**Psicologia sociale (con laboratorio di Comunicazione pubblica online)**

Prof. Mauro Bertolotti

***OBIETTIVI DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di fornire agli studenti le nozioni di base, teoriche ed empiriche, della psicologia sociale. Vengono approfonditi i processi psicologici individuali e di gruppo soggiacenti alle relazioni e ai comportamenti sociali, con particolare attenzione ai loro risvolti nell’ambito della comunicazione.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

*Conoscenza e comprensione*

* Conoscere le principali teorie della psicologia sociale.
* Comprendere i principali metodi di ricerca utilizzati dalla psicologia sociale.
* Interpretare i risultati di ricerche psicosociali.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

* Applicare teorie e modelli psicosociali alla comprensione di problemi e comportamenti della realtà sociale.

*Autonomia di giudizio*

* Affrontare con consapevolezza e atteggiamento critico tematiche rilevanti per la vita sociale e pubblica.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Nella prima parte del corso si definirà l’area di studio della psicologia sociale e si tratteranno i principali approcci e metodi utilizzati nell’ambito di questa disciplina. Nella seconda parte del corso verranno affrontate le diverse aree di studio della psicologia sociale, fornendo una panoramica dei principali paradigmi teorici e dei loro risvolti applicativi.

1. I concetti della psicologia sociale

2. I metodi di ricerca

3. Gli atteggiamenti e il rapporto con l’azione

4. Il pensiero sociale

5. Il sé

6. L’identità sociale

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

M.A. Hogg-G.M. Vaughan, *Psicologia sociale. Teorie e applicazioni,* Pearson, Torino, 2023 (Terza edizione) (capp. 1-2-3-4-5-6-7). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/michael-a-hogg-graham-m-vaughan/psicologia-sociale-teorie-e-applicazioni-9788891901385-234486.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula, discussione di ricerche empiriche, utilizzo di supporti online su piattaforma Blackboard.

Partecipazione a ricerche ed esercitazioni sul tema della comunicazione pubblica online.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esame scritto. Gli studenti potranno scegliere fra due opzioni di esame.

Gli studenti che avranno scelto il *percorso basato sui contenuti delle lezioni* svolgeranno una prova scritta che verterà sugli appunti e sul materiale inserito nella piattaforma Blackboard a integrazione delle lezioni e del testo indicato in Bibliografia. La prova scritta sarà composta da dieci domande a risposta multipla e tre domande a risposta aperta. Ciascuna domanda a risposta multipla verrà valutata con un punteggio di 0 (in caso di risposta errata o mancante) o 1 (in caso di risposta corretta). Ciascuna delle risposte a domanda aperta sarà invece valutata con un punteggio da 0 (in caso di risposta errata o mancante) a 5 (in caso di risposta pienamente adeguata). Ai fini della valutazione di adeguatezza concorreranno la pertinenza, precisione e completezza delle risposte, la capacità di individuare nessi concettuali e questioni problematiche, nonché l’uso appropriato della terminologia specifica. Al punteggio della prova scritta si aggiungerà un punteggio relativo all’attività svolta nel laboratorio, variabile tra 0 (insufficiente) e 5 (ottimo), e basato sulla chiarezza, completezza e originalità del lavoro svolto. La lode sarà attribuita a seguito di una eccellente prestazione nelle diverse attività previste dall’insegnamento e dal laboratorio.

Gli studenti che avranno scelto il *percorso basato sui testi* svolgeranno una prova scritta che verterà sui testi indicati nelle Bibliografie dell’insegnamento e del laboratorio di Comunicazione pubblica online. La prova scritta sarà composta da dieci domande a risposta multipla e quattro domande a risposta aperta, di cui una verterà sul testo del laboratorio. Ciascuna domanda a risposta multipla verrà valutata con un punteggio di 0 (in caso di risposta errata o mancante) o 1 (in caso di risposta corretta). Ciascuna domanda a risposta aperta sarà invece valutata con un punteggio da 0 (in caso di mancata risposta) a 5 (in caso di risposta pienamente adeguata). I criteri di valutazione saranno gli stessi utilizzati nella prova del percorso basato sui contenuti delle lezioni (vedi sopra).

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

All’indirizzo *http://blackboard.unicatt.it* gli studenti iscritti possono trovare supporti online al corso.

Per informazioni circa il corso gli studenti possono anche consultare le aule virtuali dei docenti ([*https://docenti.unicatt.it/ppd2/it/docenti/26533/mauro-maria-bertolotti/didattica*)](https://docenti.unicatt.it/ppd2/it/docenti/02902/patrizia-catellani/didattica;%20https://docenti.unicatt.it/ppd2/it/docenti/26533/mauro-maria-bertolotti/didattica)).

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Mauro Bertolotti riceve gli studenti il martedì dalle 9,30 alle 11,3, presso il Dipartimento di Psicologia (edificio Dominicanum, terzo piano).

# *Laboratorio di Comunicazione pubblica online*

## Dott. Daniela Canoro; Dott. Michela Vezzoli

***OBIETTIVI DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’obiettivo del laboratorio è fornire strumenti concettuali e applicativi utili a sviluppare una comunicazione online centrata su temi di interesse pubblico, sociale e politico (in particolare alimentazione e ambiente). Verranno prese in esame strategie comunicative utilizzabili nella comunicazione online per divulgare il contenuto di ricerche scientifiche. L’uso di queste strategie verrà messo in pratica dagli studenti attraverso l’utilizzo di diversi strumenti, ad esempio l’elaborazione di post su Instagram.

***Risultati di apprendimento attesi***

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

* Applicazione del metodo sperimentale della psicologia sociale per indagare comportamenti o problemi della realtà sociale.

*Abilità comunicativa*

* Potenziamento della capacità di comunicare in modo efficace su temi indagati dalla psicologia sociale.
* Progettazione di contenuti multimediali per campagne di promozione di politiche pubbliche su temi socialmente rilevanti.

*Autonomia di giudizio*

* Sviluppo della capacità di valutare criticamente le informazioni diffuse online, considerandone fonte e veridicità.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Gli studenti, suddivisi in gruppi di lavoro, verranno guidati nell’applicazione dei diversi strumenti comunicativi a casi specifici assegnati dai docenti. Ogni gruppo sperimenterà l’uso di tecniche comunicative online, valutandone efficacia e possibili criticità.

Il laboratorio ha la durata di 20 ore. La frequenza alle lezioni è obbligatoria. Gli studenti che non possono frequentare svolgeranno una prova scritta sul libro indicato in Bibliografia e dovranno prendere tempestivamente contatto con i Docenti del laboratorio per concordare lo svolgimento di attività formative sostituive (ad es. partecipazione a ricerche).

***BIBLIOGRAFIA[[2]](#footnote-2)***

F. R. Puggelli- R. Sobrero, *La comunicazione sociale*, Carocci Editore, Roma, 2010. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/puggelli-francesca-r-sobrero-rossella/la-comunicazione-sociale-9788843055890-209722.html)

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Approvazione previa valutazione dei contenuti prodotti nell’attività di laboratorio, oppure nelle attività sostitutive nel caso di impossibilità alla frequenza.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

All’indirizzo *http://blackboard.unicatt.it* gli studenti iscritti possono trovare supporti online al laboratorio: materiale didattico, informazioni e avvisi.

Per informazioni circa il laboratorio gli studenti possono rivolgersi alla Dott.ssa Daniela Canoro (daniela.canoro@unicatt.it) o alla Dott.ssa Michela Vezzoli (michela.vezzoli@unicatt.it

*Orario e luogo di ricevimento*

La Dott.ssa Daniela Canoro e la Dott.ssa Michela Vezzoli ricevono gli studenti previo appuntamento tramite e-mail, presso il Dipartimento di Psicologia (Dominicanum, secondo piano).

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)
2. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-2)