

Psicologia sociale

Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Anno accademico:	2012/2013
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06120
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Psicologia sociale:</i> Stefano Boca (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	M-PSI/05
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Psicologia sociale: esame orale
Ricevimento:	Stefano Boca: giovedì 11:00 ' 14:00 - email: stefano.boca@unipa.it - telefono: 09123897705

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente, al termine del corso sarà in grado di documentarsi autonomamente sui testi di approfondimento relativa agli argomenti trattati

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di analizzare i processi di comunicazione riconoscendo in essi dinamiche psicosociali note

Autonomia di giudizio

lo studente sarà autonomamente in grado di valutare la validità di teorizzazioni psicosociali che vengono proposte come spiegazioni di comportamenti

Abilità comunicative

Lo studente sarà in grado di trasmettere e divulgare le principali acquisizioni della psicologia sociale

Capacità di apprendimento

Lo studente potrà approfondire autonomamente ciascuno degli argomenti trattati nel corso

Obiettivi formativi

Psicologia sociale

Titolo del corso: *Psicologia Sociale*

Il corso si propone di fornire agli studenti della Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità i fondamenti della disciplina. particolare risaltò verrà dato alle implicazioni che il funzionamento psicosociale degli individui ha per i processi di interazione e comunicazione

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 4 Percezione sociale: in che modo riusciamo a formarci un'impressione organica delle persone che ci circondano e in che modo questi costrutti guidano il nostro agire e le comunicazioni che rivolgiamo loro
- 3 Il Sé in prospettiva psicosociale: come ci formiamo un'immagine di noi stessi e in che modo questa conoscenza entra in gioco nell'interazione sociale
- 4 Gli atteggiamenti sociali: come costruiamo e manteniamo una valutazione degli oggetti del nostro mondo sociale. In che modo la l'atteggiamento è in grado di determinare i nostri comportamenti. Particolare risalto verrà dato allo studio degli atteggiamenti verso i prodotti di consumo e alla relazione che questi intrattengono con il comportamento di acquisto.
- 4 La persuasione. in che modo è possibile modificare intenzionalmente gli atteggiamenti e che ricadute hanno queste modifiche sul comportamrento degli individui. Verrà esaminata con particolare attenzione la persuasione volta a modificare gli atteggiamenti verso i prodotti di consumo.
- 3 Le norme sociali. Come vengono elaborate le norme sociali, che influenza hanno sul nostro agire e a quali condizioni siamo in grado di resistere all'influenza sociale
- 4 Struttura e funzioni dei gruppi sociali. che differenze intercorrono tra l'azione individuale e il cosiddetto comportamento di gruppo. a quali condizioni possiamo parlare di realtà psicologica dei gruppi sociali. quali sono le strutture di gruppo più diffuse e i ruoli stabili in senbo ad una collettività di individui.
- 4 Il pregiudizio. In che modo le relazioni tra gruppi sono determinate dagli atteggiamenti reciproci. particolare enfasi verrà data allo studio del pregiudizio etnico e agli sforzi delle scienze sociali per la riduzione del pregiudizio e l'eliminazione della discriminazione su base etnica
- 3 L'aggressività. verra analizzata la differenza tra le teorie biologiche e quelle psicosociali nella spiegazione del comportamento aggressivo. verrà poi preso in considerazione il ruolo dei media nella diffusione (ma anche nel contenimento) delle condotte aggressive
- 3 Altruismo. L'altra faccia dell'aggressività è costituita dal comportamento prosociale, anche qui esistono teorie biologiche e psicosociali che verranno confrontate.
- 4 La cultura come esito di processi psicosociali. Linguaggio e comunicazione sono prodotti dall'interazione fra individui, interazione che è determinata dalla nostra capacità di entrare in relazione con gli altri. è possibile rintracciare nella struttura della comunicazione risvolti del nostro modi di agire e pensare in quanto esseri sociali'
- 4 Il corpo nella società: Come pensiamo il nostro corpo e che grado di realismo ha la nostra rappresentazione sociale del corpo. in che modo questa rappresentazione è da un lato un prodotto culturale e dall'altro una spinta ad agire che determina il modo in cui comunichiamo e ci relazioniamo con altri corpi.

Testi consigliati:

M.A. Hogg, G.M. Vaughan (2012). Psicologia Sociale: teorie e applicazioni. Pearson
P.G. Depetris (2012). Rappresentazioni sociali del corpo: il corpo che siamo o che vorremmo essere. Franco Angeli