



Università degli Studi di Padova

| [Webmail](#) | [Mappa](#) | [Credits](#) | [Scrivici](#)

Psicologia

Venerdì 31 Gennaio 2014

[» DPG](#) [» DPSS](#) [» DPA](#) [» BIBLIOTECA](#) [» SICI](#) [» LIRIPAC](#) [» TUTORATO](#) [» SAP](#) [» TIROCINI](#)

Area riservata ai docenti

Utente Password

[» Entra](#)
[» Problemi di password](#)
[» Lauree triennali N.O.
DM 17/2010](#)
[» Lauree magistrali N.O.
DM 17/2010](#)
[» Lauree triennali DM
270/04](#)
[» Lauree magistrali DM
270/04](#)

Home / Offerta formativa / Comunicazione e persuasione

COMUNICAZIONE E PERSUASIONE

M-PSI/05, 3° anno, 8 crediti

Corsi di laurea / indirizzi:

> Lauree triennali DM 270/04 / Scienze psicologiche sociali e del lavoro (L-3)

Prof. Suitner Caterina

Sede e calendario lezioni

Dati statistici votazioni esami

Lingua d'insegnamento

Italiano

Obiettivi formativi

Obiettivo del corso è illustrare i processi psicologici della comunicazione interpersonale, con particolare attenzione agli aspetti sociali e applicativi della comunicazione persuasiva in ambito pubblicitario e politico. Si intendono così fornire le basi teoriche e metodologiche utili a comprendere il ruolo dei processi di comunicazione nella formazione di opinioni e nella presa di decisione.

Prerequisiti

È utile una conoscenza di base di psicologia sociale, psicologia generale e metodologia di ricerca.

Contenuto dell'attività formativa

Il corso si articolerà in quattro parti. Nella prima parte si introdurranno le principali teorie psicologiche della comunicazione e i processi cognitivi alla base degli scambi comunicativi sia a livello interpersonale sia inter-gruppo. Nella seconda parte si approfondiranno l'importanza del contesto socio-culturale in cui avviene la comunicazione e la sua influenza sui processi illustrati nella prima parte. La terza parte si analizzeranno le dinamiche della persuasione. Nella quarta parte le applicazioni pratiche dei concetti spiegati in precedenza saranno considerate in relazione ai campi della comunicazione interpersonale, di massa (in particolare pubblicità e propaganda politica e ruolo dei mass media nell'educazione infantile) e della comunicazione nei contesti organizzativi.

Testi di riferimento

Rumiat, R. & Lotto, L. (2007). Introduzione alla psicologia della comunicazione. Bologna: il Mulino.
 Cavazza, N. (2009) Comunicazione e persuasione. Bologna: il Mulino.
 Arcuri, L. (2008) Crescere con la TV e Internet. Il Mulino, Bologna.

Metodi di insegnamento

Lezioni frontali e discussione di contributi di ricerca e ambiti applicativi.
 Tutti gli studenti sosterranno una prova di accertamento in forma scritta. Per gli studenti frequentanti è prevista una prova parziale a metà corso e una finale a conclusione del corso.

Modalità di valutazione

Tipo esame: Scritto

Esame scritto: Domande aperte e a risposta multipla

Note

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.