



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 / Influenza sociale e comunicazione

ESAME INTEGRATO DI COMUNICAZIONE E PERSUASIONE E GRUPPI E INFLUENZE SOCIALI

M-PSI/05, 3° anno, 4 crediti

Corsi di laurea / indirizzi:

> Lauree triennali DM 270/04 / [Discipline della ricerca psicologico-sociale \(L-5\)](#)
 Prof. Voci Alberto
 Prof. Arcuri Luciano
[Sede e calendario lezioni](#)[Dati statistici votazioni esami](#)

Comunicazione e persuasione (4 CFU)

Voci Alberto

Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire allo studente strumenti teorici e metodologici per l'analisi psicosociale dei gruppi. In particolare, vengono fornite conoscenze sulla struttura dei gruppi, il senso di appartenenza, le dinamiche intragruppo ed intergruppi.

Prerequisiti

Conoscenze di base della psicologia sociale.

Contenuto dell'attività formativa

La definizione di gruppo.
 Entrare a far parte di un gruppo
 Identificazione sociale
 Socializzazione e sviluppo di gruppo
 Ruoli, status e leadership
 Norme sociali e comunicazione
 Coesione e conflitti intragruppi
 La produttività di gruppo
 Le decisioni di gruppo
 L'influenza della maggioranza
 L'influenza delle minoranze
 Le relazioni fra gruppi: conflitti e cooperazione.

Testi di riferimento

SPELTINI G., PALMONARI A., I gruppi sociali, Bologna, Il Mulino, 1998
 BROWN R., Psicologia sociale dei gruppi, Bologna, Il Mulino, 2000
 (capitoli 1, 4, 5)

Metodi di insegnamento

Il corso è in teledidattica. Lo studente avrà la possibilità di contattare il docente durante la preparazione per approfondire metodologie e strumenti legati ai contenuti del corso.

Modalità di valutazione

Tipo esame: Scritto**Esame scritto:** Domande aperte

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.

Gruppi e influenze sociali (4 CFU)

Arcuri Luciano

Obiettivi formativi

Scopo dell'insegnamento è quello di fornire agli studenti gli strumenti teorici, concettuali e metodologici per l'analisi dei processi mediante i quali la comunicazione influenza il giudizio, la decisione e la condotta umana. Gli argomenti trattati in questo corso riguardano soprattutto i meccanismi della persuasione e l'analisi dell'influenza dei mezzi di comunicazione di massa.

Prerequisiti

Vengono sottolineati i legami con la psicologia sociale e la metodologia della ricerca psicosociale

Contenuto dell'attività formativa

Lo studio della comunicazione come processo.
 Linguaggio, significato e messaggi.
 La persuasione: stregie e risultati
 La comunicazione interpersonale.
 Le comunicazioni di massa: effetti individuali e sociali

Testi di riferimento

Arcuri, L. e Castelli, L. (1996). La trasmissione dei pensieri. Bologna: Decibel-Zanichelli (cap.1,2,3)
 Pratkanis, A. Aronson, E. (2003) L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione. Il Mulino, Bologna. (cap. 1,2,3,4,5)
 Arcuri, L. (2008) Crescere con la TV e Internet. Bologna: il Mulino

Metodi di insegnamento

Il corso è in teledidattica. Lo studente avrà la possibilità di seguire nel corso del primo semestre dei moduli formativi proposti dal docente nel sito PsyNet: verranno approfondite metodologie e strumenti legati ai contenuti del corso.

Modalità di valutazione

Tipo esame: Scritto**Esame scritto:** Domande aperte

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.

