



Università degli Studi di Padova

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

Psicologia

Lunedì 3 Febbraio 2014

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

Area riservata ai docenti

Utente Password

[» Entra](#)
[» Problemi di password](#)
> **Psicologia**

> Offerta formativa 2012/13

> Offerta formativa 2011/12

> Offerta formativa 2010/11

» Lauree triennali N.O DM 270/04

» Lauree magistrali N.O DM 270/04

» Lauree triennali Interfacoltà'

» Scuole di specializzazione

> Offerta formativa 2009/10

> Offerta formativa 2008/09

> **Organizzazione e strutture**> **Studiare a psicologia**> **Personale**> **Comunicazioni**> **Documenti online**> **Link utili**> **Specializzazione**> **Bandi**

Home / Offerta formativa / Influenza sociale e comunicazione

ESAME INTEGRATO DI COMUNICAZIONE E PERSUASIONE E GRUPPI E INFLUENZE SOCIALI

M-PSI/05, 3° anno, 8 crediti

Corsi di laurea / indirizzi:

> Lauree triennali N.O 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)

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 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 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 a risposta multipla

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.

Gruppi e influenze sociali (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)

Modalità di valutazione

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

COMUNICAZIONI AGLI STUDENTI (a cura del docente)

Nessuna comunicazione disponibile.