

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	Psicologia sociale
Corso di studio	Filosofia L-5
Anno Accademico	2021-2022
Crediti formativi	6
Denominazione inglese	Social Psychology
Obbligo di frequenza	Si rinvia al Regolamento Didattico del Corso di Studio <a href="http://www.uniba.it/corsi/filosofia/presentazione-del-corso/regolamento-del-corso">http://www.uniba.it/corsi/filosofia/presentazione-del-corso/regolamento-del-corso</a>
Lingua di erogazione	Italiano

<b>Docente responsabile</b>	Nome Cognome	Indirizzo Mail	SSD
	Giuseppe Mininni	giuseppe.mininni@uniba.it	M-PSI-05

<b>Dettaglio credi formativi</b>	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Discipline scientifiche demoetnoantropologiche, pedagogiche, psicologiche e economiche	M-PSI-05	6

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	Semestre II
Anno di corso	Primo
Modalità di erogazione	In presenza Lezioni frontali e seminari di esercitazione

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Totale ore	150
Ore di corso	42
Ore di studio individuale	108
Turni	

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	21 febbraio 2022
Fine attività didattiche	13 maggio 2022

<b>Syllabus</b>	
Prerequisiti	I laureati dovranno possedere capacità di comprensione delle dinamiche psicosociali attivate nelle reti della comunicazione sociale e dovranno sviluppare una competenza capace di armonizzare le consapevolezze delle opportunità e dei rischi.

<p>Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscenza e capacità di comprensione Il corso mira ad approfondire la conoscenza delle principali problematiche connesse all'uso dei media di comunicazione di massa (soprattutto della pubblicità).</li> <li>• Conoscenza e capacità di comprensione applicate Analisi e valutazione di alcuni format di interazione mediatica</li> <li>• Autonomia di giudizio Capacità comparativa e analisi di situazioni critiche nella fruizione di programmi mediatici</li> <li>• Abilità comunicative Saper individuare le regole sottostanti alla produzione dei generi discorsivi "informazione" e "pubblicità"</li> <li>• Capacità di apprendere Sottoporre a critica la propria esperienza di interazione mediatica</li> </ul>
<p>Contenuti di insegnamento</p>	<p>Manipolazione dell'influenza sociale, modellamento dell'informazione come bene comune e come risorsa ideologica, indirizzo delle pratiche di intrattenimento, diffusione di modelli culturali nelle scelte dilemmatiche, il formato ideologico delle neuroscienze. Per esaminare tali snodi teorico-pratici, verranno illustrate le coordinate interpretative del ruolo dei media nella società della comunicazione globale. In particolare verranno analizzati i differenti ambiti in cui si evidenzia il carattere virale delle strategie di comunicazione: i linguaggi della pubblicità e della propaganda, la giustificazione delle credenze proprie del senso comune e la disseminazione delle relazioni interpersonali e la promozione di beni e servizi nei "nuovi media".</p>

Programma	
<p>Testi di riferimento</p>	<p>1) Leone G., Mazzara B. M., Sarrica M., La psicologia sociale. Processi mentali, comunicazione e cultura, Roma-Bari: Laterza 2) Mininni G., Psicologia e media, Roma-Bari: Laterza. 3) Hayes S. C., La mente liberata, Firenze: Giunti.</p>
<p>Note ai testi di riferimento</p>	
<p>Metodi didattici</p>	<p>Pratiche dell'argomentare scientifico</p>
<p>Metodi di valutazione</p>	<p>Esonero scritto e colloquio orale</p>
<p>Altro</p>	