

Principali informazioni sull'insegnamento	Psicologia delle comunicazioni sociali
Corso di studio	Scienze della comunicazione
Curriculum	
Crediti formativi	9
Denominazione inglese	Psychology of social communications
Obbligo di frequenza	no
Lingua di erogazione	Italiano

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

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Psicologia sociale	M-PSI-05	9

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Semestre I – ottobre 2019- febbraio 2020
Anno di corso	2019-2020
Modalità di erogazione	In presenza

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	Lezioni frontali e seminari di esercitazione
Ore di corso	60
Ore di studio individuale	165
Turni	

Calendario	
Inizio attività didattiche	Ottobre 2019
Fine attività didattiche	Febbraio 2020

Syllabus	
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.
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino)	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e capacità di comprensione <p>Il corso mira ad approfondire la conoscenza delle principali problematiche connesse all'uso dei media di comunicazione di massa (soprattutto della pubblicità).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e capacità di comprensione applicate <p>Analisi e valutazione di alcuni format di interazione mediatica</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia di giudizio Capacità comparativa e analisi di situazioni critiche nella fruizione di programmi mediatici • Abilità comunicative Saper individuare le regole sottostanti alla produzione dei generi discorsivi “informazione” e “pubblicità” • Capacità di apprendere Sottoporre a critica la propria esperienza di interazione mediatica
Contenuti di insegnamento	<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. 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	
Testi di riferimento	1) G. Leone, B.M. Mazzara, M. Sarrica, La psicologia sociale. Processi mentali, comunicazione e cultura, Roma-Bari: Laterza 2) Giuseppe Mininni, Psicologia e media, Roma-Bari: Laterza. 3) Amerio P. Vivere insieme. Comunità e relazione nella società globale, Bologna: Il Mulino OPPURE 3) Broadbent S., Internet, lavoro, vita privata, Bologna: Il Mulino.
Note ai testi di riferimento	
Metodi didattici	Pratiche dell’argomentare scientifico
Metodi di valutazione	Esonero scritto e colloquio orale
Altro	