



SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI) COMUNICAZIONE E BENESSERE NEI CONTESTI REALI E VIRTUALI SSD: PSICOLOGIA SOCIALE (M-PSI/05)

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: PSICOLOGIA CLINICA E DEGLI INTERVENTI NEI CONTESTI SOCIALI E DELLO SVILUPPO (D31)
ANNO ACCADEMICO 2025/2026

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: DONIZZETTI ANNA ROSA
TELEFONO:
EMAIL: annarosa.donizzetti@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: NON PERTINENTE
MODULO: NON PERTINENTE
LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO
CANALE:
ANNO DI CORSO: II
PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE I
CFU: 9

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

Nessuno

EVENTUALI PREREQUISITI

Nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso ha l'obiettivo di approfondire gli elementi centrali della psicologia della comunicazione nei contesti reali e virtuali per il buon funzionamento delle istituzioni e delle organizzazioni. Le unità didattiche offriranno strumenti teorici e metodologici per la comprensione dei meccanismi psicosociali alla base del processo comunicativo nei gruppi e nelle organizzazioni. Saranno presentate le principali teorie psicologiche che spiegano le funzioni della comunicazione, le componenti chiave del processo comunicativo e gli effetti delle differenti forme di comunicazione. Verranno analizzate le forze che influenzano l'efficacia della comunicazione sia entro le relazioni

interpersonali sia entro i gruppi di lavoro. Saranno analizzate le peculiarità e le differenze tra i gruppi reali e quelli virtuali, sia dal punto di vista strutturale che comunicativo. Infine, sarà analizzato come la comunicazione sia un fondamentale strumento per la promozione del benessere interno ed esterno alle istituzioni e alle organizzazioni. Saranno acquisite competenze operative per la costruzione di ambienti che si avvalgono delle nuove tecnologie digitali, come il marketing sociale, con particolare attenzione al marketing della salute e del benessere.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Alla fine del corso, gli studenti saranno in grado di:

- Descrivere le funzioni e le componenti del processo di comunicazione;
- Comprendere le specificità di diverse modalità di comunicazione (verbale, non verbale; orale, scritta);
- Spiegare quali fattori individuali, sociali e organizzativi possono influenzare la dinamica comunicativa nei contesti sociali e nei luoghi di lavoro;
- Analizzare in maniera critica la dinamica dei processi comunicativi;
- Identificare i principali ostacoli e bias che riducono l'efficacia della comunicazione interpersonale e di gruppo;
- Decodificare i principali processi inter-gruppo, di usare un linguaggio adatto per descriverli.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del corso, gli studenti saranno in grado di:

- Analizzare e gestire i processi comunicativi nei gruppi reali e virtuali;
- Analizzare e gestione i processi comunicativi nei contesti istituzionali e organizzativi;
- Comprendere quali sono e come si applicano alcune tecniche che aumentano l'efficacia della comunicazione a livello interpersonale, di gruppo e organizzativo (ad es. Tecniche di ascolto attivo, assertività, gestione costruttiva dei conflitti);
- Identificare soluzioni atte a promuovere il benessere in ambito lavorativo e sociale;
- Progettare iniziative psicologiche di comunicazione e marketing sociale volte alla promozione del benessere e della salute nei contesti istituzionali, organizzativi e sociali.

PROGRAMMA-SYLLABUS

Il corso si articola in tre moduli didattici:

1 La psicologia della comunicazione

- 1.1 Concetti di base della comunicazione
- 1.2 Comprensione e produzione dei messaggi
- 1.3 Codici visivi e codici verbali
- 1.4 Comunicazione non verbale
- 1.5 Comunicazione persuasiva
- 1.6 Ostacoli ad una comunicazione efficace
- 1.7 Comunicazione nella gestione dei conflitti

2 Gruppi reali e virtuali: peculiarità, differenze e processi comunicativi

2.1 I gruppi: processi dinamici, aspetti strutturali e dinamiche comunicative

2.2 Dal gruppo alla comunità

2.3 Processi decisionali e problem solving

2.4 I gruppi virtuali: caratteristiche e struttura

2.5 Comunità virtuali

2.6 Gruppi e comunicazione nei gruppi reali e virtuali

2.7 Comunicazione organizzativa

3 La psicologia della comunicazione per la promozione del benessere

3.1 Tecnologie per la comunicazione e mass media

3.2 Marketing e comunicazione

3.3 Comunicazione e promozione della salute

3.4 Introduzione al marketing sociale: i temi, i problemi, le finalità

3.5 La psicologia e il marketing sociale: le sinergie e gli approcci

3.6 Progettare una campagna di marketing sociale: le fasi, i momenti e gli strumenti.

MATERIALE DIDATTICO

- Lotto L., Ruminati R. (2007). Introduzione alla psicologia della comunicazione. Il Mulino (Esclusi i capitoli: 9, 11)
- Bertani B., Manetti M. (2007). Psicologia dei gruppi. Teoria, contesti e metodologie d'intervento. FrancoAngeli (Escluso: Parte I –cap. 1, 4, 6; Parte II –cap. 3, 5, 6; Parte III –cap. 1, 3, 4, 5, 6)
- Riva G. (2004). Psicologia dei nuovi media. Il Mulino (Solo cap. 6: Nuovi media e presenza: essere in un mondo reale e virtuale, pp. 159-182; e cap. 8: Nuovi media e relazioni: interagire nelle reti sociali virtuali, pp. 233-258)
- Ruggieri S., Biondi A., Boca S. (2011). Il funzionamento psicosociale dei gruppi che interagiscono via web. Psicologia Sociale, n. 1, p. 7-36 (articolo).
- Fattori G. (2020). Manuale di marketing sociale per la salute e l'ambiente. Cultura e Salute Editore Perugia (Solo cap. 1, 2, 3 e 4).

Lecture di approfondimento consigliate:

- Biggio G. (2019). Psicologia delle organizzazioni e della comunicazione. Aracne Editore (Solo: Parte IV - Cap. 1: Comunicazione e contesto sociale, pp. 163-179).
- Pravettoni G. (2002). Web psychology. Guerini e associati.
- Bonaiuto M. (2002). Conversazioni virtuali: come le nuove tecnologie cambiano il nostro modo di comunicare con gli altri. Guerini e associati.
- Peruzzi G., Volterrani A. (2016). La comunicazione sociale. Manuale per le organizzazioni non profit. Laterza
- Lavanco G., Pisciotto S. (2007). Il marketing sociale dei servizi alla persona. Carocci Editore. ISBN: 9788874665167 (Solo cap. 1)

- Galimberti C., Mazzoleni C., Pirrello P., Decidere nei piccoli gruppi: negoziazioni conversazionali e presa di decisione come organizzatori dell'interazione nei piccoli gruppi, in E. Magrin (a cura di), La coda di Minosse, F. Angeli, Milano, 1996, pp.79-146.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

Le lezioni frontali sono affiancate da modalità di apprendimento attivo. Oltre alle lezioni, sono infatti previsti:

- lavori di gruppo;
- discussione ed esercitazioni in aula;
- utilizzo di casi;
- incontri con professionisti.

Tali modalità rendono particolarmente rilevante la continuità della frequenza alle lezioni.

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame

- ☐ Scritto
- ☒ Orale
- ☒ Discussione di elaborato progettuale
- ☐ Altro

In caso di prova scritta i quesiti sono

- ☐ A risposta multipla
- ☐ A risposta libera
- ☐ Esercizi numerici

b) Modalità di valutazione

La modalità di verifica dell'apprendimento dipende dal percorso seguito da ogni studente. Verrà infatti proposta la partecipazione (NON obbligatoria) ad un lavoro di gruppo, congiuntamente alla partecipazione al corso. Per gli STUDENTI che parteciperanno a questo percorso, dunque APPARTENENTI AI GRUPPI DI LAVORO, l'accertamento della preparazione prevede due momenti diversi:

- 1) Presentazione del Project Work elaborato in gruppo
- 2) Orale individuale.

STUDENTI NON APPARTENENTI AI GRUPPI DI LAVORO:

Ovviamente è possibile anche non partecipare ai gruppi di lavoro. In questo caso, l'accertamento della preparazione avverrà attraverso un esame orale inerente la discussione dei contenuti dei testi. La prova orale sarà finalizzata a valutare il livello di conoscenza, la capacità di rielaborazione e di collegamento critico fra gli argomenti in programma. Durante i colloqui orali saranno oggetto di specifica valutazione i seguenti aspetti:

- il lessico specifico
- la logica espositiva degli argomenti

- la correttezza dei collegamenti concettuali
- la capacità critica di rielaborazione degli argomenti.