UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Psicologia della Comunicazione e delle Organizzazioni

2122-2-F8501R019

Titolo

Psicologia delle organizzazioni e della comunicazione

Argomenti e articolazione del corso

Il corso si propone di illustrare la comunicazione intesa come rete di significati nella quale gli esseri umani sono presi in un'attività interpretativa, simbolica e relazionale senza fine. In un mondo in cui tutto è diventato comunicazione, occorre precisare una teoria psicologica che sia specifica, coerente e parsimoniosa, in grado di comprendere i processi relazionali e organizzativi generati dagli scambi comunicativi stessi, con particolare riferimento agli aspetti formativi in generale.

Il corso analizza anzi tutto i fondamenti della comunicazione umana, con particolare riferimento a: a) l'elaborazione e la condivisione dei significati, b) l'intenzionalità e l'intenzione comunicativa, c) i sistemi verbali e non verbali di significazione e di segnalazione, d) il discorso e la conversazione come pratica quotidiana (dal colloquio alla riunione sottolineando i processi coinvolti in tali attività come la capacità di argomentazione, l'influenza sociale e la persuasione), e) la discomunicazione nelle sue diverse forme (menzogna, ironia, comunicazione patologica).

Sono poi approfonditi i processi comunicativi coinvolti nelle organizzazioni umane intese non solo come entità per produrre beni e servizi e come dispositivi per trasmettere informazioni, ma anche come comunità nelle quali si elaborano, si condividono e si negoziano conoscenze, significati, modelli mentali, credenze, stili di comunicazione, valori, norme, ideali e progetti.

Obiettivi

Il corso si propone di consentire agli studenti l'acquisizione critica, consapevole e operativa delle conoscenze riguardanti i processi comunicativi all'interno delle organizzazioni, come pure fra le organizzazioni stesse.

Di seguito sono dettagliati gli obiettivi formativi in termini di conoscenza e comprensione dei concetti chiave della disciplina e capacità di applicazione in contesti concreti.

Conoscenza e comprensione

Gli studenti acquisiranno conoscenze solide e sistematiche relative ai processi psicologici di base sottesi alla comunicazione umana, con particolare riferimento alla complessità dei sistemi verbali e non verbali di significazione e comunicazione a livello interpersonale e di gruppo.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

Gli studenti impareranno a usare i concetti e i temi proposti nell'analisi dei processi di comunicazione interpersonale e saranno stimolati ad applicare tali capacità a diversi contesti di esperienza (famigliare, amicale, professionale).

Per quanto riguarda l'*autonomia di giudizio*, l'insegnamento sollecita gli studenti a formulare in modo indipendente la propria opinione e ad argomentarla in modo efficace, al fine di affinare i propri modelli interpretativi dei processi comunicativi. Il potenziamento delle *abilità comunicative* degli studenti è un obiettivo formativo centrale nel corso, e viene perseguito attraverso una serie di esercitazioni pratiche volte ad aumentare nei partecipanti il livello di consapevolezza e la capacita' di regolazione dei propri stili comunicativi.

La *capacità di apprendimento* è stimolata attraverso la partecipazione attiva alle lezioni e lo svolgimento di esercitazioni pratiche.

Coerenza con i profili culturali, scientifici e professionali individuati dal CdS

In termini di coerenza con i profili culturali, scientifici e professionali del CdS, il corso contribuisce a fornire ai futuri esperti nella formazione e nella gestione delle Risorse Umane una serie di competenze chiave disciplinari e trasversali legate alla comprensione del ruolo dei processi comunicativi nelle organizzazioni e alla loro gestione consapevole ed efficace.

A questo proposito, particolare attenzione sarà riservata al colloquio individuale, alle riunioni di gruppo (meeting, focus group ecc.), alle modalità non verbali di significazione e di segnalazione (voce, mimica facciale, sguardo, gesti, prossemica, cronemica ecc.), alla leadership, alle varie forme di cooperazione e di partecipazione, alla comunicazione in pubblico, alla gestione dei conflitti e ai processi di negoziazione.

Metodologie utilizzate

- Lezione frontale e dialogata con uso di slide Power Point
- Analisi di sequenze video
- Esercitazioni
- Simulazioni e role-playing

- Produzione di video e materiali multimediali

Il corso privilegia le forme dell'apprendimento esperienziale e situato (learning by doing) integrate con fasi di approfondimento teorico e di apprendimento riflessivo.

Durante il corso si svolgono apposite esercitazioni pratiche in grado di approfondire in modo operativo tematiche rivolte agli aspetti psicologici, nonché a quelli formativi e organizzativi. Tali esercitazioni sono l'occasione per fornire agli studenti strumenti e tecniche di natura professionale.

Materiali didattici (online, offline)

Slide del corso, scaricabili online

Programma e bibliografia per i frequentanti

L. Anolli, Fondamenti di psicologia della comunicazione, Bologna, Il Mulino, 2012 (eccetto il capitolo 2 e 9).

S. Scatena, M. Gioia , Psicologia del personal branding, Milano, Vita e Pensiero, (in uscita Febbraio 2022).

Programma e bibliografia per i non frequentanti

L. Anolli, Fondamenti di psicologia della comunicazione, Bologna, Il Mulino, 2012 (eccetto il capitolo 2 e 9).

S. Scatena, M. Gioia , Psicologia del personal branding, Milano, Vita e Pensiero, (in uscita Febbraio 2022).

B. Berkhan, Piccolo manuale per imparare a fare e a ricevere critiche, Feltrinelli, 2015.

Modalità d'esame

Esame orale che prevede la discussione degli argomenti trattati nei volumi presenti in bibliografia e (per gli studenti frequentanti) delle esercitazioni svolte durante le lezioni. Rispetto alle tematiche proposte nella bibliografia d'esame e ai materiali discussi a lezione, sara' valutata la padronanza dei modelli teorici presentati, la capacita' di rielaborazione critica del materiale e (nel caso degli studenti frequentanti) la capacita' di connettere gli aspetti teorici con le esperienze pratiche realizzate durante il corso.

Orario di ricevimento

Giovedì alle 11.00 (previo appuntamento e-mail)

N.B. Nel periodo di emergenza Covid-19 il ricevimento si svolgerà online su Skype, previo appuntamento via e-mail.

Durata dei programmi

I programmi valgono due anni accademici.

Cultori della materia e Tutor