



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Psicologia della Comunicazione e delle Organizzazioni

2324-2-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 capacità 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**

**Sono previsti due diversi programmi e bibliografie (Percorso A-standard e Percorso B-con Project work):**

### **PROGRAMMA E BIBLIOGRAFIA PERCORSO A) STANDARD**

1. Anolli L., Fondamenti di psicologia della comunicazione. Il Mulino, Bologna, (2° ediz.) 2012. (eccetto i capitoli 2 e 9).
2. Scatena, S., Gioia, M., Psicologia del personal branding. Milano, Vita e Pensiero, (2022).
3. Berkhan, B., Piccolo manuale per imparare a fare e a ricevere critiche, Feltrinelli, 2015.

### **PROGRAMMA E BIBLIOGRAFIA PERCORSO B) CON PROJECT WORK**

Il programma e la bibliografia in questo percorso prevedono:

i.) lo svolgimento di attività di esercitazioni e project work individuale e di coppia/gruppo secondo le indicazioni fornite durante il corso.

ii.) la preparazione del materiale bibliografico indicato qui sotto:

1. Anolli L., Fondamenti di psicologia della comunicazione. Il Mulino, Bologna, (2° ediz.) 2012.  
N.B. Il libro è da preparare tutto tranne le seguenti parti, che sono da escludere:
  - i capitoli: 2 e 9
  - del capitolo 1 NO i Paragrafi 4.3 e 4.4
  - del capitolo 3 NO i Paragrafi 1.1, 1.2, 3.1; la parte su "Il caso della polisemia e la somiglianza di famiglia" (pag. 109-110-111); i Paragrafi 7.1, 7.2, 7.3.
  - del capitolo 4 NO i Paragrafi 4.1 (modello olistico-funzionale Levelt pag. 134); i Paragrafi 7.1, 7.2; il Paragrafo 9
  - del capitolo 6 NO le intere sezioni 1, 2 e 3 (in pratica è da preparare solo la Sezione 4 sull'analisi della conversazione, pag. 204-216)
  - del capitolo 7 è da preparare la Sezione 1 + sono da preparare solo 2 sezioni a scelta tra le seguenti quattro: Sez 2 (Comunicazione ironica), Sez 3 (Comunicazione seduttiva), Sez 4 (Comunicazione menzognera)Sez 5 (Comunicazione patologica)
2. Scatena, S., Gioia, M., Psicologia del personal branding. Milano, Vita e Pensiero, (2022).  
N.B. Il libro è da preparare tutto tranne i capitoli 3 e 6.

## **Modalità d'esame**

Esame orale, in base al Percorso scelto.

### **Percorso A) STANDARD**

Esame orale che prevede la discussione degli argomenti trattati nei volumi presenti in bibliografia. Rispetto alle tematiche proposte nella bibliografia d'esame e ai materiali discussi a lezione, sarà valutata la padronanza dei modelli teorici presentati e la capacità di rielaborazione critica del materiale e di applicazione ai contesti di comunicazione interpersonale.

### **Percorso B) CON PROJECT WORK**

Esame orale che prevede la discussione degli argomenti trattati nei volumi presenti in bibliografia e delle esercitazioni e project work svolti. Rispetto alle tematiche proposte nella bibliografia d'esame e ai materiali discussi a lezione, sarà valutata la padronanza dei modelli teorici presentati, la capacità di rielaborazione critica del materiale e di applicazione ai contesti di comunicazione interpersonale e la capacità di connettere gli aspetti teorici con le esperienze pratiche realizzate nell'ambito dei project work.

## **Orario di ricevimento**

Giovedì alle 11.00 (previo appuntamento e-mail)

## **Durata dei programmi**

I programmi valgono due anni accademici.

## **Cultori della materia e Tutor**

## **Sustainable Development Goals**

SALUTE E BENESSERE

---