

# PROGRAMMA DEL CORSO DI COMMUNITY MANAGEMENT

## SETTORE SCIENTIFICO

M-PSI/07

## CFU

9

## OBIETTIVI

/\*\*/

Il corso ha lo scopo di fornire agli studenti principi teorici e competenze pratiche provenienti dagli ambiti di studio della psicologia dei gruppi e della psicologia della comunicazione, essenziali per il community management. Gli studenti saranno così capaci di analizzare, gestire e coordinare i processi comunicativi e le relazioni sociali all'interno delle community, con particolare attenzione alle community sul web e ai social.

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/\*\*/

Conoscenza e capacità di comprensione

Alla fine del corso, gli studenti disporranno delle conoscenze generali riguardanti i seguenti temi (trattati all'interno di specifici moduli delineati nel programma didattico):

- Ambito di studio del community management e figura del community manager;
- Funzionamento della comunicazione umana, con particolare attenzione alla comunicazione nelle community (modulo "Psicologia della comunicazione")
- Processi psicologici che si attivano nei gruppi e funzioni di leadership del community manager (modulo "Psicodinamica dei gruppi")

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Alla fine del corso, gli studenti disporranno di competenze concrete riguardanti:

- Analisi, gestione e coordinazione delle dinamiche di gruppo che prendono corpo nelle community online, attraverso funzioni di leadership efficace;
- Analisi, gestione e coordinazione dei processi comunicativi delle community online, nelle loro forme funzionali e disfunzionali;
- Analisi, gestione e coordinazione dei conflitti all'interno delle community online;
- Competenze relazionali utili al community manager.

Autonomia di giudizio

Alla fine del corso, le conoscenze e competenze pratiche sviluppate dagli studenti consentiranno a questi ultimi di saper gestire in forma autonoma, competente e sicura la complessità dei processi interpersonali osservabili nelle community.

#### Abilità comunicative

Alla fine del corso, ci si attende che gli studenti abbiano sviluppato abilità comunicative specifiche per lo svolgimento di attività attinenti al settore del community management, che tengano conto delle dinamiche interpersonali e gruppal che le caratterizzano, come anche delle caratteristiche individuali dei soggetti partecipanti alle interazioni. Inoltre, l'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato per la disciplina oggetto del corso.

#### Capacità di apprendimento

Gli studenti saranno in grado di elaborare in forma autonoma i concetti principali della psicologia dei gruppi e della psicologia della comunicazione, e saranno competenti nell'applicare in forma flessibile tali concetti al contesto del community management.

### MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

*/\*\*/*

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nella sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

### MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

*/\*\*/*

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

### ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

*/\*\*/*

54 Videolezioni + 54 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore

## ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

/\*\*/

Redazione di un elaborato

Partecipazione a una web conference

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 9 ore

## ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

/\*\*/

162 ore per lo studio individuale

## LIBRO DI RIFERIMENTO

/\*\*/

Dispense del docente.

Chéreau, M. (2011). Community management: come rendere le web community le migliori alleate delle aziende. FrancoAngeli.

Vellastro, V. (2016). Psicologia della comunicazione. Un manuale aggiornato. FrancoAngeli.

## PROGRAMMA DIDATTICO

ASPETTI PSICOLOGICI DI BASE

1. Il contributo della psicoanalisi
2. L'inconscio
3. I meccanismi di difesa
4. Il contributo delle teorie dei tratti
5. Il contributo della scienza cognitiva
6. Il contributo del cognitivismo clinico
7. Il ruolo della percezione
8. Il ruolo dell'attenzione
9. Il ruolo della memoria

10. Ragionamento e irrazionalità
11. Giudizio e decisione
12. Psicodinamica dell'intelligenza
13. La motivazione
14. Autostima e autoefficacia
15. Le emozioni
  
16. L'identità di genere

#### QUESTIONI PSICOLOGICHE COLLEGATE ALLA COMUNICAZIONE E ALLE RELAZIONI

1. I sistemi comportamentali o motivazionali
2. L'attaccamento
3. Rappresentazioni e schemi
4. Credenze e scopi
5. Le attribuzioni
6. Gli atteggiamenti
7. Gli aspetti psicodinamici dell'influenzamento
8. Psicodinamica della relazionalità
9. Psicodinamica della comunicazione
10. Psicodinamica della comunicazione non verbale
11. Psicodinamica della prosocialità
12. Psicodinamica dell'aggressività
13. Psicodinamica della gruppaltà
14. Psicodinamica della personalità evitante
15. Psicodinamica della personalità paranoide
16. Psicodinamica della personalità dipendente
17. Psicodinamica della personalità istrionica
18. Psicodinamica della personalità antisociale
19. Psicodinamica della personalità schizoide

20. Psicodinamica della fobia sociale

PARTE INTEGRATIVA

1. I primi passi nel web
2. Web marketing e comunicazione
3. Approcci alla comunicazione web
4. La reputazione online
5. La comunicazione mediata dal computer
6. La costruzione dell'identità online
7. I nuovi movimenti della società in rete
8. Dai mass media ai social media
9. Blog la dimensione dialogica
10. Wiki gli spazi della collaborazione
11. Social network la componente relazionale
12. Youtube e Twitter
13. Linguaggi digitali e la literacy
14. Cultura partecipativa e comunità di apprendimento
15. L'autorità per la garanzia nelle comunicazioni
16. New media e privacy
17. La policy della commissione europea sulle reti
18. Il dibattito sulla Net Neutrality