



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria**

Insegnamento: **Complessità sociale e strumenti di ricerca**

Esame integrato: Strumenti metodologici di indagine dell'opinione pubblica (6 CFU) + Modelli e strumenti di analisi della società complessa (6 CFU)

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docenti: **Donatella Padua** (Modelli e strumenti di analisi della società complessa)

Stefania Tusini (Modulo Strumenti metodologici di indagine dell'opinione pubblica)

SSD: **SPS/07**

CFU: **12**

Carico di lavoro globale: **300** ore

Ripartizione del carico di lavoro: **80 ore di lezione e seminari + 220 ore di lavoro individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

Anno Accademico 2013-2014

MODULO: MODELLI E STRUMENTI DI ANALISI DELLA SOCIETÀ COMPLESSA – DONATELLA PADUA

PREREQUISITI

Conoscenze di Sociologia generale, Marketing

OBIETTIVI FORMATIVI

Acquisire le conoscenze specialistiche relative ai paradigmi della società complessa e al loro mutamento nel passaggio da età moderna a postmoderna, nel quadro della *web sociology*. In particolare, acquisire conoscenze relative al paradigma della fiducia.

CONTENUTO DEL CORSO

- L'Internet Age: paradigmi, forme di aggregazione sociale: social networks e comunità virtuali;
- Nuovi modelli di intelligenza sociale
- L'ambiente digitale organizzativo e la società
- La fiducia
- Fiducia e società digitale
- Il paradigma del valore e sua evoluzione

METODI DIDATTICI

Il corso si compone di lezioni frontali e interattive, attività di applicazione e ricerca nel web tramite laboratorio informatico, case histories.

TIPO DI ESAME

Per i frequentanti e non frequentanti:

Test scritto obbligatorio.

Il risultato del test scritto, se superiore alla sufficienza, rappresenta il voto di esame finale. Qualora lo studente non fosse soddisfatto del voto dello scritto può sostenere nella sessione di verbalizzazione dell'esame un colloquio orale (facoltativo).

Per i frequentanti, previa l'esistenza del 70% delle firme di presenza, è previsto un esonero al termine delle lezioni. Tale esonero che tratterà gli argomenti delle lezioni costituirà voto finale registrabile sul libretto.

TESTI DI RIFERIMENTO

D. Padua, "Trust, Social Relations and Engagement. Understanding Customer Behaviour on the Web", Palgrave Macmillan 2012.

Per l'esonero (solo studenti con firma di frequenza):

- Dispense su slides fornite dal docente
- Altre dispense fornite dal docente

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Segnalati durante il corso in relazione agli argomenti affrontati

ALTRE INFORMAZIONI

Donatella Padua riceve su appuntamento presso il suo studio al II piano della Palazzina Valitutti.

Le richieste vanno inoltrate via email: donatella.padua@unistrapg.it

MODULO STRUMENTI METODOLOGICI DI INDAGINE DELL'OPINIONE PUBBLICA – STEFANIA TUSINI

PREREQUISITI

Conoscenze di Sociologia generale

OBIETTIVI FORMATIVI

Acquisire conoscenze di base relative ai problemi metodologici relativi alla ricerca empirica e agli strumenti concettuali e tecnici per risolverli.

Acquisire competenze sulle tecniche di rilevazione per la ricerca quantitativa e qualitativa e la relativa terminologia.

Acquisire competenze di impostazione e realizzazione di una indagine sociologica con particolare riferimento all'attività di ricostruzione critica di uno strumento di ricerca.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso si propone di illustrare agli studenti i concetti e gli strumenti centrali per l'indagine dell'opinione pubblica e di guidarli in un percorso teorico-pratico di realizzazione di uno strumento di ricerca. La prima parte del Corso è dedicata a fornire gli elementi di base essenziali all'impostazione di una ricerca sociale: analisi concettuale; definizione e specificazione dei concetti; rapporto di indicazione e definizione operativa dei concetti; confronto tra tecniche qualitative e quantitative; caratteristiche e problematiche dell'indagine sul campo: progettazione del disegno della ricerca, individuazione delle tecniche, scelta degli interlocutori,

campionamento, rapporto intervistatore/intervistato, natura delle informazioni raccolte e loro trattamento analitico.

Nella seconda parte, di tipo seminariale, gli studenti, utilizzando gli strumenti forniti nella prima parte del corso, saranno chiamati a prendere in esame un concetto, esaminarlo nelle sue dimensioni, e proporre un set di domande atte a rilevarle. Il tutto sarà illustrarlo in classe utilizzando idonei strumenti di presentazione grafica e fatto oggetto di critica da parte degli astanti onde migliorarne l'efficacia.

METODI DIDATTICI

Il corso si compone di lezioni frontali tese ad inquadrare la materia, esercitazioni e seminari.

TIPO DI ESAME

Frequentanti: relazione orale in classe + esame scritto

Non frequentanti: esame scritto

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- M.C. Pitrone, Sondaggi e interviste. Lo studio dell'opinione pubblica nella ricerca sociale, Franco Angeli, 2009, (**saltare** i capp. 1, 2, 3 e 12);
- A. Marradi, Metodologia delle scienze sociali, il Mulino, 2007 (solo i capp. 3, 5, 6, 7 e parr. 1-5 del cap. 8).

Per non frequentanti:

- J. Madge, Lo sviluppo dei metodi di ricerca empirica in sociologia, il Mulino

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Segnalati durante il corso a seconda delle lacune emerse

ALTRE INFORMAZIONI

Stefania Tusini riceve su appuntamento presso il suo studio al II piano della Palazzina Valitutti.

Le richieste vanno inoltrate via email: stefania.tusini@unistrapg.it stefania.tusini@libero.it
