

PROGRAMMA DEL CORSO DI COMUNICAZIONE EFFICACE E MEDIA DIGITALI

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

6

DESCRIZIONE

1 - LA COMUNICAZIONE INTERPERSONALE NELL'EPOCA DEI MEDIA DIGITALI: NUOVE FORME

2 - IL DETERMINISMO TECNOLOGICO

3 - IL DUALISMO SOCIALE-TECNOLOGICO

4 - LA COMUNICAZIONE NEGLI SPAZI DIGITALI

5 - L'AMBIENTE DIGITALE E I MEDIA SOCIALI

6 - LA COMUNICAZIONE, LE COMUNITÀ ONLINE E LE RETI

7 - LE NUOVE RELAZIONI CHE LA COMUNICAZIONE DIGITALE CREA

8 - LA TRASFORMAZIONE DELLA COMUNICAZIONE QUOTIDIANA TRA COMUNICAZIONE DIRETTA

9 - LE IMPLICAZIONI COMUNICATIVE DI DUE GENERAZIONI A CONFRONTO

10 - I TRE LIVELLI DELLA COMUNICAZIONE DIRETTA: IL LINGUAGGIO VERBALE, NON VERBALE

11 - IL LINGUAGGIO DEL CORPO

12 - CREDIBILITA' E FIDUCIA: GLI ASSET DELLA COMUNICAZIONE DI LUNGO TERMINE

13 - LA COSTRUZIONE DELLA CORNICE RELAZIONALE DI FIDUCIA: IL RAPPORT

14 - I SISTEMI RAPPRESENTAZIONALI: I DIVERSI MODI DI ELABORARE LE INFORMAZIONI

15 - LA COSTRUZIONE DELLA CORNICE RELAZIONE TRAMITE I CANALI SENSORIALI

16 - I LIVELLI DI INFLUENZA NELLA COMUNICAZIONE

17 - L'IMPATTO DEI SISTEMI DI CONVINZIONI NELLA COMUNICAZIONE

18 - L'IMPATTO DELLA SCALA VALORIALE NELLA COMUNICAZIONE

19 - I FILTRI PERCETTIVI

20 - LE DIVERSE POSIZIONI PERCETTIVE IN COMUNICAZIONE

21 - IL "CLEAN LANGUAGE"

22 - LE CANCELLAZIONI, DISTORSIONI E GENERALIZZAZIONI

23 - LE DOMANDE DI PRECISIONE PER RECUPERARE INFORMAZIONI CANCELLATE

24 - L'UTILIZZO DI METAFORE AI FINI DI UNA COMUNICAZIONE EFFICACE

25 - INTELLIGENZA EMOTIVA E COMUNICAZIONE: SELF-PERCEPTION

26 - INTELLIGENZA EMOTIVA E COMUNICAZIONE: SELF-EXPRESSION

27 - INTELLIGENZA EMOTIVA E COMUNICAZIONE: RELAZIONI INTERPERSONALI

28 - INTELLIGENZA EMOTIVA E COMUNICAZIONE: SELF-AWARENESS

29 - INTELLIGENZA EMOTIVA E COMUNICAZIONE: SELF-MANAGEMENT

30 - INTELLIGENZA EMOTIVA E COMUNICAZIONE: SELF-DIRECTION

31 - LO STORYTELLING: L'EVOLUZIONE DEL CONCETTO DI STORIA

32 - LO STORYTELLING: COS'E' UNA STORIA E COSA NON E'

33 - LO STORYTELLING: LA COSTRUZIONE DI UNA STORIA

34 - LO STORYTELLING: LA "PURPOSE-TOLD STORY" VS LA "FICTION-TOLD STORY"

35 - LO STORYTELLING: LA STORIA AL SERVIZIO DEL MARKETING

36 - LO STORYTELLING: LA STORIA AL SERVIZIO DELLE VENDITE