

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Settings und Dynamiken in Gruppen und Social Media
Prüfungskodex	17255
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	M-PED/01
Studiengang	Bachelor in Kommunikations- und Kulturwissenschaften
Semester	2.
Studienjahr	3.
Kreditpunkte	12
Modular	Ja

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	45 Stunden und 45 Stunden
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	/
Anwesenheit	Laut Regelung
Voraussetzungen	/

Spezifische Bildungsziele	<p>Die Lehrveranstaltung „Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften“ ist im Wissenschaftsbereich „Allgemeine- und Sozialpädagogik“ „caratterizzanti“ angesiedelt. Verwandte Fächer sind: Soziologie mit besonderer Berücksichtigung der Gruppensoziologie und der Organisationssoziologie und Sozialpsychologie.</p> <p>Bildungsziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Die Vermittlung der wissenschaftlichen Grundlagen und Inhalte und deren Bedeutung für das eigene professionelle Handeln. -Der Erwerb von Kenntnissen im Bereich der verschiedenen Settings und Dynamiken von Gruppen. -Die Entwicklung und Förderung professioneller Handlungskompetenzen im Umgang mit Gruppen und ihrem jeweiligen Kontext. -Die Förderung der Reflexiven Kompetenzen im Umgang mit Gruppen unter Berücksichtigung des sozialen Kontextes <p>Il corso di “Social Meida” si inserisce nell’area attività affini o integrative del CdS e punta a dare ai partecipanti la capacità di impostare strategie di comunicazione digitali sostenibili ed efficaci per la promozione di se stessi e di progetti indirizzati alle istituzioni e alle aziende. Sviluppando ulteriormente delle modalità didattiche già sperimentate con successo negli anni precedenti, il corso fa un uso estensivo di esercitazioni pratiche, simulazioni e role playing.</p> <p>Le strategie affrontate riguardano le qualità educative e comunicative dei social media e affrontano anche il tema del branding online. Il corso ha un’anima teorica e una pratica. Innanzitutto si punta a rafforzare le capacità di riflessione, ascolto e analisi: per chiarire il proprio progetto di carriera nel caso del self-branding; per riuscire a dialogare col management da posizioni non esclusivamente "tecniche" nel caso dei rapporti con le aziende.</p>
----------------------------------	--

	La parte pratica del corso affronterà la scelta dei social media da utilizzare in contesto professionale per promuovere campagne di comunicazione e sensibilizzazione. Particolare attenzione verrà riservata a luoghi e modalità di comunicazione in cui si incontrano istituzioni e mercato: i settori del turismo, dei linguaggi del design.
Modul 1	Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften
Dozent	<i>Prof. Dr. Walnöfer Gerwald</i> E-Mail Gerwald.Walnoefer@unibz.it Büro 301, Tel. 0472 014140
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	M-PED/01
Unterrichtssprache	<i>Deutsch</i>
Sprechstunden	von Montag bis Freitag auf Anfrage
Auflistung der behandelten Themen	<p>Einführung in die theoretischen Grundlagen von Settings und Dynamiken in Gruppen Verschiedene Formen und Konstellationen von Gruppen: Kleingruppen Großgruppen Informelle Gruppen Formelle Gruppen Arbeitsgruppen und Teams in Non- Profit und Profit-Organisationen Gruppen in Verschiedenen Kontexten und Umgebungen Soziokulturelle Faktoren</p> <p>Die verschiedenen Phasen der Gruppendynamik Gruppenbildung Gruppenidentifikation Rollenbilder innerhalb der Gruppe Gruppe und Umfeld</p> <p>Die verschiedenen Rollen der Akteure Rollenanalyse und Beschreibungen anhand verschiedener Methoden</p> <p>Grundlagen der Kommunikation in- und zwischen Gruppen Kommunikationsformen und mögliche Kommunikationsprobleme Dynamiken von Konflikten in der Kommunikation</p> <p>Arbeiten mit Gruppen Analysieren und begleiten von Gruppenprozessen Interventionsformen in spezifischen Stadien und Situationen der Gruppendynamik: Team Building, Konfliktlösungsstrategien, Supervision und Gruppenarbeit</p>
Unterrichtsform	Vorlesungen; Einzel- und Gruppenarbeiten;
Gesamtanzahl Vorlesungsstunden/ Laboratoriumsstunden	45
Kreditpunkte	6
Modulo 2	Social Media

Docente	<p><i>Prof. Weyland Beate</i> E-Mail Beate.Weyland@unibz.it</p> <p><i>dr. Zadra Cinzia</i> E-Mail Cinzia.Zadra@unibz.it</p>
Settore scientifico disciplinare	M-PED/01
Lingua ufficiale del corso	<i>Italiano</i>
Orario di ricevimento	da lunedì a venerdì previo appuntamento
Lista degli argomenti trattati	<p>Teorie alla base dei social networks online e offline</p> <p>La media literacy Usare e interpretare i media</p> <p>Identità e rappresentazione Strategie dei brand sui social media</p> <p>Potenzialità e criticità in contesti formali e informali Questioni giuridiche, privacy</p> <p>Progettare con i SM Comunità informali e professionali</p> <p>Comunicazione, collaborazione e interazione sociale</p> <p>Responsabilità e riflessività Metodi per lo sviluppo del pubblico</p> <p>Condivisione e capitale sociale Le fasi del coinvolgimento degli utenti</p> <p>Mobilizzazione e engagement Influenza, diffusione, contagio</p> <p>Il lato oscuro dei social media Comportamenti di consumo</p> <p>Esempi e best practices di utilizzo dei social media in varie tipologie di impresa (culturale, sociale, economica)</p>
Attività didattiche previste	Lezioni, esercitazioni, laboratori, progetti, etc.
Numero totale di ore lezione/laboratorio	30 ore Weyland Beate 15 ore Zadra Cinzia
Crediti formativi	6

Erwartete Lernergebnisse	<p>Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u> Die Studierenden sollen die theoretischen Grundlagen der Gruppendynamik in verschiedenen Settings und Kontexten kennen- und verstehen lernen.</p> <p><u>Anwenden von Wissen und Verstehen:</u> Das erworbene Wissen wird in Bezug zu professionellen Handlungsstrategien gesetzt und anhand konkreter Beispiele umgesetzt. Die Fähigkeit eigene Verhaltensweisen, auf der Basis des erworbenen Wissens fachlich zu reflektieren ist eines der wesentlichen Lernziele.</p> <p><u>Urteilen:</u> Die kritische Reflexion über den Umgang mit Gruppen und Methoden der Gruppenarbeit auf der Grundlage berufsethischer Prinzipien soll entwickelt und gefördert werden.</p>
---------------------------------	--

Kommunikation:

Kommunikative Muster werde kritisch hinterfragt, der positive Umgang mit möglichen Konflikten geübt.

Lernstrategien:

Die Lernstrategien betreffen sowohl den Erwerb von Wissen, als auch von Fähigkeiten und Kompetenzen. Literaturstudium, Diskussion von praxisrelevanten Aspekten und das Einüben von lösungsorientierten Verhaltensformen stehen im Mittelpunkt des Lehr- Lernprozesses.

Social Media

Capacità disciplinari

Conoscenza e comprensione

Conoscere la terminologia di base e i concetti della teoria della comunicazione e della media education

Analizzare e rielaborare criticamente i concetti

Collegare le teorie a casi tipici del lavoro di comunicazione

Analizzare criticamente testi e oggetti dei social media

Comunicare in forma orale e multimediale le proprie riflessioni sui temi oggetto di studio.

Comprendere e saper interpretare i messaggi comunicativi, gli intenti relazionali, le strategie di marketing sottese.

Conoscere gli elementi basilari per lo sviluppo e la gestione delle community online legate a brand, prodotti e servizi con approfondimento sulla creazione di contenuti originali per attivare e stimolare engagement.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità trasversali /soft skills

Capacità di utilizzare in maniera creativa e finalizzata alle strategie aziendali (di brand, di prodotto, ecc.) i media digitali e gli ambienti del web 2.0 per realizzare attività di comunicazione e di marketing.

Capacità di legare i contenuti alle mission aziendali e a sistemi di metriche di valutazione

Capacità di proporre soluzioni creative e personali

Capacità di comunicare e interagire in contesti eterogenei (dal gruppo di lavoro alla comunicazione aziendale)

Capacità di lavorare in team di progetto

Capacità di riflettere criticamente sugli argomenti trattati e sui progetti proposti

	<p>Autonomia di giudizio</p> <p>Essere capace di di riflettere sul fenomeno e sulle azioni in modo critico-riflessivo e con una maturità etica e sociale;</p> <p>Abilità comunicative</p> <p>Essere capace di orientare la comunicazione nel social network in modo consapevole a seconda degli scopi che ci si prefigge</p> <p>Presentare in modo efficace a un cliente/interlocutore un progetto sviluppato in team</p> <p>Capacità di apprendimento</p> <p>Usare metodi standard per la definizione di strategie di comunicazione digitali</p>
<p>Art der Prüfung</p>	<p>„Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften“: Zwischenbewertungen + mündliches Zwischengespräch um die Neubearbeitung und/oder die Inhalte des Kurses zu überprüfen.</p> <p>„Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften/Social Media“: - Schriftlich – offene Fragen; Einzel- und Gruppenarbeiten;</p> <p>“Social Media” Präsentation di un project work in gruppo e colloquio orale a partire del diario di bordo o blog personale sui contenuti del corso.</p>
<p>Prüfungssprache</p> <p>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung</p>	<p>Deutsch und Italienisch</p> <p>„Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften“: Bei der schriftlichen Prüfung wird Folgendes in Betracht gezogen und bewertet: Fachwissen und Kompetenzen, logische Struktur, klare Argumentation, formale Korrektheit, Kritische Reflexion. Bei der mündlichen Prüfung wird Folgendes in Betracht gezogen und bewertet: Fachwissen und Kompetenzen, klare Argumentation, Fähigkeit einer kritischen Analyse, Fähigkeit zur Reflexion.</p> <p>Notenermittlung „Settings und Dynamiken in Gruppen und Gemeinschaften/Social Media“: Die Gesamtnote ergibt sich aus dem Durchschnitt der schriftlichen und der mündlichen Bewertung.</p> <p>„Social Media“: La valutazione dei project work sui social media (elaborati in gruppo durante il corso) e del diario di bordo o blog personale fanno parte della prova scritta. Per i progetti di laboratorio e le esercitazioni vengono considerati e valutati: la capacità di lavorare in gruppo e di spiegare le attività di progetto, la capacità di elaborare una proposta coerente con le tematiche del corso, la capacità di valutare il percorso e i prodotti realizzati.</p>

	<p>Per il diario di bordo vengono considerati e valutati: creatività, pertinenza, chiarezza argomentativa, capacità di analisi critica, capacità di rielaborazione, riflessione a partire dal lavoro svolto e dagli argomenti trattati.</p>
Pflichtliteratur	<p>Mecheril, P. (Hrsg.) Migrationspädagogik, Beltz 2010 Auernheimer, G. (Hrsg.) Interkulturelle Kompetenz und pädagogische Professionalität, Springer 2013 Jenkis, H. (2010). <i>Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo.</i> Milano: Guerini. Ferrandina A., Zarriello R, <i>Social Media Marketing. Una guida per i comunicatori digitali</i>, Franco Angeli, 2012.</p>
Weiterführende Literatur	<p>Schmidt , J.-H. (2013). <i>Social Media.</i> Wiesbaden: Springer.</p> <p>Daxton R. S.(a cura di), <i>Social media and the Law, A Guidebook for Communication Students and Professionals</i>, Routledge, New York, 2013.</p> <p>Krüger K., Regier S., <i>Marketing in Social Networks</i>, EUL Verlag, Köln, 2012.</p>