



CUSANO

Insegnamento	Influencer and Leadership Studies
Livello e corso di studio	Corso di Laurea Magistrale in Digital Communication (classe LM-19)
Settore scientifico disciplinare (SSD)	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi G SPS-06/A - Sociology of Cultural and Communication Processes
Anno Accademico	2025-2026
Anno di corso	6
Numero totale di crediti	6
Propedeuticità	-
Docente	Prof. Luca Bussoletti Dipartimento: Scienze Economiche, Psicologiche, della Comunicazione, della Formazione e Motorie. Nickname: luca.bussoletti E-mail: luca.bussoletti@unicusano.it Orario di ricevimento: consultare il calendario Videoconferenze/Ricevimenti Telematici all'interno della sezione avvisi del corso in piattaforma.
Presentazione	L'insegnamento punta ad approfondire la rilevanza, nell'attuale contesto sociale e in special modo nell'ampio universo della comunicazione, di due concetti essenziali come quello della leadership e quello dell'influenza. Dalla dimensione strettamente sociale e politica a quella del management e del marketing, gli studenti affronteranno un percorso analitico e pratico volto a mettere in luce caratteristiche trasversali e possibilità professionali di pari passo con l'evoluzione del rapporto tra emittenti (politica, giornalismo, aziende) e pubblico.
Obiettivi formativi disciplinari	Gli obiettivi formativi dell'insegnamento di "Influencer and Leadership Studies" sono: 1. Definire i concetti di leadership e dell'influenza; 2. Analizzare la dimensione sociale e politica della leadership e dell'influenza 3. Analizzare la dimensione manageriale e di marketing della leadership e dell'influenza 4. Illustrare le caratteristiche trasversali dei due concetti nel contesto della comunicazione
Prerequisiti	-
Risultati di apprendimento attesi	In sintesi, i risultati di apprendimento attesi sono: CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE (KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING): lo studente avrà acquisito la conoscenza e la capacità di comprensione dei concetti della leadership e dell'influenza nel contesto della comunicazione e degli impatti nelle dimensioni sociali, politiche e manageriali. APPLICAZIONE DELLA CONOSCENZA E DELLA COMPrensIONE (APPLYING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING): lo studente sarà in grado applicare le conoscenze apprese, relative al ruolo che la leadership e l'influenza possono avere nel funzionamento dei processi di comunicazione. AUTONOMIA DI GIUDIZIO (MAKING JUDGEMENTS): lo studente sarà in grado di interpretare il funzionamento dei processi di comunicazione all'interno delle organizzazioni e nella società identificando il ruolo della leadership e dell'influenza. ABILITÀ COMUNICATIVE (COMMUNICATION SKILLS): lo studente avrà un linguaggio tecnico-scientifico appropriato che permetta di esprimere in modo chiaro e privo di ambiguità le conoscenze tecniche acquisite nell'ambito degli argomenti proposti ed analizzati. CAPACITÀ DI APPRENDERE (LEARNING SKILLS): lo studente sarà in grado utilizzare sapientemente le conoscenze acquisite per lo studio e l'analisi del funzionamento dei principali organi dello stato italiano e dei suoi rapporti con la comunità internazionale.
Organizzazione dell'insegnamento	Il corso è sviluppato attraverso le lezioni preregistrate audio-video che compongono, insieme a slide e dispense, i materiali di studio disponibili in piattaforma. Sono poi proposti dei test di autovalutazione , di tipo asincrono, che corredano le lezioni preregistrate e consentono agli studenti di accertare sia la comprensione, sia il grado di conoscenza acquisita dei contenuti di ognuna delle lezioni.

	La didattica interattiva è svolta nel forum della “ classe virtuale” e comprende 3 e Tivity che applicano le conoscenze acquisite nelle lezioni e prevedono un’interazione con il programma radio del docente presso l’emittente dell’Ateneo. In particolare, il Corso di Influencer and Leadership Studies prevede 6 Crediti formativi. Il carico totale di studio per questo modulo di insegnamento è compreso tra 220 e 250 ore così suddivise in: circa 160 ore per la visualizzazione e lo studio del materiale videoregistrato (22 Ore videoregistrate di Teoria e 10 ore di esercitazioni). Circa 60 ore di Didattica Interattiva per l’elaborazione e la consegna di 3 Eivity Circa 10 ore di Didattica Interattiva per l’esecuzione dei test di autovalutazione. Si consiglia di distribuire lo studio della materia uniformemente in un periodo di 11 settimane dedicando tra le 20 alle 30 ore di studio a settimana
Contenuti del corso	Il programma si divide in quattro moduli composti da lezioni corredate dal proprio materiale di supporto (slides e appunti della lezione). Di seguito, il dettaglio degli argomenti trattati: • Modulo 1: Introduzione ai concetti di leadership e di influenza nella società e nella politica • Modulo 2: La leadership nelle organizzazioni e nei processi di marketing e comunicazione • Modulo 3: L’influenza nelle organizzazioni e nei processi di marketing e comunicazione • Modulo 4: Le caratteristiche trasversali e le specificità della leadership e dell’influenza nel settore della comunicazione
Materiali di studio	• Videolezioni preregistrate a cura del docente suddivise in moduli • Materiali didattici di supporto a cura del docente (appunti delle lezioni, slide e altro) • Testi consigliati dal/la docente
Modalità di valutazione	L’esame consisterà di norma nello svolgimento di una prova scritta o nel sostenimento di una prova orale tendente ad accertare le capacità di analisi, la proprietà di linguaggio e la capacità di applicazione dei concetti acquisiti. La prova scritta prevede 30 domande a risposta multipla che riguardano l’intero programma dell’insegnamento da svolgere in 30 minuti. Solo un’opzione di ogni domanda è quella corretta. Ad ogni domanda a risposta multipla relativa ai contenuti del programma d’esame viene attribuito il valore di 1 punto per risposta corretta. Tutte le domande corrette consentono di raggiungere il punteggio di 30 e così a scendere. La prova orale consiste in un colloquio teso ad accertare il livello di preparazione dello studente. Il colloquio si compone di 3 domande che riguardano l’intero programma dell’insegnamento, ogni domanda ha uguale dignità e pertanto un massimo voto pari a 10. Sia nella prova scritta che nella prova orale particolare attenzione nella valutazione delle risposte viene data alla capacità dello studente di rielaborare, applicare e presentare con proprietà di linguaggio il materiale presente in piattaforma. La prova scritta prevede 30 domande a risposta chiusa da svolgersi in 30 minuti. Ad ogni domanda chiusa esatta viene attribuito un valore pari a 1. In sede di valutazione finale, si terrà conto anche della proficua partecipazione ai forum (aule virtuali) e al corretto svolgimento delle e Tivity proposte.
Criteri per l’assegnazione dell’elaborato finale	L’assegnazione dell’elaborato finale avverrà sulla base di un colloquio con il/la docente in cui lo studente manifesterà i propri specifici interessi in relazione a qualche argomento che intende approfondire; non esistono preclusioni alla richiesta di assegnazione della tesi e non è prevista una media particolare per poterla richiedere.