



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Consumer Psychology

2324-2-F9201P212

Area di apprendimento

Insegnamento mutuato da 2324-2-F5106P018 - fate riferimento a quel syllabus onde evitare problemi di sincronizzazione

Area di apprendimento delle teorie fondamentali e delle metodologie della ricerca psicologica in ambito sociale e economico

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione
Modelli e teorie sulla presa di decisione
Modelli e teorie sugli atteggiamenti e persuasione
Contesti e trends di consumo
Predizione del comportamento del consumatore

Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Applicazione della psicologia dei consumi al marketing
Metodologie di ricerca
Casi di Marketing

Contenuti sintetici

Il corso fornisce una panoramica completa dei principali temi della Psicologia dei Consumi e integra i contributi teorici con i case histories delle principali marche e aziende.

Programma esteso

Il corso è diviso in tre parti:

La prima riguarda i contributi teorici ed i modelli per la comprensione del consumatore come individuo, focalizzandosi quindi sul decision making, la percezione e l'apprendimento.

La seconda parte riguarda motivazione, atteggiamenti, costruzione identitaria in relazione ai prodotti di consumo e alle marche, il ruolo del contesto socio-culturale, del gruppo sociale e della pubblicità

La terza parte esplora i campi di applicazione come l'information communication technologies per la ricerca sul consumatore e la strategia, il consumo di cibo, il marketing dell'esperienza, i social media strategy e analytics, la ricerca sulla UX e CX

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Oltre alla lezione tradizionale, esercizi di gruppo, esercitazioni e testimonianze aziendali.
Tutte le lezioni sono svolte con il preciso obiettivo di trasferire competenze applicate e operative

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto con domande chiuse e aperte finalizzate a valutare la padronanza delle principali teorie e concetti oltre all'abilità di adottare metodologie adeguate ai fini delle applicazioni strategiche.

Un ulteriore esame orale facoltativo può essere sostenuto a richiesta su tutto il programma che può aumentare o diminuire la valutazione dello scritto fino ad un massimo di tre punti.

Gli studenti che frequentano le lezioni sono coinvolti in esercitazioni di gruppo utili alla preparazione dell'esame. Le valutazioni dei progetti di gruppo possono contribuire al voto finale fino a due punti.

Testi di riferimento

Il materiale di esame e libri di testo saranno comunicati sulla piattaforma dopo l'inizio delle lezioni.

Sustainable Development Goals

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
