

SYLLABUS DEL CORSO

Psicologia del Comportamento Economico e dei Consumi

2425-3-E2004P029

Area di apprendimento

3: Studio degli aspetti socio-economici e culturali legati ai processi comunicativi.

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

- Conoscenza di alcuni fattori fondamentali dello sviluppo della psicologia economica e dei consumi.
- Conoscenza dei processi psicologici che influenzano il comportamento economico e dei consumi.
- Comprensione dell'influenza dei fenomeni di consumo sugli individui, le relazioni, le organizzazioni e i contesti di vita.
- Conoscenza di concetti tecnici utili per le ricerche di mercato e il marketing.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Identificazione e analisi critica delle ricadute psicologiche dei fenomeni di consumo.
- Identificazione di processi psicologici nei comportamenti economici.
- Analisi critica di pubblicità e azioni di marketing e identificazione delle teorie psicologiche utilizzate.
- Conoscenza delle professioni psicologiche nell'ambito dei consumi e dei processi economici.

Contenuti sintetici

L'insegnamento è finalizzato ad approfondire il legame tra processi psicologici e comportamenti economici e di consumo. Tale tema verrà analizzato da entrambi i punti di vista: come i processi psicologici influenzino i

comportamenti e come i fenomeni di consumo influenzino i processi psicologici. Il corso ha inoltre l'obiettivo di illustrare lo sviluppo della psicologia in questo ambito, sia da un punto di vista teorico sia da un punto di vista professionale.

Programma esteso

La prima parte del corso approfondirà la relazione tra i processi psicologici e lo sviluppo e l'uso del denaro:

- Evoluzione della moneta e conseguenze psicologiche
- Evoluzione del credito e conseguenze psicologiche
- Il legame attuale tra il denaro e i processi psicologici

La seconda parte del corso si focalizzerà sull'influenza dei processi psicologici nei comportamenti economici e di consumo:

- Decision making e processi economici e di consumo
- Motivazione e processi identitari
- Influenza sociale e consumo

La terza parte del corso riguarderà le ricadute dei fenomeni di consumo sui processi psicologici e gli stili di vita:

- Analisi storica dei fenomeni di consumo
- Rapporto tra organizzazioni e consumatori
- Consumi e sostenibilità

Durante il corso verranno analizzate criticamente diverse pubblicità e azioni di marketing identificando l'utilizzo delle teorie psicologiche.

Prerequisiti

Non ci sono prerequisiti, oltre a conoscenze psicologiche di base.

Per l'a.a. 2024/2025 non sarà possibile selezionare questo insegnamento come iscrizione a Corso singolo.

Metodi didattici

Il corso prevede 29 lezioni da 2 ore svolte in modalità prevalentemente erogativa e in presenza.

Le lezioni prevedono frequenti momenti di interazione attiva degli studenti attraverso dibattiti, analisi di video e case study, oltre alla lettura della realtà di vita sperimentate dagli studenti attraverso le teorie studiate. Il corso è erogato in lingua italiana.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento sarà effettuata attraverso una prova scritta, articolata in una parte con domande a scelta multipla e una parte con domande aperte. Le domande a scelta multipla sono volte a verificare la specifica conoscenza dei principali aspetti teorici trattati nel corso mentre le domande aperte verificano il grado di comprensione e padronanza delle stesse conoscenze attraverso la richiesta di esposizioni più articolate e riflettute. Gli studenti che hanno ottenuto la sufficienza nella prova scritta possono richiedere un colloquio orale integrativo che verterà su tutti gli argomenti del corso.

Non sono previste prove *in itinere*.

Testi di riferimento

Informazioni dettagliate circa il materiale didattico saranno pubblicate sulla pagina e-learning associata al corso.

Gli studenti/le studentesse Erasmus possono contattare il/la docente per concordare la possibilità di studiare su una bibliografia in lingua inglese e/o la possibilità di sostenere l'esame in inglese.

Sustainable Development Goals

SALUTE E BENESSERE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
