



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Consumer Financial Behaviour and Financial Wellbeing

2627-3-E1803M122

Obiettivi formativi

L'obiettivo generale di questo corso è fornire agli studenti i fondamenti della sociologia del denaro e della psicologia economica sul benessere finanziario.

In dettaglio, gli studenti saranno in grado di:

Conoscere i principi base della sociologia del denaro e della psicologia economica

Avere una visione critica di cosa sia il benessere finanziario e di come raggiungerlo

Acquisire familiarità con i bias psicologici del comportamento finanziario (come la contabilità mentale e l'avversione alla perdita)

Comprendere i processi sociali di base – come la socializzazione finanziaria – che portano a costruire le proprie competenze finanziarie

Comprendere le principali differenze di genere nelle competenze finanziarie

Contenuti sintetici

Il corso esplora i principi base sociologici e psicologici relativi al comportamento finanziario. Partendo dalle basi della sociologia del denaro e della psicologia economica, esplora le recenti ricerche sui comportamenti finanziari dei consumatori e sulle competenze finanziarie e sulle differenze di genere nei processi di socializzazione economica

Programma esteso

Il corso è progettato per esplorare i principi dell'aspetto sociologico e psicologico del comportamento del consumatore finanziario. Il corso ha un approccio multidisciplinare, incentrato principalmente sulla sociologia ma anche sulla psicologia economica e sulla finanza comportamentale. Vi verrà chiesto di fare esercizi, questionari,

interviste per testare la vostra comprensione del comportamento finanziario dei risparmiatori. Il corso è diviso in tre parti. Nella prima parte del corso si esploreranno i significati sociali del denaro (in riferimento agli studi di Viviane Zelizer).

La seconda parte tratterà delle recenti ricerche sul benessere finanziario e sul motivo per cui è difficile raggiungerlo a causa di vincoli psicologici e sociali. Muovendo dai lavori del Consumer Financial Protection Bureau, esamineremo gli errori di base che i clienti commettono quando prendere decisioni finanziarie e i vincoli che caratterizzano il contesto in cui vivono. Nella terza parte, esamineremo le ricerche sulle competenze finanziarie e le differenze di genere

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Il corso è interamente tenuto in lingua inglese. Tutte le lezioni sono svolte in presenza. Il corso prevede: lezioni teoriche in aula, lettura di articoli su riviste peer-reviewed, illustrazione di case history, discussioni ed esercitazioni di gruppo. Maggiori informazioni verranno fornite durante le lezioni. La classe utilizza la discussione in aula come base dell'esperienza universitaria. La lettura di alcuni documenti o articoli online prima della lezione sarà consigliata ogni settimana per partecipare attivamente.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La valutazione degli studenti consisterà in una PROVA SCRITTA FINALE con 6 domande aperte in lingua inglese sui testi illustrati in "TESTI DI RIFERIMENTO" di seguito

Durante il periodo di erogazione del corso, la verifica dell'apprendimento avviene con: preparazione di una presentazione di gruppo utilizzando alcuni dei contenuti discussi nel corso (FINANCIAL BEHAVIOUR - TEAM PRESENTATION EXERCISE)

Al voto finale ottenuto nella prova verranno aggiunti fino ad un massimo di 3 punti per i lavori di gruppo (FINANCIAL BEHAVIOUR - TEAM PRESENTATION EXERCISE).

Per ulteriori informazioni è possibile scrivere a emanuela.rinaldi@unimib.it

Testi di riferimento

TESTI DI RIFERIMENTO

- Consumer Financial protection Bureau (2015), "Financial well-being: the goal, financial education", report, July, see https://files.consumerfinance.gov/f/201501_cfpb_report_financial-well-being.pdf
- Rinaldi E.E., Salmieri L., Vera J. (2022), Gender Difference in Financial Literacy and Socialization: Comparing

Italy to Spain, in «Italian Journal of Sociology of Education», 14 (2), pp. 121-149.

•Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. Journal of Behavioral decision making, 12(3), 183-206.

• Zelizer, V. A. (2021).* The social meaning of money: Pin money, paychecks, poor relief, and other currencies*. Princeton University Press.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Il semestre

Lingua di insegnamento

inglese

Sustainable Development Goals

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
