****

**Sociologia e Psicologia del consumo**

**Anno Accademico 2019-2020**

**Docente: Andrea Farinet**

**Remo Lucchi**

**Obiettivi del corso:**

Gli obiettivi principali di questo corso sono tre:

* Sensibilizzare gli studenti sui**nuovi approcci**allo studio della**psicologia** dei **clienti**;
* Approfondire le **nuove metodologie**di**analisi sociologica**e**psicologica** dei principali processi di acquisto (beni e servizi di largo consumo/beni e servizi industriali);
* Analizzare **le metodologie piu’ utilizzate**e le **case history più interessanti** del mercato italiano ed internazionale.

L’analisi psicologica del mercato - e della domanda in particolare – diviene un elemento sempre più importante per comprendere il funzionamento competitivo dei mercati moderni.

A livello generale l’economia e la *business administration* assegnano sempre più importanza alla comprensione profonda dei *processi cognitivi* ed *emotivi* alla base delle scelte economiche.

Da sempre la **teoria della domanda** costituisce **l’anello debole** delle teorie economiche, in quanto richiede necessariamente un approccio interdisciplinare. Il comportamento dei clienti può essere letto ed interpretato in molti modi, grazie al contributo di discipline quali la statistica, la sociologia, l’antropologia, la geografia economica, ecc.

La**parte introduttiva** del corso è dedicata all’approfondimento dei **concetti fondamentali** della psicologia sociale, con un particolare riferimento alle applicazioni specifiche del mondo del marketing. La**parte centrale** del corso è, pertanto, dedicata all’illustrazione ed al commento delle principali metodologie di analisi interpretativa del **Customer Mind**e del**Customer Behaviour** nei principali mercati. Verranno, pertanto, illustrate e commentate le principali metodologie di riferimento utilizzabili per l’analisi dei clienti e per la progettazione della nuova offerta.

**Programma del corso:**

19/09/2019 docente Farinet: Introduzione del corso

26/10/2019 docente Lucchi: Lo scenario culturale italiano: uno schema di riferimento

3/10/2019 docente Lucchi: La sociologia dei consumatori nel contesto italiano

10/10/2019 docente Lucchi: Gli italiani e i nuovi Media

17/10/2019 docente Farinet: Fondamenti logici e teorici della sociologia e psicologia del consumo

24/11/2019 docente Farinet: Gli aspetti sociali e psicologici dei nuovi Media

7/11/2019 docente Farinet: La customer experience: uno schema di riferimento

14/11/2019 docente Farinet: La customer experience: esempi ed esercitazioni

21/11/2019 docente Farinet: Come riprogettare la customer experience

28/12/2019 docente Farinet: Come riprogettare la customer experience online

5/12/2019 docente Farinet: esercitazione

12/12/2019 docente Farinet: esercitazione finale

19/12/2019 prova finale

**Modalità d’esame**

Unica prova scritta a fine corso

**Bibliografia:**

Farinet A., Socialing (2015),**Socialing**, Milano, Franco Angeli.

**Orario ricevimento:**

**Prof. Andrea Farinet, Martedi h.18.00 Indirizzo mail: afarinet@liuc.it**

Edificio M11 ufficio docenti (primo piano)

**Prof. Remo Lucchi Indirizzo mail: rlucchi@liuc.it**