

PROGRAMMA DEL CORSO DI PSICOLOGIA ECONOMICA

SETTORE SCIENTIFICO

M-PSI/05

CFU

12

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle seguenti tipologie di attività:

Redazione di un elaborato (E-tivity strutturata):

Partecipazione a una web conference;

Partecipazione al forum tematico;

Lettura area FAQ;

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

/**/

1. L'economia applicata
2. I modelli cognitivi in economia
3. Intelligenza artificiale e programmi informatici nei compiti economici
4. La decisione quale scelta d'azione economica
5. L' Economia comportamentale
6. L'economia cognitiva

7. Il giudizio umano
8. L'Economia Cognitiva e le trappole mentali
9. I risultati dell'economia cognitiva
10. La Neuroeconomia
11. Il cervello: i luoghi della decisione
12. La neuroeconomia e le decisioni di routine
13. Le scelte economiche e le influenze delle emozioni
14. L'uomo e la nascita delle emozioni
15. Emozioni, motivazioni e soddisfazione dei bisogni
16. Il neuromarketing
17. La scelta irrazionale del consumatore
18. La scatola nera del cervello e le preferenze rivelate
19. L'origine mentale della capacità
20. Le decisioni e gli emisferi cerebrali
21. Le quattro aree cerebrali di Herrmann
22. Localizzazioni cerebrali ed espressioni comportamentali tipiche
23. La razionalità dell'agente cognitivo
24. Le reazioni costruttive
25. Autocontrollo e scelta intertemporale
26. Preferenze degli economisti e integrazione percettiva
27. Consumi che prevedono dipendenza fisica e psicologica
28. Le decisioni economiche e le umane interazioni strategiche
29. Descrizione dei giochi
30. I giochi NTU e i giochi TU

31. Gioco: massimo guadagno e punto di equilibrio
32. L'alea nel gioco
33. La teoria dei giochi e l'assioma della razionalita'
34. Le strategie del gioco nel mondo animale
35. Strategia tit for tat e the war of Attrition e chicken
36. Il doping agonistico, il mercato farmaceutico e la politica ambientale
37. Applicazioni della Teoria dei Giochi alla Biologia
38. Il gioco dell'Ultimatum
39. I giochi e gli economisti della mente
40. La Teoria dei Giochi e le interazioni sociali
41. Le azioni economiche, le facoltà della mente umana e i suoi circuiti neuronali
42. I giochi economici e il senso di equità
43. L'economia della felicità
44. L'elasticità della felicità economica
45. I circuiti neuronali e la soddisfazione economica del piacere
46. L'Econofisica
47. L'Economia e le teorie associate a regolarità e simmetrie
48. L'Economia e le leggi della Meccanica
49. La Teoria della probabilità in contesto economico
50. Le critiche mosse all'Econofisica
51. Economia biologica o econobiologia
52. Charles Darwin e il pensiero economico attuale
53. La grafoeconomia

54. Il linguaggio nell'incontro contrattuale
55. La linguistica e l'interpretazione di un testo in economia
56. Il linguaggio economico come linguaggio settoriale
57. La funzione sociale del linguaggio e i contesti economici
58. Incontri economici e linguaggio non verbale
59. Caratteristiche della comunicazione professionale
60. Il linguaggio scritto: un nuovo modo di guardare ad un testo economico
61. Analisi e processazione della scrittura
62. La scienza cognitiva e il linguaggio scritto
63. Il linguaggio scritto come processo cognitivo
64. Metodo osservativo nella comprensione del linguaggio tecnico
65. La scrittura come fenomeno complesso
66. Il metodo simulativo e il linguaggio
67. Linguaggio e cervello
68. Le componenti mentali del processo grafico
69. Il metodo "semio-grafo analitico" e l'emozionalità negli acquisti
70. L'analisi della scrittura e i segni dell'emozione
71. La ricerca sperimentale e l'identificazione delle emozioni
72. I risultati della ricerca semiografoanalitica

OBBLIGO DI FREQUENZA

/**/

Obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di partecipare all'80% delle attività proposte in piattaforma.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

PROVA ORALE, con la quale verranno verificate le abilità, le conoscenze e le competenze acquisite al termine del corso, il voto finale è in trentesimi.

PROVA SCRITTA, con la quale verranno verificate le abilità, le conoscenze e le competenze acquisite al termine del corso. Consiste nella somministrazione di una prova strutturata di 30 domande a risposta multipla con 4 risposte, il voto finale è in trentesimi. La durata della prova scritta è di 30 minuti.

TESTI CONSIGLIATI

Rosa F. (2019). Il Mercato della mente spiegato con le mani, Currenti Calamo Editore, ISBN 9788899448738, facente anche parte della Collana Scientifica "Unilibris" con ISSN 2713990 (2019);

Rosa F. (2020). Manuale di Neuroscienze economiche e sociali, Currenti Calamo Editore, ISBN 9788899448813, facente anche parte della Collana Scientifica "Unilibris" con ISSN (2020) 2713990;

Rosa F. (2020). L'umanoide agente economico, Currenti Calamo Editore, ISBN 9788899448790, facente anche parte della Collana Giuridica "Unilibris" con ISSN 2713990

Oliviero, N., Russo, V., Psicologia dei consumi, 2° ed. McGraw-Hill, Milano, 2013

Kahneman, D., Pensieri lenti e veloci, ed. Mondadori, 2012

RECAPITI

/**/

francesco.rosa@unipegaso.it

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Al termine del corso, lo studente dovrà essere in grado di conoscere i modelli teorici, i metodi e le tecniche della Psicologia Economica per identificare i nuovi scenari dei comportamenti economici e delle spinte di consumo. Sarà così in grado di conoscere, attraverso una visione interdisciplinare, le origini e gli sviluppi della Psicologia Economica, ormai di grande attualità nella comprensione di fenomeni di questo settore, nonché le basi psicologiche del comportamento del consumatore e i nuovi scenari della ricerca economica.

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

L'obiettivo è quello di permettere allo studente di indagare le dimensioni, di matrice psicosociale, su cui si sviluppano le scelte e i comportamenti economici. Di valutare, attraverso lo studio dell'Economia Comportamentale, dell'Economia Cognitiva e della Neuroeconomia, in che modo si sviluppano i processi decisionali che influenzano le scelte di consumo e di come, gli aspetti cognitivi emotivi e comportamentali, inducano il consumatore all'attivazione delle strategie di marketing. Attraverso il nuovo metodo Grafo-Economico, potranno essere considerate le influenze emotive nelle scelte degli agenti economici.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi.

Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.

Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla.