

CORSO DI STUDIO MAGISTRALE IN
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, SOCIALE E D'IMPRESA (LM-59)
ANNO ACCADEMICO 2023-2024
DENOMINAZIONE DELL'INSEGNAMENTO
PSICOLOGIA DEL MARKETING

Principali informazioni sull'insegnamento	
Anno di corso	<i>Il anno</i>
Periodo di erogazione	<i>I semestre (Ottobre 2023-Gennaio 2024)</i>
Crediti formativi universitari (CFU/ETCS):	<i>6 CFU</i>
SSD	<i>Psicologia del lavoro e delle organizzazioni M-PSI/06</i>
Lingua di erogazione	<i>Italiano</i>
Modalità di frequenza	<i>Frequenza facoltativa ma consigliata</i>

Docente	
Nome e cognome	<i>Amelia Manuti</i>
Indirizzo mail	<i>amelia.manuti@uniba.it</i>
Telefono	<i>0805714043</i>
Sede	<i>Stanza 310, secondo piano, Palazzo Chiaia-Napolitano – Via Crisanzio, 42 Bari</i>
Sede virtuale	<i>MS Teams codice 5p6zqnr</i>
Ricevimento	<i>Martedì 10-12 (l'orario ed il giorno potrebbero subire variazioni con l'avvio delle lezioni)</i>

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
<i>150</i>	<i>28</i>	<i>20</i>	<i>102</i>
CFU/ETCS			
<i>6</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	

Obiettivi formativi	Il corso intende trasferire competenze di lettura ed analisi delle dinamiche e dei meccanismi che sottostanno ai processi del consumo e della comunicazione di marketing, nonché di costruzione di strumenti utili a raccogliere le percezioni del consumatore ed a comprendere i suoi comportamenti di consumo.
Prerequisiti	Gli studenti dovranno possedere conoscenze base relativamente ai processi della comunicazione sociale e competenze metodologiche utili alla costruzione di strumenti per la ricerca psico-sociale

Metodi didattici	Il corso prevede l'utilizzo della tradizionale didattica frontale volta all'acquisizione delle conoscenze teoriche previste dall'insegnamento; di esercitazioni pratiche di gruppo, mediante l'uso di casi aziendali, al fine di acquisire competenze di analisi di progettazione di possibili interventi mirati allo sviluppo di strategie di marketing efficaci e allo sviluppo di soft skills connesse al lavoro di gruppo, alla capacità critica, alla capacità di presentazione in pubblico delle proprie riflessioni.
-------------------------	---

Risultati di apprendimento previsti	
--	--

DD1 Conoscenza e capacità di comprensione	<p>Gli studenti dovranno essere in grado di istituire connessioni tra diverse aree del sapere disciplinare acquisito nel percorso di studi sin qui svolto al fine di elaborare una lettura critica della complessità organizzativa specificatamente in relazione al tema del marketing.</p>
DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate	<p>Gli studenti dovranno essere capaci di applicare le conoscenze acquisite attraverso l'uso di metodologie qualitative e quantitative al fine di pianificare e realizzare interventi atti a gestire la complessità organizzativa</p>
DD3-5 Competenze trasversali	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Autonomia di giudizio</i> Gli studenti dovranno essere in grado di sviluppare un giudizio autonomo e critico nella valutazione di situazioni e contesti decisionali individuali e di gruppo. • <i>Abilità comunicative</i> Al termine del corso gli studenti dovranno essere in grado di utilizzare in maniera efficace gli strumenti della comunicazione organizzativa interpersonale e mediata dalle tecnologie. • <i>Capacità di apprendere in modo autonomo</i> Al termine del corso gli studenti dovranno aver sviluppato una meta-competenza che consenta loro di apprendere come apprendere in maniera efficace non soltanto dai contesti formali della formazione ma anche e soprattutto da quelli non formali ed informali.
Contenuti di insegnamento (Programma)	<ul style="list-style-type: none"> – Il consumatore come decision maker – La percezione nei processi di consumo – Processi di influenza – Comunicazione e marketing – Costruzione identitaria e brand personality – Atteggiamenti di consumo
Testi di riferimento	<p>Olivero, N., Russo, V., (2009) Manuale di Psicologia dei consumi McGraw & Hill Milano</p>
Note ai testi di riferimento	<p><i>Ulteriori materiali utili allo svolgimento delle attività laboratoriali saranno forniti durante il corso</i></p>
Materiali didattici	<p><i>I materiali didattici saranno disponibili sulla pagina di dipartimento della docente</i></p>
Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	<p>La preparazione all'esame sarà valutata tramite prova finale scritta con 6 domande a risposta aperta. Questa modalità consentirà di valutare l'acquisizione delle conoscenze di base trasmesse attraverso la formazione frontale. Durante il corso, le esercitazioni di gruppo e le simulazioni svolte in aula invece consentiranno di valutare l'acquisizione delle abilità operative nella progettazione e nella lettura dei fenomeni organizzativi oltre che le soft skills connesse al lavoro di gruppo, alla capacità critica, alla capacità di presentazione in pubblico delle proprie riflessioni</p>
Criteri di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ capacità di sviluppare mappe cognitive e concettuali estese ed articolate integrando le nuove conoscenze con quelle già in possesso

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Capacità di esemplificare quanto appreso in teoria facendo riferimento a casi concreti • <i>Autonomia di giudizio:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ capacità di sviluppare un punto di vista autonomo sulle questioni affrontate • <i>Abilità comunicative:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Capacità argomentative, uso del lessico scientifico pertinente alla materia • <i>Capacità di apprendere:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ capacità di rielaborazione dei contenuti appresi ed interiorizzazione
<p>Criteria di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</p>	<p>La prova consiste in 6 domande aperte sui temi trattati nel corso. A ciascuna domanda è attribuito un punteggio da 1 (poco) a 5 (moltissimo) in funzione della pertinenza, esaustività, capacità argomentativa della risposta. Il voto è espresso in trentesimi, il minimo è 18. Il voto sarà commisurato alla capacità dello studente di mostrare padronanza rispetto ai criteri precedentemente indicati.</p>
<p>Altro</p>	