

PSICOSOCIOLOGIA DEI CONSUMI CULTURALI

Doc.: Prof. Andrea Alessandrino

Programma per l'A.A. 2017-2018

Il corso ha l'obiettivo di approfondire lo studio del comportamento di consumo attraverso le principali teorie psicologiche classiche e contemporanee, il consumo culturale e l'analisi dei processi individuali e relazionali che sono correlati al comportamento di acquisto. La società contemporanea e i relativi fenomeni di consumo saranno analizzati in prospettiva di una riflessione sui valori e sui modelli sempre più tendenti a una caratterizzazione dell'esistenza dell'individuo: consumo dunque esiste.

Testo adottato: V. Codeluppi, *Manuale di Sociologia dei consumi*, Carocci, Roma 2005 (PARTI DA CONCORDARE).

Bibliografia consigliata per letture integrative facoltative:

- Z. Bauman, *L'etica in un mondo di consumatori*, Editori Laterza, Roma-Bari 2011;
- M. Augé, *Nonluoghi*, Elèuthera, Milano 2009;
- J. Baudrillard, *La società dei consumi*, il Mulino, Bologna 2008;
- Z. Bauman, *Consumo, dunque sono*, Editori Laterza, Roma-Bari 2008;
- Z. Bauman, *Homo consumens*, Erickson, 2007 Gardolo (Tn);
- R. Sassatelli, *Consumo, cultura e società*, il Mulino, Bologna 2004.

Esame finale

L'esame consiste in un colloquio di verifica delle conoscenze acquisite durante le lezioni. In sede di esame gli studenti potranno presentare un argomento a scelta corredato da un'eventuale tesina scritta. La tesina (non obbligatoria) deve essere concordata con il docente e presentata il giorno dell'esame.

SCUOLE: Pittura (Biennio, 2° anno); Arte Ambientale (Biennio, 1° anno); Graphic Design (Biennio, 1° anno)

AULA: F02

ORARIO DELLE LEZIONI: Ore 14:00

GIORNO DELLE LEZIONI: Lunedì (Ciclo A – B)