



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2014-2015

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Internazionale e**

Pubblicitaria

Insegnamento: **Psicologia dei processi cognitivi**

Curriculum: **Pubblicitario**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente: **Aldo Stella**

SSD: **M-PSI/01**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione e**

110 ore di studio individuale

Lingua di insegnamento: **Italiano**

PREREQUISITI

Nessun prerequisito.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso si propone di precisare il concetto di processo cognitivo a muovere dai concetti di informazione, funzione, regola e computazione. Si intende far comprendere il senso dell'analogia mente/computer e a tal fine verranno indicati i principali processi cognitivi, facendo riferimento, in particolare, alla loro rilevanza in ambito pubblicitario.

CONTENUTO DEL CORSO

Verrà preso in esame il modello cognitivo classico o simbolico e la novità che esso rappresenta rispetto al modello comportamentista. La mente informazionale, rappresentazionale e computazionale sarà descritta indicando come il concetto di informazione si traduce nel concetto di rappresentazione o simbolo. L'elaborazione dei simboli verrà precisata nel suo senso computazionale. Verrà dedicata particolare attenzione al ciclo percettivo-inferenziale, al processo della categorizzazione e al ragionamento. Si cercherà di mostrare il rapporto tra modello psicoanalitico e modello cognitivista della mente e come i due modelli possano venire tenuti in considerazione in ambito pubblicitario.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Sono previste 40 ore di lezione, durante le quali si svolgeranno due seminari di approfondimento tematico interdisciplinare, per un totale di 4 ore, da tenersi con la Cattedra di Semiotica (Prof.ssa Giovanna Zaganelli) su "Neuro-narratologia e testo pubblicitario".

Per studenti non frequentanti

Nella Webclass verranno indicati articoli integrativi, utili agli studenti non frequentanti per comprendere meglio il testo di esame. Sono previsti, inoltre, due seminari di 2 ore ciascuno, che si terranno all'inizio e alla fine del Corso in data che verrà precisata nella Webclass. Nel primo si indicheranno i punti fondamentali

intorno ai quali ruota l'intero programma di studio; nel secondo si rifletterà sulle difficoltà incontrate, per cercare di mettere gli studenti non frequentanti nella condizione di poter chiarire i punti ancora oscuri.

TIPO DI ESAME

Orale.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- Stella, A. (2004) *Cognizione e coscienza. Precisazioni su alcuni concetti di scienza cognitiva*, Guerini Scientifica, Milano.

Per non frequentanti:

- Stella, A. (2004) *Cognizione e coscienza. Precisazioni su alcuni concetti di scienza cognitiva*, Guerini Scientifica, Milano.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Eysenk, M.W. & Keane, M.T. (2006). *Psicologia Cognitiva*, Idelson-Gnocchi, Napoli.
- Sternberg, R.J. (2000). *Psicologia cognitiva*, Piccin, Padova.
- Siri G., (2001). *La psiche del Consumo*, Franco Angeli, Milano.
- Siri G. (a cura di) (2004). *Psicologia del consumatore*, McGraw Hill, Milano.

ALTRE INFORMAZIONI

Il ricevimento degli studenti si effettuerà il giovedì dalle ore 11:00 alle ore 12:00, presso il Dipartimento di Culture Compare, sito in via Scortici 1 (lo studio del docente è al secondo piano). Per contattare il docente è possibile telefonare ai seguenti numeri telefonici: 075-690158 (abitazione); 075-5746401 (studio); 335-7027281 (cell.) oppure scrivere al seguente indirizzo di posta elettronica: aldostella@interfree.it o aldo.stella@unistrapg.it.