



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'INSEGNAMENTO

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**

Anno Accademico 2015-2016

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 mettere in luce il senso dell'analogia mente/computer e a tal fine verranno indicati i principali processi cognitivi, affinché lo studente comprenda la ragione per quale la pubblicità intende intervenire non soltanto sui processi coscienti, ma soprattutto sui processi taciti o impliciti di pensiero nonché sulle dinamiche affettive, esse stesse in gran parte inconsce.

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.

Per studenti non frequentanti

Nella Webclass verranno indicati articoli integrativi, utili agli studenti non frequentanti per comprendere meglio i testi di esame. Sono previsti, inoltre, due seminari di 2 ore ciascuno, che si terranno in date che verranno precisate nella Webclass. Nel primo si indicheranno i punti fondamentali intorno ai quali ruota l'intero programma di studio; nel secondo si rifletterà sulle possibili difficoltà, per mettere gli studenti non frequentanti nella condizione di comprendere i punti nodali.

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.
- Stella, A. Dennis, J.L. (2014) *Premesse filosofiche per uno studio scientifico del pensiero riflessivo*, «Epistemologia», 37 (1), 119-133.

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); 335-7027281 (cell.) oppure scrivere al seguente indirizzo di posta elettronica: aldostella@interfree.it o aldo.stella@unistrapg.it.