



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria, storytelling e cultura d'immagine (COMPSSI)**

Insegnamento: **Psicologia del pensiero e dei processi decisionali**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Aldo Stella**

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 2021-2022

PREREQUISITI

È richiesta una buona conoscenza della lingua e della cultura italiana. Per gli studenti stranieri che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana si raccomanda di frequentare prima i lettori offerti dall'Ateneo e di avvalersi del tutorato linguistico.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze e comprensione

Inizialmente verranno affrontati i principali temi della psicologia generale, affinché gli studenti sappiano distinguere i processi cognitivi di ordine superiore da quelli di ordine inferiore. L'obiettivo sarà quello di mostrare come i processi di ordine superiore, quali il pensiero e il ragionamento, costituiscano anche i processi di ordine inferiore, come ad esempio la percezione. Successivamente si preciserà la differenza che sussiste tra pensiero e ragionamento e tra modello normativo e modello descrittivo del pensiero. Questa parte generale avrà l'obiettivo di fornire agli studenti i fondamenti logici della psicologia della decisione. Le strategie decisionali e gli effetti della rappresentazione del compito verranno illustrati in riferimento alle scelte di consumo e si preciserà come queste ultime oggi vengono favorite da una pubblicità che tiene conto anche dei processi che caratterizzano l'inconscio cognitivo e l'inconscio affettivo. L'obiettivo sarà quello di dotare gli studenti di tutti gli strumenti teorici necessari alla configurazione di testi e di narrazioni nonché alla loro interpretazione oltre che quello di mettere gli studenti nella condizione di saper leggere le decisioni di consumo e di riuscire, in una qualche misura, ad orientarle. Infine, gli studenti verranno sollecitati a fornire il loro contributo mediante *tesine*, dalle quali si potrà evincere quanto hanno effettivamente compreso delle lezioni.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

La verifica dell'acquisizione delle conoscenze e della comprensione si misurerà sulla capacità dello studente di tradurle operativamente. Verranno simulati possibili scenari all'interno dei quali lo studente dovrà mostrare di avere fatto proprie le nozioni perché in grado di tradurle in progetti e interventi. Inoltre, sono previsti *seminari* nonché *tesine di approfondimento tematico* sugli argomenti del corso, che gli studenti potranno proporre in forma scritta od orale.

CONTENUTO DEL CORSO

Il programma si divide in 4 parti:

- 1) Nella prima parte verranno esaminati i temi più generali connessi alla psicologia del pensiero e cioè si individuerà la differenza che sussiste tra i processi cognitivi di ordine inferiore e quelli di ordine superiore; tra pensiero e ragionamento; tra pensiero pensante e pensiero pensato; tra pensiero procedurale e pensiero riflessivo e critico; tra processi di pensiero espliciti e impliciti, con particolare riferimento al loro ruolo in ambito pubblicitario.
- 2) Nella seconda parte verranno presi in esame i processi di pensiero più specifici, come deduzione, induzione e abduzione; la spiegazione psico-logica; la differenza che sussiste tra psicologismo e anti-psicologismo nonché tra pensiero simmetrico e pensiero asimmetrico; tra approccio normativo e approccio descrittivo, con particolare riferimento alla logica formale, per quanto concerne l'approccio normativo, e alla teoria dell'errore logico, per quanto riguarda l'approccio descrittivo; verranno altresì esaminate le principali regole del calcolo logico e le principali fallacie logiche nonché la relazione che sussiste tra pensiero ed emozioni, con particolare riferimento alle teorie psicoanalitiche sull'origine del pensiero.
- 3) Nella terza parte si prenderanno in esame i processi decisionali e si metteranno a confronto le procedure algoritmiche con le scorciatoie di pensiero (le euristiche); si esamineranno il ragionamento probabilistico e quello analogico; l'approccio descrittivo alle decisioni rischiose; la teoria del prospetto; l'effetto di incorniciamento, cioè come modificare la propensione al rischio; le strategie decisionali; gli effetti della rappresentazione del compito nonché gli effetti delle emozioni nei processi decisionali.
- 4) Nella quarta parte si studierà la fondamentale differenza, particolarmente significativa in ambito pubblicitario, sussistente tra *suggestione* e *persuasione*, tema che consente di precisare se l'intervento, posto in essere dal soggetto della comunicazione pubblicitaria, viene pensato per agire soprattutto sull'inconscio (affettivo o cognitivo) o sulla coscienza del destinatario della comunicazione pubblicitaria stessa.

Si fa notare, infine, che la parte teorica avrà sempre un riscontro applicativo, onde consentire agli studenti di verificare la comprensione dei temi trattati e la capacità di tradurli nell'operatività pratica. In particolare, verranno scelti alcuni testi pubblicitari, che verranno interpretati lasciando emergere il pensiero implicito ed esplicito nonché le sollecitazioni emotive e le associazioni psico-affettive che li sostanziano.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Sono previste 40 ore di lezione durante le quali si svolgeranno due seminari di approfondimento tematico interdisciplinare. Unitamente alle lezioni frontali, è prevista l'esposizione da parte degli stessi studenti di alcuni temi da loro approfonditi mediante specifiche *tesine* e riferiti all'intero gruppo, che il docente utilizzerà per proporre chiavi ermeneutiche, apportare integrazioni nonché suggerire testi.

Per studenti non frequentanti

Nella piattaforma LOL-Webclass verranno inseriti in formato digitale (pdf) articoli integrativi, utili agli studenti non frequentanti per comprendere meglio i testi di esame. Anche alcuni capitoli di *Questioni di psicologia del pensiero* verranno inseriti nella suddetta piattaforma in formato digitale (pdf). Sono previsti, inoltre, due seminari di 4 ore ciascuno, che si terranno all'inizio e alla fine del corso in data che verrà precisata nella piattaforma LOL-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. Verranno organizzati, inoltre, incontri con gli studenti non frequentanti che ne faranno richiesta, per chiarire punti oscuri del programma e modalità di esame. Si ricorda, infine, che gli studenti non frequentanti dovranno iscriversi obbligatoriamente sulla piattaforma LOL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>) e Esse3web (<https://unistrapg.esse3.cineca.it>).

Nel caso in cui le condizioni generali relative alla pandemia lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica blended o totalmente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

MODALITA' DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti

L'esame è orale. Servirà allo studente per mettere in mostra, da un lato, quanto appreso delle conoscenze teoriche e, dall'altro, la sua capacità di tradurre le conoscenze apprese in applicazioni significative nel campo della psicologia del pensiero.

Il docente effettuerà anche verifiche *in itinere* attraverso la valutazione di *tesine di approfondimento tematico* assegnate agli studenti durante il corso.

Per studenti non frequentanti

L'esame è orale. Servirà allo studente per mettere in mostra, da un lato, quanto appreso delle conoscenze teoriche e, dall'altro, la sua capacità di tradurre le conoscenze apprese in applicazioni significative nel campo della psicologia del pensiero.

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSA.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- A. Stella, *Questioni di psicologia del pensiero*, Guerini Scientica, Milano 2008 (in particolare, vanno studiati con attenzione i capitoli trattati a lezione, inseriti in formato digitale anche sulla piattaforma LOL-Webclass)¹.
- R. Rumiati, *Saper decidere*, il Mulino, Bologna 2009 (fino a p. 66).

Per non frequentanti:

- A. Stella, *Questioni di psicologia del pensiero*, Guerini Scientica, Milano 2008 (in particolare, vanno studiati con attenzione i capitoli trattati a lezione, inseriti in formato digitale anche sulla piattaforma LOL-Webclass).
- R. Rumiati, *Saper decidere*, il Mulino, Bologna 2009².

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- R. Rumiati, N. Bonini, *Decisioni manageriali. Come fare scelte efficaci*, il Mulino, Bologna 2010.
- P. Cherubini, *Psicologia del pensiero*, Raffaello Cortina, Milano 2005.
- G. Siri (a cura di), *Psicologia del consumatore*, McGraw Hill, Milano 2004.
- R. Rumiati, *Psicologia della decisione*, il Mulino, Bologna 2001.

ALTRE INFORMAZIONI

¹ Disponibile sui rivenditori online in formato cartaceo (copertina flessibile).

² Disponibile in formato Kindle.

È raccomandata una regolare frequenza. Il ricevimento degli studenti si effettuerà il giovedì dalle ore 10:00 alle ore 11:00: a distanza, se persisterà la pandemia, oppure in presenza, in assenza della pandemia, presso lo studio del docente situato al secondo piano della Palazzina Valitutti, sita in via C. Manuali 9. 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: aldo.stella@unistrapg.it oppure aldostella@unipg.it.