

Master Avanzato in Economia e Politica Agraria – Anno 2024

BEHAVIORAL ECONOMICS

MODULO:

IL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE NELLA SOCIETÀ POSTMODERNA

<i>Titolo del modulo</i>	Il comportamento del consumatore nella società postmoderna
<i>Durata</i>	8 ore
<i>Lingua delle lezioni</i>	italiano
<i>Lingua del materiale didattico</i>	italiano
<i>Periodo</i>	Maggio 2024
<i>Esame</i>	Progetto di ricerca individuale
<i>Docente</i>	Gianni Cicia
<i>Contatto</i>	cicia@unina.it

CONOSCENZE MINIME INIZIALI

Comportamento del consumatore neoclassico

PROFILO DEL MODULO

Il modulo fornisce agli studenti le conoscenze propedeutiche per poter apprendere proficuamente la moderna teoria del Behavioral Economics applicata allo studio del consumatore. In particolare si illustrerà il passaggio dalla teoria neoclassica del consumatore che ipotizza la massimizzazione di una funzione di utilità soggetta al vincolo del bilancio e dei prezzi ad un nuovo modello di comportamento del consumatore in cui scelta di un prodotto alimentare è funzione di molteplici esigenze che vanno a definire la stessa identità dell'individuo. Si illustrerà, infine, come questo cambiamento sia conseguenza del mutato paradigma sociale.

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Dopo il completamento del corso, gli studenti sapranno:

- caratteristiche del paradigma moderno e del paradigma postmoderno
- nuovo concetto di qualità alimentare
- sicurezza alimentare, il *dilemma dell'onnivoro* ed il *magical thinking*
- salutismo e alimentazione
- la qualità ambientale dei prodotti alimentari
- la qualità etica dei prodotti alimentari
- il *Territorio* nella società postmoderna
- la *Cibosofia*
- edonismo sensoriale, “*il diritto al piacere alimentare*”
- la nostalgia della società rurale
- cibo “*time-saving*”

ESAMI

Progetto di ricerca individuale

MATERIALE DIDATTICO

- Diapositive del Docente
- Bauman, Z. (2011). *Consumo, dunque sono*. Gius. Laterza & Figli Spa.
- Pollan, M. (2014). *Il dilemma dell'onnivoro*. Adelphi Edizioni spa.