# Sociologia dei consumi

## Prof. Carla Lunghi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’insegnamento si propone di fornire agli studenti:

* conoscenze per osservare e interpretare la società odierna e le realtà organizzative.
* conoscenze per comprendere la complessità delle dinamiche culturali dell’agire di consumo
* competenze teorico-pratiche per poter interagire in contesti culturali complessi quali sono le realtà organizzative, al fine di svolgere con maggior consapevolezza le professioni psicologiche.

Il corso verterà sui concetti, sulle ricerche e sulle questioni più significative dell’agire dei consumi nel dibattito sociologico contemporaneo.

I risultati di apprendimento attesi sono:

1. *la conoscenza e la comprensione* dei contenuti presentati e delle caratteristiche specifiche della sociologia dei consumi nella sua complessità
2. *la capacità di applicare conoscenza e comprensione* identificando gli aspetti culturali e sociali dell’agire di consumo con un’attenzione particolare al fenomeno del consumo critico e del consumo collaborativo
3. *la capacità di analizzare* dettagliatamente i consumi responsabili nel settore del tessile-abbigliamento.
4. *la capacità di comprensione* delle diverse dimensioni della sharing economy.
5. *L’acquisizione di abilità comunicative* *e di un lessico specifico* che integri il sapere psicologico, giuridico e sociologico; a tal fine si lavorerà per perfezionare la capacità di esposizione personale e mediante lo strumento del gruppo di lavoro.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Verranno affrontati i seguenti argomenti:

* Le caratteristiche distintive della sociologia dei consumi
* I beni di consumo come sistema di informazione
* Beni di consumo e politica sociale
* il consumo critico: caratteristiche e peculiarità
* il consumo critico nel settore del tessile-abbigliamento
* la sharing economy in Italia

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Studio dei materiali caricati su Blackboard (slide delle lezioni)

M. Douglas e B. Isherwood, *Il mondo della cose,* Il Mulino, Bologna, 2013 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/il-mondo-delle-cose-oggetti-valori-consumo-9788815246806-185582.html)

M. MICHELETTI, *Critical shopping. Consumi individuali e azioni collettive*, FrancoAngeli, Milano, 2010 (il testo è caricato integralmente su Blackboard) (pp. 17/107)

Un testo a scelta fra:

C. Lunghi, *Creative evasioni. Manifatture di moda in carcere,* Franco Angeli, Milano, 2012. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/lunghi-carla/creative-evasioni-9788856839692-178427.html)

l. Bovone e C. Lunghi , *Italia creativa. Condivisione, Sostenibilità, Innovazione,* Donzelli, Roma, 2020. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/laura-bovone-carla-lunghi/italia-creativa-condivisione-sostenibilita-e-innovazione-9788855220132-681884.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Le lezioni in aula si svilupperanno nella forma di lezioni frontali, testimonianze e lavori pratici guidati.

Durante le lezioni verranno utilizzate slide esplicative. Tutto il materiale sarà collocato su Blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame consiste in una prova orale.

Verrà valutato il livello di conoscenza, la capacità di rielaborazione e di collegamento critico fra gli argomenti in programma.

Durante i colloqui orali saranno oggetto di specifica valutazione i seguenti aspetti

* il lessico specifico
* la logica espositiva degli argomenti
* la correttezza dei collegamenti concettuali
* la capacità critica di rielaborazione degli argomenti.

La valutazione finale sarà costituita dalla somma dei voti ottenuti nelle prove orali dei due Moduli, ciascuna delle quali sarà valutata secondo i seguenti range di voto:

0-5: basso livello di conoscenza e/o scarsa capacità di rielaborazione e di collegamento critico fra gli argomenti in programma.

6-10: discreto livello di conoscenza e adeguata capacità di rielaborazione e di collegamento critico fra gli argomenti in programma

11-15: ottimo di conoscenza e eccellente capacità di rielaborazione e di collegamento critico fra gli argomenti in programma

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone comunque interesse e curiosità intellettuale per lo studio della società, delle relazioni sociali e delle dinamiche culturali e organizzative.

Gli studenti sono invitati a consultare regolarmente per avvisi e aggiornamenti la piattaforma Blackboard, che ciascuno studente dovrà aggiornare con il proprio indirizzo e-mail abituale.

*Orario e luogo di ricevimento*

La Prof.ssa Carla Lunghi riceve su appuntamento previa e-mail a:

[carla.lunghi@unicatt.it](mailto:carla.lunghi@unicatt.it).

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)