



UNIVERSITÀ DI PISA STORIA DEI CONSUMI

VALERIA PINCHERA

Academic year

2022/23

Course

MARKETING E RICERCHE DI
MERCATO

Code

213PP

Credits

9

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
STORIA DEI CONSUMI	SECS-P/12	LEZIONI	63	VALERIA PINCHERA

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Al termine del corso:

- Lo studente avrà acquisito i principali strumenti di comprensione e di analisi delle dimensioni economiche, sociali e culturali dell'evoluzione e delle trasformazioni delle pratiche di consumo nelle società occidentali dal XIX secolo ad oggi.

Modalità di verifica delle conoscenze

Nella prova di esame saranno accertate le conoscenze acquisite dallo studente riguardo all'evoluzione delle pratiche di consumo nelle società occidentali dal XIX secolo ad oggi in relazione alle principali dinamiche e teorie interpretative.

Capacità

Al termine del corso:

lo studente sarà in grado di comprendere l'evoluzione e i caratteri delle pratiche di consumo nel corso degli ultimi secoli in relazione alle principali teorie interpretative.

Modalità di verifica delle capacità

Il corso prevede momenti di didattica attiva con la visione di materiale documentario audio-video e la discussione in aula di articoli e saggi sulle pratiche di consumo nella società passata e contemporanea

Comportamenti

- Lo studente potrà acquisire gli strumenti per comprendere l'evoluzione e i caratteri delle pratiche di consumo nel corso degli ultimi secoli in relazione alle principali teorie interpretative.

Modalità di verifica dei comportamenti

Il corso prevede momenti di didattica attiva con la visione di materiale documentario audio-video e la discussione in aula di articoli e saggi sulle pratiche di consumo nella società passata e contemporanea

Indicazioni metodologiche

Il corso prevede lezioni frontali in presenza con l'ausilio di slide/filmati e documentari che saranno poi disponibili tramite il sito e-learning del corso. Le lezioni frontali prevedono inoltre la discussione in aula di alcuni saggi e articoli relativi ai consumi che saranno resi disponibili sulla piattaforma e-learning nella pagina del corso.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il corso è articolato in 4 parti: una prima di carattere introduttivo e teorico, una seconda parte di carattere diacronico dedicata allo sviluppo e alle trasformazioni delle pratiche di consumo, una terza parte monografica e una quarta parte di carattere seminariale e didattica attiva. Per la prima parte il corso prevede l'analisi dei principali filoni teorici allo studio dei consumi e alla loro evoluzione nel corso del tempo, al fine di fornire agli studenti una base di approccio critico. La seconda parte analizza l'evoluzione dei consumi nelle società occidentali dalla Rivoluzione industriale all'età contemporanea, al fine di indicare le origini e la cronologia del moderno consumismo, in relazione allo sviluppo del sistema distributivo,



UNIVERSITÀ DI PISA

della comunicazione, dell'alimentazione, della casa, dell'abbigliamento e del turismo. La terza parte a carattere monografico prende in esame, quindi, lo sviluppo dei consumi in Italia dalla fine dell'Ottocento ad oggi delineandone i caratteri e le linee evolutive nel XX e XXI secolo. La quarta ed ultima parte analizza tramite specifici seminari e la visione e discussione di materiale video l'evoluzione delle pratiche di consumo di alcune delle principali "marketplace icons" nel corso del tempo.

Bibliografia e materiale didattico

- **Testi indicativi di esame (per i frequentanti)**
- P. Corrigan, *La sociologia dei consumi*, Franco Angeli Milano 2002
- E. Scarpellini, *L'Italia dei consumi. Dalla Belle époque al nuovo millennio*, Laterza Roma-Bari 2008
- F. Trentmann, *L'impero delle cose. Come siamo diventati consumatori. Dal XV al XXI secolo*, Einaudi Torino 2017 (alcuni capitoli)
- S. Cavazza, E. Scarpellini (a cura di), *I consumi. Storia d'Italia. Annali 27*, Einaudi Torino 2018 (alcuni capitoli)
-
- **Materiale integrativo per i non frequentanti (contattare il docente)**
- **Testi consigliati per la consultazione**
- P. Capuzzo, *Culture del consumo*, Il Mulino Bologna 2006
- F. Koehn, *Brand New. How entrepreneurs earned consumers' trust from Wedgwood to Dell*, Harvard Business School Press Boston 2001
- E. Scarpellini (a cura di), *I consumi della vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna, 2013
- E. Scarpellini, *La spesa è uguale per tutti*, Il Mulino Bologna 2007.

Indicazioni per non frequentanti

Per i non frequentanti: si prega di concordare con il docente i testi per l'esame.

Modalità d'esame

L'esame consiste in un prova orale con il docente titolare del corso sui testi in programma e sugli argomenti trattati durante il corso.

La prova non è superata se il candidato mostra di non essere in grado di ricostruire i principali aspetti dell'evoluzione dei consumi e dei riferimenti teorici utilizzando la terminologia appropriata.

Altri riferimenti web

Ultimo aggiornamento 12/09/2022 19:30