

IUSVE
Corso di sociologia dei consumi e del marketing
2013-2014 / Venezia Mestre

Docente: Paolo Magaudda
PROGRAMMA (al 2 ottobre 2013)

Nr	Data	Tema della lezione	Scadenze Lavori intermedi
1	Mercoledì 2 Ottobre	<i>Introduzione. La struttura del corso. Cosa è e a cosa serve la sociologia dei consumi. La nascita della società dei consumi. (Sasatelli Cap. I)</i>	
2	Mercoledì 9 Ottobre	Fine del primo capitolo (Sombart, Le vetrine, le metropoli). Proiezione di un film sui processi di consumo e discussione.	
3	Mercoledì 16 Ottobre	<i>La costruzione culturale del consumo (Sassatelli Cap. II)</i>	
4	Mercoledì 23 Ottobre	<i>La razionalità del consumo, il consumo vistoso, l'emulazione e le mode (Sassatelli Cap. III)</i>	
5	Mercoledì 30 Ottobre	<i>Il feticismo dei consumi; la resistenza alla mercificazione; il consumo postmoderno (Sassatelli Cap. IV)</i>	
6	Mercoledì 6 Novembre	<i>Il consumo come forma di distinzione sociale; consumo e identità (Sassatelli Cap. V – Parte 1)</i>	Proposta elaborato 1
7	Mercoledì 20 Novembre	<i>l'appropriazione delle merci (Sassatelli Cap. V – Parte 2)</i>	
8	Giovedì 21 Novembre	<i>La pubblicità, il marketing e le retoriche dei consumi (Sassatelli Cap. VI)</i>	
9	Mercoledì 27 Novembre	<i>Mercificazione e demercificazione nei processi di consumo (Cap. VII)</i>	Consegna elaborato 1
10	Giovedì 28 Novembre	<i>Consumi, casa e tempo libero; la teoria della "McDonaldizzazione" (Cap. VIII)</i>	
11	Mercoledì 4 Dicembre	Focus parte 1: <i>Consumi e tecnologie digitali: il caso del consumo di musica</i> (Libro Magaudda- Oggetti d'ascoltare) Focus parte 2: <i>Gli immaginari delle tecnologie, la pubblicità e i processi di consumo: il caso Apple</i> (Libro Magaudda – Innovazione Pop).	Risultati elaborato 1
12	Giovedì 5 Dicembre		Istruzioni elaborato 2
13	Mercoledì 11 Dicembre	<i>I consumi critici</i> (Libro Leonini-Sassatelli)	
14	Mercoledì 18 Dicembre	<i>Il marketing come oggetto di riflessione critica</i> (Libro Fabris)	
15	Mercoledì 8 Gennaio	<i>Contenuto da definire</i>	Consegna elaborato 2
16	Mercoledì 15 Gennaio (doppia)	Film sui processi di consumo ed esercitazione in classe. Conclusione del corso; riepilogo. Domande e dubbi. Come sostenere l'esame.	Risultati elaborato 2

Informazioni importanti per sostenere l'esame.

Ogni studente/tessa deve studiare un libro comune di sociologia dei consumi ("il manuale"):

- R. SASSATELLI, **Consumo, cultura e società**, Il Mulino

e un libro a scelta tra i seguenti 3:

- FABRIS G. P., 2008, **Societing. Il marketing nella società postmoderna**, Egea, Milano (pp. 1-233).

- LEONINI, L e SASSATELLI, R. (a cura di), 2008, **Il consumo critico. Significati, pratiche e reti**, Bari, Laterza (tutto).

- MAGAUDDA, P., 2012, **Oggetti da ascoltare. HiFi, iPod e consumo delle tecnologie musicali**, Bologna, Il Mulino (tutto).

- MAGAUDDA, P., 2012, **Innovazione Pop**, Bologna, Il Mulino (tutto).

La parte principale del corso (dalla lezione 1 alla lezione 10) sarà utilizzata per presentare e discutere i contenuti del manuale, mentre le successive lezioni (dalla 11 alla 15) saranno dedicate ad una sintetica presentazione degli altri testi opzionali e ad alcuni approfondimenti. In questa seconda fase verranno dedicate anche due lezioni al "focus" di quest'anno, dedicato al rapporto tra consumi e nuove tecnologie.

Il corso prevede che gli studenti/tesse procedano durante il corso alla creazione di **2 elaborati scritti**. Questi elaborati consisteranno in due testi da scrivere e consegnare durante il corso e che concorreranno alla valutazione finale. **L'elaborato 1 (consegna Novembre)** consisterà nella scrittura di un breve testo di 4.000 caratteri, in cui descrivere – collegandolo ad un qualsiasi concetto, idea, teoria incontrati durante la prima parte del corso – una pratica o oggetto di consumo a scelta. **L'elaborato 2 (consegna Gennaio)** consisterà nella scrittura di un breve testo di 6.000 caratteri in cui raccontare una forma, oggetto e pratica di consumo legata a internet o alle nuove tecnologie, mettendola in relazione con la discussione tenuta nel corso delle lezioni dedicate a questo argomento.

Composizione del voto per l'esame

Elaborato 1 (Novembre)	10%
Elaborato 2 (Gennaio)	20%
Esame orale finale	70%

Note sui criteri di valutazione

La valutazione dell'esame, sia nel caso degli elaborati scritti che per l'esame orale, terrà in conto, bilanciando il giudizio finale, i seguenti parametri: 1) la **conoscenza dei contenuti** proposti nel corso e nei testi oggetto dell'esame; 2) la **capacità di ragionamento autonomo** attorno a questi contenuti; 3) l'**efficacia comunicativa**, sia scritta che orale.