

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

**Docente: Paolo Magaudda**  
**PROGRAMMA (al 4 Dicembre 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. (Sassatelli Cap. I)</i>	
2	Mercoledì 9 Ottobre	Fine del primo capitolo (Sombart, Le vetrine, le metropoli). Proiezione di un <b>film sui processi di consumo</b> 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>	<b>Proposta elaborato 1</b>
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>	<b>Consegna elaborato 1</b>
10	Giovedì 28 Novembre	<b>Esercitazione in classe: l'appropriazione delle merci</b>	
11	Mercoledì 4 Dicembre	<b>Focus parte 1: Consumi e tecnologie digitali: il caso del consumo di musica</b> (Libro Magaudda- Oggetti d'ascoltare)	<b>Risultati elaborato 1</b>
12	Giovedì 5 Dicembre	<b>Focus parte 2: Gli immaginari delle tecnologie, la pubblicità e i processi di consumo: il caso Apple</b> (Libro Magaudda – Innovazione Pop).	<b>Istruzioni elaborato 2</b>
13	Mercoledì 11 Dicembre	<i>Consumi, casa e tempo libero; la teoria della "McDonaldizzazione" (Cap. VIII)</i>	
14	Mercoledì 18 Dicembre	<i>I consumi critici (Libro Leonini-Sassatelli)</i>	<b>Consegna elaborato 2 (23 Dicembre)</b>
15	Mercoledì 8 Gennaio	<i>Il marketing come oggetto di riflessione critica (Libro Fabris)</i>	
16	Mercoledì 15 Gennaio (doppia 4 ore)	<b>Film sui consumi + Esercitazione in classe: il manuale.</b> Domande e dubbi. Come sostenere al meglio l'esame orale	<b>Risultati elaborato 2</b>

## 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 fine dicembre)** 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 (fine dicembre)	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.