



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

INFORMAZIONI GENERALI SUL CORSO DI STUDI

Nome del Corso in Italiano:	Psicologia Sociale ed Economica
Nome del Corso in Inglese	Social and Economic Psychology
Facoltà erogante il Corso:	Facoltà di Scienze Psicologiche
Tipologia di Titolo:	Laurea Magistrale (Master's Degree)
Classe:	LM51 – Psicologia Class 58/S – Psychology
Anno Accademico:	2023 / 2024
Lingua in cui viene erogato il Corso:	Italiano
Retta Annuale:	<ol style="list-style-type: none">Fascia 1 (Redditi da CHF/EUR 0,00 a CHF/EUR 120.000,00): CHF/EUR 2.975,00Fascia 2 (Redditi da CHF/EUR 120.001,00 a CHF/EUR 270.000,00): CHF/EUR 3.975,00Fascia 3 (Redditi oltre CHF/EUR 270.000,00): CHF/EUR 4.975,00Fascia 4 (Retta intera senza agevolazioni per fascia di reddito): CHF/EUR 6.000,00
Modalità di erogazione del Corso:	Interamente online
Segreteria Studenti:	segreteria@unicampushetg.ch
Programmazione degli accessi:	No
Data di inizio dell'attività didattica:	
Massimo numero di crediti riconoscibili:	Il numero di crediti riconoscibili dipende dai crediti acquisiti per titoli di studio e/o esperienza professionale.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

IL CORSO DI STUDI IN BREVE

06/11/2023

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Scienze Psicologiche con specializzazione in "Psicologia Sociale ed Economica" riunisce quegli aspetti psicologici e sociologici dei fenomeni economici, assieme ad alcuni aspetti peculiari della comunicazione umana e dei metodi di analisi statistica, al fine di creare un set di strumenti indispensabili a coloro che intendano studiare i fenomeni socio-economici sotto una lente marcatamente psicologica anticipando e guidando le esigenze del singolo individuo in quanto tale e le sue esigenze specifiche quale consumatore.

Al completamento del Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Psicologia Sociale ed Economica lo studente avrà ricevuto tutti quegli insegnamenti essenziali per analizzare, interpretare e influenzare tanto il comportamento individuale che quello collettivo sia in campo strettamente consumistico che in campo no-profit, come ad esempio la promozione di determinati comportamenti sociali da parte dell'autorità pubblica o di ONG attraverso la conoscenza dei meccanismi psicobiologici alla base del comportamento umano.

Il superamento del presente corso di Laurea prevede il conseguimento di **120 ECTS**.

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Psicologia Sociale ed Economica offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro. Di seguito un esempio di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Consulente per la progettazione di campagne pubblicitarie e di marketing
- Esperto in campagne di sensibilizzazione sociale per ONG
- Specialista nell'analisi comportamentale di gruppi sociali



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

06/11/2023

Per accedere al Corso di Laurea occorre essere in possesso di una Laurea Triennale (Bachelor's Degree) o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Il riconoscimento dell'idoneità dei titoli di studio conseguiti all'estero ai soli fini dell'ammissione a corsi di studio è deliberato dall'UniCampus HETG, nel rispetto degli accordi internazionali vigenti.

MODALITÀ DI AMMISSIONE

06/11/2023

Possono iscriversi i candidati in possesso di Laurea Triennale o Laurea Specialistica, Magistrale o Vecchio Ordinamento. In difetto dei titoli di studio richiesti, è possibile l'ammissione su dossier, sulla base di una valutazione dei titoli di studio conseguiti e dell'esperienza acquisita, nonché delle competenze sviluppate nel quadro dell'attività professionale (Procedura V.A.E.)



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CARATTERISTICHE DELLA PROVA FINALE

La prova finale consiste nella stesura di un elaborato scritto, cioè di una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del Corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti.

Periodicamente, lo studente invierà al Docente i capitoli della propria Tesi, o parti essi, per l'approvazione o per apportare le necessarie modifiche, strutturali e di contenuti, come ritenute più pertinenti da parte del Docente.

Una volta completato, l'elaborato verrà inviato dal Docente in Segreteria con la sua approvazione. Successivamente il Docente comunicherà simultaneamente alla Segreteria e allo studente il voto finale di Laurea.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

06/11/2023

La modalità di svolgimento della prova finale, ossia la difesa della Tesi di Laurea, possono attuarsi in due diverse modalità:

1. In presenza, il giorno della Proclamazione di Laurea, prima della Proclamazione stessa;
2. Online, secondo un calendario che sarà comunicato allo studente (successivamente lo studente presenzierà alla Cerimonia di Proclamazione di Laurea).

Compatibilmente con le necessità organizzative dell'UniCampus HETG, lo studente potrà comunicare la propria preferenza tra le due modalità. La Segreteria provvederà a confermare o meno la modalità di svolgimento della prova finale scelta dallo studente.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CALENDARIO DEL CORSO DI STUDI E ORARIO DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE

La calendarizzazione e la definizione delle modalità delle attività formative del Corso di Studi avverranno di comune accordo tra lo studente e il suo Assistente Didattico Amministrativo. Una volta stilato il calendario delle attività formative questo verrà inviato in Segreteria. È facoltà dell'Assistente Didattico Amministrativo variare il calendario in base a necessità organizzative impreviste.

CALENDARIO DEGLI ESAMI DI PROFITTO

La calendarizzazione degli esami di profitto, da svolgersi online, è fissata dal Docente e comunicata allo studente.

In caso di necessità organizzative impreviste è facoltà del Docente modificare la data e l'ora dello svolgimento dell'esame di profitto.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CALENDARIO DELLE SESSIONI DELLA PROVA FINALE

Vi sono almeno due Sessioni di Laurea (sessioni della prova finale) durante un anno solare, una per ogni semestre accademico. Eventuali Sessioni straordinarie verranno comunicate per tempo allo studente.

Sarà premura della Segreteria comunicare data, ora e indirizzo del luogo in cui si terrà la Sessione di Laurea.

Qualora, per cause di forze maggiore, dovessero esserci delle modifiche riguardo la data, l'orario e il luogo in cui si terrà la Sessione di Laurea tali modifiche saranno tempestivamente comunicate allo studente tramite la Segreteria.

INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA

L'UniCampus HETG fornirà un'infrastruttura tecnologica denominata "Piattaforma Didattica" per lo svolgimento delle attività formative e per gli esami di profitto.

Tale Piattaforma Didattica consiste in un *account* personale contenente diversi software specifici per lo svolgimento delle attività didattiche, compresa una casella di posta elettronica e spazio web per l'archiviazione dei dati.

Come da norme di Segreteria lo studente è tenuto ad utilizzare tale *account* personale esclusivamente per i propri fini formativi ed è responsabile in via esclusiva per qualsiasi attività *contra legem* perpetrata attraverso l'utilizzo del proprio *account*.

Lo studente ha l'obbligo e la responsabilità di conservare le credenziali di accesso al proprio *account* che gli verranno fornite e avrà altresì l'obbligo di impedire che terze parti, al di fuori della propria persona, utilizzino tali credenziali.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ASSISTENTE DIDATTICO AMMINISTRATIVO E TUTOR PERSONALE

06/11/2023

L'UniCampus HETG fornirà un "Assistente Didattico Amministrativo" all'atto dell'immatricolazione dello studente, fornendo a quest'ultimo i contatti necessari. L'Assistente Didattico Amministrativo avrà il compito di assistere lo studente nella propria relazione con l'UniCampus HETG, orientandolo e consigliandolo riguardo calendarizzazioni varie (ivi compresa quella riguardante gli esami di profitto) e assistendolo nei rapporti amministrativi con l'Istituzione.

Qualora lo studente necessitasse di un'assistenza specialistica per le sue attività formative è sua facoltà richiedere un Tutor Personale secondo le modalità e i costi che gli verranno comunicati.

Il Tutor Personale dedicherà allo studente un totale di millecinquecento ore, distribuite secondo le varie necessità formative dello studente nei vari momenti del percorso formativo di quest'ultimo.

DATI DI INGRESSO, DI PERCORSO E DI USCITA

I dati di ingresso, di percorso e di uscita saranno gestiti interamente dalla Segreteria secondo le norme attualmente in vigore nel Canton Ginevra, nella Confederazione Elvetica e nell'Unione Europea.

Le informazioni riguardanti il trattamento dei dati personali sono disponibili sul portale web dell'UniCampus HETG



The Academic Secretariat
 UNICAMPUS HETG SÀRL
 Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
 Suisse
www.unicampushetg.ch
 Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
 Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
 CHE 133.413.467

**PIANO DI STUDI LAUREA MAGISTRALE (MASTER'S DEGREE) IN
 "Psicologia Sociale ed Economica"**

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
M-PSI/06	² Psicologia Economica	10
M-PSI/05	² Psicologia Sociale	10
SECS-P/08	³ General Marketing	10
M-FIL/05	³ Filosofia del Linguaggio	6
SPS/07	² Sociologia Comportamentale	6
M-PSI/03	¹ Metodi Quantitativi in Psicologia	8
M-PSI/02	³ Neuroscienza Comportamentale	10

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
M-PSI/05	² Psicologia della Comunicazione	8
M-PSI/06	² Psicologia della Pubblicità	6
SPS/08	² Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi	6
SPS/07	¹ Politiche Sociali	8
SECS-P/01	² Economia Comportamentale	10
M-PSI/04	³ Diversity Management	8
	Prova Finale	14

Legenda: 1. Attività di Base; 2. Attività Caratterizzanti; 3. Attività Affini; 4. Altre attività



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PSICOLOGIA ECONOMICA	
SSD: M-PSI/06	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Lo scopo del presente corso è quello di fornire allo studente una comprensione dei principali fenomeni economici che si incontrano quotidianamente, considerando questi fenomeni sotto un punto di vista strettamente psicologico e non dal punto di vista meramente economico. Lo studente comprenderà perché le persone spesso agiscano in modo irrazionale e non scelgano l'alternativa più redditizia come le leggi più elementari dell'economia suggeriscono, fornendo di conseguenza gli strumenti necessari per effettuare analisi economiche di tali fenomeni da una prospettiva più ampia.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà i principali indirizzi della psicologia economica contemporanea, sarà in grado di analizzare le situazioni di interazione economica dal punto di vista psicologico e sarà in grado di applicare queste conoscenze nell'analisi delle interazioni economiche.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'oggetto di studio della psicologia economica 2. Il comportamento economico: i risultati delle ultime ricerche 3. L'analisi del comportamento economico 4. Infanzia e problemi economici 5. Psicologia del denaro e delle carte di credito 6. Povertà e disoccupazione 7. Le necessità fondamentali dell'individuo e del nucleo familiare contrapposte alla ricchezza e al lusso 8. Motivazione imprenditoriale 9. Benessere 10. Evasione fiscale
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ R. RUMIATI, E. RUBALTELLI, M. MISTRI, Psicologia economica, Roma, Carocci, 2008 ▪ P. WEBLEY ET AL., Psicologia economica della vita quotidiana, Bologna, Il Mulino, 2004 ▪ S. LEDER, L. MANNETTI, Decisioni e rammarico, Roma, Carocci, 2007



The Academic Secretariat
UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
----------------------	--



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

PSICOLOGIA SOCIALE	
SSD: M-PSI/05	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso mira a fornire conoscenze relative ai processi psicologici sociali, individuali e di gruppo che influenzano il funzionamento dei gruppi classe e delle organizzazioni scolastiche (conoscenza dei processi psicologici inerenti al Sé, identità, gruppo, comunità anche nella dimensione culturale). Fornire conoscenze relative a atteggiamenti e alla formazione dei pregiudizi, alla gestione dei conflitti e al fenomeno del bullismo.
Competenze Acquisite	Lo studente avrà una conoscenza di base della psicologia di base e acquisirà una competenza in particolari meccanismi psicologici che hanno una valenza pratica che va al di là del loro ambito applicativo primario.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principali modelli teorici 2. Il Sé e l'acquisizione dell'identità in adolescenza (resilienza, autostima, autoefficacia) 3. Atteggiamenti, stereotipi e i pregiudizi 4. Percezione della diversità 5. Elementi di team building (gestione delle dinamiche di gruppo e dei conflitti) 6. La comunicazione: aspetti verbali e non verbali 7. Bullismo e cyberbullismo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ B. POJAGHI, P. NICOLINI, Contributi di psicologia sociale in contesti socio-educativi, Franco Angeli, Milano, 2018 ▪ R. J. CRISP, R. N. TURNER, Psicologia sociale, UTET Università, 2013
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

GENERAL MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce al concetto di marketing e alle sue relazioni sia interne che esterne all'azienda, al ruolo sociale del marketing e suoi effetti sul mercato e sui singoli soggetti, ai principali indirizzi di pensiero nel marketing contemporaneo, agli strumenti di pianificazione strategica del marketing e suoi strumenti operativi e ai metodi e alle tecniche per prevedere e anticipare le fluttuazioni dei trend.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente avrà acquisito una piena comprensione delle tecniche di analisi comportamentale del consumatore e dei suoi bisogni, delle tecniche di analisi dei target e dei mercati di riferimento e dei metodi di progettazione, sviluppo e applicazione di sistemi d'offerta.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia 2. Il marketing e la strategia aziendale 3. Macromarketing e micromarketing 4. La gestione delle informazioni nel Marketing 5. Analisi comportamentale del consumatore privato 6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale 7. Posizionamento, segmentazione e targeting 8. Pricing 9. I canali del marketing 10. Lo sviluppo di nuovi prodotti 11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni 12. Digital marketing e clienti digitali 13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo
Testi Consigliati	▪ Grewal-Levy, Marketing, Egea, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

FILOSOFIA DEL LINGUAGGIO	
SSD: M-FIL/05	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso propone allo studente profondi interrogativi che rimandano ad un lontano passato ma che continuano ad essere analizzati e sviluppati in epoca contemporanea: l'uomo possiede un mezzo inestimabile che gli ha permesso di condividere il proprio pensiero e le proprie intuizioni e questo mezzo è il linguaggio.
Competenze Acquisite	Lo studente sarà messo di fronte a domande quali: "Cos'è il linguaggio?" "Perché il bisogno di comunicare è così radicato nell'essere umano, indipendentemente dall'epoca e dalla localizzazione geografica in cui vive?" "In un'epoca di inarrestabile digitalizzazione quale sarà il futuro del linguaggio e come si evolverà?" e a molte altre domande simile e acquisirà gli strumenti critici che gli permetteranno comprendere l'importanza centrale del linguaggio e ad apprezzare e ad applicare correttamente le regole per farne un buon uso.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elementi di filosofia e filosofia del linguaggio 2. La scienza del linguaggio 3. Gottlob Frege e la teoria platonica del significato 4. La teoria delle descrizioni di Russel 5. Esternalismo semantico di Putnam 6. L'indeterminatezza della traduzione di Quine 7. Austin e la funzione performativa del linguaggio 8. L'approccio razionale alla conversazione di Grice 9. Il generativismo di Chomsky
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. Kemp, What is this thing called language?, Routledge, London, 2013 ▪ P. Grice, Logica e conversazione. Saggi su intenzione, significato e comunicazione, Il Mulino, 1993
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

SOCIOLOGIA COMPORAMENTALE	
SSD: SPS/07	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce alla sociologia comportamentale attraverso l'uso del metodo sperimentale per l'analisi del comportamento sociale.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di applicare il metodo sperimentale per l'analisi e l'interpretazione del comportamento sociale nel contesto di riferimento.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il comportamento collettivo 2. Cenni storici sul pensiero sociale e sul comportamento collettivo 3. Teorie del comportamento collettivo 4. Metodi ed etica di ricerca comportamentale 5. Comunicazione, dicerie e cambiamento sociale 6. Deliri collettivi: isteria di massa, panico, follia, paura e leggende metropolitane 7. I comportamenti settari 8. Mode e moda 9. Rivolte e violenza collettiva 10. L'escalation della violenza collettiva: le rivoluzioni 11. Crisi sociali e movimenti millenaristici e pseudo-millenaristici 12. I movimenti sociali 13. I movimenti di protesta
Testi Consigliati	▪ A. M. TASHAKKORI et al., Foundations of Mixed Methods Research: Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences (Applied Social Research Methods), SAGE Publications, Inc, 2a edizione, 2020
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

METODI QUANTITATIVI IN PSICOLOGIA	
SSD: M-PSI/03	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Questo corso, pur basandosi su una conoscenza matematica di base già acquisita dallo studente, si concentrerà in modo particolare sulla comprensione dei dati forniti dagli strumenti matematici utilizzati.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente dimostrerà la sua capacità di formulare, valutare e comunicare conclusioni dalle informazioni ricevute e di saper applicare i processi matematici o altri processi formali efficaci ed adatti alla risoluzione dei problemi oggetto di studio.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipi di misura 2. Variabili indipendenti e dipendenti 3. Problemi nella misurazione scientifica: affidabilità e validità 4. Rappresentazione grafica delle distribuzioni di frequenza 5. Misure di variabilità 6. Curtosi e inclinazione 7. Caratteristiche della distribuzione normale e uso di z-score 8. Distribuzione campionaria della media 9. Teorema del limite centrale 10. Test di ipotesi nullo e alternativo 11. Il test Z e gli intervalli di confidenza 12. Livello alfa e suo significato 13. T-test a campione singolo 14. T-test per campioni indipendenti 15. Dati nominali 16. Test del chi quadrato
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A. P. ERCOLANI, A. ARENI, L. MANNETTI, La ricerca in psicologia. Modelli di indagine e di analisi dei dati, Carocci, 1990 ▪ G. KEPPEL ET AL., Disegno sperimentale e analisi dei dati in psicologia, EDISES, 2001
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

NEUROSCIENZA COMPORAMENTALE	
SSD: M-PSI/02	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	In questo corso lo studente familiarizzerà con la neuroscienza comportamentale, la quale esplora il comportamento comprendendo le influenze dei processi biologici, e che ha come oggetto di studio alcuni comportamenti quotidiani che spesso si danno per scontati quali i sogni, l'impulso ad alimentarsi, la capacità di alcuni farmaci di indurre profondi mutamenti comportamentali, la formazione dei ricordi e i meccanismi della memoria, le basi biologiche dei disturbi mentali, l'interazione tra l'ambiente e il comportamento, le basi neuronali che determinano tutti questi comportamenti ponendoli anche come base di studio per i fenomeni psicopatologici.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito gli strumenti teorici necessari per valutare il comportamento umano dal punto di vista biologico e le implicazioni che tali scoperte e modelli teorici possono avere in diversi campi applicativi della vita quotidiana.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cenni storici sulla neuroscienza comportamentale 2. Neuroni e cellule gliali 3. Potenziali di membrana 4. Potenziale d'azione 5. Trasmissione sinaptica 6. Sistemi di neurotrasmettitori 7. Struttura del sistema nervoso centrale 8. L'occhio e il sistema visivo centrale 9. Apparato uditivo e vestibolare 10. I sensi chimici 11. Controllo cerebrale del movimento 12. Il cervello a riposo, l'attenzione e la coscienza 13. Ritmi cerebrali e sonno 14. Le emozioni 15. La malattia mentale



The Academic Secretariat
UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none">▪ M. BEAR, B. CONNORS, M. PARADISO, Neuroscienze: Esplorando il cervello, Edra, 4^a edizione, 2016▪ J. H. SCHWARTZ, T. M. JESSELL, Principi di neuroscienze, CEA, 2014
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE	
SSD: M-PSI/05	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	In questo corso verranno analizzate le caratteristiche psicologiche cross-culturali, mettendo in evidenza le differenze ma soprattutto le analogie, al fine di ottenere una visione globale del fenomeno comunicativo e acquisendo contemporaneamente una efficacia comunicativa applicabile a qualsiasi aspetto delle attività umane.
Competenze Acquisite	Lo studente apprenderà in questo corso i fondamenti, le tecniche e le metodologie scientifiche alla base della comunicazione umana, studiandole sia a livello dei singoli individui che di gruppi.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di comunicazione 2. L'evoluzione della comunicazione 3. Forma e funzione nella comunicazione 4. La comunicazione visiva 5. La comunicazione uditiva 6. La comunicazione tattile 7. Altre forme di comunicazione non-verbale 8. La comunicazione umana e il contesto culturale 9. Comunicazione umana e gender
Testi Consigliati	▪ L. LOTTO, R. RUMIATI, Introduzione alla psicologia della comunicazione, Seconda edizione, Bologna, Il Mulino, 2013
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PSICOLOGIA DELLA PUBBLICITÀ	
SSD: M-PSI/06	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso si focalizza sulla comprensione dei meccanismi psicologici degli annunci pubblicitari che influenzano i potenziali consumatori. Verrà prestata particolare attenzione alla pubblicità su carta stampata e a quella televisiva. Verranno presentate sia pubblicità particolarmente di successo, che vengono ricordate ancora a distanza di anni, sia pubblicità "controverse" che hanno avuto vita brevissima, decodificandole e scomponendole nei loro elementi basilari e quindi analizzate per comprendere il loro successo, o insuccesso, nell'influenza psicologica del consumatore.
Competenze Acquisite	Al completamento di questo corso lo studente avrà compreso i meccanismi alla base dei contenuti e dei significati degli annunci pubblicitari, avrà appreso le basi del linguaggio visivo e verbale e di come esso venga utilizzato nella pubblicità per influenzare gli atteggiamenti e le emozioni dei consumatori e le loro decisioni di acquisto.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione storica al fenomeno pubblicitario 2. Le teorie neurobiologiche alla base della persuasione 3. I modelli cognitivisti 4. Metodi pubblicitari: la situazione attuale 5. La pubblicità sulla carta stampata 6. La pubblicità televisiva 7. I social network quale veicolo pubblicitario 8. Pubblicità e cognizione dei consumatori: elaborazione delle informazioni e atteggiamenti 9. Metodi di decodifica dei messaggi pubblicitari 10. Oltre la persuasione: l'influenza sul comportamento del consumatore 11. Pubblicità, influenza e creatività 12. Gli "advertising team" 13. Analisi guidata dei case study più significativi
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N. GUEGUEN, Psicologia del consumatore, Il Mulino, 2016 ▪ L. PERCY, A. G. WOODSIDE, Pubblicità e psicologia del consumatore, Franco Angeli, 1990



The Academic Secretariat
UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
----------------------	--



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI	
SSD: SPS/08	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso di sociologia mira a sviluppare le capacità dello studente nell'effettuare analisi e interpretazioni di quella particolare caratteristica della realtà sociale che è costituita dai processi culturali che si manifestano sotto molteplici aspetti, siano essi comunicativi, simbolici e rituali che concorrono a creare ciò che viene percepito come realtà.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà una comprensione globale circa il significato di cultura e comunicazione nella società contemporanea, dei suoi i processi sociologici all'interno dell'industria culturale e dei mass media, da quelli tradizionali ai nuovi media digitali e svilupperà il proprio pensiero critico necessario per interrogarsi sull'idea di cultura e sul ruolo della comunicazione, in relazione all'industria culturale e ai mass media nella società contemporanea.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concetti di cultura 2. Livelli di cultura 3. L'industria della cultura 4. Concetti di comunicazione 5. Processi di comunicazione 6. I mass media 7. Informazioni e conoscenza 8. Produzione di sistemi informativi 9. Conoscenza, memoria e intrattenimento
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PICCONE STELLA S., SALMIERI L., Il gioco della cultura, Carocci, Roma ▪ BERGER P., LUCKMANN T., La realtà come costruzione sociale, Il Mulino, Bologna
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

POLITICHE SOCIALI	
SSD: SPS/07	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Dopo aver esplorato le teorie sociologiche alla base dell'analisi delle politiche sociali lo studente si immergerà interamente nella realtà delle politiche sociali italiane considerate sia a sé stanti che nel quadro di una sempre maggior uniformazione e integrazione sul piano comunitario europeo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà una chiara panoramica dell'attuale situazione in merito alle politiche del lavoro e pensionistiche, politiche educative, politiche sanitarie, politiche per la parità di genere, politiche sociali per l'immigrazione e altre tematiche di rilevante interesse sociale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le politiche sociali in Italia nel '900 2. La transizione neoliberista in Italia dagli anni '90 a oggi 3. Le politiche del lavoro in Italia dal 1970 ad oggi 4. Millennials e crisi educativa 5. La politica sanitaria in Italia prima e durante la pandemia di COVID-19 6. Femminicidio e parità di genere: strumenti legislativi e giudiziari per creare un'inversione di tendenza 7. Dalle "rivoluzioni colorate" alle rotte migratorie: l'Italia quale capofila europeo nell'accoglienza dei migranti 8. Calo della natalità, immigrazione e politiche della famiglia 9. Sovraffollamento delle carceri e riabilitazione dei detenuti 10. Xenofobia e razzismo nell'Italia e nell'Europa del XXI secolo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kazepov Y., Carbone D., Che cos'è il welfare state, Carocci, Roma, 2018 ▪ Esping-Andersen G., La rivoluzione incompiuta. Donne, famiglie e welfare, il Mulino, Bologna, 2011 ▪ Sabatinelli S., Politiche per crescere. La prima infanzia tra cura e investimento sociale, il Mulino, Bologna, 2017
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ECONOMIA COMPORAMENTALE	
SSD: SECS-P/01	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso si discosta dal modello neoclassico standard e propone una visione dell'economia basata su modelli comportamentali comprovati sperimentalmente e mira ad analizzare ed influenzare alcune caratteristiche comportamentali quali le preferenze, le convinzioni e il processo decisionale dei target di riferimento.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà l'impatto delle moderne scienze psicologiche sull'economia, saprà analizzare rapidamente e criticamente la documentazione sottopostagli, saprà applicare le teorie dell'economia comportamentale e analizzare i feedback per valutare l'efficacia delle azioni intraprese.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione all'economia comportamentale 2. Preferenze temporali 3. Bias di proiezione 4. Bias di attribuzione 5. Preferenze di rischio e dipendenza dal quadro di riferimento 6. Preferenze sociali 7. Analisi dei limiti dell'attenzione 8. Convinzioni personali e apprendimento 9. Sviluppo comportamentale e povertà 10. Salute comportamentale ed etica
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ M. MOTTERLINI, F. GUALA, <i>Mente, mercati, decisioni</i>, Università Bocconi Editore, 2015 ▪ M. MOTTERLINI, F. GUALA, <i>Economia cognitiva e sperimentale</i>, Università Bocconi Editore, 2005 ▪ C. F. CAMERER, <i>Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction</i>, Princeton University Press, 2003
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

DIVERSITY MANAGEMENT	
SSD: M-PSI/04	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Il tema della diversità e dell'inclusione è senza ombra di dubbio uno dei temi più caldi sia della vita politica che della vita sociale del mondo contemporaneo. Il mondo aziendale si trova a volte, purtroppo, di fronte a situazioni delicate e al tempo stesso potenzialmente rischiose riguardo l'accettazione delle diversità individuali dei propri dipendenti. Al fine di evitare che tali situazioni degenerino risultando in una situazione altamente negativa per l'azienda questo corso introduce lo studente alle varie tematiche della diversità, apprendendo le tecniche per comunicare l'importanza e la ricchezza di tutte le diversità e promuovendo una cultura aziendale dell'inclusività.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dell'impatto del Diversity Management nell'organizzazione aziendale. Conoscenza e comprensione dei vari strumenti del Diversity Management. Conoscenza e comprensione dei principi di applicazione pratiche del Diversity Management.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione al Diversity Management: cos'è la diversità 2. Gli aspetti primari e gli aspetti secondari della diversità 3. I vari contesti della diversità 4. Il Diversity Management nel contesto aziendale 5. Le principali correnti di pensiero del Diversity Management 6. Gli strumenti del Diversity Management 7. L'accettazione del Diversity Management: problematiche e soluzioni
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> • O. P. JOHN, R. W. ROBINS, Handbook of Personality: Theory and Research, The Guilford Press, 4th edition, 2021
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

PROVA FINALE	
SSD: -	ECTS: 14
La prova finale consiste in una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti come previsto dalle norme di Segreteria cui si rimanda per ulteriori chiarimenti.	