



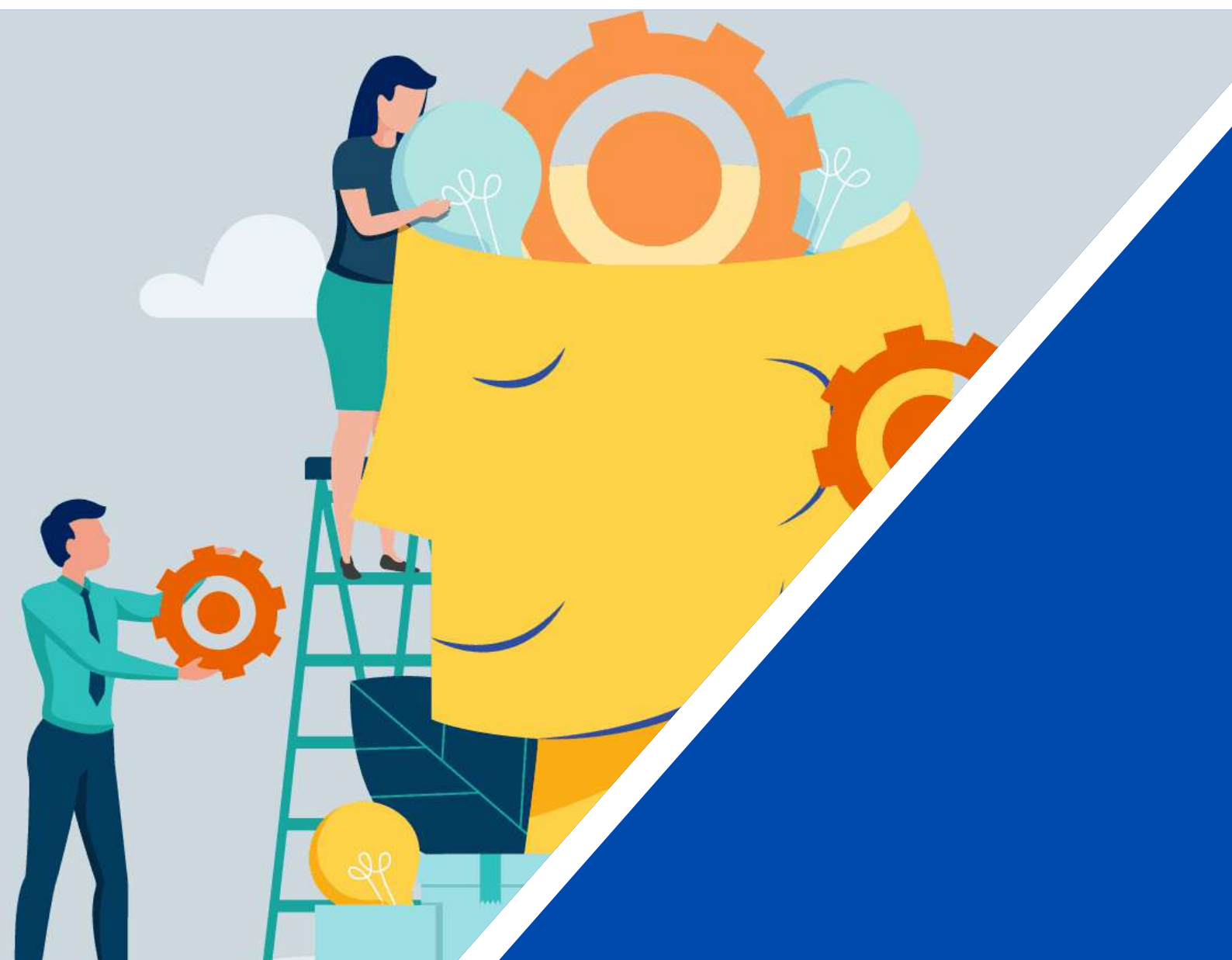
EUROPEAN
CAPITAL MARKETS
Cooperative Research Centre

ECONOMIA COMPORTAMENTALE E NEUROMARKETING IN QUATTRO MOSSE

"CREARE VALORE METTENDO AL CENTRO LA NOSTRA UMANITÀ"

CICLO DI WEBINAR

5-12-19-26 MAGGIO 2021 | ORE 15.00-16.15



IN COLLABORAZIONE CON

HUBRUZZO

FONDAZIONE
INDUSTRIA
RESPONSABILE

BE | LAB
LABORATORIO DI
ECONOMIA COMPORTAMENTALE
E NEUROECONOMIA

BE | BLOG
BEHAVIORAL ECONOMICS

umana
ANALYTICS

La serie di webinar vuole spiegare il ruolo della natura umana in tutti i contesti che prevedono una presa di decisione economica, con particolare riferimento ai processi di acquisto e consumo, nonché le mutue relazioni tra natura e cultura nei processi decisionali.

L'obiettivo è quello di individuare le leve di creazione del valore che le aziende possono attivare sfruttando la sinergia tra strumenti e metodologie tradizionali con strumenti e metodologie di ricerca derivati dall'Economia comportamentale e dalle Neuroscienze.

La serie si articola in 4 incontri:

- **5 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15**

Animali in cerca di coerenza cognitiva ovvero “come vendere un orologio a chi già lo possiede”;

- **12 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15**

Natura e cultura dietro alle nostre scelte;

- **19 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15**

Tecnologie per il neuromarketing: strumenti, metodi, case studies;

- **26 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15**

Euristiche, Bias & Consumer Behavior.

IL RELATORE



Prof. Riccardo Palumbo, PhD 

È professore ordinario presso l'Università di Chieti-Pescara, dove insegna "Economia comportamentale, Neuroeconomia e Neuromarketing".

Nello stesso Ateneo coordina la Sezione di "Economia comportamentale e Neuroeconomia" del Dipartimento di Neuroscienze, il dottorato in Business and Behavioural Sciences (www.bbs.unich.it), il Master in Behavioral Economics and Neuroeconomics (www.ben.unich.it), il Laboratorio di Behavioral Economics and Human Centered Design.

Il prof. Palumbo è inoltre CEO di European Capital Markets Cooperative Research Centre, nonché CEO e socio fondatore dello Spin-Off Universitario Umana-Analytics che si occupa di applicare le tecnologie e le metodologie mutuata dalle neuroscienze per le ricerche di mercato e l'advertising, per lo human-centered design e l'usabilità, per la valutazione, l'empowerment e il benessere delle risorse umane.



IL PROGRAMMA COMPLETO



- 5 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15

"Animali in cerca di coerenza cognitiva ovvero "come vendere un orologio a chi già lo possiede";

Dopo una breve introduzione sull'iniziativa, risponderemo alle seguenti domande:

- Quali sono le differenze tra razionalità economica e razionalità umana?
- Cosa sono, perché esistono e come possono essere impiegati gli automatismi decisionali e le illusioni cognitive?

- 12 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15

"Natura e cultura dietro alle nostre scelte"

Quali sono le principali "spinte" che guidano le nostre scelte e il nostro comportamento?

Qual è il ruolo della nostra "natura" e della nostra "cultura" nelle decisioni di acquisto e consumo?

Quali relazioni esistono tra "natura" e "cultura"?





- 19 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15

"Tecnologie per il neuromarketing, strumenti metodi, case studies"

Quali sono i principali tecnologie per il neuromarketing?

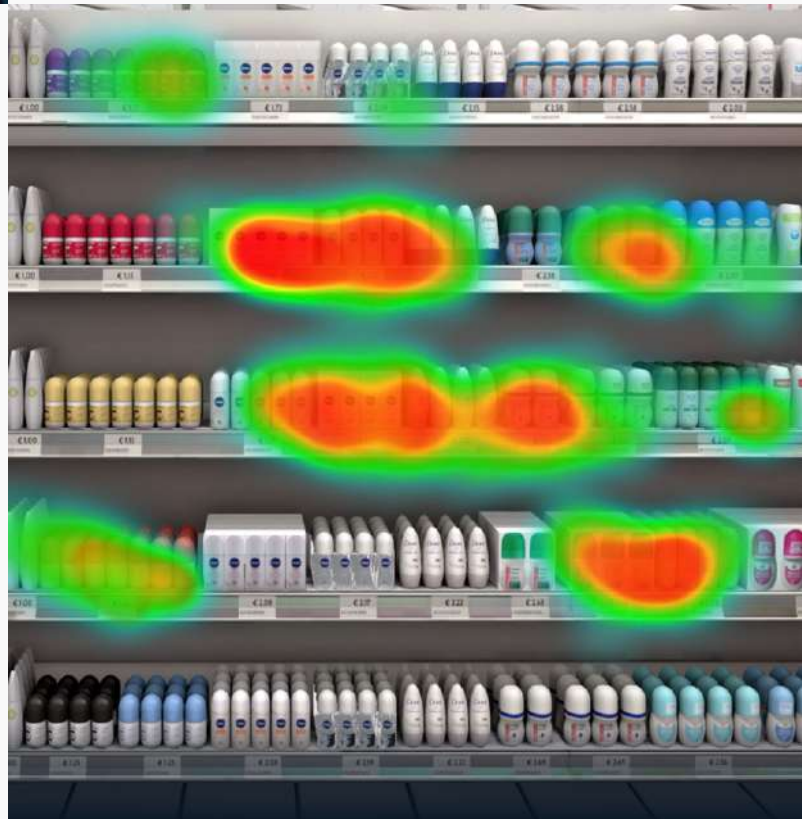
In che modo strumenti e metodi derivanti dalle neuroscienze possono essere impiegati nelle ricerche di mercato?

- 26 Maggio 2021 | ore 15.00-16.15

"Euristiche, Bias & Consumer Behavior"

Quali sono le principali euristiche ("scorciatoie mentali"), e quali i conseguenti "bias" che condizionano il comportamento dei consumatori?

Come disegnare e realizzare esperimenti comportamentali per individuare i driver del comportamento? È possibile poterlo predire e/o influenzare?



Per maggiori informazioni:
academy@ecmcrc.org

