



Unità di Ricerca in  
Psicologia Economica

Università Cattolica del Sacro Cuore  
Largo Gemelli 1 – 20123 Milano

Approfondimento dell'area tematica:  
**CONSUMI**



*Unità di Ricerca in Psicologia Economica*



## OBIETTIVI & AREE DI INDAGINE E INTERVENTO

La psicologia dei consumi analizza i processi di **progettazione / acquisizione/ fruizione di beni e servizi**, impiegati da **individui e gruppi** per la soddisfazione di bisogni e desideri all'interno dell'economia di mercato. In quanto tale, essa si caratterizza da una forte **interdisciplinarietà** e integra prospettive e spunti teorici derivanti primariamente (ma non esclusivamente) dai seguenti ambiti disciplinari: economia, marketing, psicologia sociale, psicologia cognitiva, psicologia dinamica, neuroscienze, sociologia e antropologia.

I principali oggetti di studio riguardano:

- il ruolo di **bisogni, desideri e motivazioni** nelle **scelte di consumo**;
- i processi di **elaborazione delle informazioni**, i meccanismi di **apprendimento** e i processi di **scelta e valutazione** delle alternative di consumo;
- le **reazioni** dei consumatori in risposta alle **azioni di marketing** (esposizione, attenzione, percezione, ecc.);
- le influenze del **contesto psicosociale** nel determinare le preferenze di consumo (culture, sub-culture, gruppi di riferimento, norme, atteggiamenti, ecc.);
- **l'evoluzione storica** dei consumatori e l'impatto delle grandi **trasformazioni societarie** sui consumi (globalizzazione, digitalizzazione, crisi economica, sostenibilità, ecc.).

Nell'affrontare lo studio di queste tematiche, l'Unità di Ricerca in Psicologia Economica si avvale in particolare della **collaborazione con altri laboratori e centri di ricerca** dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, tra cui il [Laboratorio di Culture Organizzative e di Consumo](#) e il Centro di ricerca [EngageMinds HUB - Consumer, Food & Health Engagement](#).

