



EUROPEAN  
CAPITAL MARKETS  
Cooperative Research Centre

# ECONOMIA COMPORTAMENTALE E NEUROMARKETING IN QUATTRO MOSSE

"CREARE VALORE METTENDO AL CENTRO LA NOSTRA UMANITÀ"

CICLO DI WEBINAR

16-23-30 GIUGNO - 7 LUGLIO 2020 - ORE 15-16.30





**European Capital Markets Cooperative Research Centre (ECMCRC)** è un centro di ricerca internazionale che promuove e facilita la cooperazione tra le università e i partner industriali affiliati.

A tal fine fornisce dati e sviluppa strumenti e software per la ricerca accademica, svolgendo al contempo attività no profit di ricerca scientifica.

Tra le altre attività, organizza insieme alla **Dublin City University** la **Summer School in Behavioral and Neuroscientific Research for Economics, Finance and Accounting**.



[www.ecmcrc.org](http://www.ecmcrc.org)



La **sezione di Economia Comportamentale e Neuroeconomia (ECNE)** opera nell'ambito del **Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche (DNISC)** di Chieti.

Il DNISC è un Dipartimento focalizzato sulla ricerca interdisciplinare a cui fanno riferimento 3 dottorati di ricerca: Business and Behavioural Sciences, Neuroscienze e Biotecnologie mediche.

Nel corso del 2018 il DNISC ha ottenuto dal MIUR il riconoscimento di "Dipartimento di Eccellenza" posizionandosi al primo posto in Italia nella sua area di riferimento.



[www.ecne.unich.it](http://www.ecne.unich.it)

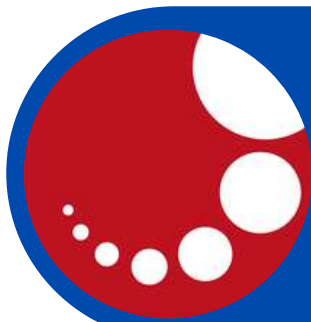


**IAB Italia** è il chapter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante Associazione nel campo della pubblicità digitale a livello mondiale e rappresenta l'intera filiera del mercato della comunicazione interattiva in Italia.

L'Associazione contribuisce in modo significativo alla diffusione della cultura digitale e internet, promuove l'intera industry e stimola il confronto tra domanda, intermediazione e offerta, contribuendo in maniera importante allo sviluppo del Sistema Paese.



[www.iab.it](http://www.iab.it)



**Assirm** è l'Associazione nata nel 1991 che riunisce le maggiori aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale.

Obiettivi dell'Associazione sono: essere un presidio del sapere; sviluppare relazioni istituzionali per la tutela degli interessi del settore; valorizzare il ruolo e la funzione sociale della ricerca di mercato, sociale e di opinione e favorire e promuovere la crescita della qualità del servizio offerto dai propri Associati.

L'Associazione è il punto di riferimento per il settore della ricerca di mercato in Italia e organizza l'annuale convegno Assirm Marketing Research Forum.



[www.assirm.it](http://www.assirm.it)



**Umana-Analytics** è uno **spinoff** del dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche dell'**Università di Chieti-Pescara**. È al tempo stesso un'impresa e un centro di ricerca che sviluppa e commercializza tecnologie per lo studio e del comportamento umano applicate al business.

Le attività di Umana-Analytics si concentrano sulle 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.



[www.umana-analytics.com](http://www.umana-analytics.com)

La serie di webinar vuole spiegare il ruolo della natura umana nelle decisioni economiche, con particolare riferimento alle decisioni 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 impiegando, 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:

- **16 Giugno 2020 - ore 15.00-16.30**

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

- **23 Giugno 2020 - ore 15.00-16.30**

Natura e cultura dietro alle nostre scelte;

- **30 Giugno 2020 - ore 15.00-16.30**

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

- **7 Luglio 2020 - ore 15.00-16.30**

Euristiche, Bias & Consumer Behavior.

**I RELATORI**



## 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](http://www.bbs.unich.it)), il Master in Behavioral Economics and Neuroeconomics ([www.ben.unich.it](http://www.ben.unich.it)), il Laboratorio di Behavioral Economics and Human Centered Design.

È amministratore delegato dello European Capital Markets Cooperative Research Centre e cofondatore e CEO di Umana-Analytics.

## Dr. Loreta Cannito, PhD

Psicologa e psicoterapeuta in formazione, ha conseguito il dottorato di Ricerca in Business and Behavioral Sciences presso l'Università di Chieti, dove si occupa di decision-making e neuroeconomia.

È socio membro dello spin-off universitario Umana-Analytics, dove si occupa di sviluppo e gestione dei protocolli sperimentali in ambito aziendale e di neuromarketing.

Assieme ai colleghi del Laboratorio di Economia Comportamentale e Neuroeconomia, si occupa di divulgazione scientifica e collabora a diverse iniziative, tra cui il portale italiano di Economia Comportamentale: [www.EconomiaComportamentale.it](http://www.EconomiaComportamentale.it)



# **IL PROGRAMMA COMPLETO**





- 16 Giugno 2020 - ore 15.00-16.30  
Riccardo Palumbo

*"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?

- 23 Giugno 2020 - ore 15.00-16.30  
Riccardo Palumbo

*"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"?





- 30 Giugno 2020 - ore 15.00-16.30  
Riccardo Palumbo - Loreta Cannito

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

Quali sono i principali tecnologie per il neuromarketing?

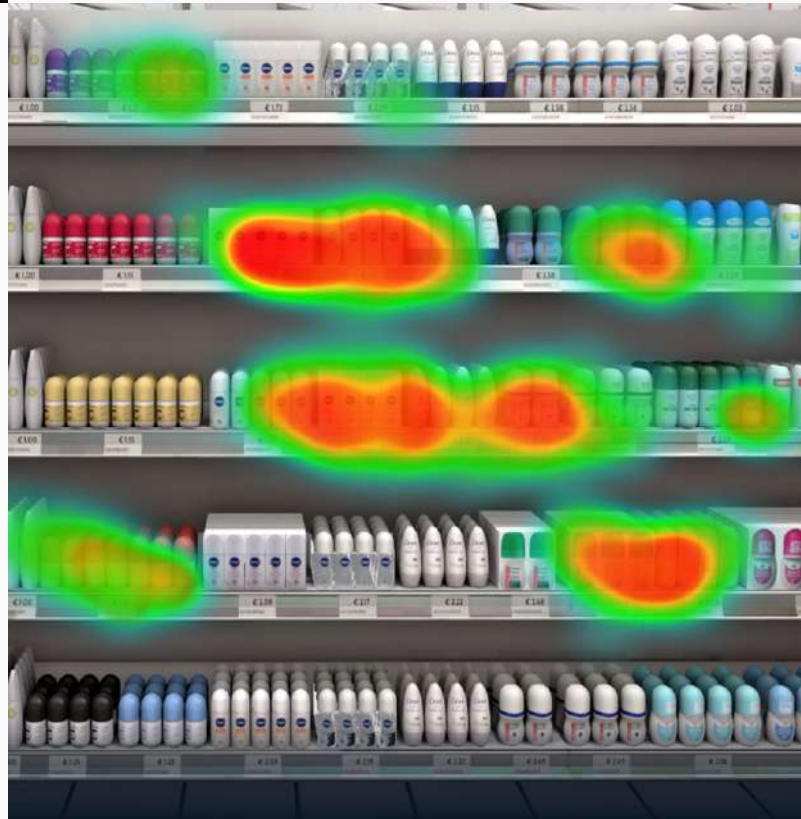
In che modo strumenti e metodi derivanti dalle neuroscienze possono essere impiegati nelle ricerche di mercato?

- 7 Luglio 2020 - ore 15.00-16.30  
Riccardo Palumbo

*"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:  
[webinar@ecmcrc.org](mailto:webinar@ecmcrc.org)

