



Università degli studi di Cagliari  
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

<i>Titolo del seminario</i>	<i>Neuroeconomics and Neuromarketing</i>
<i>Settore Scientifico disciplinare di riferimento</i>	<i>13/A, B, D.</i>
<i>Docente</i>	<i>Prof. Lubomir Cingl (Institute of Economic Studies - Faculty of Social Sciences Charles University, Prague)</i>
<i>Semestre nel quale viene impartito</i>	<i>Secondo</i>
<i>Crediti assegnati</i>	<i>2</i>
<i>Giorni, Orari, Aula:</i>	<i>30/05, 31/05, 3/6, 4/6 h. 10-12 6/6, h.12-14 Aula Anfiteatro</i>
<i>Prerequisiti</i>	<i>Economia comportamentale (preferibile ma non obbligatorio)</i>
<i>Obiettivi formativi</i>	<p><i>The course is an introduction to the psychology of economic decision-making with the emphasis on neuroeconomics and neuromarketing. The course starts with defining and explaining methods and the differences in practices between psychology and economics with particular focus on experimental research in behavioral economics and social psychology. In the second lecture "How not to be fooled by science" students develop a general critical thinking ability and learn how to evaluate the quality and trustworthiness of a scientific article.</i></p> <p><i>In the following lectures the methods and main results of neuroeconomics and its applications to marketing will be introduced and discussed.</i></p>
<i>Contenuti</i>	<p><b><i>Lecture 1+2: Introduction &amp; Methodology</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><i>- difference between psychology and economics</i></li><li><i>- definitions - economics, psychology</i></li><li><i>- Homo Economicus?</i></li></ul>



- *correlation and causality*
- *external vs. internal validity*
- *validity issues – limitations of generalizability of experimental findings (replication, framing, understanding, anonymity, self-selection of subjects, deception, motivation - stakes)*
- *WEIRD subjects*
- *publication bias, p-hacking, incentives for researchers, meaning of p-value*
- *improving practices in both disciplines, focus on replications*

### **Lecture 3 - Neuroeconomics**

- *define neuroeconomics*
- *importance of neuroeconomics, black-box approach*
- *methods – lesions, observing & stimulating brain, pharmacological interventions*
- *topics studied – new insights*
- *example – ultimatum game*

### **Lecture 4 - Neuroeconomics II – Neuromarketing**

- *brain anomalies, plasticity*
- *pharmacological studies*
- *tylenol and emotions*
- *oxytocin and trust*
- *neuromarketing – methods*
- *eye-tracking studies*
- *critique of neuroeconomics*



Università degli studi di Cagliari  
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

<b>Metodo d'insegnamento</b>	- <i>Lezioni</i>
<b>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</b>	<i>La verifica dell'apprendimento prevede l'elaborazione di un saggio su uno dei temi trattati a lezione.</i>
<b>Lecture consigliate</b>	<i>Tutto il materiale didattico (slides, codici, dati) verrà reso disponibile durante il corso</i>
<b>Altre informazioni</b>	<i>Il corso è rivolto a tutti quegli studenti delle lauree magistrali e di dottorato interessati alla comprensione dell'analisi dei processi decisionali e alle loro implicazioni, basati sull'utilizzo degli esperimenti di laboratorio e sui modelli della psicologia cognitiva e delle neuroscienze. Il corso sarà tenuto in inglese. Il saggio finale potrà essere scritto in inglese o in italiano.</i>