

- 1- El comportament humà
 - 1.1 Definició del comportament humà
 - 1.2 Necessitat d'entendre com ens comportem
 - 1.3 Causes i motius del comportament humà
 - 1.4 Models de comportament
 - 1.5 Mecanismes per esbrinar el comportament de les persones
 - 1.6 La influència i el canvi del comportament personal

- 2- La compra i el consum: dos aspectes concrets del comportament humà
 - 2.1 Comprar i consumir: actes plens de significar
 - 2.2 Necessitat d'entendre les raons de la compra i el consum
 - 2.3 Causes i motius
 - 2.4 Models de comportament de compra i de consum
 - 2.5 Mecanismes per esbrinar la compra i el consum: processos d'investigació.
 - 2.5.1.- Les informacions i com obtenir-les
 - 2.5.2.- Factors d'invalidació del procés
 - 2.5.3.- Mètodes Generals d'investigació
 - 2.6 La comunicació com eina d'influència i de canvi en la compra i el consum
 - 2.6.1.- La comunicació: peça dels processos de compra i consum
 - 2.6.2.- Les transferències comunicatives

- 3- Límits de la comunicació amb finalitats comercials:
 - 3.1 Persuasió i manipulació
 - 3.2 La felicitat entesa com necessitat satisfeta pel consum

- 4- Concepte de "star-system" o la persona és el producte
 - 4.1 - Definició de "star-system"
 - 4.2 - tipologia del producte: famosos, líders polítics i rock star.
 - 4.3.- Líders i seguidors:
 - 4.3.1.- Pacte i intercanvi entre líders i seguidors
 - 4.3.2.- El seguidor, comprador i consumidor de stars

BIBLIOGRAFIA:

- LINDON, Denis "Marketing político y social". Ed Tecniban
JOANNIS , H. "Del estudio de la motivación a la creación publicitaria y a la promoción de ventas". Ed, Paraninfo
ALBOU, Paul. "psychologie de la vente et del publicité".Ed. Presses Universitaires de France.
DICHTER, Ernest "La Estrategia del deseo". Ed.Huenul.
PACHARD, Vance " Las formas ocultas de la propaganda"Ed. Sudamericana.
DEBORD , Guy "La Sociedad del espectáculo" Miguel CastelloteEd.
SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard "L'Etat Spectacle ". Ed. Flammarion
SEGUELA, Jacques, "Hollywood lave plus blanc". Ed. Flammarion.
NICOSIA , Francesco M. " La decisión del consumidor y sus implicaciones en Marketing y publicidad" Ed. Ariel.
FABRIS, Giampaolo "Il Comportamento del Consumatore" Franco Angeli Ed.
MASLOW, Abraham "El hombre autorrealizado " Ed. Kairós
TODT, Eberhard "La motivación" Ed. Herder