

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE
MILANO

Dottorato di ricerca in Pedagogia (*Education*)

Ciclo XXIV

S.S.D. M-PED/01

RIFLESSIONE PEDAGOGICA, GREEN MARKETING, SOSTENIBILITÀ

Tesi di Dottorato di: Sara Bornatici
Matricola: 3710260

Anno Accademico 2010/2011



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE
MILANO

Dottorato di ricerca in Pedagogia (*Education*)

Ciclo XXIV

S.S.D. M-PED/01

RIFLESSIONE PEDAGOGICA, *GREEN MARKETING*, SOSTENIBILITÀ

Coordinatore: Ch.ma Prof.ssa Renata VIGANÒ

Tesi di Dottorato di: Sara Bornatici
Matricola: 3710260

Anno Accademico 2010/2011

INDICE

Introduzione	3
Parte prima	
Pedagogia, <i>Marketing</i> e sostenibilità: interpretazioni, buone pratiche, professionalità	7
Capitolo 1	8
Pedagogia, <i>Marketing</i>, sostenibilità	
1.1 L'orientamento alla sostenibilità nell'esperienza del consumo	8
1.2 <i>Green economy, Green Marketing</i> , pedagogia del capitale umano	14
1.3 Nuove professioni per la sostenibilità tra <i>Marketing</i> e comunicazione	20
Capitolo 2	33
Sostenibilità, consumo critico, stili di vita	
2.1 L'esigenza di educare al consumo critico tra locale e globale	33
2.2 Valore educativo, valore finanziario	39
2.3 La sobrietà come fattore di cambiamento	49
Capitolo 3	58
Forme e media del <i>Green Marketing</i>, orizzonti della costruzione della <i>learning society</i>	
3.1 Società della conoscenza, <i>media</i> , formazione	58
3.2 Nuovi <i>media</i> e consumo. Sostenibilità 2.0	66
3.3 Internet, strumento per la costruzione di un <i>Marketing</i> sostenibile?	72
Parte seconda	
Tra <i>Green Marketing</i> e formazione	80
Capitolo 4	81
Persona, <i>Green Marketing</i>, sviluppo umano	
4.1. L'educazione degli adulti: pedagogia e formazione delle risorse umane	81
4.2 L'educazione al consumo nella vita adulta: nuove domande di educazione	86
4.3 <i>Green Marketing</i> , scelte virtuose, educazione allo sguardo	94

Capitolo 5	
Green brand e alta formazione: nuove esperienze di Marketing per una cittadinanza planetaria	102
5.1 La <i>Summer School</i> in <i>Green Marketing</i> , sostenibilità, stili di vita e il sistema Alte Scuole dell'Università Cattolica	103
5.2 L'alta formazione tra politiche internazionali e <i>Green Marketing</i>	112
5.3 Verso expo 2015: innovazione, sviluppo, cooperazione	116
Capitolo 6	
Tra riflessione pedagogica e <i>Green Marketing</i>: per una lettura critica del discorso sulla formazione	123
6.1 Sviluppo locale, cooperazione Internazionale, comunicazione	125
6.2 La città fertile	132
6.3 Per uno spazio teorico tra <i>Green Marketing</i> e riflessione pedagogica	139
Conclusioni	147
Riferimenti bibliografici	150
Riferimenti sitografici	158
Allegato A	159