UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Laboratory of Methods

2324-1-F5106P034

Area di apprendimento

Area dell'apprendimento esperienziale

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

Modulo qualitativo

- L’analisi della domanda; La formulazione del progetto di ricerca; La scelta dello strumento qualitativo: intervista e/o focus group; La pianificazione delle modalità di raccolta dati

Modulo quantitativo

- Identificare l’analisi corretta da eseguire tra Analisi in Componenti Principali, una regressione ed un'analisi di varianza per poter testare un'ipotesi; Identificare le variabili per poter svolgere l’analisi

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Modulo qualitativo

- Sviluppare un progetto di ricerca qualitativa nell’ambito del marketing; Condurre un focus group/intervista; Presentare il proprio progetto di ricerca

Modulo quantitativo

- Svolgere Analisi in Componenti Principali, una regressione ed un'analisi di varianza in SPSS; Interpretare i

risultati

Contenuti sintetici

Programma esteso

Prerequisiti

Metodi didattici

Modalità di verifica dell'apprendimento

Testi di riferimento

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ