

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# SYLLABUS DEL CORSO

# Laboratorio di Metodologia

2526-1-F5112P008

### 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

Capacità critiche e di giudizio:

Attraverso la discussione di case-history e l'analisi di specifici apparati di ricerca, viene stimolata la capacità di valutare criticamente le scelte metodologiche e la gestione di processi di ricerca.

#### Capacità di comunicare:

Il laboratorio mira a rinforzare le competenze comunicative relativamente alla restituzione dei processi di ricerca, delle motivazioni alla base delle scelte analitiche effettuate e dei risultati ottenuti

Capacità di proseguire lo studio in modo autonomo:

Il laboratorio mira a dare strumenti e capacità di analisi e comportamento utili per contesti futuri, accademici e professionali, favorendo un apprendimento continuo e autodiretto.

Contenuti sintetici

Programma esteso

**Prerequisiti** 

Metodi didattici

Modalità di verifica dell'apprendimento

Testi di riferimento

**Sustainable Development Goals** 

ISTRUZIONE DI QUALITÁ