



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## COURSE SYLLABUS

### Research Marketing Technologies and Consumer Behavior Experimental Design

2526-111R017

---

#### **Titolo**

Research Marketing Technologies and Consumer Behavior Experimental Design

#### **Docente(i)**

Alice Mazzucchelli (UNIMIB)/Nadia Olivero (UNIMIB)

#### **Lingua**

Inglese

#### **Breve descrizione**

Questo corso offre una panoramica della ricerca su una serie di argomenti legati alle tecnologie di marketing (martech), coprendo i concetti essenziali su come costruire e sfruttare un'esperienza cliente personalizzata e fluida nell'attuale ecosistema tecnologico.

In quest'ottica, il corso fornisce una rassegna critica dei diversi metodi ed epistemologie per lo studio del comportamento del consumatore. Vengono illustrati la ricerca qualitativa, i metodi di indagine e i disegni

sperimentali per dar conto delle diverse prospettive che possono essere adottate in base ai differenti punti di vista e obiettivi di ricerca. Gli approcci empirici vengono discussi analizzando una selezione di pubblicazioni chiave rappresentative dei principali domini della ricerca applicata, tra cui: le piattaforme digitali e l'innovazione, la reputazione di marca e aziendale e la sostenibilità e il benessere.

## **CFU / Ore**

1 CFU / 8 ore

## **Periodo di erogazione**

Il semestre I anno

## **Sustainable Development Goals**

ISTRUZIONE DI QUALITÀ

---