



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Laboratorio 1 - Progettare, realizzare e comunicare la ricerca in ambiti non accademici

2627-2-F8804N027

Obiettivi formativi

Il laboratorio, grazie alla collaborazione di docenti provenienti da tre importanti istituti di ricerca – BVA Doxa-IPSOS e Codici Ricerca e Intervento –, si propone di far conoscere e sperimentare a studenti e studentesse gli approcci alla ricerca sociale e di mercato più diffusi in ambito extra-accademico.

Contenuti sintetici

Le 24 ore previste per il laboratorio saranno suddivise in tre moduli di 8 ore ciascuno: Il primo modulo, ha l'obiettivo di illustrare l'evoluzione recente della ricerca sociale e di mercato; Il secondo modulo si focalizzerà su due aspetti distintivi dei programmi di ricerca dell'istituto IPSOS-DOXA; Il terzo modulo offre una introduzione teorica e pratica all'approccio metodologico di Codici alla ricerca partecipata per fornire strumenti per la progettazione di percorsi di ricerca che utilizzino diversi metodi e strumenti sia qualitativi che quantitativi

Programma esteso

Il laboratorio, grazie alla collaborazione di docenti provenienti da tre importanti istituti di ricerca – BVA Doxa-IPSOS e Codici Ricerca e Intervento –, si propone di far conoscere e sperimentare a studenti e studentesse gli approcci alla ricerca sociale e di mercato più diffusi in ambito extra-accademico.

Le 24 ore previste per il laboratorio saranno suddivise in tre moduli di 8 ore ciascuno.

Il primo modulo, ha l'obiettivo di illustrare l'evoluzione recente della ricerca sociale e di mercato: dalle sfide che si

affrontano nell'applicazione empirica delle ricerche più tradizionali, fino alle opportunità offerte dall'innovazione tecnologica, in particolare dall'intelligenza artificiale.

Si esploreranno metodi e tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa, approfondendo anche approcci ibridi come il Web Listening e le analisi dei dati destrutturati attraverso intelligenza artificiale. Verranno illustrate le potenzialità di queste metodologie nel cogliere insight complessi e nell'integrare fonti di dati diverse, evidenziando come l'innovazione tecnologica stia trasformando il modo di condurre ricerche sociali e di mercato. I due incontri saranno anche l'occasione per far conoscere l'organizzazione di un istituto di ricerca e i possibili sbocchi professionali per neolaureati. Attraverso case studies ed esercitazioni pratiche gli studenti potranno calarsi nella realtà che, chi lavora in questo settore, affronta quotidianamente.

Il secondo modulo si focalizzerà su due aspetti distintivi dei programmi di ricerca dell'istituto IPSOS-DOXA.

Verranno presentati i modelli di GenAI utilizzati per ottenere insight innovativi nelle diverse fasi della ricerca, con particolare riferimento all'innovazione in Ipsos (filosofia, obiettivi e soluzioni), ai bisogni non soddisfatti dei consumatori, al miglioramento di un prodotto/servizio, all'ottimizzazione del packaging, al modello Ipsos Facto e alla Generative AI di Ipsos. Chiuderà questa prima parte una esercitazione pratica svolta in gruppo.

Il 28 marzo, verrà offerto un panorama delle Grandi Indagini di rilevazione delle audience, cioè delle rilevazioni che nell'era del Digitale hanno l'obiettivo di fornire gli strumenti per orientare le scelte editoriali e di pianificazione di chi crea i contenuti medial e di chi li utilizza nella comunicazione. La lezione ha l'obiettivo di descrivere come si generano i dati che, nel contesto odierno, i team di marketing e di comunicazione delle aziende utilizzano per effettuare le proprie scelte tattiche e strategiche relative a tutti i media che si leggono, guardano e ascoltano.

Il terzo modulo offre una introduzione teorica e pratica all'approccio metodologico di Codici alla ricerca partecipata per fornire strumenti per la progettazione di percorsi di ricerca che utilizzino diversi metodi e strumenti sia qualitativi che quantitativi, presentare strumenti di ricerca finalizzati all'emersione del punto di vista delle persone, delle comunità e dei territori che sono "oggetto" della ricerca, analizzare diverse modalità di restituzione dei risultati in base alle esigenze dei diversi stakeholder.

Il modulo si articola in due sotto-moduli. Un primo teorico (mattina) dedicato all'analisi dell'approccio metodologico di Codici attraverso un caso studio. Verranno esaminati diversi metodi e strumenti di ricerca sia qualitativi che quantitativi, in particolare quelli che prevedono l'emersione del punto di vista dei soggetti della ricerca, e le diverse modalità di restituzione dei risultati in base ai differenti stakeholder. Particolare attenzione sarà dedicata al valore della partecipazione nei processi di costruzione della conoscenza e al suo ruolo nella ricerca sociale. Un secondo pratico (pomeriggio), focalizzato sulla sperimentazione diretta degli strumenti presentati attraverso un'attività di ricerca sul campo in un contesto urbano milanese. L'esperienza permetterà di testare concretamente le metodologie di ricerca partecipata, mettendo in pratica le tecniche di raccolta dati e sperimentando modalità di coinvolgimento attivo dei soggetti della ricerca.

Prerequisiti

nessuno

Metodi didattici

Attività laboratoriale - didattica interattiva (100%)

Modalità di verifica dell'apprendimento

Testi di riferimento

Sustainable Development Goals

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
