UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Research Marketing Technologies and Consumer Behavior Experimental Design

2627-111R017

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

II semester I anno

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ