



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2010-2011

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria**

Insegnamento: **Metodologia della ricerca sociale**

Curriculum: **Internazionale e Pubblicitario**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docenti: **Donatella Padua, Stefania Tusini**

SSD: **SPS/07**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezioni frontali e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **italiano**

PREREQUISITI

Sono richieste conoscenze in ambito sociologico generale e di marketing

OBIETTIVI FORMATIVI

- Acquisire conoscenze di base relative ai problemi metodologici della ricerca empirica e gli strumenti concettuali e tecnici per risolverli.
- Acquisire conoscenze di base sullo sviluppo e la storia della metodologia come disciplina;
- Acquisire competenze sulle tecniche di rilevazione per la ricerca quantitativa e qualitativa e l'uso della relativa terminologia.

CONTENUTO DEL CORSO

Per CFU 5

- La metodologia delle scienze sociali nel disegno della ricerca standard e quello della ricerca non standard.
- Presupposti epistemologici e scelte tecniche per la rilevazione delle informazioni.
- Le ricerche quantitative e qualitative
- Le ricerche di marketing: soggetti, processi, tipologie
- Case histories ed esercitazioni sulle ricerche di mercato
- Le ricerche sull'evoluzione del potenziale di mercato, segmentazione e posizionamento.
- Le ricerche per il lancio di un nuovo prodotto e per analizzare la performance di mercato del prodotto – marca; le ricerche qualitative sul consumo.

MODULO Prof.ssa Tusini

Ricerca qualitativa:

- analisi concettuale; definizione e specificazione di concetti;

- problematiche relative al rapporto di indicazione e alla definizione operativa dei concetti;
- confronto tra tecniche qualitative e quantitative;
- caratteristiche e problematiche dell'indagine qualitativa: progettazione, individuazione delle tecniche, scelta degli interlocutori, problematiche relative al campionamento e alla rilevazione, rapporto intervistatore/intervistato, natura delle informazioni raccolte e loro trattamento analitico.

Per CFU 6

- I contenuti relativi al credito aggiuntivo rispetto ai 5 CFU di cui sopra verranno stabiliti durante il corso e comunque riguarderanno l'ambito delle ricerche sul consumatore.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, esercitazioni.

TIPO DI ESAME

Per frequentanti:

Prova scritta obbligatoria unica per i due moduli sul programma per frequentanti + Prova orale facoltativa.

Per non frequentanti:

Prova scritta obbligatoria unica per i due moduli sul programma per non frequentanti + Prova orale facoltativa.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

Per i moduli della Prof.ssa Padua

- "Introduzione alle ricerche di marketing. Disegno, tecniche e analisi di base dei dati". (Molteni L., Troilo G., Mc Graw Hill) (FINO A PAG. 94).
- Slides presenti su webclass.

Per il modulo della Prof.ssa Tusini:

S. Tusini, *La ricerca come relazione. L'intervista nelle scienze sociali*, Franco Angeli (ESCLUSO CAP. 3)

Per non frequentanti:

Per i moduli della Prof.ssa Padua

- "Introduzione alle ricerche di marketing. Disegno, tecniche e analisi di base dei dati". (Molteni L., Troilo G., Mc Graw Hill).

Per il modulo della Prof.ssa Tusini:

S. Tusini, *La ricerca come relazione. L'intervista nelle scienze sociali*, Franco Angeli.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Corbetta P., La ricerca sociale. Metodologia e tecniche, Il Mulino, 2003
- H.S. Becker, I trucchi del mestiere. Come fare ricerca sociale, il Mulino, 2007
- M. Marzano, Etnografia e ricerca sociale, Laterza, 2006
- Figini M., "Fare ricerca per conoscere il cliente", Il Sole 24 ore, 1998;
- Marbach G. "Le ricerche di mercato", UTET, 2000;
- Zammuner V.L. "I focus group", Il Mulino, 2003;

ALTRE INFORMAZIONI

Le slides illustrate durante il corso verranno inserite su webclass

E-mail docente: donatella.padua@unistrapg.it
stefania.tusini@unistrapg.it