

Corso di Perfezionamento

SOCIAL AND CONSUMER INFORMATION SCIENTIST

for Marketing Intelligence

Area Economics, Management e imprenditorialità

FORMAZIONE PERMANENTE

I edizione
Milano, febbraio – maggio 2017



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

F Il corso di perfezionamento in Social and Consumer Information Scientist for Marketing Intelligence (IS4MI) offre una formazione specialistica per tutti i professionisti coinvolti nel processo di decision making e intelligence aziendale, a fronte di uno scenario di mercato e di consumo sempre più complesso e imprevedibile. Organizzato dall'Alta Scuola di Psicologia, Agostino Gemelli, in collaborazione con il Bicocca Applied Statistics Center (B-ASC), questo corso di perfezionamento vuole fornire gli strumenti per studiare e comprendere il mondo dei consumi e dei consumatori (consumer scientist), per cogliere i segnali deboli, i sintomi del cambiamento nel mercato e nei comportamenti di acquisto e le opportunità che le aziende possono cogliere per orientare e gestire al meglio la loro strategia di marketing.

I nostri Partner



Destinatari

Destinatari del Corso di Perfezionamento sono i laureati (pre D.M. 509/1999) e laureati di laurea magistrale in discipline economiche e/o psico-sociali (o titoli equivalenti) e in possesso di conoscenze di base di ricerca sociale o di marketing. È titolo preferenziale ai fini dell'ammissione un'esperienza in ambito aziendale.

Metodologia

Il Corso sarà organizzato in modo da favorire la costruzione di conoscenze e competenze applicate nell'area della ricerca sociale e di marketing e dell'analisi dei big data.

Inoltre sarà favorito il network con le Aziende del settore per una formazione capace di rispondere alle esigenze del mondo del lavoro.

In particolare, durante il corso si alterneranno:

- Corsi di taglio teorico - applicato;
- Incontri con professionisti del settore e analisi di case histories;
- Realizzazione di project work sotto la guida di professionisti;
- Attività tutoriale in accompagnamento di gruppo e individuale alla didattica d'aula e a distanza.



Moduli formativi

La didattica del Corso IS4MI è suddivisa in 6 moduli didattici:

► Modulo 1

■ Marketing Intelligence & Information per il Decision Making Aziendale (le competenze di ruolo, i processi del decision making aziendale, le specificità nelle diverse tipologie di organizzazione/settori del mercato), modelli di analisi del consumatore, consumer psychology, behavioral economics).

► Modulo 2

■ La progettazione e la processazione di ricerca (la gestione della domanda di ricerca; le competenze di "contenuto" e le competenze di "processo" nella ricerca applicata al marketing intelligence e al marketing decision making).

► Modulo 3

■ Le competenze metodologiche di base (la ricerca qualitativa; la ricerca quantitativa; la ricerca su fonti primarie/desk; i panel).

► Modulo 4

■ La ricerca digitale e sui social media (social media listening; buzz analysis; mobile research; google analytics).

► Modulo 5

■ Integrare, gestire e analizzare big data (dati di mercato, dati di fonti primarie, dati digitali, stoccaggio dei dati, tecniche di analisi, visualizzazione dei dati, introduzione agli analytics, introduzione ai sistemi di analisi...).

► Modulo 6

■ Dal dato all'intelligence sul dato (comunicare e fare consulenza sui risultati di ricerca e sui big data per l'intelligence di marketing nelle diverse fasi del decision making strategico e operativo).



Orari e sede

Le lezioni si svolgeranno dalle ore 09.00 alle ore 13.00 e dalle ore 14.00 alle ore 18.00 per le giornate da 8 ore, mentre dalle ore 09.30 alle ore 13.00 e dalle ore 14.00 alle ore 16.30 per le giornate da 6 ore, presso la sede dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Valutazione e Diploma

La valutazione avverrà sulla base di una prova finale e sulla partecipazione alle lezioni. Concorreranno alla valutazione anche i Project Work previsti nelle giornate di Business Game a metà e fine corso. Il Corso rilascia un Diploma di Perfezionamento in Social and Consumer Information Scientist for Marketing Intelligence previsto dall'art. 2, comma 5 del regolamento didattico di Ateneo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, come previsto dalla Legge 19 novembre 1990, n. 341, relativa alla Riforma degli ordinamenti didattici universitari.



Il calendario del corso si articola su 13 giornate di formazione previste con cadenza settimanale il lunedì, per un totale di 100 ore. La didattica inizierà nel mese di febbraio e si concluderà in maggio. La frequenza è obbligatoria, con un numero minimo di ore di frequenza pari al 75% delle ore di lezione totali. All'interno del programma sono previste diverse testimonianze aziendali e case studies.

SETTIMANA DIDATTICA	ORE	DIDATTICA
PRIMA SETTIMANA	6	DATI: open, big, small, social. (open source vs internal data/company data/dati riservati)
	2	Testimonianza aziendale
SECONDA SETTIMANA	6	Marketing decision making & marketing Intelligence
	2	Testimonianza aziendale
TERZA SETTIMANA	6	Psyco-social marketing: consumer psychology and behavioral economics
	2	Testimonianza aziendale
QUARTA SETTIMANA	6	Sviluppare ricerca a partire dal bisogno di intelligence dell'azienda: metodologia di processo
QUINTA SETTIMANA	6	Logiche e tecniche di ibridazione dei dati (information linkage, data fusion)
	2	Testimonianza aziendale
SESTA SETTIMANA	6	Scenic context: analisi degli scenari utilizzando i big data
	2	Testimonianza aziendale
SETTIMA SETTIMANA	8	BUSINESS GAME 1
OTTAVA SETTIMANA	6	Le ricerche quantitative per il marketing intelligence
	2	Testimonianza aziendale
NONA SETTIMANA	6	Il valore della ricerca qualitativa per il consumer insight: crowd sourcing, engagement in research, idea generation
	2	Testimonianza aziendale
DECIMA SETTIMANA	6	Mobile and Digital research
	2	Testimonianza aziendale
UNDICESIMA SETTIMANA	6	Google Analytics
	2	Testimonianza aziendale
DODICESIMA SETTIMANA	6	Dal dato all'uso del risultato: comunicazione, guidance e consulenza per il marketing intelligence: metodologia di processo
TREDICESIMA SETTIMANA	8	BUSINESS GAME 2
TOTALE ORE	100	

Direzione scientifica

Claudio Albino Bosio, professore ordinario, preside della Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

Paolo Mariani, professore ordinario di statistica economica presso il Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie d'impresa dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca



Faculty

Alberto Stracuzzi, Customer Intelligence Director at BlogMeter

Andrea Bonanomi, Ricercatore, Dipartimento di Statistica, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Edoardo Lozza, Professore associato presso la Facoltà di Psicologia, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Enrico Bozzi, Marketing Manager Analytics IBM Italia

Federico Capecci, Chief Digital Officer e CEO di TNS Italia

Federico Neri, Business Consultant, Language Intelligence Manager Integris

Giancarlo Bisso, Marketing Communication at ENI

Giovanni Fondrini, CEO di Demoskopoea

Guendalina Graffigna, Direttore Centro Studi Assim e Professore associato presso la Facoltà di Psicologia, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Ivan Mazzoleni, Leader of Business Digital Transformation Microsoft Italia

Jamil Ouazzani, Partner Data Observer, Digital Data Intelligence

Raffaele Angelone, Consumer Insight Manager Europa Colgate Palmolive

Renato Fiocca, Professore ordinario presso la Facoltà di Economia, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Rita Cantarini, Responsabile Ricerche di mercato FATER

Tutor d'aula

Mariarosaria Savarese, dottorando di ricerca, Scuola di Dottorato in Psicologia, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Il corso in sintesi

Modalità di partecipazione, costi ed agevolazioni

■ Coloro che intendono partecipare al corso dovranno far pervenire all'Università Cattolica del Sacro Cuore - Segreteria Corso IS4MI (via Carducci 30, 20123 Milano Tel. +39.02.7234.5834

Fax +39.02.7234.5706

email: formazione.permanente-mi@unicatt.it) - la domanda di partecipazione attraverso la registrazione online disponibile sul sito http://appsunicatt.it/formazione_permanente/milano.asp e conseguentemente far pervenire la seguente documentazione:

· autocertificazione relativa al titolo di laurea, con l'indicazione del voto di laurea;

· un curriculum vitae e studiorum dettagliato;

· la copia della ricevuta del versamento di una tassa di pre-iscrizione di 100 euro (esente iva e quota non rimborsabile).

■ La valutazione dei candidati avverrà in base ad una valutazione dei titoli (curriculum vitae et studiorum e voto di laurea) e un colloquio in cui verranno valutate le attitudini dei candidati e la loro idoneità spe-

cifica ai contenuti e al programma formativo del corso.

■ Il termine inderogabile per presentare domanda di partecipazione è fissato per il giorno 30 gennaio 2017. È previsto un numero massimo di partecipanti pari a 30 persone.

■ Dalla data di conferma dell'ammissione, i partecipanti selezionati dovranno perfezionare la propria iscrizione entro 5 giorni dalla data di ammissione tramite il pagamento della quota iscrizione al corso di perfezionamento pari a € 1500 (comprensivi del materiale didattico e del bollo per il diploma finale).

■ Per gli iscritti all'Alumni Cattolica Associazione Necchi e Amici dell'Università Cattolica, è previsto uno sconto pari al 10% della quota di partecipazione.

■ Il versamento della quota di perfezionamento dell'iscrizione al corso può essere effettuato mediante bonifico bancario intestato a: Università Cattolica del Sacro Cuore presso Intesa Sanpaolo Intesa San Paolo, Via dell'Arte, n. 21 – 00144 Roma; IBAN: IT07 W 03069 03390 211610000191; Conto Coge: 02B20720; BIC/Swift Code: BCI-

TTTTMM988, indicando il nominativo del partecipante e il titolo del corso sulla causale del versamento, e inviando a formazione.permanente-mi@unicatt.it la copia dell'avenuto versamento;

■ Per i professionisti del settore è prevista la possibilità di frequentare singoli moduli didattici, previa richiesta da inviare alla segreteria del corso IS4MI (via Carducci 30, 20123 Milano

Tel. +39.02.7234.5834

Fax +39.02.7234.5706

email: formazione.permanente-mi@unicatt.it), in caso di accettazione da parte della direzione del corso, la quota di iscrizione per ciascun modulo è di €500, secondo le medesime modalità di pagamento e iscrizione descritte per l'intero corso.

■ La quota di iscrizione non è rimborsabile tranne nel caso di non attivazione del corso e comunque nei termini previsti alla voce "Regolamento generale di iscrizione ai corsi di Formazione Permanente", consultabile all'indirizzo web: http://apps.unicatt.it/formazione_permanente/milano.asp.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

www.unicatt.it