

SCUOLA DI METODOLOGIA DELLA RICERCA

I DOCENTI

ESPERIMENTI



Giampaolo Viglia è Professore Ordinario di Marketing a University of Portsmouth, UK. La sua ricerca si focalizza su tematiche di pricing e decisioni dei consumatori, con particolare interesse nell'area della sharing economy e di altri servizi. I suoi lavori di ricerca sono apparsi in varie riviste di marketing, management e turismo, tra cui Journal of Service Research, Journal of Interactive Marketing, Journal of Retailing, Journal of Travel Research, Tourism Management, Journal of Business Research, International Small Business Journal, and Journal of Services Marketing. Giampaolo è inoltre l'Associate Editor di Psychology & Marketing, Annals of Tourism Research e Service Industries Journal.



20-25
luglio 2020

CORSO
INTRODUZIONE AI METODI DI RICERCA

MODELLO DIDATTICO



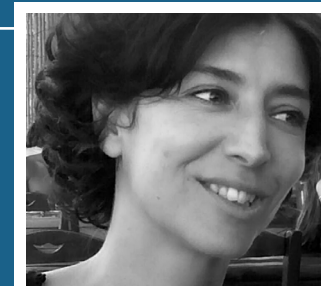
Ogni partecipante riceverà dei Video-tutorial e degli Assignment creati appositamente dai docenti della scuola per prepararsi agli incontri on-line. Nella settimana della scuola, ci collegheremo in video-streaming per 6 ore al giorno per 3 giorni con i 3 docenti della scuola.

In queste sessioni:

- discuteremo le tematiche presentate nei video introduttivi;
- correggeremo e discuteremo gli assignment;
- discuteremo i temi e i problemi specifici che state affrontando nel vostro percorso di ricerca e che volete condividere con l'aula e con i docenti.

INTRODUZIONE ALLA RICERCA QUALITATIVA

Rebecca Pera, PhD, è Professore Associato presso l'Università di Torino ed è Visiting Professor alla Oxford Brookes University, Regno Unito. Insegna Strategic Marketing, Digital Marketing e Consumer Behaviour ed i suoi interessi di ricerca si concentrano su tematiche relative ai comportamenti creativi, al well-being, alla co-creazione di valore e allo storytelling dei consumatori. Il suo lavoro è stato pubblicato in numerose riviste internazionali nelle aree del marketing e del consumer behaviour, tra cui Journal of Interactive Marketing, Psychology and Marketing, Journal of Business Research, Journal of Strategic Marketing, The Service Industries Journal ed Annals of Tourism Research.



INTRODUZIONE ALLA RICERCA QUANTITATIVA

Matteo Corciolani è Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia e Management dell'Università di Pisa. La sua ricerca si focalizza su tematiche di comportamento del consumatore e marketing communications, con particolare interesse per il consumo di prodotti autentici, la responsabilità sociale d'impresa, la comunicazione in caso di crisi e la sharing economy. I suoi lavori di ricerca sono apparsi in varie riviste, tra cui European Journal of Marketing, Marketing Theory e Journal of Marketing Management.



PER CHI



- Dottorandi di ricerca al primo o al secondo anno.
- Collaboratori e assegnisti di ricerca.

Tutti coloro che sentono il bisogno di consolidare i basics della metodologia per la ricerca sociale.

Al fine di massimizzare l'esperienza di apprendimento è previsto un tetto massimo al numero di iscritti.

QUANDO



20-25
luglio 2020

QUOTA DI ISCRIZIONE



La quota di iscrizione è 120 euro*. I partecipanti avranno accesso alle sessioni di aula (virtuale), avranno la possibilità di svolgere degli assignment per applicare i temi previsti nel programma e avranno la possibilità di inviare ai docenti i propri progetti di ricerca e ricevere dei feedback sugli stessi.

**Condizioni valide per i Soci SIMA e SIM e per le iscrizioni ricevute entro il 19 Giugno 2020.*

Tariffe complete:

Early bird

Soci SIMA-SIM: 120 Euro

Non soci: 220 Euro

Deadline: 19 Giugno

Regular

Soci SIMA-SIM: 220 Euro

Non soci: 280 Euro

Deadline: dal 20 Giugno / 3 Luglio

**Condizioni valide per i Soci SIMA e SIM e per le iscrizioni ricevute entro il 19 Giugno 2020.*

DOVE



Direttamente a casa vostra! Per connetterci tra noi utilizzeremo la piattaforma Zoom.

CONTATTI



Per maggiori informazioni: scuola.sima.sim@gmail.com

DICONO DI NOI...



"Il corso è stato un'esperienza che mi ha notevolmente arricchito non soltanto dal punto di vista della metodologia. Infatti, la possibilità di fare brainstorming e di condividere idee con altri partecipanti ha permesso di sviluppare maggiormente il mio senso critico. Il vero punto di forza del corso sono stati i docenti, coinvolgenti nelle loro spiegazioni e con un approccio assolutamente friendly hanno messo il partecipanti nelle condizioni ottimali per esporre in libertà le proprie idee."

"Molto soddisfatto. Ho conosciuto delle persone brillanti con cui manterrò i contatti e dei docenti molto preparati con cui mi piacerebbe poter collaborare anche in futuro. Una bella esperienza."

"Panoramica dei metodi di ricerca più utilizzati, con spiegazioni eccellenti."

"Ottimo corso per dare una visione di insieme della ricerca ai partecipanti. Ben sviluppato, ben gestito e ben erogato."