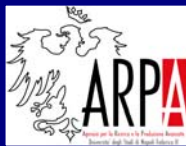


DIPARTIMENTO DI SCIENZE
ECONOMICHE E STATISTICHE
UNIVERSITÀ DI SALERNO

DIPARTIMENTO DI MATEMATICA E STATISTICA
UNIVERSITÀ DI NAPOLI "FEDERICO II"



DIPARTIMENTO DI SCIENZE STATISTICHE E
MATEMATICHE "SILVIO VIANELLI"
UNIVERSITÀ DI PALERMO

DIPARTIMENTO DI STUDI EUROPEI
E MEDITERRANEI
SECONDA UNIVERSITÀ DI NAPOLI



V edizione
anno 2007

MASTER IN METODI QUANTITATIVI PER LA RICERCA SOCIALE E L'ANALISI DI MERCATO

Figura professionale e finalità

"Ricercatore" nel campo delle Analisi di Mercato e Sondaggi d'opinione, in grado di utilizzare i metodi quantitativi per la gestione e l'analisi di dati per la:

- *analisi di fenomeni sociali;*
- *analisi di mercati in contesti concorrenziali e non-profit;*
- *progettazione e valutazione di servizi;*
- *analisi della Customer Satisfaction e segmentazione del mercato.*

Le competenze acquisite consentiranno di:

- *progettare indagini in ambito sociale e di marketing;*
- *analizzare dati multidimensionali di natura qualitativa, quantitativa e testuale;*
- *costruire strumenti per l'analisi di performance di sistemi complessi;*
- *presentare e diffondere i risultati delle attività di progettazione e di analisi.*

Destinatari

Sono ammessi a partecipare al corso i laureati in possesso di una laurea triennale o di una laurea del vecchio ordinamento nelle Classi di laurea in Scienze del Servizio Sociale, Scienze Sociologiche, Scienze Economiche, Scienze Statistiche, Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali, Scienze e Tecniche Psicologiche.

Sono ammessi "con riserva" anche i laureandi che consegneranno il titolo entro il 31 gennaio 2007.

Sede del corso

Le lezioni verranno tenute in parte presso l'Università di Salerno (sede di Fisciano) e in parte presso l'Università di Napoli "Federico II" (sede di Monte S. Angelo).

Durata del corso

1500 ore in 12 mesi, pari a 540 ore di aula, 460 ore di attività applicative e 500 ore di stage con inizio **gennaio 2007**. La frequenza è obbligatoria.

Stage

Enti di Rilevazione e Analisi dei Dati
Società di Sondaggi e Ricerche di Mercato
Enti Pubblici
Direzione Marketing di Aziende

Requisiti di ingresso

Si richiede la conoscenza elementare di WINDOWS e nozioni di base della lingua inglese.

Modalità di accesso

Selezione per titoli e colloquio per un minimo di 15 e un massimo 35 allievi.

Quota di iscrizione

Gli allievi possono iscriversi all'intero percorso formativo oppure a specifici moduli tematici.

Il corso completo ha un costo di **EURO 4.800,00** (IVA inclusa) da sostenere in due rate. La I rata deve essere versata all'atto dell'iscrizione.

Direzione

Simona Balbi, Università di Napoli "Federico II"
Maria Rosaria D'Esposito, Università di Salerno

Comitato Scientifico

Simona Balbi, Università di Napoli "Federico II"
Vincenza Capursi, Università di Palermo
Maria Rosaria D'Esposito, Università di Salerno
Giuseppe Giordano, Università di Salerno
Germana Scepi, Università di Napoli "Federico II"
Rosanna Verde, Seconda Università di Napoli

Scadenza, Informazioni e Contatti

Le domande di partecipazione dovranno pervenire entro il **21 dicembre 2006** al:

Consorzio ARPA, P.zza VII settembre, 28 - 80134 - Napoli

All'att.ne: dott.ssa Gina Soave. Tel.: 081 9636 711; Fax: 081 9636 800

email: info@masterqsm - sito web: www.masterqsm.it



Master in Metodi Quantitativi per la Ricerca Sociale e l'Analisi di Mercato

V EDIZIONE - 2007

DATI ANAGRAFICI

Cognome _____ Nome _____
Nato/a a _____ il _____ / _____ / 19____
Residenza _____ Provincia _____
Via _____ N. _____ CAP _____
Tel. _____ Cell. _____
Fax _____ E-mail _____

RECAPITO PER COMUNICAZIONI (indicare solo se diverso dalla residenza)

Domicilio _____ Provincia _____
Via _____ N. _____ CAP _____
Tel. _____ Cell. _____

TITOLI & COMPETENZE

Laurea in _____
Università _____ Anno di laurea _____ Voto _____
Titolo della tesi _____
Corsi di specializzazione e/o altri corsi post-laurea _____

Lingue straniere _____

Conoscenze informatiche _____

Esperienze professionali _____

Se non si intende partecipare al corso completo indicare i moduli per cui e' richiesta l'ammissione

- | | |
|---|--|
| ☐ Statistica di Base e Software per le applicazioni statistiche | ☐ Progettazioni d'indagini |
| ☐ Analisi di Mercato + Segmentazione del Mercato e Customer Satisfaction | |
| ☐ Indicatori e metodi per la valutazione dei servizi | ☐ Analisi dei dati testuali |

DOCUMENTI DA ALLEGARE

- Curriculum vitae
- Breve descrizione del candidato e delle motivazioni per la partecipazione al QSM (o ai moduli)
- (facoltativo) Lettera di referenze che attesti le credenziali educative e/o professionali

Si autorizza il trattamento dei dati personali ai sensi della legge n. 675 del 31.12.1996
sulla "Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali"

(FIRMA) _____