ASAG
ALTA SCUOLA DI PSICOLOGIA
AGOSTINO GEMELLI

Corso di Perfezionamento

Social and Consumer Information Scientist for Marketing Intelligence (IS4MI)

II edizione

Milano, 26 febbraio - 11 giugno 2018

Finalità

Il calendario del corso si articola su 13 giornate formative per un totale di 100 ore. La didattica del Corso IS4MI è suddivisa in 4 moduli didattici:

MODULO 1
Management dei processi di ricerca complessi per il Marketing Intelligence

MODULO 2
Marketing Intelligence e Decision Making Aziendale

MODULO 3
Integrare, gestire e analizzare Big Data

MODULO 4
Social Media Intelligence e ricerca digitale

Direzione scientifica

Prof. Claudio Albino Bosio, Professore Ordinario di Psicologia del Marketing e dei Consumi, Preside della Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore
Prof. Paolo Mariani, Professore Ordinario di Statistica Economica presso il Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie d'impresa Università degli Studi di Milano-Bicocca; Direttore B-ASC Bicocca Applied Statistics Center

Coordinamento didattico

Prof. Guendalina Graffigna, Professore Associato presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, Direttore Centro Studi Assirm

Termine domanda di ammissione: 5 febbraio 2018

Informazioni: milano.unicatt.it/formazionepermanente

INFORMAZIONI

Università Cattolica del Sacro Cuore - Formazione Permanente
Via Carducci, 30 - 20123 Milano - Tel. 02/7234.5701
E-mail: formazione.permanente-mi@unicatt.it
Sito Internet: www.unicatt.it/formazionepermanente

I nostri partner

RESEARCH CHAPTER
Promuovere Sostenere Affermare la Buona Ricerca
Microsoft
dentsu AEGIS network
blogmeter THE SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE COMPANY
FATER Growing for a better life
KANTAR TNS
groupm

In collaborazione con

B-ASC Bicocca Applied Statistics Center
ASSIRM RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE
ASA Associazione per la Statistica Applicata

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore