



MASTER IN METODI QUALITATIVI PER LA RICERCA APPLICATA ALL'INDAGINE SOCIALE E DI MARKETING

COMITATO SCIENTIFICO DIDATTICO

DIRETTORE SCIENTIFICO

Prof. Albino Claudio Bosio

Albino Claudio Bosio è professore ordinario di Psicologia dei Consumi e del Marketing presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano e direttore scientifico del master universitario in Metodi Qualitativi per la Ricerca Sociale e di Marketing presso la stessa Università .

È autore di circa centocinquanta pubblicazioni scientifiche dedicate soprattutto allo studio dei climi sociali e di consumo, della costruzione sociale e del marketing delle professioni, delle pratiche di salute, di cura e di prevenzione, della qualità percepita dei servizi sanitari, della comunicazione sociale e dell'opinione pubblica, di problemi metodologici concernenti la ricerca qualitativa e quantitativa.

Ricercatore in GfK - Eurisko dal 1975, è vice presidente dell'Istituto, direttore del dipartimento di studi sociali e politici. Aree di ricerca prevalenti: climi sociali e di consumo, marketing della salute e dei servizi sanitari, marketing e comunicazione sociale, public issues, orientamenti politici e intenzioni di voto.

Direttore del Centro Studi e Formazione ASSIRM dal 2006 e Direttore della Scuola di Dottorato della Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano dal 2008.



MEMBRI DEL COMITATO SCIENTIFICO-DIDATTICO

Dott. Alessandro Colombo

Alessandro Colombo is Director of Research of the Lombardy Regional Institute for Research (IReR – Istituto Regionale di Ricerca della Lombardia), Milan.

He obtained a degree in Philosophy from the Catholic University of the Sacred Heart (Milan), a PhD in Economic History from the University of Verona, and a MPhil in European Studies from the University of Cambridge UK.

He worked as Research fellow at the *Department of Economic and social history* and as Director of the *Center of Research for Catholic Social Teaching* at the Catholic University - Milan.

His research interests focus on Politics, Social and Welfare Policy, Social History, Policy Research and Regional Governance.





MASTER IN METODI QUALITATIVI PER LA RICERCA APPLICATA ALL'INDAGINE SOCIALE E DI MARKETING

COMITATO SCIENTIFICO DIDATTICO

Prof. Giampietro Gobo

Giampietro Gobo, (Ginevra 1961), è professore Associato, presso la Facoltà di Scienze Politiche, Dipartimento di Studi Sociali e Politici, Università degli Studi di Milano.

Insegna:

- Metodologia della ricerca sociale
- Valutazione e ricerca sociale
- Etnografia.

All'interno dell'approccio denominato 'workplace studies', si sta occupando di ergonomia della comunicazione all'interno dei 118, centri di emergenza sanitaria.

Attività istituzionali

- Direttore del Centro Interdipartimentale ICONA (Innovazione e cambiamento organizzativo nella amministrazione pubblica).
- Membro del direttivo del Qualitative Methods, Research Network dell'ESA (European Sociological Association)
- Membro del comitato editoriale della rivista internazionale Qualitative Research, pubblicata da Sage
- Consulting Editor della rivista "Qualitative Sociology Review" (www.qualitativesociologyreview.org)
- Associate Editor (membro del comitato di redazione) della rivista Qualitative Research in Organizations and Management pubblicata da MCB/Emerald Publications (UK)
- Membro del comitato editoriale e responsabile Recensioni della rivista International Journal of Social Research Methodology. Theory & Practice, pubblicata da Taylor & Francis.



Prof. Karin Olson

Dr. Karin Olson has a background in both quantitative and qualitative research methods and has worked in both academic and clinical research environments. Her current research interests in advanced cancer and palliative care focus on behavioural responses of patients and families to fatigue. For 10 years she served as the Coordinator for Nursing Research at the Cross Cancer Institute. Karin is currently an Alberta Heritage Foundation for Medical Research (AHFMR) Health Scholar, an Associate Professor in the [Faculty of Nursing](#) and a Scientist at the [International Institute for Qualitative Methodology, University of Alberta](#).





MASTER IN METODI QUALITATIVI PER LA RICERCA APPLICATA ALL'INDAGINE SOCIALE E DI MARKETING

COMITATO SCIENTIFICO DIDATTICO

Dott.ssa Clara Origlia

Founder and CEO of Market Dynamics International- Italy.

In qualitative marketing research since 1970, Clara is specialised in consumer psychology and in qualitative strategic research and coordination of international studies.

Based in Italy and in France, Clara has developed Cultures & Strategies and Ways to Wellness ®, two strategic consulting branches of Market Dynamics International.

Fluent English, bilingual in Italian and French, Clara has developed a deep understanding of other 'languages' (changing needs and values, consumer dynamics, shopping environments, colours, textures, shapes and spaces...).

An active member of ESOMAR since 1976, Clara has been involved in many educational activities promoted by ESOMAR (workshops and specialized training courses for international marketing research professionals), since 1988.

Clara has been a member of the ESOMAR Board since 2003.



Dott.ssa Mimma Novelli

Opera nelle ricerche e nella consulenza di marketing dal 1961, dopo aver concluso il curriculum di studio alla Facoltà di Filosofia e Filologia di Munster in Westfalia (Germania).

Dopo un'esperienza di circa 3 anni in Azienda, e alcuni anni trascorsi in un gruppo internazionale (COFROR – Parigi) dove la ricerca si integrava con la consulenza di marketing e con la rilevazione sociale, nel '72 ha fondato la Società Delfo (Marketing Ricerca Innovazione) in cui ha travasato la specializzazione metodologica, l'attenzione alla sperimentazione, l'esperienza maturata sia nell'Azienda che nel rapporto consultivo in tutte le aree del marketing e della comunicazione.

Nel 2001 ha curato la fusione di Delfo con l'importante gruppo internazionale di ricerca di marketing MILLWARD BROWN (Gruppo WPP) con cui collabora stabilmente ancora oggi.

E' consulente continuativo di AMREF ITALIA per tutta l'area della comunicazione esterna e interna.

Ha svolto e svolge attività di ricerca e consulenza presso numerosi Clienti che operano in settori diversi a livello nazionale e internazionale (Barilla Vodafone Bulgari Gruppo Richmond Cartier Kinder-Ferrero Bayer Fiat).





MASTER IN METODI QUALITATIVI PER LA RICERCA APPLICATA ALL'INDAGINE SOCIALE E DI MARKETING

COMITATO SCIENTIFICO DIDATTICO

Prof. Giuseppe Scaratti

Giuseppe Scaratti è Professore associato in ruolo (idoneità di prima fascia) di Psicologia delle relazioni (lavoro e organizzazioni) presso la Facoltà di Economia e di Psicologia della progettazione e valutazione della formazione presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano.

E' autore di circa 100 fra articoli e pubblicazioni scientifiche inerenti diverse tematiche: gestione risorse umane, approccio narrativo alle organizzazioni, formazione manageriale, cambiamento organizzativo, qualità, gestione delle conoscenze, comunità di pratica, culture organizzative, progettazione e valutazione della formazione, ricerca qualitativa etnometodologica, analisi di pratiche professionali, apprendere-conoscere-organizzare nei contesti lavorativi, consulenza organizzativa.

E' componente della Direzione del laboratorio: 'Culture organizzative e di consumo', attivo presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica nell'ambito delle attività di ricerca e intervento sviluppate nel contesto universitario; all'interno del Laboratorio ha attivato la sezione interfacoltà: 'conoscenza, apprendimento e relazioni nei contesti organizzativi'.

Ha realizzato numerose esperienze dirette sul campo negli ambiti della formazione manageriale, della consulenza organizzativa e del coordinamento di progetti a livello nazionale e internazionale .



Prof. Beniamino Stumpo

Beniamino Stumpo insegna Psicologia della Pubblicità e delle pubbliche relazioni nella Laurea Specialistica in Psicologia delle Organizzazioni e del Marketing, presso l'Università Cattolica di Milano, e Antropologia dei Valori e dell'Immagine nella Laurea Specialistica in Psicologia dello Sviluppo e della Comunicazione, presso la medesima università.

In ambito scientifico, i suoi interessi e attività di ricerca sperimentale sono orientati da un lato alla psicologia generale (processi percettivi e cognitivi), dall'altro alla psicologia applicata alle esigenze del marketing e alla risoluzione delle sue problematiche: psicologia della pubblicità e del consumatore, psicologia dei valori, metodologia della ricerca, psicologia sociale (in particolare, comunicazione persuasoria, modifica degli atteggiamenti, processi di influenzamento, ecc.).

Beniamino Stumpo è inoltre Presidente di Iterion, istituto di ricerca specializzato nello studio delle ragioni del pensare e dell'agire delle persone in relazione a due ambiti principali:

- i fenomeni psicosociali e di cambiamento culturale;
- le specifiche scelte di consumo e di fedeltà:

Ha maturato una profonda esperienza nelle ricerche di marketing, con particolare riferimento alla comunicazione pubblicitaria, al ruolo del brand e alla relazione tra esso e le persone, ai processi decisionali e alle variabili di maggior influenza in proposito, all'analisi dei fenomeni di consumo in chiave psicologica, allo studio dei trend socio-culturali.



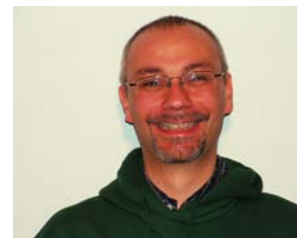


MASTER IN METODI QUALITATIVI PER LA RICERCA APPLICATA ALL'INDAGINE SOCIALE E DI MARKETING

COMITATO SCIENTIFICO DIDATTICO

Prof. Massimiliano Tarozzi

Massimiliano Tarozzi, è professore di pedagogia generale e insegna metodologia della ricerca qualitativa presso la Facoltà di Scienze Cognitive dell'Università degli Studi di Trento. Direttore del master in "Metodologia della ricerca in educazione", è stato visting scholar presso l'International Institute of Qualitative Methodology, University of Alberta e il Department of Education dell'University of California, Los Angeles (UCLA). Ha condotto svariate ricerche empiriche utilizzando la grounded theory, approcci etnografici e fenomenologici nell'ambito di vari temi, soprattutto sull'integrazione interculturale e sul rapporto fra bambini, televisione e nuove tecnologie. Ha scritto vari articoli e volumi fra cui, Crescere con la tv. Uno studio comparato sul quotidiano televisivo fra Italia e Canada (a cura di in coll. con A. Caron, University of Montreal), (Milano, 1999), Pedagogia generale. Storia, idee protagonisti (Milano, 2001), La cittadinanza interculturale (Firenze, 2004), Il senso dell'intercultura. Ricerca sulle pratiche di accoglienza, intercultura e integrazione in Trentino (a cura di, Treno, 2006). È in corso di stampa il rapporto di ricerca Il governo della TV. Etnografie del consumo televisivo familiare (a cura di, Milano, 2007).



COORDINATORE DIDATTICO E TUTOR D'AULA

Dott.ssa Guendalina Graffigna

PhD in psicologia applicata.
Post doctoral fellow presso l'International Institute for Qualitative Methodology, University of Alberta, Edmonton, CA.
Presso la facoltà di Psicologia dell'Università cattolica di Milano è docente di Metodi e Tecniche della Ricerca Qualitativa e esercitatore del corso di Ricerca Psico-sociale Applicata al Marketing.
Esperta di ricerca qualitativa applicata al marketing ha all'attivo diverse pubblicazioni sulla ricerca qualitativa on-line e sulla ricerca qualitativa di marketing.
E' ricercatrice in GfK-Eurisko dal 2004 presso il dipartimento Socio Politico e dal gennaio 2006 coordina il Centro Studi e Formazione di ASSIRM
Nel Master in Metodi Qualitative Applicati all'Indagine Sociale e di Marketing è coordinatrice didattica e responsabile della relazione con gli Istituti ASSIRM.



Email guendalina.graffigna@unicatt.it