

Destinatari

Destinatari del Master sono i laureati (pre D.M. 509/1999) e laureati di laurea magistrale in: psicologia, sociologia, scienze della comunicazione, scienze politiche, economia o in altre discipline affini. È titolo preferenziale un'esperienza di lavoro già avviata nell'ambito della ricerca quali-quantitativa applicata. Prerequisiti richiesti: una buona conoscenza dell'inglese scritto e competenze di base relative alla metodologia della ricerca psico-sociale sul campo.

Modalità di iscrizione alla selezione

I candidati dovranno inviare la domanda di ammissione online seguendo le modalità indicate sul sito <http://master.unicatt.it> entro e non oltre il 7 gennaio 2014.

La domanda andrà corredata da:

- autocertificazione di laurea con l'indicazione del voto di laurea e del titolo della tesi
- curriculum vitae in cui siano evidenziate l'eventuale frequenza ai corsi di specializzazione o di perfezionamento
- ricevuta del contributo di € 50,00 per iscrizione alla selezione da versare utilizzando il bollettino MAV scaricabile dal sito al momento della compilazione della domanda online. Il contributo non è in alcun modo rimborsabile.

Procedure e criteri di selezione

Valutazione dei candidati in base a:

- voto di laurea
- curriculum vitae et studiorum
- colloquio motivazionale

Nei colloqui verranno valutate le attitudini dei candidati e la loro idoneità specifica ai contenuti e al programma formativo del corso. Il numero degli ammessi è fissato in 20 persone.

Immatricolazione

I candidati ammessi riceveranno comunicazione scritta e dovranno perfezionare l'immatricolazione entro 5 giorni dalla comunicazione secondo le modalità che saranno indicate dalla segreteria.

La quota di iscrizione al Master è di € 5.000 da versare con le seguenti modalità:

€ 3.000 all'atto di immatricolazione

€ 2.500 entro settembre 2014

Si prevede l'eventualità di usufruire di borse di studio offerte dagli istituti di ricerca che ospiteranno gli studenti per lo stage.

Informazioni

Alta Scuola di Psicologia "A.Gemelli"
Via S. Valeria 15
20123 Milano
segreteria.asag@unicatt.it
<http://master.asag.it>

Ufficio Master
Via Carducci 28/30
20123 Milano
tel. 02/7234.3860
fax 02/7234.5202
master.universitari@unicatt.it
<http://master.unicatt.it>



Master Universitario di II livello

MOBILE RESEARCH (MO-RE) FOR MARKETING AND SOCIAL MEDIA

I edizione



Master
2013 - 2014



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Che cos'è?

MORE (MOBILE RESEARCH FOR MARKETING AND SOCIAL MEDIA), è un master **dell'ASAG** (Alta Scuola in Psicologia Agostino Gemelli) in collaborazione con **ASSIRM** (Associazione Italiana degli Istituti di Ricerca Sociale e di Opinione) e **MMRA** (Associazione Mondiale della Mobile Marketing Research). **Unico in Italia ed in Europa, offre una formazione specialistica per i professionisti della ricerca di marketing applicata al mondo mobile e dei social media**

Quali figure professionali forma?

MORE forma **professionisti specializzati nell'area dei social media e del mobile marketing:**

- **digital research manager**
- **communication specialists**
- **digital marketing specialists**
- consulenti alla **pianificazione, realizzazione e verifica dell'efficacia** di strategie di **social e mobile marketing**.

Com'è articolato?

Forte coinvolgimento delle **Aziende del settore per una formazione capace di rispondere alle esigenze del mondo del lavoro nell'area della ricerca applicata ai social media e al mobile marketing:**

- **corsi di taglio teorico - tecnico;**
- **laboratori di taglio pratico;**
- **incontri con professionisti** del settore di rilievo internazionale e analisi di case histories
- realizzazione di **project work** sotto la guida di professionisti
- uno **stage di almeno 10 settimane** in aziende operanti nel settore digitale tra cui istituti di ricerca di mercato, aziende, agenzie di comunicazione
- **un'attività tutoriale** di accompagnamento di gruppo e individuale alla didattica d'aula e a distanza.

Il calendario del Master si articola su 2 sere settimanali ed un sabato ogni quindici giorni.

La didattica inizierà a marzo 2014 e si concluderà a marzo 2015.

La frequenza è obbligatoria, con un massimo di assenze consentite pari al 15% delle lezioni.

I contenuti didattici

La didattica del **Master MORE** si articola su **4 moduli didattici**

COMUNICAZIONE INTEGRATA NEL CONTESTO DIGITAL

Corsi

- Strumenti e metodi della comunicazione integrata
- Forme e strategie della comunicazione digitale
- Aspetti legali della comunicazione digitale
- Contesti di applicazione: profit e non-profit

Laboratorio e tutorship

- Pianificazione di una campagna digitale integrata

MOBILE & SOCIAL MEDIA MARKETING

Corsi

- Marketing decision making nel contesto digitale
- Nuovi modelli di consumo e fruizione dei media digitali
- Mobile Marketing
- Brand management e marketing cross mediale dei media digitali

Laboratorio e tutorship

- Social Media Marketing strategy
- Mobile Marketing strategy e implementazione

DIGITAL RESEARCH

Corsi

- Introduzione alla ricerca qualitativa e quantitativa e metodologia di processo
- Online qualitative research (online focus groups; online interviews; online blogs)
- MMROCS: web communities for marketing research purposes
- Visual methods e mobile ethnography
- Digital panel research
- Mobile surveys

Laboratorio e tutorship

- Pianificazione, realizzazione, analisi di una digital research

SOCIAL MEDIA ANALYSIS

Corsi

- Software Based Qualitative and Quantitative Analysis of Social Media
- Online communities analysis & Netnografy
- Social Network Analysis
- Buzz metrics & Brand reputation analysis

Laboratorio e tutorship

- Pianificazione, realizzazione, analisi di una ricerca sui social media

Faculty

Direttore

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

Vice Direttore

Guendalina Graffigna, ricercatrice e professore aggregato presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano, vice-direttore del Centro Studi e Formazione dell'ASSIRM, co-chair for education MMRA

Consiglio Direttivo

G. Riva, professore associato presso la Facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica, direttore Laboratorio di Interazione Comunicativa e Nuove Tecnologie - LICENT; **C. Galimberti**, professore ordinario presso la Facoltà di Lettere e Filosofia, Università Cattolica, direttore del Centro Studi e Ricerche di Psicologia della Comunicazione; **F. Capeci**, Amministratore Delegato di Duepuntozero Research; **E. Lucchi**, Department Manager Media & Digital Research, GfK Eurisko; **A. Giovenali**, Consigliere ASSIRM, Presidente Nextplora; **A. Stracuzzi**, Business Director CFI Group e coordinatore del Gruppo di Lavoro Online ASSIRM; **M. Michelson**, Executive Director MMRA; **R. Sica**, Fondatore e Presidente di Open Knowledge; **P. Mardegan**, Digitouch

L'attività didattica è a carico di un mix bilanciato di docenti di estrazione universitaria di estrazione professionale.

Il mondo del lavoro e gli stage

L'esperienza di **stage** verrà anzitutto organizzata all'interno della **rete di istituti affiliati all'ASSIRM, all'interno degli istituti affiliati a MMRA e delle aziende e agenzie di comunicazione che fanno parte della rete del Master**

Valutazione e crediti formativi

Durante il Master, è prevista una verifica dell'apprendimento in itinere che si basa sulle modalità di frequenza al Master e sull'analisi di prodotti individuali e di gruppo per ciascuna area tematica. È inoltre prevista una valutazione finale che consiste nella discussione di un argomento di tesi e un colloquio di verifica del processo formativo con lo staff. Al termine dell'intero percorso formativo (60 crediti) verrà riconosciuto il titolo di Master universitario di 2° livello (ai sensi del D.M. 509/99) in "MOBILE SOCIAL & MARKETING RESEARCH"