



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
FACOLTÀ DI SCIENZE STATISTICHE

## Master en Investigación de Mercado y Data Mining

Julio 2009

Organizado por la Representación en Buenos Aires, la Facultad y el Departamento de Ciencias Estadísticas del ALMA MATER STUDIORUM – UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

### CALENDARIO 2009 - 2010

La actividad curricular se extenderá de julio de 2009 a marzo de 2010, periodo en el cual se dictarán los cursos obligatorios con una carga horaria total de 450 hs. El período comprendido entre los meses de marzo y julio de 2010 se dedicará a la realización de la tesis y del *stage* en empresas u organizaciones seleccionadas.

Materias curriculares	Profesores Alma Mater - Università di Bologna
Casos de estudio	Furio Camillo
Métodos estadísticos I	Andrés Farall
Métodos estadísticos II	Giuliano Galimberti
Informática	Claudio Sartori
Curso SAS	SAS – A definir
Curso SPSS	SPSS – Evangelina Lorente
Marketing	Angelo Manaresi
Métodos de previsiones empresariales	Andrea Guizzardi
Evaluación de calidad y eficiencia de los procesos productivos	Cristina Bernini
Técnicas de encuestas	Fedele Greco
Análisis de mercado	Giorgio Tassinari
Técnicas para el monitoreo de los clientes y el CRM	Furio Camillo
Data Mining	Alberto Saccardi
Teoría de las organizaciones complejas y la organización industrial	Vicente Donato
Curso ArcGis	Aeroterra – Alejandra Episcopo
Métodos para la investigación cualitativa	Linda Gobbi

Partners





Casos de estudio: 12 hs  
Métodos estadísticos I: 16 hs  
Métodos estadísticos II: 24 hs

## Julio 2009

Total: 52 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
6 18 a 22 hs Casos de estudio	7 18 a 22 hs Casos de estudio	8 18 a 22 hs Casos de estudio	9 FERIADO	10	11	12
13 18 a 22 hs Métodos estadísticos I	14 18 a 22 hs Métodos estadísticos I	15	16	17 18 a 22 hs Métodos estadísticos I	18 11 a 13 hs - 14 a 16 hs Métodos estadísticos I	19
20 18 a 22 hs Métodos estadísticos II	21	22	23	24 18 a 22 hs Métodos estadísticos II	25 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Métodos estadísticos II	26
27 18 a 22 hs Métodos estadísticos II	28	29	30	31 18 a 22 hs Métodos estadísticos II		

Métodos estadísticos II: 8 hs  
Informática: 30 hs  
Curso SAS: 16 hs  
Curso SPSS: 4 hs  
Total: 58 hs

## Agosto 2009

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Métodos estadísticos II	2
3 18 a 22 hs Informática	4	5	6	7 18 a 22 hs Informática	8 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Informática	9
10 18 a 22 hs Informática	11	12	13	14 18 a 22 hs Informática	15 11 a 13 hs - 14 a 18 hs Informática	16
17 FERIADO	18 18 a 22 hs Curso SAS	19 18 a 22 hs Curso SAS	20 18 a 22 hs Curso SAS	21 18 a 22 hs Curso SAS	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31 18 a 22 hs Curso SPSS						

Partners





Curso SPSS: 16 hs  
Marketing: 30 hs  
Previsiones empresariales: 30 hs

## Septiembre 2009

Total: 76 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b> 18 a 22 hs Curso SPSS	<b>2</b> 18 a 22 hs Curso SPSS	<b>3</b> 18 a 22 hs Curso SPSS	<b>4</b> 18 a 22 hs Curso SPSS	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>7</b> 18 a 22 hs Marketing	<b>8</b> 17:30 a 22:30 hs Marketing	<b>9</b> 17:30 a 22:30 hs Marketing	<b>10</b> 18 a 22 hs Marketing	<b>11</b> 18 a 22 hs Marketing	<b>12</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Marketing	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b> 18 a 22 hs Previsiones empresariales	<b>22</b> 17:30 a 22:30 hs Previsiones empresariales	<b>23</b> 17:30 a 22:30 hs Previsiones empresariales	<b>24</b> 18 a 22 hs Previsiones empresariales	<b>25</b> 18 a 22 hs Previsiones empresariales	<b>26</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Previsiones empresariales	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>				

Calidad y eficiencia procesos prod.: 30 hs  
Técnicas de encuestas: 30 hs  
Análisis de mercado: 20 hs

## Octubre 2009

Total: 80 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>5</b> 18 a 22 hs Calidad y eficiencia de procesos prod.	<b>6</b> 17:30 a 22:30 hs Calidad y eficiencia de procesos prod.	<b>7</b> 17:30 a 22:30 hs Calidad y eficiencia de procesos prod.	<b>8</b> 18 a 22 hs Calidad y eficiencia de procesos prod.	<b>9</b> 18 a 22 hs Calidad y eficiencia de procesos prod.	<b>10</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Calidad y eficiencia de procesos prod.	<b>11</b>
<b>12</b> FERIADO	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>
<b>19</b> 18 a 22 hs Técnicas de encuestas	<b>20</b> 17:30 a 22:30 hs Técnicas de encuestas	<b>21</b> 17:30 a 22:30 hs Técnicas de encuestas	<b>22</b> 18 a 22 hs Técnicas de encuestas	<b>23</b> 18 a 22 hs Técnicas de encuestas	<b>24</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Técnicas de encuestas	<b>25</b>
<b>26</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>27</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>28</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>29</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>30</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>31</b>	

Partners





Análisis de mercado: 20 hs  
Monitoreo de clientes y CRM: 50 hs  
Data Mining: 4 hs

## Noviembre 2009

Total: 74 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
<b>2</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>3</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>4</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>5</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>6</b> 18 a 22 hs Análisis de mercado	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>9</b> 18 a 22 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>10</b> 18 a 22 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>11</b> 18 a 22 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>12</b> 17:30 a 22:30 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>13</b>	<b>14</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>15</b>
<b>16</b> 18 a 22 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>17</b> 18 a 22 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>18</b> 18 a 22 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>19</b> 17:30 a 22:30 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>20</b>	<b>21</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Monitoreo de clientes y CRM	<b>22</b>
<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>
<b>30</b> 18 a 22 hs Data Mining						

Data Mining: 26 hs  
Teoría de las organizaciones: 25 hs

## Diciembre 2009

Total: 51 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b> 18 a 22 hs Data Mining	<b>5</b> 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Data Mining	<b>6</b>
<b>7</b> 18 a 22 hs Data Mining	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b> 18 a 22 hs Data Mining	<b>12</b> 11 a 13 hs - 14 a 18 hs Data Mining	<b>13</b>
<b>14</b> 18 a 22 hs Teoría organizaciones complejas	<b>15</b> 18 a 22 hs Teoría organizaciones complejas	<b>16</b> 18 a 22 hs Teoría organizaciones complejas	<b>17</b> 18 a 22 hs Teoría organizaciones complejas	<b>18</b> 18 a 22 hs Teoría organizaciones complejas	<b>19</b> 11 a 13 hs - 14 a 17 hs Teoría organizaciones complejas	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>			

Partners





Curso ArcGis: 16 hs

## Febrero 2010

Total: 16 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22 18 a 22 hs Curso ArcGis	23 18 a 22 hs Curso ArcGis	24 18 a 22 hs Curso ArcGis	25 18 a 22 hs Curso ArcGis	26	27	28

Marketing: 10 hs

Investigación cualitativa: 30 hs

## Marzo 2010

Total: 40 hs

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1 18 a 22 hs Marketing	2 18 a 21 hs Marketing	3 18 a 21 hs Marketing	4	5 18 a 22 hs Investigación cualitativa	6 9 a 13 hs - 14 a 18 hs Investigación cualitativa	7
8 18 a 22 hs Investigación cualitativa	9 18 a 22 hs Investigación cualitativa	10	11	12 18 a 22 hs Investigación cualitativa	13 11 a 13 hs - 14 a 18 hs Investigación cualitativa	14
15	16	17	18	19	20	21 FERIADO
22	23	24 FERIADO	25	26	27	28
29	30	31				

Partners

