

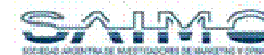


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

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

Características generales y principales aspectos científicos y organizativos





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

Master en Investigación de Mercado y Data Mining

Julio 2009

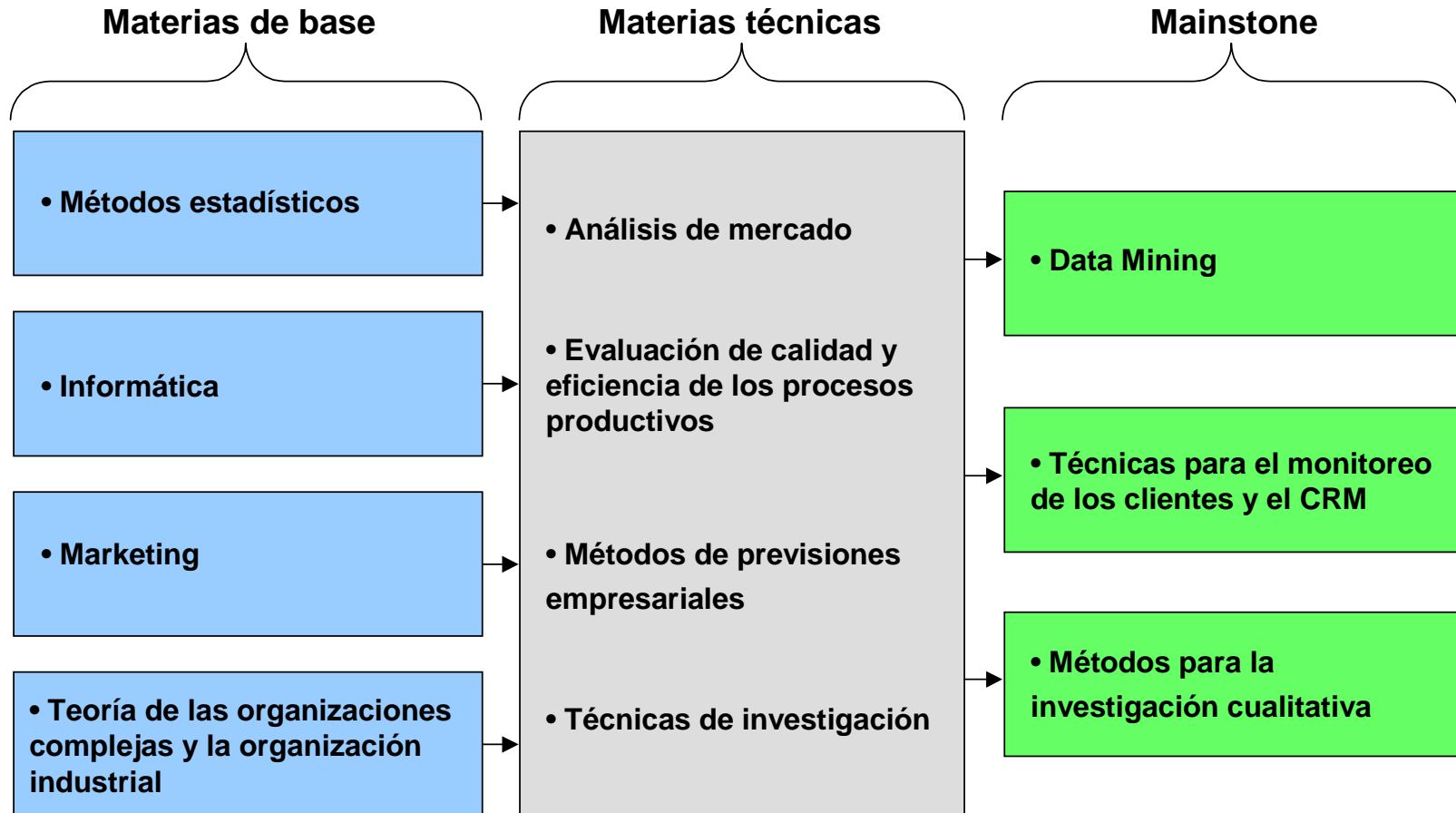
Objetivos generales

- El programa proporcionará herramientas conceptuales y analíticas para la utilización estratégica de grandes volúmenes de información que la mayoría de las organizaciones tiene en sus bases de datos y cuya potencialidad es escasamente utilizada.
- El master está orientado a formar recursos humanos de empresas y organizaciones complejas en las más recientes técnicas metodológico-estadísticas de análisis y gestión de datos para el desarrollo de negocios y proyectos.
- Posee un enfoque didáctico con un sólido equilibrio entre el desarrollo de conceptos teóricos y aplicaciones prácticas y permitirá perfeccionar el perfil de los profesionales expertos en la investigación de mercado gracias a la fusión de los enfoques cualitativo y cuantitativo.





Materias curriculares





Principales ámbitos de competencia

- Desarrollo y evaluación de investigaciones de naturaleza cuantitativa y cualitativa relativa al análisis de los mercados y de la sociedad para la definición de estrategias corporativas:
 - cuota de mercado
 - proyección de nuevos productos y servicios
 - redefinición de redes de venta
 - segmentación y focalización de campañas de marketing
 - implementación de sistemas de marketing *automation*;
- Análisis estadístico de los consumos;
- Problemas de valoración del impacto publicitario y de campañas de comunicación;
- Desarrollo de proyectos relativos al CRM (*Customer Relationship Management*) y la *Customer Intelligence*, scoring, satisfacción y lealtad del cliente/usuario;
- Implementación de sistemas de información orientado a un enfoque analítico del *Business Intelligence*.





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

Master en Investigación de Mercado y Data Mining

Julio 2009

Características organizativas

- **Título italiano** de *Magister* expedido por la Università di Bologna y el Ministerio de Educación de Italia, bajo criterios de evaluación y aprobación de la UE.
- Dirigido a **graduados** preferentemente de Economía, Ingeniería, Estadística, Matemática, Administración de Empresas, Contador Público, Sociología y Comunicación.
- Cuenta con un grupo de profesores europeos de un **programa de maestría análogo** dictado en Italia desde hace 5 años en la Facultad de Ciencias Estadísticas de UniBo.
- La **actividad didáctica** obligatoria se extenderá de julio de 2009 a marzo de 2010. La carga horaria obligatoria del programa es de 450 hs. El período de marzo a julio de 2010 se dedicará a realización del *stage* y la tesis.
- Los **cursos** tendrán una modalidad que combinará la formación teórica con el trabajo práctico: análisis de casos en laboratorio y realización de *stages* y *workshops*.
- Los cursos se dictarán en inglés y español. Habrá clases de **idiomas**.
- Se prevé el otorgamiento de **becas** sobre la base de los alumnos inscriptos.





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

Master en Investigación de Mercado y Data Mining

Julio 2009

Características organizativas

- Los cursos en su totalidad se dictan en laboratorio y cada estudiante dispondrá de un equipo con el software especializado para el desarrollo del programa y demás actividades relacionadas. A tal fin, la Universidad cuenta con un moderno laboratorio provisto de 25 computadoras y las licencias de los softwares: **SPSS**, **SAS** y **Aeroterra** (*Geographical Information System - ArcGis, ArcGIS Spatial Analyst y ArcGIS GeoStatistical Analyst*), *partners* tecnológicos de la maestría.
- La Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión -**SAIMO**- dará un marco de referencia a la maestría en su carácter de *partner* técnico-profesional.
- Algunas de las empresas que participan del master en Italia y Argentina a través del patrocinio de becas, *sponsorships*, *stages*, *workshops* y laboratorio:

BANCA INTESA SPA; SAN PAOLO IMI; BANCA NAZIONALE DEL LAVORO; BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA; RASBANK; BARILLA ALIMENTARE SPA; CONAD NAZIONALE; ILLY CAFFÈ; COCA COLA; GRUPPO COIN SPA; COOP ITALIA; TOYOTA; GRUPPO SEAT; GRUPPO FIAT; RENAULT ITALIA; DUCATI.COM; FABER CASTEL SPA; ROCHE SPA; SAS SRL; ACNIELSEN ITALIA SPA; NUNATAC SRL; ZENITH OPTIMEDIA SRL; YPF; PETROBRAS; ESSO; TENARIS; GRUPO TERNIUM

