# Metodi e tecniche della ricerca psicosociale applicata (qualitativa e quantitativa)

## Prof. Cinzia Castiglioni; Prof. Andrea Bonanomi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Fornire le conoscenze di base e le competenze applicative per progettare e condurre una ricerca psico-sociale applicata al marketing e alle organizzazioni di natura quantitativa e qualitativa.

*Modulo Ricerca Qualitativa*

Il modulo di *ricerca qualitativa* (Prof.sa Castiglioni) si propone di fornire agli studenti nozioni relative a:

– le radici teorico-epistemologiche alla base dei principali metodi della ricerca qualitativa;

– le principali opzioni metodologiche della ricerca qualitativa (ad esempio: grounded theory, etnografia, fenomenologia interpretativa…);

– le principali tecniche di raccolta dei dati della ricerca qualitativa (ad esempio: interviste, focus group, gruppi ideativi, tecniche osservative…);

– le più recenti evidenze sul valore dell’engagement dei partecipanti nella ricerca qualitativa;

– i criteri di validità della ricerca qualitativa.

Al termine del modulo, lo studente sarà in grado di eseguire la progettazione, realizzazione, analisi dei dati e comunicazione dei risultati secondo i principi teorico-metodologici dei principali approcci della ricerca qualitativa applicata allo studio delle organizzazioni e dei fenomeni psico-sociali, di ricerca sociale e di marketing. Inoltre, lo studente conoscerà i principali metodi della ricerca qualitativa e sarà in grado di effettuare scelte metodologiche appropriate a seconda dei fenomeni oggetto di indagine. Infine, lo studente possiederà le conoscenze e competenze necessarie per valutare la validità e il rigore metodologico di una ricerca qualitativa. In particolare, attraverso le attività esercitative gli studenti svilupperanno la loro capacità di applicazione delle conoscenze relative alla ricerca qualitativa ai diversi fenomeni e contesti sociali.

*Modulo Ricerca Quantitativa*

Per quanto riguarda il modulo di *ricerca quantitativa* (Prof. Bonanomi) obiettivo specifico del corso sarà sviluppare conoscenze e competenze relative alle più comuni procedure di analisi statistica multivariata utili per la ricerca quantitativa e acquisire gli strumenti e le metodiche per lo svolgimento di attività di ricerca sociale e di marketing.

Il corso si propone di offrire una formazione avanzata della teoria della misura in psicologia e dell’analisi statistica dei dati, fornendo le conoscenze necessarie per sviluppare adeguate competenze metodologiche e per affrontare lo studio dei principali metodi e modelli statistici utilizzati nelle scienze psicologiche.

Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà in grado di identificare il problema di ricerca, scegliere le differenti tecnicalità per affrontare il problema, applicare le procedure statistiche multivariate e psicometriche adeguate, con l’utilizzo di un software dedicato ottenere i risultati principali, leggere e interpretare le conclusioni ottenute, stendere un report di presentazione dei risultati. In particolare, attraverso i laboratori pratici gli studenti svilupperanno la loro capacità di applicazione delle conoscenze ai diversi contesti ed alle diverse situazioni problematiche.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

*Modulo Ricerca Qualitativa*

1. *La progettazione di una ricerca qualitativa*:

– La ricerca qualitativa nelle organizzazioni: i temi/domande e le sue principali articolazioni teorico-metodologiche.

– Rassegna critica dei principali paradigmi e teorie della ricerca qualitativa.

2. *I principali metodi e le tecniche della ricerca qualitativa:*

– Criteri per la definizione di un disegno di ricerca qualitativa.

– Rassegna dei principali metodi (Grounded theory, fenomenologia interpretativa, etnografia…) e tecniche della ricerca qualitativa (Focus group, gruppi ideativi, intervista, tecniche osservative).

3. *La realizzazione e le applicazioni della ricerca qualitativa:*

– Dall’analisi dei dati alla costruzione dei risultati.

* Criteri di validità e rigore della ricerca qualitativa.
* Il valore dell’engagement dei partecipanti nella ricerca qualitativa.

– L’applicazione della ricerca qualitativa ai principali problemi del marketing e delle organizzazioni e ai fenomeni psico-sociali.

*Modulo Ricerca Quantitativa*

1. *La ricerca psicosociale quantitativa*

– Le scelte metodologiche e tecniche nella ricerca quantitativa.

– Usare la statistica nella ricerca psicosociale applicata: campioni e scelta delle analisi in funzione degli obiettivi.

– La comunicazione dei risultati di ricerca.

2. *Richiami di statistica*

– Dati e scale di misura.

3. *Tecniche multivariate*

Presentazione delle tecniche multivariate e loro utilizzo,in particolare:

a) analisi delle relazioni di causa-effetto

– regressione multipla;

– regressione logistica;

– test t per campioni indipendenti e appaiati;

– Anova, Manova, Ancova.

b) riduzione dimensioni

– componenti principali;

– analisi fattoriale.

c) analisi di segmentazione

– cluster analysis gerarchica e non gerarchica.

d) *cenni ad altre tecniche di analisi statistica multivariate (conjont analysis, alberi decisionali, analisi delle corrispondenze)*.

***BIBLIOGRAFIA***

Dispense fornite dai docenti.

Inoltre, con riferimento al modulo di ricerca qualitativa, il seguente testo di base è obbligatorio:

J. Morse-L. Richards, *Fare ricerca qualitativa: prima guida,* 2001, edizione italiana a cura di F. Gatti-G. Graffigna, F. Angeli, Milano, 2009.

Testi facoltativi per il modulo di qualitativa

C. Cassell-G. Symon, *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research,* Sage, 2004.

H. Mariampolski, *Qualitative Market Research,* Sage, 2001.

Testi per il modulo di ricerca quantitativa sono:

De Lillo-Argentin-Lucchini-Sarti-Terraneo, *Analisi Multivariata per le scienze sociali,* Pearson, 2007.

Testi facoltativi per il modulo di ricerca quantitativa sono:

G. Cavrini-S. Mignani-G. Soffritti, *Esercizi di Analisi Statistica Multivariata risolti con SPSS per Windows,* Esculapio, Bologna, 2006.

Giorgetti-Massaro, *Ricerca e percorsi di analisi dati con SPSS,* Pearson, 2007.

A. Field, *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. SAGE, 2013.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso di avvarrà di una didattica fortemente interattiva che vedrà un’alternanza tra lezioni frontali, esercitazioni pratiche in aula e a distanza, discussione di case histories e, nel caso del modulo di ricerca quantitativa, sessioni esercitative con Personal Computer con software IBM SPSS.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La votazione finale sarà la media aritmetica dei risultati ottenuti nei due moduli.

*Modulo Ricerca Qualitativa*

Gli apprendimenti saranno verificati tramite un’esame orale individuale sui contenuti delle lezioni e sui testi di riferimento. La valutazione verterà sulle conoscenze e le competenze metodologiche acquisite dal candidato in merito alla ideazione, progettazione e realizzazione di una ricerca qualitativa applicata a problemi del marketing e delle organizzazioni e ai fenomeni psico-sociali.

In particolare il candidato dovrà mostrare capacità di orientarsi correttamente tra le diverse opzioni teoriche, metodologiche e tecniche della ricerca qualitativa al fine di garantire la coerenza metodologica della progettazione di ricerca e la sua capacità di rispondere a problemi pragmatici reali relativi al campo sociale.

Il voto finale per il modulo di ricerca qualitativa, espresso in trentesimi, valuterà conoscenze e competenze secondo i seguenti range:

* conoscenze incomplete o insufficienti in merito agli approcci metodologici affrontati nel corso: inferiore a 18
* conoscenze esclusiviamente mnemoniche e limitate competenze in merito agli approcci metodologici affrontati nel corso: 18/22
* discrete capacità di applicare le conoscenze e buone competenze in merito agli approcci metodologici affrontati nel corso: 22/26
* eccellenti capacità di applicare le conoscenze e solide competenze in merito agli approcci metodologici affrontati nel corso: 27/30

*Modulo Ricerca Quantitativa*

Per la parte di *ricerca quantitativa* l’esame sarà pratico e svolto direttamente al calcolatore. Verranno proposti problemi di ricerca e dataset complessi. Lo studente dovrà mostrare di saper svolgere le analisi, interpretarle e presentarle con un report di ricerca scritto o in forma orale. La valutazione verterà sia sulla capacità di individuare le scelte coerenti con il problema di ricerca, di svolgere l’analisi dei dati con il software, di saper leggere correttamente i risultati e di saperli presentare in un report sintetico scritto o orale.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Per il modulo di ricerca qualitativa, l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone comunque interesse e curiosità intellettuale per la ricerca applicata ai fenomeni psico-sociali e la disponibilità a lavorare in un setting dinamico e interattivo.

Per il modulo di ricerca quantitativa, si richiedono le seguenti competenze in ingresso:

1. Statistica descrittiva di base (indici sintetici di posizione e variabilità, punti standardizzati z).
2. Statistica bivariata (Chi quadro, correlazione lineare) e Analisi di Regressione lineare.
3. Statistica inferenziale (Intervalli di confidenza e Stima dei parametri).
4. Test statistici (H0 e H1, Regioni di rifiuto, test di significatività, p-value, funzione test).
5. Distribuzione statistiche più note (Normale, Chi quadro, T di Student).

*Orario e luogo di ricevimento*

La Prof. Cinzia Castiglioni riceve gli studenti presso il Dipartimento di Psicologia (Edificio Franciscanum, 4° piano) previo appuntamento via e-mail: cinzia.castiglioni@unicatt.it.

Il Prof. Andrea Bonanomi riceve gli studenti presso il Dipartimento di Scienze Statistiche previo appuntamento via mail: andrea.bonanomi@unicatt.it.