

Tecniche di consultazione degli utenti + Teoria e tecniche del sondaggio di opinione

Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Anno accademico:	2012/2013
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	15247
Articolazione in moduli:	sì
Numero di moduli:	2
Docenti:	<i>Tecniche di consultazione degli utenti:</i> Anna Fici (Professore associato) <i>Teoria e tecniche del sondaggio di opinione:</i> Anna Maria Parroco (Professore ordinario)
Settori scientifici disciplinari:	SPS/07 SECS-S/05 SPS/07
Cfu:	15
Ore riservate allo studio personale:	275
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	100
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	<i>Tecniche di consultazione degli utenti:</i> Lezioni frontali con il ricorso a materiale multimediale. <i>Teoria e tecniche del sondaggio di opinione:</i> Lezioni frontali, esercitazioni in aula, esercitazioni in laboratori informatico
Frequenza:	<i>Tecniche di consultazione degli utenti:</i> Facoltativa <i>Teoria e tecniche del sondaggio di opinione:</i> Facoltativa
Metodi di valutazione:	<i>Tecniche di consultazione degli utenti:</i> esame orale <i>Teoria e tecniche del sondaggio di opinione:</i> esame orale, tesina
Ricevimento:	Anna Fici: Mart. ore 11.00 - 12.00, Stanza Fici-Lo Verde-Pepe, 2° piano - email: anna.fici@unipa.it - telefono: 3388084040 Anna Maria Parroco: Ottobre - Dicembre: Mercoledì 11,30-13,00 da Gennaio a settembre : Martedì 10.00-12,30 presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Finanziarie (2° piano), Edificio 13, Viale delle Scienze. oppure su appuntamento da concordare mand - email: annamaria.parroco@unipa.it - telefono: 091 23895304

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Tecniche di consultazione degli utenti:

Teoria e tecniche del sondaggio di opinione: Ci si attende che gli studenti possano rafforzare la capacità di comprendere ed elaborare specifici disegni di indagine volti alla descrizione e spiegazione di fenomeni sociali..

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Tecniche di consultazione degli utenti:

Teoria e tecniche del sondaggio di opinione: Ci si aspetta che gli studenti siano in grado di impiegare le loro conoscenze in maniera critica ed in prospettive diverse dipendenti dal l'obiettivo specifico che vogliono cogliere attraverso l'impiego dei sondaggi d'opinione.

Autonomia di giudizio

Tecniche di consultazione degli utenti:

Teoria e tecniche del sondaggio di opinione: La natura ed i contenuti del corso sono particolarmente adeguati al raggiungimento di questo obiettivo: Le fasi che descrivono il disegno della ricerca legato ai sondaggi sono tutte analizzate all'interno del corso, per consentire allo studente l'acquisizione di competenze che gli permettano di selezionare criticamente, tra i diversi strumenti, quelli più adeguati alla natura del fenomeno oggetto di studio.

Abilità comunicative

Tecniche di consultazione degli utenti:

Teoria e tecniche del sondaggio di opinione: Gli studenti dovranno essere in grado di interpretare e di comunicare con efficacia e chiarezza risultati dell'attività di indagine, siano essi espressi sotto forma di risultati di ricerca che secondo un approccio più semplicemente divulgativo. Per far questo dovranno acquisire e consolidare elementi del linguaggio statistico, oltre che la capacità di produrre rapporti di ricerca.

Capacità di apprendimento

Tecniche di consultazione degli utenti:

Teoria e tecniche del sondaggio di opinione: La riflessione critica sull'utilizzo dei metodi e dei principi di costruzione/interpretazione dei sondaggi costituisce la caratteristica più rilevante del corso. Tale riflessione contribuisce allo sviluppo di una capacità di apprendimento che consentirà loro di valutare opportunamente anche disegni di ricerca diversi da quelli analizzati nel corso.

Obiettivi formativi

Tecniche di consultazione degli utenti

Titolo del corso: *Utenza e cittadina*

Gli studenti dovranno imparare a problematizzare i concetti di "soddisfazione" e di "valutazione", a scoprire il ruolo preminente della comunicazione nella formazione della soddisfazione e dei valori percepiti dall'utenza.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

20 La gestione del cambiamento da parte delle pubbliche amministrazioni.
 Il quadro normativo.
 Le amministrazioni partecipanti
 La customer satisfaction

- 20 La qualità percepita
Metodi di indagine quali-quantitativa
L'ideazione dell'indagine
La raccolta dati
L'analisi dei risultati

Esercitazioni

Ore: Argomenti:

- 20 Gli studenti saranno chiamati ad individuare dei campi di indagine e a mettersi alla prova producendo un'indagine di customer satisfaction

Testi consigliati:

1 - Dipartimento della Funzione Pubblica per l'efficienza delle Amministrazioni - Amministrazioni in ascolto. Esperienze di customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche, ed. Cantieri, scaricabile al link:

http://www.google.it/url?sa=t&rct=j&q=amministrazioni%20in%20ascolto&source=web&cd=2&ved=0CCsQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.magellanopa.it%2Fkms%2Ffiles%2FAmministrazione_in_ascolto.pdf&ei=S1x-UlylCNCGswaC7YD4CQ&usg=AFQjCNGczNJ4UIKRuI2QZVGBBZQW1jDOlg&cad=rja

2 - Dipartimento della Funzione Pubblica. Ufficio per l'Innovazione delle Pubbliche Amministrazioni, La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini, Ed. Cantieri, scaricabile al link:

http://www.google.it/url?sa=t&rct=j&q=la%20customer%20satisfaction%20nelle%20amministrazioni%20pubbliche&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CCIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.magellanopa.it%2Fkms%2Ffiles%2FCustomer.pdf&ei=xV5-UNG3Ao_IaakjYDoAQ&usg=AFQjCNFPfQhLxWHbAy24Y_ZqkiEsSjHEAw&cad=rja

3 - Dipartimento della Funzione Pubblica. Ufficio per l'Innovazione delle Pubbliche Amministrazioni, La consultazione nell'analisi dell'impatto della regolazione, Ed. Cantieri, scaricabile al link:

http://www.google.it/url?sa=t&rct=j&q=la%20consultazione%20nell%27analisi%20dell%27impatto%20della%20regolazione&source=web&cd=1&ved=0CCUQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.funzionepubblica.gov.it%2Fmedia%2F275368%2Fair_consultazione.pdf&ei=LmF-UP2cJtDbsgaWnIGYAw&usg=AFQjCNFnUc3QqCi7qB88whP2Kwq80Fx0zA&cad=rja

Obiettivi formativi

Teoria e tecniche del sondaggio di opinione

Titolo del corso: *Teoria e tecniche dei sondaggi d'opinione*

Gli obiettivi formativi del corso sono:

1. Riuscire a comprendere le finalità specifiche del sondaggio d'opinione e come e perché si differenzia da altri tipi di indagine .
2. Acquisire alcune competenze tecniche per strutturare e condurre un sondaggio d'opinione
3. Acquisire una competenza nella lettura critica dei risultati dei sondaggi di opinione.
4. Essere in grado di elaborare e presentare i risultati di un sondaggio d'opinione.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 2 Sondaggi: definizioni, excursus storico
- 2 Caratteristiche generali del sondaggio e tipologie di sondaggi (d'opinione, di mercato, politici) , i piani di indagine
- 5 Tecniche di rilevazione per tipologia di sondaggi (strumenti di rilevazione, modalità di somministrazione e relative problematiche)
- 3 Il campionamento : piani semplici e complessi, probabilistici e non probabilistici
- 6 Principi generali e tecniche basilari di inferenza statistica: Parametri e statistiche. Media, varianza e frequenza campionarie. Proprietà auspicabili degli stimatori.
- 3 Stima per intervallo della media e dimensione del campione. Stima per intervallo della frequenza relativa e dimensione del campione.
- 3 La verifica di ipotesi con particolare riferimento alla media e alla frequenza relativa.
- 3 La valutazione dell'errore, attendibilità dei risultati e correzioni possibili sugli errori non campionari
- 2 Il dibattito nazionale ed internazionale sui sondaggi di opinione.

Esercitazioni

Ore: **Argomenti:**

- 3 Predisposizione di strumenti di rilevazione su temi assegnati
- 8 Analisi di casi studio - gestione ed elaborazione di file dati (con excel, Statistica) per la presentazione dei risultati dei sondaggi

Testi consigliati:

Pitrone M.C., Sondaggi e interviste. Lo studio dell'opinione pubblica nella ricerca sociale, Franco Angeli, Milano 2009

Borra S., Di Ciaccio A., Statistica, metodologie per le scienze economiche e sociali, McGraw-Hill, 2008.