



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

## Master en Investigación de Mercado y Data Mining

3ra. Edición – Marzo 2011

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

3ra. Edición – Marzo 2011

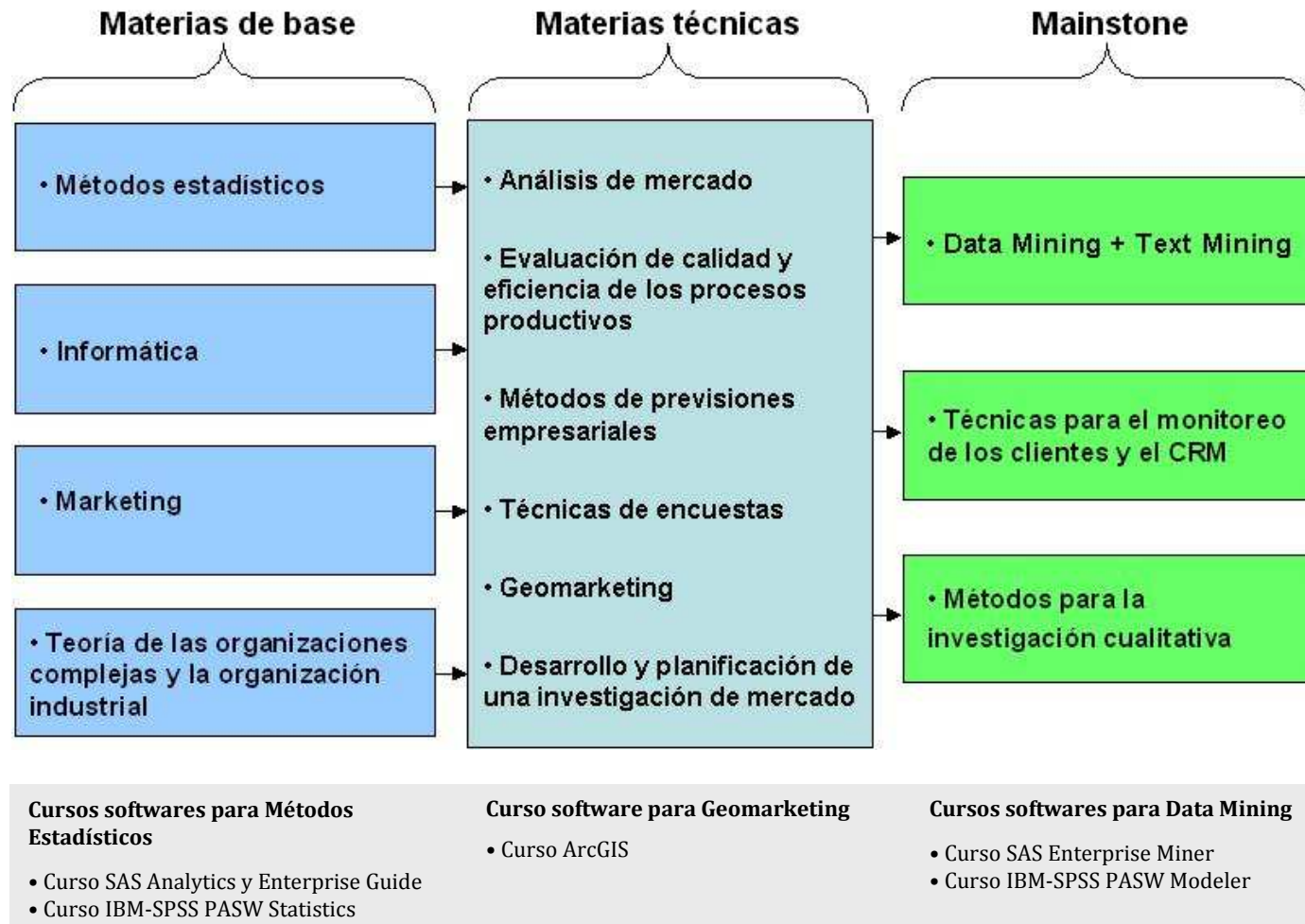
## Objetivos generales

- 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





ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

# Master en Investigación de Mercado y Data Mining

3ra. Edición – Marzo 2011

## 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), 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

3ra. Edición – Marzo 2011

## Características organizativas (1)

- **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.
- 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.
- Se prevé el otorgamiento de **becas** de entre el 10 y el 30% del costo total del programa.





## Características organizativas (2)

- La **actividad didáctica** obligatoria se extenderá de marzo a diciembre de 2011. La carga horaria obligatoria del programa es de 508 hs. El período de enero a junio de 2012 se dedicará a realización del stage y la tesis.

Materias curriculares	Profesores Alma Mater Studiorum - Università di Bologna
Casos de estudio – 12 hs.	Furio Camillo
Métodos estadísticos I – 20 hs.	Andrés Farall
Métodos estadísticos II – 28 hs.	Giuliano Galimberti
Curso SAS – 16 hs.	SAS – José Álvarez
Curso IBM-SPSS PASW Statistics – 20 hs.	SPSS – Santiago Barandiarán
Informática – 28 hs.	Claudio Sartori
Marketing – 36 hs.	Angelo Manaresi y Linda Gobbi
Métodos de previsiones empresariales – 28 hs.	Michele Costa
Evaluación de calidad y eficiencia de los procesos productivos – 28 hs.	Tiziana Laureti
Técnicas de encuestas – 28 hs.	Fedele Greco
Análisis de mercado – 40 hs.	Giorgio Tassinari e Ida D'Attoma
Teoría de las organizaciones complejas y la organización industrial – 20 hs.	Vicente Donato
Curso ArcGis – 16 hs.	Aeroterra – Alejandra Episcopo
Geomarketing – 20 hs.	Christian Haedo
Técnicas para el monitoreo de los clientes y el CRM – 50 hs.	Furio Camillo
Data Mining – 40 hs.	Alberto Saccardi
Curso IBM-SPSS PASW Modeler – 16 hs.	SPSS – Santiago Barandiarán
Métodos para la investigación cualitativa – 30 hs.	Linda Gobbi
Text Mining – 16 hs.	Ana Feldman – IFOP Latin America
Desarrollo y planificación de una investigación de mercado – 16 hs.	Concepción D'Agostino
Seminarios y workshops sobre temas especiales de metodología estadística aplicada	A definir



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

# Master en Investigación de Mercado y Data Mining

3ra. Edición – Marzo 2011

## Características organizativas (3)

- 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 software de estadística, data mining y GIS (Geographical Information System) de **SAS**, **SPSS** y **Aeroterra**, partners tecnológicos de la maestría.
- La Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión **-SAIMO-** y el **CONSEJO** Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires darán un marco de referencia a la maestría en su carácter de partners técnico-profesionales.
- 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; HSBC BANK ARGENTINA; BANCO PATAGONIA; 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; CENCOSUD SA; TELECOM ARGENTINA SA





ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
REPRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES

# Master en Investigación de Mercado y Data Mining

3ra. Edición – Marzo 2011

## Informes e inscripción

**Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, Representación en Buenos Aires**

Rodríguez Peña 1464 (C1021ABF), Buenos Aires, Argentina

Tel: (011) 4878 2900 ext. 227 de 15 a 19 hs.

E-mail: [datamining@unibo.edu.ar](mailto:datamining@unibo.edu.ar)

Skype: Christian.Haedo

Website: <http://www.ba.unibo.it/BuenosAires/formacionacademica/maestrias/datamining.htm>

**Cierre de inscripción: viernes 3 de diciembre de 2010**

Director: Prof. Furio Camillo, Università di Bologna, Italia

Coordinador académico: Ph.D. Christian Haedo, Università di Bologna, Argentina

Tutores: Mg. Andrés Farall y Lic. Concepción D'Agostino, Università di Bologna, Argentina

