

Esperto Universitario

Ricerca e Mercati





Esperto Universitario Ricerca e Mercati

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/ingegneria/specializzazione/specializzazione-ricerca-mercati

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 18

05

Titolo

pag. 26

01

Presentazione

Nel campo delle ricerche di mercato, la Statistica Applicata è una guida indispensabile per il processo decisionale e la definizione di linee guida per l'azione in accordo con le tendenze sociali, economiche o politiche da studiare. Tuttavia, questa disciplina richiede una conoscenza ampia e specializzata delle fonti e delle tecniche più utili ed efficaci per la raccolta delle informazioni, che l'ingegnere sarà in grado di approfondire con il corso di questo programma. Attraverso 450 ore di esperienza accademica multidisciplinare, lo studente sarà immerso in un viaggio esaustivo attraverso le basi della ricerca commerciale e dell'analisi di mercato, concentrandosi sulle procedure e sulle applicazioni di questo settore nel contesto attuale. Tutto questo durante 6 mesi in cui perfezionerà senza dubbio l'uso delle migliori tecniche di segmentazione e di elaborazione dei sondaggi attraverso una qualifica 100% online.



“

Un programma 100% online che ti farà diventare un punto di riferimento importante nel campo delle ricerche di mercato attraverso la Statistica Applicata"

La statistica è senza dubbio uno degli strumenti più importanti nelle ricerche di mercato. Grazie alle tecniche di raccolta, analisi e gestione delle informazioni trattate da questa disciplina, è possibile interpretare i dati che si riferiscono a tendenze o comportamenti attuali o futuri, consentendo ai professionisti del settore di offrire linee guida efficienti ed efficaci per azioni di marketing, campagne politiche e pubblicità. Grazie all'uso di variabili probabilistiche, il processo decisionale si svolge in modo più sicuro, aumentando le possibilità di raggiungere gli obiettivi fissati da qualsiasi azienda o entità.

Su queste basi, TECH e il suo team di professionisti nel campo della Statistica Applicata hanno sviluppato questo Esperto Universitario, un'esperienza accademica completa ed esaustiva 100% online attraverso la quale lo studente potrà immergersi in questo campo attraverso 450 ore di specializzazione multidisciplinare. Si tratta di un corso di studi che approfondisce le fonti e le tecniche di raccolta delle informazioni sociali e di mercato, nonché le strategie di ricerca e analisi commerciale, le sue procedure e la sua vasta gamma di applicazioni. Inoltre, lo studente apprenderà in dettaglio le più recenti tecniche di segmentazione e di elaborazione dei sondaggi attraverso un percorso esaustivo dei principali metodi di studio e analisi.

Si tratta quindi di un'opportunità unica per acquisire una conoscenza ampia e specializzata attraverso un'esperienza accademica flessibile, completa e dinamica. Oltre al programma di studio, lo studente avrà a disposizione una moltitudine di materiale aggiuntivo presentato in diversi formati: video dettagliati, articoli di ricerca, letture complementari, riassunti dinamici, casi d'uso per perfezionare le proprie competenze e molto altro ancora! In conclusione: tutto ciò che serve per acquisire grazie a questo Esperto Universitario una gestione professionale di alto livello delle ricerche di mercato nel contesto odierno.

Questo **Esperto Universitario in Ricerca e Mercati** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Statistica Applicata
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni tecniche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



In sole 450 ore di esperienza accademica multidisciplinare, padroneggerai le principali fonti e tecniche di raccolta di informazioni sociali e di mercato"

“

Vuoi implementare nella tua pratica i fondamenti più innovativi della ricerca di mercato? Non aspettare oltre e iscriviti a questo corso di studi che ti fornirà tutto ciò di cui hai bisogno per ottenerlo"

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La progettazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Sarai supportato da un innovativo sistema video interattivo sviluppato da esperti rinomati.

Se sei alla ricerca di una qualifica che approfondisca le strategie di ricerca per la misurazione delle fonti di informazione e la valutazione, questo Esperto Universitario è perfetto per te.

Avrai accesso a un Campus Virtuale all'avanguardia da qualsiasi dispositivo dotato di connessione internet, sia esso un Tablet, un PC o un telefono cellulare. Inoltre, potrai accedervi senza limiti né orari.



02 Obiettivi

Lo sviluppo di questo Esperto Universitario in Ricerca e Mercati è stato realizzato con l'obiettivo di mettere a disposizione di tutti i professionisti del settore le informazioni più complete e innovative, che permettano loro di specializzarsi in soli 6 mesi di specializzazione 100% online. Per questo motivo, TECH fornirà agli studenti che scelgono questo programma il materiale teorico, pratico e aggiuntivo che li aiuterà a raggiungere i propri obiettivi in modo garantito, attraverso un'esperienza accademica flessibile e dinamica, adattata all'attuale domanda di lavoro.



“

Più ambiziosi sono i tuoi obiettivi, più potrai ottenere da questo Esperto Universitario grazie a tutto il materiale teorico, pratico e aggiuntivo che avrai a disposizione”



Obiettivi generali

- ◆ Sviluppare una conoscenza ampia e specializzata dell'uso delle principali fonti e tecniche di raccolta delle informazioni sociali e di mercato nell'attuale contesto statistico
- ◆ Fornire al professionista interessato a questo settore tutto il materiale necessario per acquisire le competenze di un vero esperto di Ricerca e Mercati
- ◆ Approfondire le procedure e le applicazioni della ricerca di mercato nel contesto attuale, soprattutto in ambito commerciale, economico e politico



Uno dei punti di forza di questo programma è il modulo dedicato esclusivamente all'elaborazione di proposte di ricerca di mercato attraverso un'analisi esaustiva delle fasi da seguire"





Obiettivi specifici

Modulo 1. Fonti e tecniche per la raccolta di informazioni sociali e di mercato

- ◆ Sensibilizzare i partecipanti sull'importanza della ricerca commerciale nel processo decisionale tattico e strategico delle aziende e delle organizzazioni in generale
- ◆ Stimolare il pensiero critico e l'auto-riflessione sui contenuti del programma
- ◆ Comprendere e valutare criticamente i sondaggi come tecnica di ricerca sociale e sviluppare le competenze necessarie per progettare, realizzare e analizzare i sondaggi
- ◆ Effettuare una buona selezione delle informazioni

Modulo 2. Ricerche di marketing e analisi di mercato: procedure e applicazioni

- ◆ Approfondire i fondamenti della ricerca di mercato e il concetto di marketing
- ◆ Conoscere nel dettaglio i diversi tipi di ricerca di mercati

Modulo 3. Tecniche di segmentazione ed elaborazione dei sondaggi

- ◆ Acquisire le risorse e le competenze necessarie per ottenere, elaborare e interpretare i dati in diversi campi della scienza, in particolare quelli in cui le informazioni vengono raccolte tramite sondaggi
- ◆ Imparare ad analizzare dati qualitativi provenienti da sondaggi, univariati, bivariati e multivariati

03

Struttura e contenuti

Il successo di questa università risiede nella qualità dei suoi percorsi di studi che, nonostante siano presentati in un comodo formato online e garantiscano un carico di studio ridotto, hanno un livello di specializzazione molto alto, superiore a qualsiasi altro programma. Questo è possibile grazie all'utilizzo dei migliori e più sofisticati strumenti accademici, alla metodologia didattica più all'avanguardia e alla collaborazione dei migliori esperti del settore. Tutto questo permette a TECH di creare programmi altamente vantaggiosi per lo sviluppo professionale di qualsiasi studente, attraverso un'esperienza formativa adatta alle sue esigenze.





“

Lavorerai con i contenuti più innovativi e completi sulle tecniche di segmentazione e di elaborazione dei sondaggi, nonché con gli algoritmi più efficaci per l'analisi e la gestione dei dati"

Modulo 1. Fonti e tecniche per la raccolta di informazioni sociali e di mercato

- 1.1. Concetto di ricerca sociale e di mercato
 - 1.1.1. Definizione
 - 1.1.2. Qualità
 - 1.1.3. Ruolo della ricerca sociale e di mercato
- 1.2. Ricerca sociale e di mercato
 - 1.2.1. Obiettivi
 - 1.2.2. Risultati
 - 1.2.3. Pianificazione
 - 1.2.4. Disegno
- 1.3. Fonti di Informazione
 - 1.3.1. Concetto
 - 1.3.2. Tipi di fonti di informazione
 - 1.3.3. Fonti secondarie
 - 1.3.4. Fonti primarie
- 1.4. Strategie di ricerca, misurazione delle fonti informative e valutazione
 - 1.4.1. Tipi di strategie
 - 1.4.2. Selezione delle informazioni
 - 1.4.3. Valutazione delle informazioni
- 1.5. Metodi e tecniche di raccolta di informazioni
 - 1.5.1. Processi metodologici
 - 1.5.1.1. Approccio iniziale
 - 1.5.1.2. Pianificazione della ricerca
 - 1.5.1.3. Raccolta di dati
 - 1.5.1.4. Analisi dei risultati
 - 1.5.1.5. Preparazione del report
 - 1.5.2. Tecniche proiettive
 - 1.5.3. L'osservazione
 - 1.5.4. Lo pseudoacquisto e *Mystery Shopper*
- 1.6. L'impatto delle nuove tecniche di raccolta dati e dei loro supporti specifici
 - 1.6.1. Questionario
 - 1.6.2. Pannelli
 - 1.6.3. Osservazione
 - 1.6.4. Questionario e protocolli di raccolta
- 1.7. Metodi qualitativi per ottenere informazioni
 - 1.7.1. Caratteristiche dell'indagine
 - 1.7.2. Tipi di indagini
 - 1.7.3. Progettazione del questionario
 - 1.7.4. Struttura e sequenza del questionario
- 1.8. Lavoro sul campo
 - 1.8.1. Pianificazione di lavoro sul campo
 - 1.8.2. Processo sequenziale di raccolta dei dati
 - 1.8.3. Metodologie
 - 1.8.3.1. Quantitative
 - 1.8.3.2. Non quantitative
 - 1.8.4. Valutazione del lavoro sul campo
- 1.9. Il campionamento nella ricerca sociale e di mercato
 - 1.9.1. Il processo di campionamento nelle ricerche di mercato
 - 1.9.2. Metodi di campionamento
 - 1.9.3. Determinazione della dimensione del campione
 - 1.9.4. Errore nel campione
- 1.10. Sistemi informativi di marketing
 - 1.10.1. Concetto
 - 1.10.2. Analisi delle opportunità e delle minacce
 - 1.10.3. Obiettivi
 - 1.10.4. Strategie di marketing
 - 1.10.5. Azioni, risultati e monitoraggio

Modulo 2. Ricerche di marketing e analisi di mercato: procedure e applicazioni

- 2.1. Fondamenti di ricerca di mercato
 - 2.1.1. Concetto di ricerca di mercato e di marketing
 - 2.1.2. Utilità della ricerca di mercato
 - 2.1.3. L'etica di ricerca di mercato
- 2.2. Applicazioni della ricerca di mercato
 - 2.2.1. Il valore della ricerca per i manager
 - 2.2.2. Fattori che determinano la decisione di condurre una ricerca di mercato
 - 2.2.3. Obiettivo principale della ricerca di mercato
- 2.3. Tipi di ricerca di mercato
 - 2.3.1. Ricerca esplorativa
 - 2.3.2. Ricerca descrittiva
 - 2.3.3. Ricerca causale
- 2.4. Tipi di informazioni
 - 2.4.1. Elaborazione: primaria e secondaria
 - 2.4.2. Natura qualitativa
 - 2.4.3. Natura quantitativa
- 2.5. Organizzazione della ricerca di mercato
 - 2.5.1. Il dipartimento interno di ricerca di mercato
 - 2.5.2. L'esternalizzazione della ricerca
 - 2.5.3. Fattori di decisione: Interna vs Esterna
- 2.6. Gestione di progetti di ricerca
 - 2.6.1. La ricerca di mercato come processo
 - 2.6.2. Le fasi di pianificazione della ricerca di mercato
 - 2.6.3. Fasi di esecuzione della ricerca di mercato
 - 2.6.4. Gestione di un progetto di ricerca

- 2.7. Studi specifici
 - 2.7.1. Obiettivi degli studi specifici
 - 2.7.2. Fonti di informazione online
 - 2.7.3. Risultati degli studi specifici
- 2.8. Lavoro sul campo
 - 2.8.1. Raccolta di informazioni primarie
 - 2.8.2. Organizzare la raccolta di informazioni
 - 2.8.3. Controllo degli intervistatori
- 2.9. Ricerche di mercato in linea
 - 2.9.1. Strumenti di indagini quantitative nei mercati in linea
 - 2.9.2. Strumenti di indagini qualitativi e dinamici dei clienti
- 2.10. La proposta di ricerca di mercato
 - 2.10.1. Obiettivi e metodologia
 - 2.10.2. Limiti di tempo per l'esecuzione
 - 2.10.3. Budget

Modulo 3. Tecniche di segmentazione ed elaborazione dei sondaggi

- 3.1. Indagine a campione
 - 3.1.1. Scopo di un'indagine campionaria. Metodi di raccolta dati più comuni. Fonti di errore nell'indagine
 - 3.1.2. Selezione del campione: campionamento e dimensione. Fonti secondarie
 - 3.1.3. Indagini ufficiali: Istituto nazionale di statistica
 - 3.1.4. Alcune indagini ufficiali: indagine nazionale sulla salute, indagine europea sulla salute
- 3.2. Validità e affidabilità dei questionari
 - 3.2.1. Validità fattoriale
 - 3.2.2. Consistenza interna: Alfa di Cronbach

- 3.3. Analisi statistica dei dati provenienti da tabelle di contingenza bidimensionali
 - 3.3.1. Possibili analisi su una tabella di contingenza bidimensionale
 - 3.3.2. La logica dell'analisi log-lineare: scomposizione di una tabella di contingenza bidimensionale. Elementi di base dell'analisi log-lineare. Effetti e parametri
 - 3.3.3. Calcolo e interpretazione dei parametri
 - 3.3.4. Modelli log-lineari per una tabella a due vie
 - 3.3.5. Modelli gerarchici. Relazione tra ipotesi di indipendenza e modelli log-lineari gerarchici. Test di significatività dei parametri
 - 3.3.6. Test per la significatività degli effetti. Test per la bontà di adattamento di un modello
- 3.4. Studio di una tabella di contingenza mediante l'analisi delle corrispondenze
 - 3.4.1. Profili e distanza chi-quadro
 - 3.4.2. Assorbimento dell'inerzia
 - 3.4.3. Qualità della rappresentazione
 - 3.4.4. Contributo dell'elemento al fattore
 - 3.4.5. Contributo del fattore all'elemento. Principio di equivalenza distributiva
- 3.5. Analisi della segmentazione: algoritmo CHAID
 - 3.5.1. Metodi di rilevamento automatico delle interazioni
 - 3.5.2. Algoritmo CHAID: fasi del processo, tipi di predittori, metodi di arresto dell'algoritmo
 - 3.5.3. Comportamento di CHAID in presenza del paradosso di Simpson
- 3.6. Analisi statistica dei dati provenienti da tabelle di contingenza tridimensionali
 - 3.6.1. Concetti di associazione e interazione. Paradosso di Simpson
 - 3.6.2. Componenti che influenzano l'entità delle frequenze di una tabella a tre fattori
 - 3.6.2.1. Indipendenza completa
 - 3.6.2.2. Indipendenza multipla e indipendenza condizionata
 - 3.6.2.3. Modello saturo per una tabella a tre vie
 - 3.6.3. Modelli logaritmo-lineari gerarchici per una tabella a tre vie
 - 3.6.3.1. Gradi di libertà dei modelli
 - 3.6.3.2. Relazione tra le ipotesi di indipendenza e i modelli logaritmo-lineari gerarchici
 - 3.6.4. Valutazione dei modelli. Test di significatività per la bontà di adattamento di un modello. Test di significatività per gli effetti





- 3.7. Modelli di scelta discreta e di preferenza multidimensionale
 - 3.7.1. Modelli di scelta discreta
 - 3.7.2. Preferenza multidimensionale
- 3.8. Alberi di classificazione e regressione e foreste casuali
 - 3.8.1. Alberi di classificazione e regressione
 - 3.8.2. Foreste casuali
- 3.9. Scala multidimensionale
 - 3.9.1. Introduzione
 - 3.9.2. Distanza e somiglianza
 - 3.9.3. Soluzione classica
 - 3.9.4. Somiglianze
- 3.10. Analisi del paniere di beni
 - 3.10.1. Analisi del paniere di beni
 - 3.10.2. Esempi di applicazione

“

È l'occasione perfetta per raggiungere il massimo livello nel campo delle ricerche di mercato grazie a un corso di studi flessibile, completo e dinamico, ma soprattutto adatto a te"

04

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“ *Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera* ”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ti confrontiamo nel metodo dei casi, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



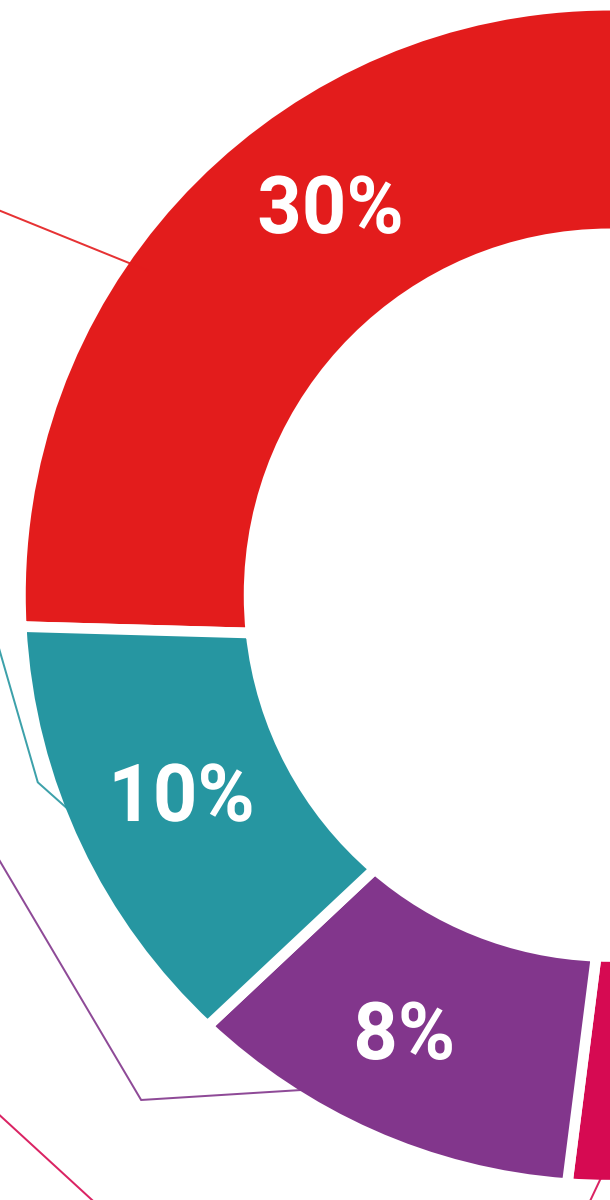
Pratiche di competenze e competenze

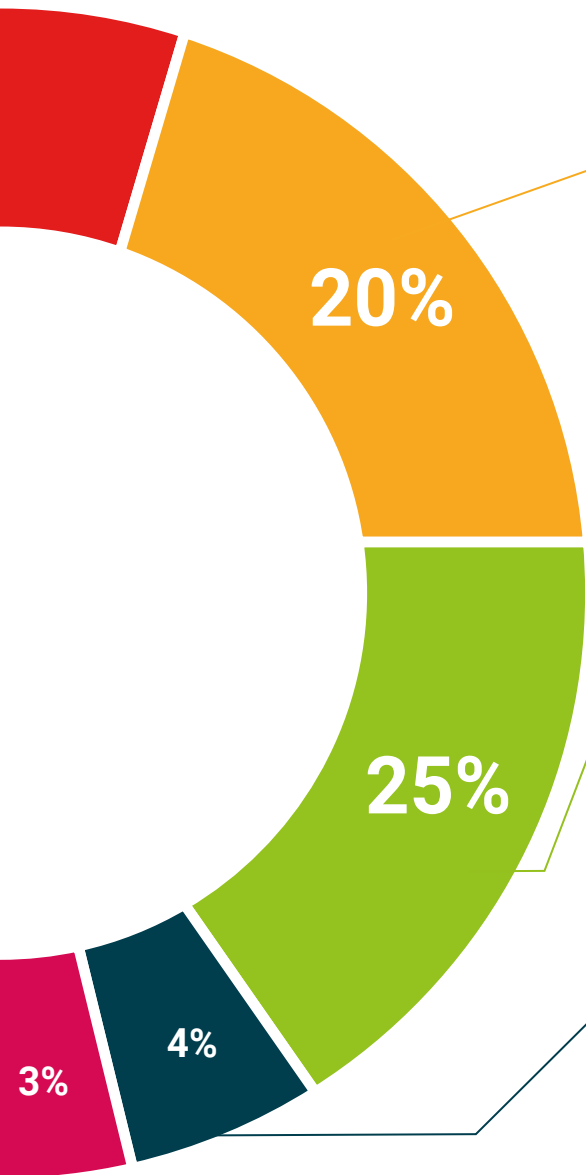
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



05 Titolo

L'Esperto Universitario in Ricerca e Mercati garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Ricerca e Mercati** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Ricerca e Mercati**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Ricerca e Mercati

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Ricerca e Mercati

