

# PROGRAMMA DEL CORSO DI METODI DI RICERCA DELLE SCIENZE SOCIALI

## SETTORE SCIENTIFICO

SPS/07 (GSPS-05/A)

## CFU

9

## OBIETTIVI

Al termine del corso, lo studente:

- Possiede gli strumenti teorici e metodologici per impostare, progettare e realizzare una ricerca empirica di tipo sociologico.
- Riconosce e sa valutare l'insieme dei problemi metodologici e riferibili a una ricerca Sociale.
- Conosce le tecniche di ricerca quantitative-statistiche e quelle qualitative.
- Conosce le varie tecniche di ricerca oggi impiegate negli ambienti digitali.

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

*/\*\*/*

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso si propone di presentare agli studenti i metodi e la logica che orientano la progettazione e la realizzazione di una ricerca empirica in ambito sociale e in ambito digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Permettere agli studenti di orientarsi nel panorama dei diversi tipi di ricerca empirica in campo sociale e in ambito digitale.

Autonomia di giudizio

Maturare competenze specifiche che permettano allo studente di realizzare una ricerca empirica tenendo conto delle peculiarità di ogni contesto e oggetto indagato.

Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento

Gli studenti acquisiscono la capacità adottare un metodo di apprendimento che combina strumenti teorici e analisi empirica.

## **PROGRAMMA DIDATTICO**

1. Presentazione del corso
2. I paradigmi della ricerca sociale
3. Positivismo, neopositivismo, interpretativismo
4. Qualità vs. quantità
5. Qualità vs. quantità: due diversi modi di conoscere la realtà sociale
6. I metodi qualitativi
7. L'osservazione partecipante
8. Osservare, registrare, analizzare
9. L'intervista qualitativa
10. Condurre e analizzare un'intervista qualitativa
11. L'uso dei documenti
12. L'uso dei documenti II
13. I metodi quantitativi
14. Struttura tipo della ricerca quantitativa
15. La traduzione empirica della teoria
16. L'inchiesta campionaria nella ricerca sociale
17. L'inchiesta campionaria: formulazione e rilevazione delle domande
18. Inchieste diacroniche, analisi secondaria e ricerca bibliografica
19. La tecnica delle scale
20. Le scale additive
21. Scale unidimensionali e multidimensionali
22. Tecniche di campionamento
23. Campioni non probabilistici
24. Costruzione matrice dei dati e analisi

monovariata

25. L'analisi monovariata
26. L'analisi bivariata
27. L'analisi bivariata II
28. La sociologia digitale
29. La sociologia digitale II
30. Gli oggetti della ricerca online
31. I dati digitali
32. I dati virtuali: dall'indagine postale alla Survey online
33. Tecniche qualitative in rete
34. Content analysis
35. Content analysis II
36. Sentiment analysis: nascita e sviluppi
37. Le tecniche di sentiment analysis
38. Sentiment analysis: case studies
39. Social media e analisi del contenuto
40. Social media e analisi del contenuto: case studies
41. Network analysis
42. Ontologia delle reti e social network
43. Machine Learning per le scienze sociali, cenni storici
44. Principali tecniche di applicazione di Machine Learning
45. Machine Learning e campagna elettorale
46. Social media e società
47. Le echo chambers
48. Etnografia digitale
49. Etnografia e netnografia
50. Le basi teoriche della netnografia
51. Fan, follower e consumatori; Ricerca online e offline
52. Case studies: il culto di Star Trek
53. Case studies: il culto di Star Trek

### **MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE**

*\*\*/*

Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
- Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

### **MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI**

*\*\*/*

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)**

*\*\*/*

54 Videolezioni + 53 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore

### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)**

*\*\*/*

Partecipazione a una web conference Impegno totale stimato: 9 ore

### **ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO**

*\*\*/*

162 ore per lo studio individuale

### **LIBRO DI RIFERIMENTO**

*/\*\*/*

P. Corbetta, Metodologia e tecniche della ricerca sociale. Seconda edizione, Bologna, Il Mulino, 2014.

P. Natale, M. Airodi, Web & Social Media. Le tecniche di analisi, Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore, 2017

R. Kozinets, Il culto di Star Trek. Media, fan e netnografia, Milano, Franco Angeli, 2016