

Roma
21/22
28/29
Maggio
2024

"Le indagini di mercato per l'ottimizzazione del servizio di trasporto pubblico

Principi, teorie, tecniche e prospettive dell'AI"

21 Maggio 2024

Modulo 1: Progettare la ricerca di mercato

Docente: Luca Fraccascia

09.00 - 11.00 Introduzione al marketing dei servizi

11:00 – 13.00 Principi di consumer behavior

13.00-14.00 Pausa Pranzo

14.00 – 18.00 Ricerche di marketing per il trasporto pubblico:
dalla progettazione del piano di ricerca alla raccolta dei dati

22 Maggio 2024

Modulo 1: Progettare la ricerca di mercato

Docente: Luca Fraccascia

9.00 – 12.00 Investigare gli aspetti rilevanti del comportamento del consumatore nell'ambito del trasporto Pubblico

Consumer choice: teoria e applicazioni

12.00 -13.30 Investigare gli aspetti rilevanti del comportamento del consumatore nell'ambito del trasporto Pubblico

Consumer satisfaction: teoria e applicazioni

13.30 -14.30 Pausa Pranzo

14.30 – 16.00 Investigare gli aspetti rilevanti del comportamento del consumatore nell'ambito del trasporto Pubblico

Consumer satisfaction: teoria e applicazioni

16.00 – 18.00 Investigare gli aspetti rilevanti del comportamento del consumatore nell'ambito del trasporto Pubblico

Consumer loyalty: teoria e applicazioni

28 Maggio

Modulo 2: Analizzare i dati per ottimizzare il Servizio

Docente: Riccardo Marzano

09.00 – 11.00 Analisi dei cluster: La Teoria

11.00 – 13.00 Analisi dei cluster: Le applicazioni

13.00 – 14.00 Pranzo

14.00 – 16.00 Analisi fattoriale: La Teoria

16.00 – 18.00 Analisi fattoriale: Le Applicazioni

29 Maggio

Modulo 2: Analizzare i dati per ottimizzare il Servizio

Docente: Riccardo Marzano

09.00 – 11.00 Regressione lineare semplice: La Teoria

11.00 – 13.00 Regressione lineare semplice: Le Applicazioni

13.00 – 14.00 Pranzo

14.00 – 16.00 Regressione lineare multivariate: La Teoria

16.00 – 18.00 Regressione lineare multivariate: Le Applicazioni

"Le indagini di mercato per l'ottimizzazione del servizio di trasporto Pubblico - Principi, teorie, tecniche e prospettive dell'AI"

INFORMAZIONI TECNICHE

Il corso di formazione: "Le indagini di mercato per l'ottimizzazione del servizio di trasporto Pubblico - Principi, teorie, tecniche e prospettive dell'AI" e programmato il 21 e 22 maggio e il 28 e 29 maggio 2024 a Roma, è il nuovo appuntamento formativo immaginato da ASSTRA per supportare le proprie aziende nel processo di evoluzione del proprio servizio.

L'appuntamento, articolato in 4 giorni di lezione, è stato strutturato in due moduli formativi di 32 ore totali.

Le evoluzioni della tecnologia digitale, le trasformazioni sociali - accelerate dal Covid - e quelle del mondo del lavoro stanno facendo emergere nuove esigenze di mobilità che le aziende devono riuscire ad intercettare per affermare il ruolo del trasporto pubblico quale soluzione di trasporto preferibile per il cittadino. Nuove esigenze di mobilità che richiedono una diversa programmazione dell'esercizio.

Le trasformazioni demografiche e socioeconomiche impongono alle aziende di trasporto pubblico un rinnovato sforzo nella ricerca di mercato per aumentare la propria conoscenza della clientela reale e potenziale in modo da ottimizzare il proprio servizio di trasporto, quindi ridurre i costi e aumentare i ricavi.

Per fare ciò è necessario avere quelle conoscenze di base volte immaginare, commissionare progettare e realizzare le giuste indagini di mercato per poter avere quella base di dati utile alla relazione tra azienda e ente locale di riferimento e per progettare l'esercizio in modo da ridurre i costi e massimizzare i ricavi.

Conoscenze di base particolarmente necessarie oggi che ci si appresta a dover governare applicazioni di intelligenza artificiale che aprono nuove opportunità di conoscenza

1. OBIETTIVI DEL CORSO DI FORMAZIONE

Il corso affronta gli elementi di base della ricerca di mercato nell'ambito dei servizi di trasporto pubblico. Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di scegliere la metodologia di ricerca più adatta all'obiettivo desiderato, progettare un piano di ricerca coerente con tale obiettivo, produrre un'analisi numerica dei dati raccolti e svilupparne le implicazioni manageriali.

2. DESTINATARI DEL CORSO

Il corso si rivolge a dirigenti e quadri di qualsiasi funzione aziendale che vogliano approfondire le proprie conoscenze relative all'area marketing e data analytics.

3. STRUTTURA E CARATTERISTICHE DEL CORSO DI FORMAZIONE

Il piano formativo è strutturato in due moduli di 16 ore ciascuno, per un totale di 32 ore di formazione. A ciascun modulo sono dedicate due giornate. **Il corso sarà erogato in modalità online**

4. DOCENTI

Luca Fraccascia: insegna "Marketing and Innovation Management" nel corso di Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale presso la Sapienza Università di Roma e "Circular Sustainable Business Development" presso la University of Twente (Paesi Bassi). Svolge attività di ricerca nell'ambito del sustainable consumer behavior. Svolge attività di docenza nei Master di II livello in "Management del Trasporto Pubblico Locale", "Ingegneria dell'Innovazione" e "Servizi Logistici e di Comunicazione per Sistemi Complessi", presso la Sapienza Università di Roma.

Riccardo Marzano: titolare degli insegnamenti di "Industrial Organization", "Data-driven Economics" e "Sistemi di Controllo di Gestione" nei corsi di Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale e Data Science presso la Sapienza Università di Roma. Conduce attività di ricerca data-driven nel campo delle strategie di internazionalizzazione delle imprese. Svolge attività di docenza nei Master di II livello in "Management del Trasporto Pubblico Locale", e "Servizi Logistici e di Comunicazione per Sistemi Complessi", presso la Sapienza Università di Roma e in diversi Master della Graduate School of Management del Politecnico di Milano.

5. METODOLOGIA DIDATTICA

Le ore di formazione prevedono l'esposizione delle teorie e delle tecniche di ricerche presentando varie tipologie di soluzioni applicative. I diversi moduli possono comprendere esercitazioni pratiche, a discrezione dei docenti.

Durante le lezioni verrà favorito lo scambio e la condivisione di esperienze.

6. MATERIALE DIDATTICO

Il materiale didattico, che i partecipanti potranno scaricare attraverso un link online dedicato, è costituito dalle diapositive appositamente predisposte dai docenti e dai relatori.

7. FINANZIAMENTI

Il corso è finanziabile attraverso i FONDI INTERPROFESSIONALI per la formazione continua (es. Fonservizi e altri Fondi). Per chiarimenti su come accedere a questi fondi è possibile rivolgersi in ASSTRA Service al Dott. Domenico Scalfaro (3299026950; e-mail scalfaro@asstra.it).

8. ISCRIZIONI E NOTE ORGANIZZATIVE

Le iscrizioni con le indicazioni degli importi e delle note organizzate possono essere fatte on line al seguente link:

https://www.asstra.it/calendario/eventi/in_corso/corso_2024_indagini_merato_tpl_AI

L'avvio del corso è subordinato alla iscrizione di almeno 15 partecipanti .

La scadenza per procedere con la registrazione on line è il 10 maggio 2024.

9. SEDE DEL CORSO

Corso erogato on line attraverso piattaforma Meet di Google

10. DATE DEL CORSO

21, 22, 28, 29 maggio 2024