

Qualitative Research in Business Studies

Semestre: I

Crediti: 3 (ovvero 21 ore di lezioni, per un totale di 6 lezioni)

MAN0129 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA

MAN0191 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA IV

- Obiettivi del corso

Il corso delinea l'importanza della ricerca qualitativa nei contesti organizzativi al fine di acquisire una migliore comprensione della complessità dei fenomeni organizzativi nei contesti di applicazione. Verrà posta attenzione su come produrre conoscenza su come persone e fenomeni funzionano nella vita reale, perché funzionano in un modo specifico e come potremmo dare un senso a queste informazioni

- Risultati dell'apprendimento attesi

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

- . formulare domande di ricerca che siano rilevanti negli studi organizzativi
- . progettare un disegno di ricerca con l'utilizzo di metodi qualitativi
- . progettare una traccia di intervista e condurre un'intervista semi-strutturata
- . codificare e analizzare i dati qualitativi, attraverso un 'coding frame'
- . presentare i risultati dell'attività di ricerca
- . how to frame research questions that have relevance in business studies
- . how to design a research plan involving qualitative methods to explore the problem/project objectives
- . how to design an interview guideline, and conduct a semi-structured interview
- . how to code and analyse qualitative data, by means of a coding frame
- . how to present the results of the applied activity

- Struttura del corso

Max studenti: 30

Si può frequentare il corso dal primo anno (corso di laurea triennale e magistrale).

Le lezioni potranno avvenire dalle 17:30-21:00 (durante la settimana); dalle 9:00-13:00 (il sabato).

Il corso è in inglese.

Il corso comprende una parte teorica, una pratica, e la conduzione di una ricerca applicata. Nella parte pratica lo studente applicherà le nozioni apprese in classe attraverso delle esercitazioni guidate (in classe). Al termine di ogni lezione, le esercitazioni vengono valutate, e restituite allo studente con feedback. Infine, lo studente dovrà condurre una ricerca applicata, ovvero condurre un'intervista semistrutturata, e trascriverla.

La frequenza è obbligatoria. Gli studenti devono frequentare le lezioni regolarmente e partecipare a tutte le attività della classe. Agli studenti è consentita solo un'assenza giustificata (ad esclusione dell'esame finale).

- Programma

Lezione 1: Introduzione

Lezione 2: Indentificare il gap, e formulare le domande di ricerca più appropriate

Lezione 3: Il disegno e il processo di ricerca

Lezione 4: Metodologia, metodi e tecniche di ricerca qualitativa

Lezione 5: Interpretare dati testuali, e presentare i risultati

Lezione 6: ESAME FINALE

- Erogazione della didattica

Il corso verterà erogato in modalità *blended* – l'avvio del corso e l'esame finale avverrà in presenza, mentre le lezioni 2-5 avverranno in DAD attraverso la piattaforma didattica di SAA.

- Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame finale consiste nella codifica, analisi di tre interviste e presentazione dei risultati.

Il voto finale prenderà in considerazione: le esercitazioni in classe (20%), l'intervista condotta e trascritta (30%), l'esame finale (50%). Le valutazioni saranno in trentesimi, secondo il sistema di valutazione italiano.

- Bibliografia

Eriksson, E., & Kovalainen, A. (2016). *Qualitative Methods in Business Research*. London: SAGE Publications

Bazeley, P. (2013). *Qualitative Data Analysis: Practical Strategies*. London: SAGE Publications.

Gibson, W., & Brown, A. (2009). *Working with Qualitative Data*. London: SAGE Publications.

Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE Publications.

Zikmund, W.G., & Babin, B.J. (2007) *Exploring Marketing Research*. 9th Edition. Thomson Eds.

Qualitative Research in Business Studies

Semester: I

Credits: 3 (i.e. 21 hours, overall 6 classes)

MAN0129 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA

MAN0191 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA IV

- Course objective

The course outlines the importance of qualitative business research when one aims to gain a better comprehension of the complexity of business-related phenomena in their contexts. This regards producing new knowledge about how people and things work in real life, why they work in a specific way, and how we could make sense of this information

- Expected learning outcomes

At the end of the module the student will learn:

- . how to frame research questions that have relevance in business studies
- . how to design a research plan involving qualitative methods to explore the problem/project objectives
- . how to design an interview guideline, and conduct a semi-structured interview
- . how to code and analyse qualitative data, by means of a coding frame
- . how to present the results of the applied activity

- Course structure

Students: 30 max

This course is suitable for both undergraduate and postgraduate students

Classes might be happening from 5.30-9 pm (weekdays) and from 9 am-12.30 pm on Saturdays).

This course is delivered in English

Each class is structured with an initial theoretical ‘handover’, and (group) assignments to be developed in class. After each class, the assignments will be reviewed, and returned with feedback during the next class. This forms part of the module evaluation. Finally, the student is required to conduct an applied research, i.e. to conduct a semi-structured interview, and transcribe it.

Attendance is mandatory. Students are expected to attend classes regularly and to participate in all class activities. Students are allowed only one excused absence (that will not be regarded on the day of the final exam).

- Programme

Class 1: Introduction

Class 2: Stating the problem, and the relevance of the research question(s)

Class 3: Framing the research design and process

Class 4: Qualitative methodology, methods and techniques

Class 5: Making sense of textual data, and reporting the results

Class 6: FINAL EXAM

- Course delivery

This module will be blended-delivered. This means that the module kick-off and the final exams will be happening in person, while the classes 2-5 will be remotely delivered through the SAA online learning platform.

- Learning evaluation

The Final Exam consists of coding, analysing and presenting the results of three interviews

The final grade will consider: the class assignments (20%), the conducted interview, and transcription (30%), the final exam (50%). The marking follows the Italian-based system.

- References

Eriksson, E., & Kovalainen, A. (2016). *Qualitative Methods in Business Research*. London: SAGE Publications

Bazeley, P. (2013). *Qualitative Data Analysis: Practical Strategies*. London: SAGE Publications.

Gibson, W., & Brown, A. (2009). *Working with Qualitative Data*. London: SAGE Publications.

Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE Publications.

Zikmund, W.G., & Babin, B.J. (2007) *Exploring Marketing Research*. 9th Edition. Thomson Eds.