

MODALITÀ DI RICHIESTA DELLE TESI

La richiesta di assegnazione delle tesi per le Cattedre del Prof. Gianluigi Guido NON è sottoposta al superamento di un test di selezione ma, considerato che *tutte le tesi assegnate dal docente sono “tesi sperimentali”*, che richiedono cioè la raccolta di dati primari (mediante studi esplorativi, somministrazione di questionari, esperimenti) è vivamente consigliato, onde evitare spiacevoli ritardi nella laurea, che lo studente richiedente: 1) conosca bene l'inglese (considerato che la quasi totalità della letteratura utilizzata è di livello internazionale); 2) abbia una conoscenza minima di partenza del processo di ricerca di marketing; e 3) possieda un idoneo background di statistica multivariata (preferibilmente la conoscenza del software statistico SPSS). Si ritiene che gli studenti con una media finale (a 3 esami dal termine del corso di studi) superiore o pari a 28.2/30simsi siano qualificati per questo genere di tesi o anche gli studenti che abbiano ricevuto il massimo dei voti all'esame per cui la tesi è richiesta.

Tuttavia, per testare il proprio livello di conoscenze logico-matematiche e di lingua inglese necessarie, si consiglia di auto-valutarsi svolgendo un test di prova, con l'utilizzazione simulata del *Graduate Management Admission Test* (GMAT), il test standard utilizzato da tutte le scuole di management internazionali per l'ammissione degli studenti che aspirino, dopo la laurea, a conseguire un Master o Dottorato (per maggiori informazioni, si può consultare il sito del GMAT: www.gmat.org). Un test di prova - nella forma di una serie di *domande a risposta multipla*, volte a testare le doti di analisi, logica e le abilità quantitative e verbali del candidato - completo delle risposte, è accluso nel sito della Cattedra: www.study.net alla voce “TESI: Modalità di assegnazione per Cattedre del Prof. Gianluigi Guido (2014-2017)”.

Gli studenti che abbiano ottenuto *punteggi pari o superiori a 600* sono in genere adatti a portare avanti una tesi cosiddetta *segnalata* (vale a dire finalizzata all'ottenimento del massimo dei voti concessi in Commissione di Laurea, che variano secondo il corso di laurea d'appartenenza, vecchio o nuovo ordinamento). Ad una selezione con lo stesso test GMAT sono invitati anche quei *laureati* che abbiano ottenuto una votazione superiore a 680 e che intendano svolgere volontariamente attività didattica e di ricerca presso la Cattedra, i quali: 1) saranno invitati a partecipare a un gruppo di ricerca universitario finalizzato a produrre pubblicazioni monografiche nel campo aziendale e di marketing; 2) potranno svolgere assistenza universitaria presso la Cattedra; e 3) i loro curriculum saranno inseriti in un elenco speciale per la segnalazione a primarie aziende nazionali.

Gli *argomenti di ricerca* delle tesi vengono decisi di comune accordo col docente e in base alle ricerche in corso presso la Cattedra. Indipendentemente dagli argomenti proposti, si consiglia di sviluppare, in particolare: 1) le proprie capacità di scrittura scientifica (per saper esprimere chiaramente i concetti nella forma prevista da questo tipo di elaborati), leggendo l'opuscolo di Guido (2002): *Breve Nota sulla Redazione di una Tesi di Laurea*, scaricabile gratuitamente dal sito della Cattedra www.study.net; 2) approfondire le metodologie di ricerca, ad esempio mediante la lettura del volume di Guido (1999): *Aspetti Metodologici e Operativi del Processo di Ricerca di Marketing*, Padova: CEDAM, reperibile in biblioteca; e 3) la statistica applicata, mediante i principali comandi e indici del software SPSS, in particolare, le analisi multivariate (consultando un manuale qualsiasi sul programma o l'Appendice al volume di Guido-Bassi-Peluso (2010): *La Soddisfazione del Consumatore*, Milano: Angeli, che ne spiega le principali).