

## SYLLABUS DEL CORSO

### Analisi di Mercato

2021-3-E4101B021

---

#### Obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di fornire le conoscenze necessarie per effettuare le ricerche di mercato ed analizzare le informazioni collezionate dalle fonti primarie e secondarie di dati, con lo scopo di ottenere statistiche a supporto delle decisioni manageriali. Al termine dell'insegnamento, lo studente dovrà dimostrare di:

- conoscere le fonti da cui ottenere i dati da elaborare, in relazione agli obiettivi conoscitivi;
- conoscere le fasi di una ricerca di mercato;
- conoscere i metodi per rilevare i dati;
- saper applicare i metodi statistici ai dati;
- interpretare i risultati ottenuti e fornire delle informazioni sintetiche.

#### Contenuti sintetici

L'insegnamento presenta i metodi statistici per le analisi di mercato, focalizzando l'attenzione sugli aspetti concettuali e logici che giustificano l'applicazione dei metodi statistici ai casi aziendali reali. Si descrivono gli stadi essenziali di una ricerca di mercato: la definizione degli obiettivi, la selezione delle fonti di dati primari e secondari, la pianificazione di un'indagine statistica, la collezione dei dati, l'elaborazione dei dati. Si descrivono le analisi



**4. La previsione delle vendite:**

- a. la previsione basata sulla scomposizione di una serie storica delle vendite;
- b. lo smorzamento esponenziale per la previsione delle vendite;
- c. i metodi di previsione per le serie storiche delle vendite con irregolarità.

**5. Le ricerche qualitative e le ricerche per il marketing strategico:**

- a. ricerche di mercato di tipo qualitativo;
- b. strumenti di ricerche di mercato e le analisi dei dati per il marketing strategico: esempi di applicazione.

**Prerequisiti**

---

Si consiglia un ripasso delle nozioni di statistica di base.

## **Metodi didattici**

---

La modalità di erogazione dell'insegnamento consiste in lezioni frontali, che includono la discussione di alcuni casi aziendali. Tuttavia, nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgono da remoto asincrono con eventi in videoconferenza sincrona.

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

---

L'accertamento dei risultati dell'apprendimento prevede lo svolgimento di una prova orale che consiste in un colloquio sugli argomenti svolti a lezione. Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami orali sono solo telematici. Essi sono svolti utilizzando la piattaforma WebEx e nella pagina e-learning dell'insegnamento è riportato un link pubblico per l'accesso all'esame di possibili spettatori virtuali.

Modalità di valutazione.

La valutazione è espressa in 30esimi.

## **Testi di riferimento**

Ricerche di marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative di marketing. Autori: L. Molteni, G. Troilo; anno di pubblicazione: 2012. Editore: Egea.

Le diapositive presentate nelle lezioni ed altri materiali didattici sono disponibili sulla piattaforma e-learning dedicata all'insegnamento.

## **Periodo di erogazione dell'insegnamento**

L'insegnamento si svolge nel secondo modulo del primo semestre.

## Lingua di insegnamento

Italiano

---