



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Analisi Quantitative di Mercato

2021-3-E1801M046-E1801M065M

---

#### Obiettivi formativi

Il corso mira a fornire strumenti per l'analisi del mercato e mostrare, attraverso i casi, come i metodi statistici consentono di affrontare e risolvere alcuni problemi aziendali. Saranno illustrate metodologie, tecniche di indagine e analisi dei dati. Particolare attenzione è riservata alle aree di applicazione nell'area Business to Customer, agli aspetti relativi alla raccolta, elaborazione e comunicazione dei dati e allo studio di casi aziendali.

#### Contenuti sintetici

- Le ricerche di mercato e il marketing
- Le Fonti di dati -L'indagine
- La business analytics
- La segmentazione dei clienti

#### Programma esteso

- Le ricerche di mercato e il marketing
- Le Fonti di dati -L'indagine
- La business analytics

-La segmentazione dei clienti

## **Prerequisiti**

Nessuno

## **Metodi didattici**

Gli esami consistono in una prova scritta con risposte multiple ed esercizi.

A causa dell'emergenza dovuta al Covid-19, le lezioni saranno in remoto con lezioni registrate (asincrone) pubblicate secondo orario delle lezioni e con eventi programmati in streaming video conferenza (sincrona).

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

Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami si svolgeranno per via telematica.

## **Testi di riferimento**

Bassi F (2008) Analisi di mercato. Carocci Editore.

Zani S., Cerioli A (2007) Analisi dei dati e datamining per le decisioni aziendali. Giuffrè Editore

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

1

## **Lingua di insegnamento**

Italiano

---