



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Analisi Quantitative d'Impresa per I Mercati Globali

2021-2-F7702M035

Obiettivi formativi

L'insegnamento presenta metodologie della statistica inferenziale e multivariata utili ad affrontare le problematiche inerenti l'ambiente aziendale con l'obiettivo di trasferire conoscenza e capacità di applicare la conoscenza acquisita sia individuando gli adeguati strumenti statistici utili ad affrontare lo specifico problema, sia focalizzando l'attenzione sull'interpretazione dei risultati in un'ottica di marketing aziendale.

Contenuti sintetici

L'insegnamento presenta le seguenti tematiche: disegni campionari; piano degli esperimenti; analisi della domanda di mercato; segmentazione del mercato; customer satisfaction; analisi dell'offerta; posizionamento di prodotti e marchi; analisi fattoriale; conjoint analysis.

Programma esteso

Si vedano le sezioni di ciascun modulo dell'insegnamento.

Prerequisiti

Conoscenza della statistica di base e dell'inferenza statistica.

Metodi didattici

Lezioni frontali con presentazione di contenuti teorici e aspetti pratici. E' possibile che a seguito della emergenza Covid le lezioni siano tenute da remoto, in tal caso saranno registrate e rese disponibili online su questo stesso sito.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame dell'insegnamento è suddiviso in due prove parziali ciascuna riferita ad un modulo. Il voto finale è ottenuto come media ponderata delle prove parziali in base ai CFU di ciascun modulo. Si vedano le sezioni di ciascun modulo dell'insegnamento per i dettagli relativi alle prove parziali.

Testi di riferimento

Si vedano le sezioni di ciascun modulo.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

L'insegnamento ha erogazione annuale. Il modulo di Piani sperimentali è erogato nel primo semestre. Il modulo di Analisi quantitative di mercato è erogato nel secondo semestre.

Lingua di insegnamento

Italiano
