

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# **SYLLABUS DEL CORSO**

# Metodi Statistici per il Marketing

2324-1-F7702M038-F7702M103M

#### Obiettivi formativi

Il corso vuole introdurre lo studente alle tecniche statistiche per l'analisi dei dati campionari.

## Contenuti sintetici

Durante il corso verranno introdotti i concetti fondamentali della teoria della probabilità e dell'inferenza statistica, con un approfondimento sul modello di regressione lineare.

## Programma esteso

- 1. Teoria della probabilità
- Definizione di probabilità, assiomi e proprietà
- · Variabili casuali
- Legge dei grandi numeri e teorema del limite centrale
- 2. Inferenza
- Campioni casuali e distribuzioni campionarie
- · Teoria della stima
- Test d'ipotesi e intervalli di confidenza
- 3. Modelli di regressione lineare

Costruzione del modello e inferenza
Prerequisiti
Conoscenza di concetti basi di Analisi matematica (studio di funzioni, matrici, sommatorie e produttorie)
Metodi didattici
Lezioni frontali ed esercizi svolti in classe (con qualche accenno all'utilizzo di software statistici)
Modalità di verifica dell'apprendimento
Prova scritta
Testi di riferimento
Statistica per le decisioni. Domenico Piccolo. Il Mulino.
Periodo di erogazione dell'insegnamento
Lingua di insegnamento
Italiano
Sustainable Development Goals