



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**

---