UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Statistical Methods in Marketing

2425-1-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