UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Quantitative Market Analysis (advanced)

2526-2-F7702M035-F7702M077M

Obiettivi formativi

L'insegnamento si propone di fornire le conoscenze necessarie per effettuare analisi di mercato approfondite ed elaborare le informazioni collezionate dalle fonti primarie e secondarie di dati, al fine di produrre delle statistiche a supporto delle decisioni manageriali. Al termine dell'insegnamento, lo studente dovrà dimostrare di:

- conoscere le fonti da cui ottenere i dati da analizzare in base alle esigenze conoscitive;

- conoscere le fasi in cui si sviluppa una ricerca di mercato;

- saper applicare i metodi statistici per l'analisi dei dati;

- interpretare correttamente i risultati delle analisi effettuate.

Contenuti sintetici

L'insegnamento presenta i metodi statistici per le analisi quantitative di mercato, concentrando l'attenzione sui concetti e le logiche che giustificano l'applicazione dei metodi statistici ai casi aziendali reali. Si descrivono le fasi fondamentali di un'analisi di mercato: la definizione degli obiettivi, la selezione delle fonti di dati primarie e secondarie, la collezione dei dati, l'elaborazione dei dati e l'interpretazione dei risultati. Si descrivono i metodi statistici per l'analisi del comportamento d'acquisto, del mercato obiettivo, della previsione della domanda.

Programma esteso

1. Le analisi quantitative di mercato:

a. gli scopi delle analisi di mercato;

b. le fasi dello sviluppo di un’analisi di mercato;

c. le fonti dei dati.

2. L’analisi del mercato obiettivo:

a. la stima del potenziale di mercato;

b. il posizionamento della marca;

c. il lancio di un nuovo prodotto;

d. l’analisi della quota di mercato del prodotto e della marca;

3. L’analisi del comportamento d’acquisto:

a. la segmentazione dei clienti;

b. l’analisi della scelta tra marche.

4. La previsione della domanda:

a. L'analisi della serie storica delle vendite.

Prerequisiti

Si richiede una solida conoscenza della statistica descrittiva e inferenziale.

Metodi didattici

L'insegnamento consiste in 35 ore di lezioni di cui:
11 lezioni da 2 ore e 1 lezione da 3 ore svolte in modalità erogativa in presenza;
5 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa da remoto.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L’accertamento dei risultati dell’apprendimento prevede lo svolgimento di una prova scritta.

Obiettivi della prova di accertamento
La prova scritta è tesa ad accertare la conoscenza degli argomenti in programma, la capacità di applicare i metodi statistici per le analisi di mercato e la corretta interpretazione dei risultati.

Contenuti della prova di accertamento
La prova scritta contiene domande aperte, domande a risposta chiusa (con punteggio positivo in caso di risposta

esatta, nullo per la mancata risposta e negativo in caso di risposta errata) ed esercizi.

Modalità di valutazione
La valutazione è espressa in 30esimi.

Testi di riferimento

Statistica per analisi di mercato. Autori: F. Bassi, S. Ingrassia, anno di pubblicazione 2022. Editore: Pearson.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Primo semestre

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ