

CORSO DI STUDIO *Marketing e Comunicazione d'Azienda*

ANNO ACCADEMICO 2023-2024

DENOMINAZIONE DELL'INSEGNAMENTO *Inferenza e Tecniche di Campionamento*

Principali informazioni sull'insegnamento	
Anno di corso	Il anno
Periodo di erogazione	I semestre (18/09/2023 – 12/01/2024)
Crediti formativi universitari (CFU/ETCS):	8 CFU
SSD	SECS-S/01- Statistica
Lingua di erogazione	Italiano
Modalità di frequenza	Facoltativa

Docenti	
Nome e cognome	Paola Perchinunno, Samuela L'Abbate
Indirizzo mail	paola.perchinunno@uniba.it , samuela.labbate@uniba.it
Telefono	
Sede	DEMDI-Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, quinto piano, stanze n. 52 e 54
Sede virtuale	Microsoft Teams
Ricevimento	Dal lunedì al venerdì su appuntamento

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
64	64		
CFU/ETCS			
8	8		

Obiettivi formativi	Acquisire conoscenze di statistica inferenziale e delle tecniche di campionamento e saperle applicare con quelle della statistica descrittiva a delle indagini campionarie conoscitive.
Prerequisiti	Conoscenze di Statistica Descrittiva (Statistica I).

Metodi didattici	Lezioni frontali, esercitazioni con casi di studio ed elaborazione di piccole indagini mediante costruzione e somministrazione di questionari. Elaborazioni in Excel.
-------------------------	---

Risultati di apprendimento previsti	DD1 - Conoscenza e capacità di comprensione:
<i>Da indicare per ciascun Descrittore di Dublino (DD=</i>	<ul style="list-style-type: none"> Conoscenze di base delle metodologie statistiche per l'analisi e l'interpretazione dei fenomeni. Conoscenze di statistica Inferenziale, probabilità e problemi di stima. Conoscenza delle tecniche di campionamento per la costruzione di piani di campionamento.
DD1 Conoscenza e capacità di comprensione	DD2 - Conoscenza e capacità di comprensione applicate:
DD2 Conoscenza e capacità di comprensione applicate	<ul style="list-style-type: none"> Capacità di applicare le metodologie della statistica inferenziale e delle tecniche di campionamento per analizzare dati ed interpretarli, sviluppando deduzioni e ragionamenti sugli stessi.
DD3-5 Competenze trasversali	DD3 - Autonomia di giudizio:
	<ul style="list-style-type: none"> Capacità di interpretare analisi statistiche mediante le tecniche della inferenza statistica. Capacità di valutare piani di campionamento appropriati.

	<p>DD4 - Abilità comunicative:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di descrivere i fenomeni studiati e interpretare i risultati statistici ottenuti con la terminologia specialistica. <p>DD5 - Capacità di apprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di approfondire e aggiornare le proprie conoscenze in campo statistico.
Contenuti di insegnamento (Programma)	<p>Nozioni introduttive all'inferenza statistica Variabili casuali e loro distribuzioni Logica e tecniche dell'inferenza Popolazione, campione, parametri e stimatori Le indagini campionarie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I principali piani di campionamento • Selezione delle unità campionarie • La stima del totale: principali stimatori • Procedura di stima del totale nel campionamento casuale semplice • Altri stimatori del totale: per differenza, per quoziente e per regressione • Confronti di efficienza <p>Problemi di inferenza su medie Problemi di inferenza su percentuali Confronto tra campioni</p>
Testi di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> • Appunti dalle lezioni e materiale didattico distribuito durante il corso. • G. GIRONE, C. CROCCETTA, A. MASSARI. Statistica, Bari, Cacucci, 2019. • S. MONTRONE - M. CRISTALLO, Tecniche di Campionamento (Lezioni), Ed. Arte Print, Matera, 2007
Note ai testi di riferimento	<i>Gli appunti delle lezioni integrano i contenuti dei testi di riferimento</i>
Materiali didattici	Tutto il materiale utilizzato per le lezioni sarà messo a disposizione degli studenti sulla piattaforma web Microsoft Teams.

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	Prova orale che comprende l'applicazione della metodologia a casi empirici e la relativa discussione dei risultati. Per i frequentanti sono previsti 1 o 2 esoneri.
Criteri di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e capacità di comprensione: <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere i contenuti del programma • Capacità di riferire dei problemi affrontati a lezione • Conoscenza e capacità di comprensione applicate: <ul style="list-style-type: none"> • Descrivere le metodologie statistiche da applicare per analizzare dati ed interpretarli, sviluppando deduzioni e ragionamenti sugli stessi; • Capacità di collegamento tra i contenuti del programma; • Autonomia di giudizio: <ul style="list-style-type: none"> • Mostrare abilità legate alla capacità di scegliere gli strumenti più idonei nell'analisi di problemi inferenziali, avere autonomia di giudizio nell'interpretazione dei risultati e saper trarre dai dati informazioni efficaci. • Abilità comunicative: <ul style="list-style-type: none"> • Descrivere i fenomeni studiati e interpretare i risultati statistici ottenuti mostrando capacità espositive e abilità di presentazione e interpretazione dei dati con la terminologia appropriata. • Capacità di apprendere: <ul style="list-style-type: none"> • Ipotizzare un approccio per impiegare le conoscenze acquisite.
Criteri di misurazione	La valutazione della preparazione dello studente avviene sulla base di criteri

dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	prestabiliti, mentre la votazione in accordo anche a quanto riportato nel Regolamento Didattico del Corso di Laurea in Marketing e Comunicazione d'Azienda. La Commissione di esame dispone di un punteggio che va da un minimo di 18 sino ad un massimo di 30 punti per la valutazione positiva del profitto. All'unanimità dei componenti, la Commissione può concedere la lode, nei casi in cui il voto finale sia pari a 30.
Altro	
	.