

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	Inferenza e Tecniche di Campionamento
Corso di studio	Corso di laurea Marketing e Comunicazione d'Azienda
Anno di corso	II
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS):	: 8 CFU
SSD	SECS-S/01
Lingua di erogazione	Italiano
Periodo di erogazione	I Semestre
Obbligo di frequenza	No

Docente	
Nome e cognome	Samuela L'Abbate
Indirizzo mail	samuela.labbate@uniba.it
Telefono	
Sede	Dipartimento Di Economia, Management e Diritto dell'Impresa Piano V stanza 54
Sede virtuale	
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Previo appuntamento da prenotare tramite mail

Syllabus	
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	Lo studente in Marketing e Comunicazione d'Azienda deve aver acquisito le conoscenze di Statistica Descrittiva (Statistica I)
Contenuti di insegnamento (Programma)	<p>Nozioni introduttive all'inferenza statistica</p> <p>Variabili casuali e loro distribuzioni</p> <p>Logica e tecniche dell'inferenza</p> <p>Popolazione, campione, parametri e stimatori</p> <p>Le indagini campionarie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> I principali piani di campionamento <input type="checkbox"/> Selezione delle unità campionarie <input type="checkbox"/> La stima del totale: principali stimatori <input type="checkbox"/> Procedura di stima del totale nel campionamento casuale semplice <input type="checkbox"/> Altri stimatori del totale: per differenza, per quoziente e per regressione <input type="checkbox"/> Confronti di efficienza <p>Problemi di inferenza su medie</p> <p>Problemi di inferenza su percentuali</p> <p>Confronto tra campioni</p>
Testi di riferimento	<p>- G. GIRONE, C. CROCETTA, A. MASSARI. Statistica, Bari, Cacucci, 2019.</p> <p>- S. MONTRONE - M. CRISTALLO, Tecniche di Campionamento (Lezioni), Ed. Arte Print, Matera, 2007</p>
Note ai testi di riferimento	

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale

64	64		
CFU/ETCS			
8			

Metodi didattici	
	Lezioni frontali ed applicazioni

Risultati di apprendimento previsti	
Conoscenza e capacità di comprensione	<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p> <p>Lo studente di <i>Inferenza e tecniche di campionamento</i> per Marketing e Comunicazione d'Azienda deve aver acquisito le conoscenze di Statistica Descrittiva, previste nel 1° anno della laurea triennale volte ad assicurare l'acquisizione dei concetti statistici fondamentali, per poter poi proseguire proficuamente nell'ambito dello studio della Statistica Inferenziale declinata nell'ambito del Marketing. In particolare La formazione di base sarà integrata esercitazioni su probabilità, costruzione di campioni e problemi di stima, possibilmente con il supporto di Excel, fondamentali per fornire agli studenti conoscenze per operare concretamente.</p>
Conoscenza e capacità di comprensione applicate	<p>Le competenze acquisite, sia dal punto di vista teorico che da quello pratico (anche mediante la partecipazione a consistenti attività di problem solving), tendono a formare uno studente che sarà in grado, da un lato di dare un contributo fondamentale alla progettazione di indagini statistiche, dall'altro di applicare le proprie conoscenze statistiche all'analisi dei dati. Le analisi svolte saranno orientate verso la costruzione di campioni probabilistici e risoluzione di problemi di stima di parametri in questioni dell'analisi di mercato.</p>
Competenze trasversali	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomia di giudizio La disciplina <i>Inferenza e tecniche di campionamento</i> fornisce un'adeguata conoscenza delle tecniche e delle metodologie e le competenze pratiche ed operative tali da garantire autonomia di giudizio nel condurre analisi riguardanti la misurazione e la gestione dei fenomeni, il rilevamento, il trattamento e l'interpretazione dei dati relativi alle problematiche aziendali e alle analisi di mercato. Lo studente sviluppa la propria autonomia di giudizio tramite la partecipazione alle discussioni e gli interventi sollecitati dal docente durante le lezioni frontali, nonché tramite gli incontri e le discussioni, individuali e di gruppo, con i docenti afferenti al corso di laurea. Inoltre, la partecipazione alle attività di laboratorio e la costruzione di elaborati individuali e di gruppo consentirà di valutare, l'autonomia di giudizio, lo spirito critico e l'attitudine a lavorare in gruppo. • Abilità comunicative Al termine del percorso di studio lo studente dovrà possedere le adeguate competenze e gli strumenti necessari per la corretta trasmissione delle informazioni statistiche, sia a specialisti che a non specialisti della materia, sia in forma scritta che orale, anche attraverso l'utilizzo dei principali applicativi software per il reporting. La capacità di sintesi e di interpretazione dei risultati delle analisi verranno sviluppate anche in occasione delle attività formative che prevedono relazioni scritte e presentazione orali dei risultati di lavori di gruppo e/o individuali su tematiche coerenti con il percorso formativo. • Capacità di apprendere in modo autonomo Il percorso didattico prevede una progressione graduale nella formazione che

	parte dalle discipline di base già acquisite nel 1° ciclo (statistica descrittiva) per poi proseguire durante il corso applicando le tecniche di inferenza statistica usando strumenti computazionali in attività singole e/o di gruppo. Alla fine del percorso formativo, lo studente dovrà aver sviluppato le abilità di apprendimento necessarie sia per intraprendere ulteriori studi nei processi formativi successivi, sia per inserirsi in diversi contesti lavorativi con un buon livello di autonomia e competenze tale che gli consentono di avere le capacità di adattarsi e aggiornarsi continuamente.
--	--

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	Prova scritta e colloquio orale con contestuale correzione della prova scritta.
Criteri di valutazione	<input type="checkbox"/> Conoscenza dei contenuti del programma e capacità di riferire dei problemi affrontati a lezione; <input type="checkbox"/> Capacità di collegamento tra i contenuti del programma; <input type="checkbox"/> Capacità di rielaborare in modo personale e critico le conoscenze acquisite; <input type="checkbox"/> Proprietà espressive di utilizzo, in particolare, della terminologia specialistica.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>La valutazione sarà definita sulla base di un livello qualitativo globale della esposizione dei criteri appena definiti. In particolare:</p> <p>Livello - Voto Nullo - - Gravemente insufficiente 7 - 11 Insufficiente 12 - 17 Sufficiente 18 - 21 Buono 22 - 24 Molto buono 25 - 27 Ottimo 28 - 30</p>
Altro	