

Nome docente	ERNESTO TOMA
Corso di laurea	MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA
Anno accademico	2011-2012
Periodo di svolgimento	II SEMESTRE
Crediti formativi universitari (CFU)	6
Settore scientifico disciplinare	SECS-S/05

Programma di STATISTICA SOCIALE (a.a. 2011/2013)
(Prof. Ernesto TOMA)

Università degli Studi di Bari Aldo Moro
Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici
Corso di Laurea Marketing e comunicazione d'azienda

Pre-requisiti:

È consigliato l'aver acquisito le nozioni della statistica di base

Obiettivi del corso

Il corso mira ad approfondire la parte applicativa delle principali problematiche inferenziali in cui può incorrere uno studioso delle discipline del marketing, dando ampio spazio anche alle metodologie per l'analisi delle mutabili statistiche e a quelle per campioni dipendenti.

Programma

L'uguaglianza e la somiglianza di variabili statistiche, di mutabili statistiche e di unità statistiche. Distribuzioni campionarie nei vari tipi di campionamento. Le stime puntuali e intervallari nei vari tipi di campionamento. La stima (puntuale e intervallare) della frequenza di risposte casualizzate mediante domanda incorrelata. La dimensione del campione per le ricerche quali-quantitative. L'uso di test, parametrici e non parametrici, nella ricerca sociale applicata al marketing: analisi su uno, due e più campioni.

Bibliografia

F. DELVECCHIO, Statistica per la ricerca sociale, Cacucci Editore, Bari, 2005.

Modalità di accertamento conoscenze

- Esoneri: No
- Prova Scritta: No
- Colloquio Orale: Si

Forme di assistenza allo studio

- Corso presente nella zona in e-learning del Sito Web di Facoltà: No

Organizzazione della didattica

- Cicli interni di lezione: No
- Corsi integrativi: No
- Esercitazioni: Si
- Seminari: No
- Attività di laboratorio: No
- Project work: No
- Visite di studio: No