

Nome docente	SILVESTRO MONTRONE
Corso di laurea	MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA
Anno accademico	2015/2016
Periodo di svolgimento	Settembre - Dicembre
Crediti formativi universitari (CFU)	8
Settore scientifico disciplinare	SECS-S/01

**Programma di Inferenza e tecniche di campionamento (a.a. 2015/2016)
(Prof. Montrone Silvestro)**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO
DIPARTIMENTO DI STUDI AZIENDALI E GIUSPRIVATISTICI
CORSO DI LAUREA IN MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA

Prerequisiti

Conoscenza di elementi di statistica descrittiva.

Obiettivi del corso

- Risoluzione di problemi in ambito inferenziale.
- Approfondimento delle tecniche campionarie a supporto dell'analisi inferenziale.

Programma

Nozioni introduttive all'inferenza statistica

Variabili casuali e loro distribuzioni

Logica e tecniche dell'inferenza

Popolazione, campione, parametri e stimatori

Le indagini campionarie:

- I principali piani di campionamento
- La stima del totale: principali stimatori
- La stima del totale nel campionamento casuale semplice
- La stima del totale nel campionamento sistematico
- La stima del totale nel campionamento stratificato
- La stima del totale nel campionamento a grappolo
- Dimensione del campione e allocazione delle unità

Problemi di inferenza su medie

Problemi di inferenza su percentuali

Confronto tra campioni

Bibliografia

G. GIRONE. Statistica, Bari, Cacucci, 2009.

S. MONTRONE - M. CRISTALLO, Tecniche di Campionamento (Lezioni), Ed. Arte Print, Matera, 2007.

Modalità di accertamento conoscenze

- Esoneri: No
- Prova Scritta: Si
- 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: Si
- Corsi integrativi: No
- Esercitazioni: Si
- Seminari: No
- Attività di laboratorio: No
- Project work: No
- Visite di studio: No