

ANALISI DI MERCATO
disciplina prevista nel Precedente Ordinamento (PO) e nel Nuovo Ordinamento (NO)
Donato Lucev
(Istituto di Statistica e Matematica)

I modulo - 6 CFU (corsi di laurea NO: EA, EC, EOIC, IM, LT, SIGI-NO e corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO, propedeutico al II modulo di 3 CFU che è parte integrante del corso di 9 CFU del corso di laurea del NO SIGI-NO e di tutti i corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO)

Regressione multipla, consumi e comportamento di acquisto. La segmentazione del mercato. posizionamento di prodotti e marche.

Testi consigliati:

- BRASINI, TASSINARI, TASSINARI, Marketing e pubblicità, Il Mulino, u.e.
- LUCEV, QUINTANO, Contributi sul posizionamento, Liguori, u.e.
- DEL VECCHIO, Analisi statistica di dati multidimensionali, Cacucci, u.e.
- FABBRIS, Statistica multivariata: analisi esplorativa dei dati, McGraw-Hill, u.e.

II modulo - 3 CFU (parte integrante del corso di 9 CFU del corso di laurea del NO SIGI-NO e dei corsi di laurea quadriennale e di diploma universitario del PO, nonché modulo valido per il corso di 3 CFU del corso di laurea del NO AC ; modulo eventualmente valido per esame opzionale)

Modelli di analisi dei comportamenti di acquisto: i modelli stocastici di scelta, di frequenza di acquisto e riacquisto e modelli completi.

Testi consigliati:

- BRASINI, TASSINARI, TASSINARI, Marketing e pubblicità, Il Mulino, u.e.