

<b>STRUTTURA</b>	Scuola Politecnica – Dipartimento SEAS
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2015-2016
<b>CORSO DI LAUREA/LAUREA MAGISTRALE</b>	Scienze Statistiche (LM 82)
<b>INSEGNAMENTO</b>	Statistica Aziendale 2
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Caratterizzante
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Statistico applicato
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	16440
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	SI
<b>NUMERO MODULI</b>	2
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	SECS-S/03 (Statistica Economica)
<b>DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)</b>	Elli Vassiliadis Ricercatore Università degli Studi di Palermo
<b>DOCENTE COINVOLTO (MODULO 2)</b>	Erasmus Vassallo Ricercatore Università degli Studi di Palermo
<b>CFU</b>	12 (6+6)
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	216
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	Modulo 1: 42 (30 lez. + 12 es./lab.) Modulo 2: 42 (30 lez. + 12 es./lab.)
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Statistica Aziendale 1
<b>ANNO DI CORSO</b>	Secondo
<b>SEDE</b>	Consultare il sito <a href="http://politecnica.unipa.it">politecnica.unipa.it</a>
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali, esercitazioni e laboratori
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova scritta e prova orale
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	Secondo semestre
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	Consultare il sito <a href="http://politecnica.unipa.it">politecnica.unipa.it</a>
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Consultare le pagine personali dei docenti

### **Modulo 1: ANALISI DI MERCATO**

#### **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**

##### **Conoscenza e capacità di comprensione**

Acquisire:

1. strumenti e tecniche statistiche utili per l'analisi dei fenomeni aziendali, per la loro misurazione, stima ed interpretazione con utilizzo di opportuni software di calcolo ed analisi; 2. trattamento dell'informazione statistica aziendale nel tempo e nello spazio con valutazione ex ante e ex post degli andamenti e delle previsioni congiunturali e tendenziali del risultato d'azienda; 3. analisi dei mercati di sbocco e studio della loro segmentazione.

##### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Essere in grado di:

1. utilizzare in autonomia gli strumenti statistici presentati a lezione per rispondere ad

alcune problematiche aziendali legate ad analisi delle vendite, previsione del fatturato, mercati di sbocco.

### **Autonomia di giudizio**

Essere in grado di:

1. individuare le condizioni di applicazione della strumentazione proposta, leggere in modo corretto i risultati ottenuti e valutare le implicazioni degli stessi ai fini della politica aziendale.

### **Abilità comunicative**

Essere in grado di:

1. esporre le condizioni, gli strumenti ed i risultati delle analisi anche ad un pubblico non esperto sia tramite presentazione orale sia predisponendo opportuni report scritti.

### **Capacità d'apprendimento**

Capacità di aggiornamento:

1. consultazione delle pubblicazioni statistiche ufficiali e delle pubblicazioni scientifiche proprie con approfondimento della relativa letteratura nazionale ed internazionale.

## **OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO: Analisi di Mercato**

Fornire agli studenti le conoscenze necessarie per utilizzare al meglio le metodologie statistiche per l'analisi dei mercati e la conoscenza degli attori dei mercati, in particolare gli esponenti della domanda (acquirenti, clienti, consumatori) e dell'offerta (azienda). Fornire gli strumenti per la progettazione e la realizzazione di una ricerca di mercato.

## **Modulo 2: METODI STATISTICI PER IL CONTROLLO DELLA QUALITÀ**

### **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**

#### **Conoscenza e capacità di comprensione**

Acquisire:

1. analisi della qualità dei beni e servizi prodotti e tecniche e metodi statistici per la misurazione, analisi e correzione di qualità della produzione aziendale; 2. utilizzo esteso di fogli elettronici di calcolo, software statistici ed econometrici open-source con abilità di scrittura di script di elaborazione.

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Essere in grado di:

1. utilizzare in autonomia gli strumenti statistici presentati a lezione per rispondere ad alcune problematiche aziendali legate al controllo di processo ed alla rettifica del fuori controllo di produzione.

#### **Autonomia di giudizio**

Essere in grado di:

1. individuare le condizioni di applicazione della strumentazione proposta, leggere in modo corretto i risultati ottenuti e valutare le implicazioni degli stessi ai fini della politica aziendale.

#### **Abilità comunicative**

Essere in grado di:

1. esporre le condizioni, gli strumenti ed i risultati delle analisi anche ad un pubblico non esperto sia tramite presentazione orale sia predisponendo opportuni report scritti.

**Capacità d'apprendimento**

Capacità di aggiornamento:

1. consultazione delle pubblicazioni statistiche ufficiali e delle pubblicazioni scientifiche proprie con approfondimento della relativa letteratura nazionale ed internazionale.

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO: Metodi statistici per il controllo della qualità**

Fornire gli strumenti statistici utili per l'analisi dei fenomeni economici aziendali con specifico riferimento al controllo della qualità dei prodotti e servizi. Fornire gli strumenti per l'analisi delle condizioni di contesto aziendale, per la stima, interpretazione e presentazione dei risultati conseguenti, anche con utilizzo di opportuni software di calcolo di orientamento statistico ed econometrico.

<b>MODULO 1</b>	<b>Analisi di Mercato</b>
<b>N ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
3	Le indagini campionarie nelle ricerche di mercato
3	Richiami alle principali tecniche di campionamento probabilistico e non probabilistico
3	I panel nelle ricerche di mercato. Metodi statistici per l'analisi di dati panel
3	Questionari e scale di misura
3	Fonti statistiche e classificazione dei consumi in termini di spesa. Analisi della domanda
3	I comportamenti di acquisto. Modelli e misure della customer satisfaction
4	La segmentazione del mercato. Le tecniche di segmentazione a priori
4	La Cluster Analysis per la segmentazione a posteriori
4	La Conjoint Analysis nella segmentazione flessibile
	<b>ESERCITAZIONI</b>
12	Progettazione e stesura di un questionario per una particolare analisi di mercato. Segmentazione del mercato, individuazione del mercato obiettivo e posizionamento di un ipotetico prodotto.
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Brasini S., Freo M., Tassinari F., Tassinari G., Statistica aziendale e analisi di mercato, Il Mulino, 2002.

<b>MODULO 2</b>	<b>Metodi statistici per il controllo della qualità</b>
<b>N ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
3	Concetti introduttivi. Performance, produttività, efficienza, efficacia e qualità.
3	Il processo DMAIC.
3	Richiami alle distribuzioni di probabilità discrete e continue per analisi di processo
3	Richiami ai test di ipotesi ed alle tecniche di campionamento per analisi di processo
4	Carte di controllo per variabili.
4	Carte di controllo per attributi.
4	Carte CUSUM e EWMA.
3	Carte per processi multivariati.
3	Capacità di processo e controllo della qualità aziendale.
	<b>ESERCITAZIONI / LABORATORI</b>
2	Esercizi e laboratori con foglio di calcolo sulle carte di controllo per variabili ed attributi
2	Esercizi e laboratori con software statistico sulle carte di controllo per variabili ed attributi
2	Esercizi e laboratori con foglio di calcolo e software statistico sulle carte CUSUM e EWMA
2	Esercizi e laboratori con foglio di calcolo e software statistico sulle carte multivariate
2	Esercizi e laboratori con foglio di calcolo e software statistico su capacità di processo
2	Esercitazioni sui temi del programma.
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	Vassallo E. (2009). Laboratorio di Statistica Economica con R. Aracne, Roma. Montgomery D.C. (2006). Controllo statistico della qualità. McGraw-Hill, New York.

