



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2015/2016		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2017/2018		
CORSO DILAUREA	STATISTICA PER L'ANALISI DEI DATI		
INSEGNAMENTO	STATISTICA ECONOMICA 2 C.I.		
CODICE INSEGNAMENTO	18230		
MODULI	Si		
NUMERO DI MODULI	2		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SECS-S/03		
DOCENTE RESPONSABILE	VASSALLO ERASMO	Professore Associato	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	VASSILIADIS ELLI	Ricercatore	Univ. di PALERMO
	VASSALLO ERASMO	Professore Associato	Univ. di PALERMO
CFU	12		
PROPEDEUTICITA'	06674 - STATISTICA ECONOMICA 1 06649 - STATISTICA 2		
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	3		
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	VASSALLO ERASMO		
	Lunedì	14:30 15:30	Ufficio docente o da remoto via Teams
	Martedì	14:30 15:30	Ufficio docente o da remoto via Teams
	VASSILIADIS ELLI		
	Martedì	12:00 14:00	Stanza del docente

DOCENTE: Prof. ERASMO VASSALLO

PREREQUISITI	
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacità di comprensione Acquisire: 1. Strumenti e tecniche statistiche utili per l'analisi dei fenomeni economici, micro e macroeconomici, nonché per la loro misurazione, stima ed interpretazione con utilizzo di opportuni software di calcolo ed analisi; 2. Comprensione dell'evoluzione del fenomeno economico e ricerca delle fonti statistiche del dato economico utile ad un approfondimento di analisi ed interpretazione. 3. Competenze su utilizzo dei fogli elettronici di calcolo, di software statistici ed econometrici ed abilità di scrittura di alcuni script di elaborazione. 8. Conoscenza dei mercati di sbocco di prodotti e servizi e studio della segmentazione. Capacità di applicare conoscenza e comprensione Essere in grado di: utilizzare in autonomia gli strumenti statistici per rispondere a quesiti aziendali (analisi delle vendite, controllo di processo, previsione del fatturato, efficienza dell'unità di costo e dell'unità produttiva) e di programmazione macroeconomica (analisi di domanda, analisi di impatto, analisi della congiuntura e della tendenza, misura della produttività e della produzione efficiente, misura delle disuguaglianze di reddito) avvalendosi anche del software free indicato. Autonomia di giudizio Essere in grado di: 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 o di programmazione economica. Abilità comunicative Essere in grado di: 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 Essere in grado di: consultare le pubblicazioni statistiche ufficiali di fonte Istat, Oecd, Eurostat, etc. e le pubblicazioni scientifiche proprie del settore tramite analisi della relativa letteratura nazionale ed internazionale.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Prova scritta e prova orale
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, esercitazioni e laboratori

MODULO
ANALISI STATISTICA DEL DATO ECONOMICO

Prof. ERASMO VASSALLO

TESTI CONSIGLIATI

-Koop G. (2012). Logica statistica dei dati economici. Utet: Torino.
-Vassallo E. (2009). Laboratorio di Statistica Economica con R. Aracne: Roma
-Groebe D.F., Shannon P.W. e Fry P.C. (2014) Business Statistics. Pearson: New York.

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50250-Statistico, statistico applicato, demografico
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	94
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	56

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Fornire gli strumenti statistici utili per l'analisi dei fenomeni economici di specifico interesse in ambito aziendale e di programmazione economica. Lo studente dovrà essere in grado di leggere ed interpretare i principali dati statistici legati alla struttura ed alla performance delle aziende, nonché al territorio europeo/nazionale/regionale con specifico riferimento al quadro macroeconomico, anche con utilizzo di opportuni software (OpenOffice, Office Microsoft, R e Gretl).

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	Fonti statistiche e dati economici
4	Costruzione di modelli e loro trattamento nel tempo e nello spazio
4	Approccio classico alle serie storiche con modelli deterministici per l'analisi aziendale
4	Metodi naive, lisciamenti esponenziali, modelli Holt-Winters e filtri previsionali per l'analisi economica
4	Approccio moderno all'analisi delle serie storiche economiche con dati micro-economici (aziendali) e macro-economici (struttura dell'economia).
4	Approccio Census I e II ed approccio ibrido X12Arima e X13Arima
4	Modello Tramo-Seats delle Banche Centrali e Demetra di Eurostat
4	Strumenti per il controllo statistico di qualità.
ORE	Esercitazioni
24	Esercitazioni su: fonti statistiche del dato economico (6), modelli meccanici e tradizionali nell'analisi delle serie storiche (6), modelli di destagionalizzazione (6), controllo di qualità (6)

**MODULO
ANALISI DI MERCATO**

Prof.ssa ELLI VASSILIADIS

TESTI CONSIGLIATI

Brasini S., Freo M., Tassinari F., Tassinari G., Statistica aziendale e analisi di mercato, Il Mulino, 2002

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50250-Statistico, statistico applicato, demografico
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	94
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	56

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

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 lo studente dovrà acquisire gli strumenti per l'analisi della domanda (acquirenti, clienti, consumatori) e dell'offerta (azienda) con specifico riferimento alla progettazione e realizzazione di una ricerca di mercato.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
2	Le indagini campionarie nelle ricerche di mercato
2	Richiami alle principali tecniche di campionamento probabilistico e non probabilistico
4	I panel nelle ricerche di mercato. Metodi statistici per l'analisi di dati panel
4	Questionari e scale di misura
4	Fonti statistiche e classificazione dei consumi in termini di spesa. Analisi della domanda
4	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

ORE	Esercitazioni
6	Progettazione e stesura di un questionario per una particolare analisi di mercato
6	Segmentazione del mercato
6	individuazione del mercato obiettivo
6	posizionamento di un ipotetico prodotto