



UNIVERSITÀ DI PISA

MODELLI DEMOGRAFICI PER LA RICERCA DI MERCATO

PIETRO ANGELO MANFREDO FRANCESCO MANFREDI

Anno accademico 2017/18
CdS MARKETING E RICERCHE DI MERCATO
Codice 211PP
CFU 6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MODELLI DEMOGRAFICI PER LA RICERCA DI MERCATO	SECS-S/04	LEZIONI	42	PIETRO ANGELO MANFREDO FRANCESCO MANFREDI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il corso intende parte dai principali modelli di diffusione del marketing teorico, decollati a partire dal noto modello di Frank Bass 1969, per sviluppare una discussione più articolata dei fenomeni di diffusione non limitata ai soli cicli di di prodotti ma estesa ad una varietà di processi in cui il marketing e la comunicazione possono svolgere un ruolo chiave nel progresso delle comunità umane,

Modalità di verifica delle conoscenze

Le conoscenze acquisite verranno verificate mediante un esame finale inclusivo di domande di tipo teorico ed applicativo e di discussioni sintetiche su temi di attualità in cui processi di diffusione costituiscono la base per il progresso delle comunità umane.

Capacità

A completamento del corso e relativo esame lo studente disporrà di (a) conoscenze teoriche dei principali modelli di diffusione del marketing teorico; (b) nozioni fondamentali del ragionamento per modelli; (c) conoscenze statistiche volte a consentire un utilizzo consapevole dei modelli di base in circostanze applicative .

Modalità di verifica delle capacità

Modalità di verifica delle capacità

Assignments quotidiani lezione dopo lezione consentiranno al docente ed agli studenti che partecipano attivamente al corso di verificare continuamente l'evoluzione della qualità del loro apprendimento ai fini dell'esame conclusivo.

Comportamenti

Al fine di beneficiare del corso è necessaria di partenza una attenzione non episodica alle principali discussioni della attualità politica ed economica in cui processi di diffusione caratterizzati da successo sono la base per il raggiungimento di obiettivi fondamentali di policy oppure di progresso sociale. E' fortemente raccomandata la frequenza attiva delle lezioni. I prerequisiti specificati sotto sono indispensabili per apprezzare i contenuti della disciplina.

Si raccomanda anche di risolvere con regolarità gli esercizi ed i temi di discussione proposti dal docente lezione per lezione.

Modalità di verifica dei comportamenti

Giornalmente a lezione. Attraverso discussione degli assignments. A ricevimento studenti.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Prerequisiti minimi da rinfrescare per trarre profitto dal corso

Nozioni fondamentali del calcolo (esame di Matematica generale), funzioni fondamentali, calcolo differenziale e nozione di integrale definito. Statistica e probabilità: statistiche descrittive, la legge normale, la legge binomiale;



UNIVERSITÀ DI PISA

Usò foglio elettronico per esercitarsi sui concetti sviluppati con dati reali.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Modelli elementari della diffusione: mass-media e word-of-mouth.
Il modello di Bass e le sue varianti. Proprietà. Applicazioni.
Il modello generalizzato di Bass. Marketing mix variables e shock esogeni.
Complicazioni. Eterogeneità. Dinamiche della popolazione di riferimento.
Modelli di rischio.
Usi empirici dei modelli di diffusione. Stima nonlineare.

Bibliografia e materiale didattico

I materiali principali del corso sono rappresentati dalle diapositive del docente presentate a lezione.

In aggiunta;

Manfredi P (1996) Modelli non lineari per diffusione di nuovi prodotti, in Micheli GA, Rivellini G (eds) "Popolazione & mercato", Franco Angeli

Bass F (1969) A new product diffusion model, Management Sciences.

Altre letture: TBA

Modalità d'esame

Prova scritta con esercizi di tipo teorico e applicativo.

Stage e tirocini

Non sono previsti per questo corso.

Pagina web del corso

<https://moodle.ec.unipi.it/course/view.php?id=723>

Altri riferimenti web

Class web page

<https://moodle.ec.unipi.it/course/view.php?id=642>

Saranno comunicati durante il corso.

Ultimo aggiornamento 04/03/2018 20:35