

Název předmětu: Statistická analýza marketingových výzkumů KMI/SAMP

Počet kreditů: 6

Hodinová dotace: 3/1

Návaznost předmětu: Úvod do počtu pravděpodobnosti a statistiky, Statistické modelování a analýza časových řad

Anotace:

Obsahem předmětu jsou speciální postupy používané především pro nominální a ordinální znak. Pozornost je věnována jak jednorozměrným, tak vícerozměrným statistickým analýzám.

Cíl:

Předmět je povinný pro všechny programy magisterského studia zaměřeného na obchod, marketing a cestovní ruch. Kurz reflektuje současné trendy pokročilejších statistických technik v ekonomických a společenských vědách. Akcentuje specifika dat pořizovaných v oblasti obchodu a marketingu. Posluchači se seznámí se statistickými metodami používanými při analýze kategoriálních dat a s vybranými vícerozměrnými statistickými metodami, dále s možnostmi využití statistického software.

Osnova:

- Vícerozměrná data a vícerozměrná rozdělení;
- přehled vícerozměrných metod a jejich členění;
- shluková a diskriminační analýza;
- vícerozměrné škálování a korespondenční analýza, percepční mapy;
- kategoriální data, kontingenční tabulky, rozdělení četností, popisné charakteristiky, bodové a intervalové odhady;
- testování hypotéz týkající se četností (binomický test, χ^2 test dobré shody);
- testy závislostí v kontingenčních tabulkách;
- míry asociace a kontingence, průzkumová analýza dat.