

Nazwa przedmiotu:	Modelowanie na podstawie danych jakościowych			
Forma: Laboratorium	Godzin: 15 Semestr: VII Rok: IV	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS	
Wydział: ZIF	Kierunek: Informatyka i Ekonometria	Tryb: stacjonarny	Rodzaj: magisterskie	
Specjalność: Ekonometria menedżerska				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
mgr	Krzysztof Ćwikliński	krzysztof.cwiklinski@ue.wroc.pl		102 M

1. Wymagania wstępne

Statystyka, matematyka, ekonometria, statystyczna analiza danych

2. Program przedmiotu

Szacowanie modeli regresji dla dyskretnej zmiennej objaśniającej – m. in. modele z wahaniami sezonowymi, obserwacjami migawkowymi Analiza regresji dla dyskretnej zmiennej objaśnianej – modele probitowe i logitowe. Wykorzystanie analizy wariancji do oceny umiejętności uczniów gimnazjów. Dyskryminacja i pomiar łącznego oddziaływania zmiennych – projekty studentów na bazie danych ankietowych.

3. Metodyka zajęć

laboratoria, projekty studentów na podstawie danych z publikacji statystycznych oraz pracy w terenie (badania ankietowe).

4. Cel dydaktyczny przedmiotu

wiedomości: teoretyczne podstawy modelowania danych jakościowych
umiejętności: wykorzystanie metod analizy danych jakościowych do opisu i analizy zjawisk rynkowych wykorzystanie programu Excel do modelowania danych jakościowych

Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

Analiza danych marketingowych, problemy, metody, przykłady, red. A.Stanimir, Wrocław AE 2006
Blalock H. Statystyka dla socjologów. Warszawa PWN 1977
Steczkowski J., Zeliaś A., Statystyczne metody analizy cech jakościowych, Warszawa PWE 1981
Steczkowski J., Zeliaś A., Analiza wariancyjna i kowariancyjna w badaniach ekonomicznych, PWN

Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)

Pociecha J., Metody statystyczne w badaniach marketingowych, Warszawa PWN, 1996
Steczkowski J., Metoda reprezentacyjna w badaniach zjawisk ekonomiczno-społecznych, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa-Kraków 1995
Walesiak M., Metody analizy danych marketingowych, Warszawa PWN, 1996