



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

# Call for Papers

**14 e 15 Febbraio 2013**

a **Milano, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, Largo Gemelli 1**, si terrà un convegno nazionale sul tema "Il valore della statistica per le imprese e la società. Ricerche di opinione e di mercato". Lingua ufficiale del convegno è l'italiano. Le informazioni sul convegno si trovano sul link:

[http://convegni.unicatt.it/meetings\\_4332.html](http://convegni.unicatt.it/meetings_4332.html)

Il Convegno mira a promuovere lo sviluppo delle applicazioni e della metodologia idonee ad accrescere il valore della statistica per le imprese e alla società civile. In modo particolare, il convegno è diretto allo sviluppo delle ricerche di opinione e di mercato.

## Invito a sottoporre contributi liberi

Ai fini dell'inserimento nel programma, gli studiosi interessati alla presentazione di contributi liberi dovranno sottoporre al Comitato scientifico un *abstract* di almeno 2000 caratteri, oltre al titolo, gli autori, l'appartenenza e l'e-mail. Il Comitato scientifico definirà l'ammissione del titolo nel programma, notificandolo agli Autori.

Gli organizzatori del Convegno pubblicheranno, previo referaggio, le relazioni ufficiali e una selezione dei migliori contributi liberi, in forma estesa, in numeri speciali delle seguenti riviste: Statistica Applicata – Italian Journal of Applied Statistics, SMA: Statistical Methods and Applications, Micro & Macro Marketing. Le prime due riviste pubblicheranno lavori in lingua inglese.

## Scadenze importanti

Invio dell'abstract (in italiano o in inglese):

entro 20 Dicembre 2012

Notifica dell'accettazione:

entro 13 Gennaio 2013

## **Temi di contributi liberi**

- 1) Le previsioni elettorali
- 2) Modelli di analisi di dati elettorali
- 3) Modelli per l'analisi di dati rilevati con indagini statistiche
- 4) Metodi per le ricerche di mercato
- 5) Metodi per le ricerche di opinione
- 6) La rilevazione dei dati con approccio qualitativo
- 7) Criteri di certificazione del dato
- 8) Integrazione di indagini statistiche e grandi basi di dati amministrativi
- 9) Analisi delle risposte "in forma aperta"
- 10) Rilevazioni mediante cellulare
- 11) Rilevazioni CATI e CAPI
- 12) Rilevazioni CASI e CAWI
- 13) Rilevazioni tramite social network
- 14) Campionamento non probabilistico
- 15) Analisi della qualità dei dati
- 16) Trattamento di dati mancanti o incompleti
- 17) Gli errori di risposta: misura e correzione
- 18) Question wording
- 19) Rilevazione e analisi di dati imbarazzanti
- 20) Indagini elettorali
- 21) Modelli di previsione
- 22) Modelli di simulazione
- 23) Certificazione ed etica del dato
- 24) Reti commerciali come reti di conoscenza
- 25) Geomarketing per la distribuzione organizzata
- 26) Come raggiungere gli immigrati e altri nuovi consumatori
- 27) Rilevazione di immigrati e altre popolazioni elusive