

Análise Quantitativa de Dados em Marketing

Mestrado em Marketing



Ana Brochado
ana.brochado@iseg.ulisboa.pt

Ficha n.º 9

Análise de Regressão
Análise de Regressão Logística

Considere as seguintes variáveis, extraídas da basede dados Skytrax, sobre a avaliação de companhias aéreas.

Rating (1 Low – 10 High)

SeatComfort (1 Low – 5 High)

CabinStaffService (1 Low – 5 High)

Food&Beverages (1 Low – 5 High)

InflightEntertainment (1 Low – 5 High)

GroundService (1 Low – 5 High)

Wifi&Connectivity (1 Low – 5 High)

ValueForMoney (1 Low – 5 High)

Recommendation (1 Yes – 0 No)

Traveller Type (1 Business 2 Couple Leisure 3 Family Leisure 4 Solo Leisure)

1. Análise de Regressão

1.1 Estime um modelo de regressão linear múltipla

Rating = f (Seat Comfort, Cabin Staff Service, Food & Beverages, Inflight Entertainment, Ground Service, Wifi Connectivity, Value For Money)

1.2. Avalie a Qualidade do Modelo

1.3. Verifique os Pressupostos para a Aplicação do Modelo de Regressão Linear

1.4. Qual a dimensão da qualidade do serviço com maior impacto no rating global?

2. Análise de Regressão Logística

2.1 Estime um modelo de regressão logística

Recommendation = f (Seat Comfort, Cabin Staff Service, Food & Beverages, Inflight Entertainment, Ground Service, Wifi Connectivity, Value For Money)

2.2. Avalie a Qualidade do Modelo

2.3. Qual a dimensão da qualidade do serviço com maior impacto na recomendação?