

Scheda SUA-CdS

TABELLA CORRISPONDENZA INSEGNAMENTI E AREE DI APPRENDIMENTO

Corso di Laurea magistrale in  
INTELLIGENZA ARTIFICIALE, IMPRESA E SOCIETA'

Attività formative vincolate A.A.2025/2026	Informatica e Intelligenza Artificiale	Aziendale – organizzativa - marketing	Statistica	Sociologica e di critica	Normativa ed etica
<i>I anno</i>					
Strategic management & digital technology		X			
Fondamenti di computer science e gestione dei Big data	X				
Marketing avanzato e Intelligenza artificiale <i>Marketing avanzato</i>		X			
Marketing avanzato e Intelligenza artificiale <i>AI per il marketing</i>		X			
Statistica e Machine Learning per il marketing <i>Probabilità e statistica per il marketing</i>			X		
Statistica e Machine Learning per il marketing <i>AI e Machine learning per il marketing</i>			X		
Scenari socio-culturali, normative ed etica della Big Data Society <i>Scenari socio-culturali della Big Data Society</i>				X	
Scenari socio-culturali, normative ed etica della Big Data Society <i>Normativa ed etica per la Big Data Society</i>					X

<b>AI: Mind and Machines</b> <i>Mind and Machines</i>	X				
<i>Il anno (immatricolati a.a.2024/25)</i>					
<b>AI: Mind and Machines</b> <i>Laboratorio di Artificial Intelligence</i>	X				
<b>AI: Mind and Machine</b> <i>Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning</i>	X				
<b>Data Mining and Text Analytics</b>			X		
<b>Modelli decisionali per il marketing data driven</b>		X			
<b>Digital advertising</b>		X			
<b>Marketing automation, marketing platform &amp; analytics</b>		X			
<b>Realtà virtuale e realtà aumentata per il marketing e l'advertising</b>		X			

## SCHEDA SUA-CDS

### INTELLIGENZA ARTIFICIALE, IMPRESA E SOCIETA' 2025-2026

#### Quadro A4.b2 - Conoscenza e comprensione e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: dettaglio

#### AREA INFORMATICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Conoscenze rispetto al funzionamento dei principali strumenti e supporti informatici funzionali alla gestione di basi dati di grandi dimensioni e alle metodologie e ai linguaggi necessari a organizzare, esplorare, interrogare, e analizzare dataset digitali.</p> <p>Comprensione e conoscenza delle diverse tipologie di Intelligenza Artificiale, di machine learning e di deep learning e delle diverse tecniche di apprendimento funzionali all'addestramento e alla realizzazione di soluzioni operative basate.</p> <p>Conoscenza delle principali funzioni di elaborazione e interpretazione dei dati strutturati e non strutturati ottenibili attraverso le diverse soluzioni di machine learning (natural languages processing, natural language generation, images recognition, ecc.)</p>	<p>Sulla base delle conoscenze acquisite rispetto a questa area, gli studenti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• valutare gli strumenti e le dotazioni tecnologiche (hardware e software) di gestione dei dati all'interno delle aziende e delle organizzazioni complesse in genere;</li><li>• progettare, mettere in atto e valutare i sistemi di apprendimento necessari alle attività di machine learning funzionali agli obiettivi operativi e di business individuati;</li><li>• ideare e prototipare possibili soluzioni tecnologiche per rispondere a problemi aziendali di business;</li><li>• applicare algoritmi e sistemi basati sull'AI alle diverse funzioni aziendali, in particolare quelle relative al marketing e alla comunicazione;</li><li>• utilizzare le principali piattaforme tecnologiche funzionali alla gestione dei processi aziendali</li><li>• Utilizzare le intelligenze artificiali generative per realizzare contenuti funzionali alle attività di marketing e comunicazione aziendale</li></ul> <p>Tali capacità saranno apprese sia attraverso le lezioni frontali che attraverso le attività seminariali e di workshop, effettuate anche</p>	<p><b>- Fondamenti di computer science e gestione dei Big data</b></p> <p><b>- AI: Mind and Machines</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <i>Mind and Machines</i></li><li>○ <i>Laboratorio di Artificial Intelligence</i></li><li>○ <i>Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning</i></li></ul>

	<p>utilizzando gli applicativi e i servizi in cloud offerti dai principali player tecnologici di settore attraverso i quali gli studenti potranno effettuare direttamente attività di implementazione, sviluppo e addestramento delle diverse soluzioni di ML funzionali, in particolare, ad attività di marketing, comunicazione e sviluppo del business aziendale.</p>	
--	--	--

### AREA AZIENDALE – ORGANIZZATIVA- MARKETING

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Comprensione e conoscenze approfondite sull'evoluzione cui il marketing e i processi di gestione aziendale stanno andando incontro grazie all'innovazione tecnologica e all'utilizzo dei dati rese possibili dalle Marketing Technologies e dalle piattaforme MarTech</p>	<p>Capacità di trasformare i risultati ottenuti attraverso le diverse tipologie di analisi statistica o di machine learning in indicazioni operative per le decisioni aziendali e per la generazione di strategie data driven. Utilizzo di modelli interpretativi e di piattaforme per l'analisi e l'applicazione del valore aziendale dei dati. Capacità di utilizzare le possibilità offerte dall'innovazione tecnologica alle diverse funzioni del marketing attraverso una scelta corretta e consapevole delle piattaforme tecnologiche più adatte alle specifiche caratteristiche e alle dimensioni dell'azienda o della struttura organizzativa di riferimento. Competenze funzionali all'utilizzo delle diverse piattaforme presenti sul mercato (con tempi di apprendimento minimi resi possibili da approfondite conoscenze delle logiche di fondo con cui le stesse piattaforme operano) con particolare riferimento ai sistemi avanzati di Crm, alle data management platform e alle customer data platform</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Marketing automation, Marketing Platform &amp; analytics</b></li> <li>- <b>Marketing avanzato e Intelligenza artificiale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Marketing avanzato</i></li> <li>o <i>AI per il marketing</i></li> </ul> </li> <li>- <b>Digital advertising</b></li> <li>- <b>Strategic management &amp; digital technology</b></li> <li>- <b>Realtà virtuale e realtà aumentata per il marketing e l'advertising</b></li> <li>- <b>Modelli decisionali per il Marketing data driven</b></li> </ul>

## AREA STATISTICA

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Gli studenti del Cds acquisiranno conoscenze e competenze approfondite e solide basi metodologiche relativamente sia alle tecniche di statistica multivariata e predittiva, sia a quelle necessarie allo sviluppo di modelli e algoritmi applicati a grandi moli di dati anche in ambienti cloud. Più in particolare apprenderanno le tecniche necessarie allo svolgimento di analisi statistiche e di analytics (di tipo strutturato e non strutturato, anche attraverso l'utilizzo di soluzioni di machine learning) concernenti, tra l'altro, il calcolo delle probabilità, distribuzioni, statistica descrittiva univariata e bivariata, popolazione e campione, statistica inferenziale, test delle ipotesi; modelli statistici e machine learning: riduzione della dimensionalità, clustering e segmentazione, metodi di mapping, metodi supervisionati (modelli lineari, logistica, alberi, reti neurali, ecc.), validazione, interpretabilità, feature engineering (selezione e preparazione dati), customer satisfaction, predictivbe analytic, ecc.</p>	<p>Sulla base delle conoscenze acquisite rispetto a questa area, gli studenti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- generare modelli statistici avanzati per l'analisi dei dati aziendali e sociali;</li> <li>- utilizzare le funzioni statistiche più adatte a modellizzare i dati raccolti da parte dell'azienda o della struttura organizzativa complessa per generare sintesi interpretative in grado di supportare le decisioni da prendere in relazione agli obiettivi stabiliti;</li> <li>- generare nuovi insight, analisi predittive e prescrittive a partire dai dati in modo funzionale, tra l'altro, ad attività di segmentazione comportamentale, targettizzazione, generazione di prezzi dinamici e di raccomandation engine, customer care predittiva, ecc.</li> </ul> <p>Tali competenze saranno acquisite tanto attraverso la didattica frontale che nel corso delle attività di workshop previste negli insegnamenti relativi all'analisi statistica e ai modelli decisionali data driven nel corso dei quali gli studenti svolgeranno esercitazioni pratiche utilizzando software professionali e servizi in cloud dedicati.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Statistica e Machine learning per il marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <i>Probabilità e Statistica per il Marketing</i></li> <li>○ <i>Al machine learning per il marketing</i></li> </ul> </li>   <li>- <b>Data Mining and Text Analytics</b></li> </ul>

## AREA SOCIOLOGICA E CRITICA

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Conoscenze e strumenti metodologici e concettuali finalizzati alla comprensione delle principali dinamiche sociali e del cambiamento culturale e strumentali alla messa in atto di un pensiero critico rispetto alle diverse forme di conoscenza e di generazione e trasmissione sociale dei saperi.</p> <p>Competenze analitiche rispetto ai possibili impatti delle intelligenze artificiali generative sul mondo del lavoro e, più in generale, della società.</p>	<p>Capacità di utilizzare le diverse fonti di informazione e le basi informative e i dati accessibili attraverso i media e le fonti statistiche ufficiali per ricostruire i trend socioculturali del cambiamento, ricostruire scenari di mercato, anticipare fenomeni di moda e di costume, anche grazie all'analisi dei big data e degli approcci di sociologia computazionale in modo funzionale all'individuazione di opportunità di mercato per le aziende e le organizzazioni complesse in genere. Capacità di valutare correttamente l'autorevolezza e l'affidabilità delle diverse fonti di informazione e la qualità/provenienza dei dati e delle informazioni in modo funzionale alla capacità di esercitare un pensiero critico e orientato da un approccio metodologico corretto e scientificamente fondato. Tali capacità saranno sviluppate, oltre che nelle esercitazioni realizzate all'interno degli insegnamenti afferenti alle aree sociologiche, anche e soprattutto nelle attività previste all'interno del laboratorio biennale sul pensiero critico.</p>	<p><b>- Scenari socio-culturali, normative ed etica della Big Data Society</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <i>Scenari socio-culturali della Big Data Society</i></li></ul>

## AREA NORMATIVA ED ETICA

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Conoscenza e comprensione delle implicazioni normative legate all'utilizzo dei big data con particolare riguardo a tutto quanto ha a che fare con le legislazioni nazionali e internazionali in materia di utilizzo dei dati personali funzionali a garantire il rispetto della privacy e un uso corretto delle informazioni concernenti le persone e i loro comportamenti acquisibili attraverso i canali digitali. Conoscenza e acquisizione di consapevolezza profonda rispetto ai rischi connessi con un uso improprio o scorretto delle potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale e dal machine learning dei bias e dei possibili meccanismi discriminatori e lesivi dei diritti delle persone che possono essere generati da un uso non sufficientemente attento e consapevole dei sistemi di apprendimento delle macchine.</p>	<p>Capacità di mettere in atto all'interno delle aziende e delle organizzazioni tutte le disposizioni normative e le accortezze procedurali e di sicurezza necessarie a garantire il rispetto della normativa sulla privacy con particolare riferimento a quanto indicato dal Gdpr. Capacità di cogliere in anticipo e scongiurare i rischi connessi con un uso improprio e mal orientato della tecnologia legata all'intelligenza artificiale e all'analisi dei dati, attraverso approcci operativi e progettuali metodologicamente corretti e eticamente orientati. Capacità di applicare le conoscenze acquisite a livello informatico nella realizzazione di sistemi e soluzioni supportate da algoritmi di machine learning per scongiurare i pericoli connessi con un uso non sufficientemente consapevole e critico della tecnologia nelle sue più diverse manifestazioni. Tali competenze applicative saranno conseguite dagli studenti sia attraverso gli insegnamenti specifici di area che nel corso delle esercitazioni e delle attività progettuali e di role-playing previste nel laboratorio sul pensiero critico e l'ai previsto per il Cds.</p>	<p>- <b>Scenari socio-culturali, normative ed etica della Big Data Society</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <i>Normativa ed etica per la Big Data Society</i></li></ul>