

Intelligenza Artificiale, impresa e società

anno
accademico
2025/26

time to be you

time to be

IULM

università
iulm

Intelligenza Artificiale, impresa e società

Il corso

Nei prossimi mesi e anni, l'uso avanzato dell'AI diventerà una competenza imprescindibile per qualsiasi operatore del marketing e della comunicazione d'impresa. Il Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società, è stato progettato per cogliere da subito il cambiamento in atto. La magistrale, che potrebbe forse essere meglio definita con il titolo: "Fare marketing al tempo dell'AI" forma le figure professionali che saranno sempre più ricercate nel mondo del lavoro: professionisti con competenze interdisciplinari - umanistiche e tecnologiche - in grado di utilizzare le tecnologie più innovative dell'AI per fare marketing, comunicazione e orientare il business delle imprese. I laureati del percorso magistrale, che si distingue per la sua interdisciplinarietà e il taglio fortemente applicativo, acquisiranno **conoscenze e competenze**:

- **aziendalistiche**: sul marketing e la comunicazione aziendale supportate dalle tecnologie più avanzate, comprese quelle legate al machine learning e all'intelligenza artificiale;
- **tecnologiche**: acquisendo le competenze necessarie alla gestione di progetti e soluzioni di AI;
- **applicative**: diventando prompt expert ed esperti delle diverse piattaforme di AI generativa;
- **statistico-metodologiche**: apprendendo gli strumenti concettuali e metodologici necessari all'analisi avanzata dei dati sulla cui base orientare le attività di marketing e le decisioni aziendali;
- **giuridico-sociale**: sviluppando spirito critico - cui è dedicato un vero e proprio laboratorio - e competenze sociologiche, comunicative e giuridiche, necessarie a progettare soluzioni innovative che tengano conto dei profondi cambiamenti della società contemporanea, con un'attenzione particolare alle dimensioni etiche e di sostenibilità dell'innovazione.

Fare marketing al tempo dell'AI

L'Intelligenza Artificiale, e in particolare quella di tipo "generativo" che consente di produrre contenuti testuali e audiovisivi di ogni tipo, sta ridefinendo radicalmente e in modo irreversibile le logiche e i processi del marketing e della comunicazione aziendale.

Caratterizzanti il Corso di Laurea Magistrale sono i **laboratori applicativi** in cui lo studente potrà, secondo la logica del learning by doing, apprendere, attraverso la pratica su casi reali, le competenze tecnologiche e le skill necessarie a orientare e padroneggiare l'innovazione connessa con l'uso delle diverse tipologie di Intelligenza Artificiale all'interno delle imprese.

Sbocchi professionali

Il Corso di Laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, Impresa e Società forma professionisti, dotati di competenze trasversali funzionali al loro inserimento in settori lavorativi anche molto differenti: esperti di marketing e di comunicazione aziendale supportate da AI, Citizen Data Scientist per il Marketing, Data-Driven Decision Maker, Data Analyst, Data Driven Marketing Manager. I laureati potranno esercitare funzioni di marketing specialist e di comunicatori in imprese private e pubbliche, PMI, Startup, Agenzie di Comunicazione e Marketing, Società di consulenza e servizi, Centri media, Centri di Ricerca e Pubblica Amministrazione anche a vocazione internazionale, organizzazione di eventi, di ricerche di mercato e di organizzazioni pubbliche.

gli insight del corso

posti disponibili: 65

crediti: 120

lingua: italiano

test: selettivo

Scopri di più

piano degli studi consigliato

1° anno

attività formative vincolate	cfu
Strategic Management & Digital Technology	6
Fondamenti di Computer Science e gestione dei Big Data	9
Marketing avanzato e Intelligenza Artificiale	9
Marketing avanzato	6
AI per il marketing.....	3
Statistica e Machine Learning per il Marketing.....	12
Probabilità e statistica per il Marketing.....	6
AI e Machine Learning per il Marketing	6
Scenari socioculturali, normative ed etica della Big Data Society.....	12
Scenari socio-culturali della Big Data Society	6
Normativa ed etica per la Big Data Society	6
AI: Mind and Machines	Esame al II anno
Mind and Machines	
Un laboratorio a scelta tra:	
Laboratorio di Artificial Intelligence oppure	
Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning	

attività formative a scelta	6
-----------------------------	---

2° anno

attività formative vincolate	cfu
Data Mining & Text Analytics	6
L'intelligenza aumentata per generare valore da Big Data e testi	
Modelli decisionali per il Marketing Data Driven	9
Digital Advertising	6
Marketing Automation, Marketing Platform & Analytics	6
Realtà virtuale e realtà aumentata per il Marketing e l'Advertising	6
AI: Mind and Machines	9
Mind and Machines	3
Un laboratorio a scelta tra:	
Laboratorio di Artificial Intelligence oppure	6
Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning	6
attività formative a scelta	6
Field project/stage.....	6
prova finale	12

tra le attività formative a scelta	cfu
Architettura dell'informazione e Data Visualization.....	6
Laboratorio Certificazioni AI	6
Blockchain, NFT e Metaversi.....	6
Economia e management nell'era dell'Intelligenza artificiale.....	6
Laboratorio di analisi testuale per Social Media.....	6

Università IULM
via Carlo Bo 1 - Milano MM2 Romolo

facebook.com/iulm.universita
instagram.com/iulm_university

infopoint
Un servizio attivo dalle 9.00 alle 17.00
per dare una risposta a tutte le tue domande.

numero verde 800 363 363
dall'estero +39 02 89141 2590
infopoint@iulm.it
www.iulm.it