UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Information and Knowledge Management

2122-1-F6302N016-F6302N018M

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

Il corso si propone di far conoscere le tecnologie web (social media) a supporto dei servizi digitali (pubblici e privati) e delle strategie aziendali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Previste esercitazioni pratiche su casi da studiare singolarmente o a gruppi mediante l'utilizzo di tecnologie web, finalizzate alla produzione di documenti oggetto di valutazione.

Contenuti sintetici

- Servizi digitali

- La gestione della conoscenza aziendale

- Social Media Analytics

- Social Media Marketing

- Text Mining

Programma esteso

1. Servizi digitali e Social Media
2. La gestione della conoscenza aziendale

2.1 I dati non strutturati

3. Social Media Marketing, strategie

3.1 Brand reputation

3.2 Influencer Marketing

3.3 Engagement Marketing

4. Introduzione a Social Media Analytics

4.1 Metriche e tecniche

5. Tecniche di trattamento dei dati non strutturati
6. Text Mining con software (Rapidminer e Orange)
7. Laboratorio di Text Mining

Prerequisiti

Generale conoscenza delle principali tecnologie ed applicazioni informatiche.

Metodi didattici

Il corso è erogato in italiano e prevede lezioni ed esercitazioni.

Le lezioni frontali sono dedicate all'approfondimento degli argomenti teorici inerenti il corso.

Le esercitazioni sono mirate all'utilizzo di software di trattamento dei dati non strutturati, in particolare per eseguire operazioni di Text Mining su dati scaricati da diverse fonti Web.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La modalità di verifica si basa su una prova scritta con orale facoltativo (per chi ha conseguito una valutazione almeno pari a 18/30 nella prova scritta).

La prova scritta si svolge al computer ed è composta da domande aperte e chiuse e risposta multipla su tutti gli argomenti del corso.

La prova orale è mirata ad accertare la conoscenza teorica dello studente sugli argomenti del corso. Saranno quindi valutate le capacità di ragionare e approfondire le tematiche proposte in sede di esame e il rigore metodologico del loro sviluppo.

In sede di valutazione viene considerata la capacità dello studente di rispondere a quesiti specifici facendo riferimento agli aspetti teorici e pratici (mediante esempi) connessi all'argomento richiesto.

La prova d'esame è comune sia per gli studenti frequentanti sia per i non frequentanti.

Testi di riferimento

1) M. Mezzanzanica, D. Cavenago, “Scienza dei servizi – Un percorso tra metodologie e applicazioni”, Springer-Verlag Italia, (2010) [ISBN: 978 88 470 1363 6];

2) V. Cosenza, "Social media ROI", Apogeo, 2012, ebook acquistabile in rete, capitoli: 1, 2, 4, 5 (i concetti fondamentali).

nel corso delle lezioni sarà indicato dai docenti ulteriore materiale (slide, articoli…).