UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Information and Knowledge Management

2324-1-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. Inoltre il corso offre la possibilità di imparare ad usare software di text analytics.

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

- Social Media
- Servizi digitali
- Big Data
- Social Media Analytics
- Social Media Marketing
- Text Mining e Text Analytics

Programma esteso

1. Servizi digitali e Social Media

2. Big Data

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. Conoscenza di base del pacchetto Office.

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 (testuali), 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.

La prova scritta si svolge al computer ed è composta da 3 domande aperte (brevi saggi) e 10 domande chiuse a risposta multipla. Le domande aperte hanno l'obiettivo di valutare le capacità di ragionamento e di discussione critica di un argomento del corso. Le domande chiuse hanno l'obiettivo di valutare la preparazione su tutti gli argomenti del corso. Le domande aperte hanno un peso maggiore nel computo del voto finale.

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.
Non sono previste prove intermedie. Durante il laboratorio gli studenti sono invitati a svolgere un progetto in gruppo, non è obbligatorio, chi lo porta a termine avrà qualche punto in più all'esame. Gli studenti non frequentanti possono liberamente scegliere se svolgere il progetto o no.

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…).

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE