UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Management delle Informazioni e Gestione della Conoscenza

2627-1-F6303M003-F6303M003-1

Obiettivi formativi

Conoscenza e capacità di comprensione
Il corso si propone di far conoscere i fondamenti dei sistemi informativi aziendali, delle principali tecnologie web (social media e non solo) a supporto dei servizi digitali (pubblici e privati) e delle strategie aziendali, e le principali tecnologie di analisi dei dati. Gli studenti acquisiscono conoscenze approfondite delle tecniche di management dei dati, dei meccanismi di estrazione di informazioni e creazione di conoscenza a supporto delle decisioni aziendali, inoltre acquisiranno una buona conoscenza dei principali metodi e strumenti informatici utilizzati dalle aziende e dalle istituzioni pubbliche, delle tecniche di gestione e interrogazione dei dati e dei software utilizzati per l'analisi e il supporto alle decisioni.

*Conoscenza e capacità di comprensione applicate *
Gli studenti partecipano a esercitazioni pratiche con software di analisi dei dati, su casi da studiare singolarmente o a gruppi mediante l'utilizzo di tecnologie web, finalizzate alla produzione di documenti oggetto di valutazione.
Inoltre il corso permette di imparare ad usare software di text analytics su dati reali. Attraverso lo sviluppo di progetti in gruppo gli studenti impareranno a recuperare i dati, pulirli e analizzarli per presentare poi i risultati.
Gli studenti saranno inoltre in grado di gestire dati strutturati e non strutturati, interrogare fonti informative differenti e utilizzare strumenti software per l'estrazione di conoscenza a supporto dei processi decisionali.

Autonomia di giudizio
Attraverso l'analisi di dati gli studenti sono chiamati a formulare giudizi e valutare le strategie aziendali di comunicazione o di marketing basato sulle tecnologie web. Le discussioni in aula e i feedback dei docenti sui progetti, supportano lo sviluppo della capacità di valutazione autonoma dei casi aziendali.

Abilità comunicative
Gli studenti devono presentare oralmente i progetti di gruppo davanti ai colleghi e ai docenti, sviluppando capacità di comunicazione chiara, sintetica ed efficace. Durante le lezioni interattive e le discussioni di casi, viene incentivata la partecipazione attiva e il confronto.

Capacità di apprendere

Il corso fornisce agli studenti strumenti metodologici e pratici che consentono di sviluppare capacità di apprendimento autonomo nel campo dei sistemi informativi e delle tecnologie digitali. Grazie alle esercitazioni pratiche e ai progetti di gruppo, gli studenti imparano a ricercare nuove fonti, aggiornarsi sulle tecnologie emergenti, e trasferire le competenze acquisite a contesti e problemi differenti. Ciò favorisce lo sviluppo di un approccio di lifelong learning, necessario per affrontare l'evoluzione continua dei servizi digitali e delle metodologie di analisi dei dati.

Contenuti sintetici

- Scienza dei servizi
- Sistemi informativi
- Social Media
- Big Data
- CRM
- Social Media Marketing
- Social Media Analytics
- Text Mining e Text Analytics
- Artificial Intelligence

Programma esteso

1 Scienza dei Servizi (SSME)
1.1 Servizi digitali e KIBS

2 Sistemi Informativi Aziendali
2.1 Sistemi Informativi a supporto operativo
2.2 Sistemi Informativi direzionali
2.3 CRM

3 Social Media
3.1 Social Media Marketing
3.2 Social Media Analytics

4 Big Data
4.1 BI e Big Data Analytics

5 Artificial Intelligence
5.1 Machine learning

6 Tecniche di trattamento dei dati non strutturati
6.1 Text Mining con software (Orange)

7 Laboratorio di Text Mining

Prerequisiti

Sono richieste conoscenze informatiche di base, familiarità con l'utilizzo del pacchetto Office e capacità di comprensione di testi tecnici in lingua italiana.

Metodi didattici

Il corso è erogato in italiano e prevede ore frontali e attività di laboratorio.
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.

Nel dettaglio:

- 16 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa in presenza;
- 8 esercitazioni da 2 ore in modalità interattiva in presenza.

Durante le esercitazioni il docente inizia con una parte in cui vengono esposti dei concetti (modalità erogativa) e poi si apre un’interazione con gli studenti che definisce la parte successiva della lezione (modalità interattiva).

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 2 domande aperte (brevi saggi) e 10 domande chiuse a risposta multipla (VERO/FALSO). 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 frequentanti sono invitati a svolgere un progetto in gruppo e discuterlo in classe. Il progetto non è obbligatorio, tuttavia chi lo porta a termine, una volta consegnato e discusso, avrà qualche punto in più all'esame.

La valutazione finale tiene conto:

- della correttezza delle conoscenze teoriche esposte;
- della capacità di applicare i concetti a casi concreti;
- della capacità di argomentazione e utilizzo del linguaggio disciplinare;
- della capacità di interpretare risultati derivanti dall'analisi dei dati.

Per il conseguimento di una valutazione sufficiente lo studente deve dimostrare una conoscenza adeguata degli argomenti fondamentali del corso. Le valutazioni più elevate sono attribuite agli studenti che dimostrano piena padronanza degli argomenti, capacità critica e capacità di collegamento tra i diversi temi trattati.

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