

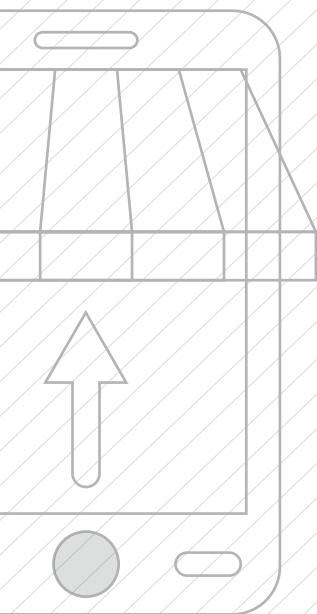
# MASTER IN DATA SCIENCE PER LA COMUNICAZIONE DIGITALE



## PRESENTAZIONE

Via Larga 13, Milano

13 Settembre 2019 – 30 Novembre 2019



La comunicazione ricopre da sempre un ruolo strategico per le aziende. E' un'arte che coinvolge diverse discipline. Nel nuovo mondo digitale ed iperconnesso la comunicazione ha assunto una funzione ancora più importante per la sua tempestività e per la sua accresciuta complessità. La comunicazione di successo oggi non può prescindere da una profonda conoscenza dei canali digitali, dei big data e delle tecniche di Intelligenza Artificiale che si stanno sempre più affermando in tutti i settori.

La continua evoluzione tecnologica, combinata con una sempre maggiore quantità di dati a nostra disposizione, ha reso indispensabili le conoscenze tecnologiche che tradizionalmente non fanno parte del know-how degli esperti di comunicazione. Pianificare una comunicazione efficace significa parlare un vocabolario "tecnologico" che affonda le sue radici in tecniche di analisi dati estremamente sofisticate.

Alla luce dell'ubiquità e dell'importanza dei dati, la conoscenza delle dinamiche della comunicazione e del marketing digitale è diventata decisiva anche per le figure tecniche che si propongono di gestire progetti in questo ambito.

Il contenuto del Master vuole affiancare ai temi legati alle tecnologie della gestione dei big data e dell'Intelligenza Artificiale quelli più strettamente strategici, permettendo a chi lo frequenta di interloquire con data analysts, data scientists, developers, database managers e ricercatori. Analogamente, gli studenti con un background tecnico avranno la possibilità di completare il proprio bagaglio con quella parte di competenze legate al mondo della comunicazione e del marketing digitale che va al di là di questioni tecnologiche.



# DESTINATARI

1. Marketing manager di aziende che devono intraprendere una nuova strategia comunicativa basata sulla Data Science.
2. Giovani che desiderano giocare un ruolo attivo nell'adozione del data-driven business nell'azienda per cui lavorano.
3. Divulgatori scientifici che desiderano approfondire il tema dei big data e dell'Intelligenza Artificiale.
4. Neolaureati in discipline sia umanistiche che scientifiche, ad esempio: ingegneria, informatica, matematica, fisica, statistica, economia, lettere, scienze sociali e politiche, filosofia, etc.
5. Studenti universitari che desiderano specializzarsi nel settore della comunicazione e marketing digitale data-driven.

# MODALITÀ D'INSEGNAMENTO

Le lezioni del Master sono tenute sia da docenti universitari che da esperti di settore. Il Master ha un approccio misto e alterna parti di teoria a parti hands-on per dare ai partecipanti la possibilità di approfondire le varie tematiche con casi d'uso e strumenti reali. Verranno proposti degli esercizi per mettere in pratica i contenuti della lezione in maniera autonoma. Il Master avrà una durata di undici weekend di lezione - venerdì full time e sabato mattina. Le lezioni potranno essere seguite anche da remoto in videoconferenza.

# OBIETTIVO E PROFILO IN USCITA

L'obiettivo del Master è formare il partecipante sui temi della data science e dei big data a supporto della comunicazione digitale.

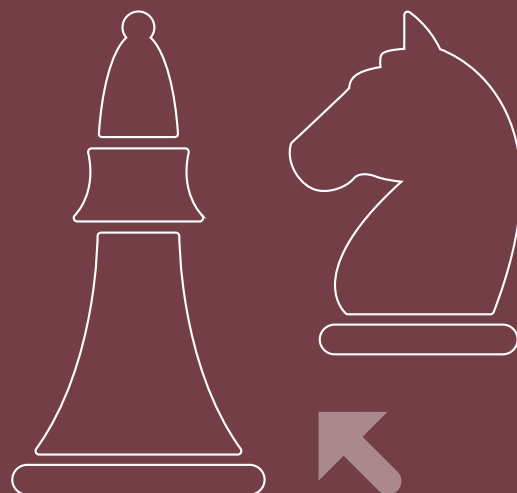
Viene chiarito il ruolo strategico del dato nelle industrie moderne ed il carattere trasversale di questi temi, che toccano business, statistica, matematica e programmazione allo stesso tempo.

Il corso tratta e presenta gli strumenti ed argomenti tipici del data scientist, quali statistica, programmazione, data mining e machine learning. Sono incluse anche le tecnologie correlate ai big data, quali Hadoop e MapReduce.

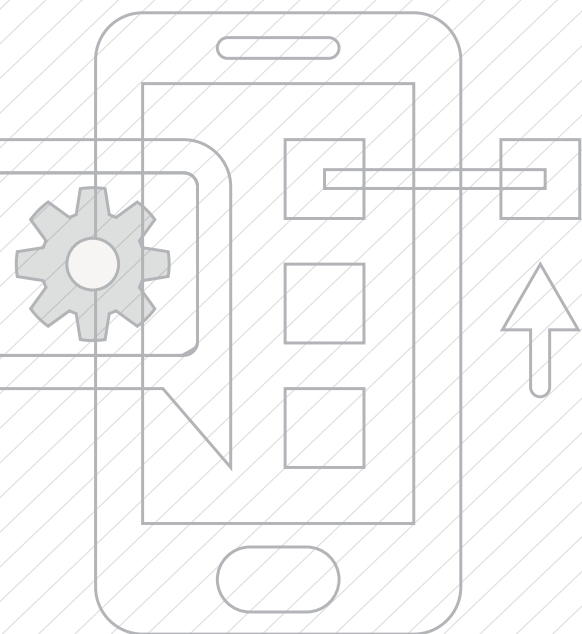
Il partecipante che segue con successo l'intero corso è capace di comprendere e pianificare la realizzazione di progetti per l'estrazione di valore dai dati nell'ambito della comunicazione e del marketing digitale. Conosce ed è capace di interloquire con i profili specialistici che maneggiano le tecnologie e gli algoritmi tipici del settore. È anche in grado di comunicare i risultati in maniera appropriata e di individuare il contesto più opportuno per l'azienda nel quale applicare le conoscenze tecniche necessarie.

I profili in uscita sono diversi, e rappresentano una base molto valida per:

- Digital Marketing Manager
- Digital Marketing Analyst
- Business Analyst / Business Intelligence Analyst
- Data Analyst
- Junior Quantitative Analyst



# AZIENDA DI INSERIMENTO IDEALE



Le aziende interessate ai data scientist e ai big data sono presenti in tutti i settori (finanza, assicurazioni, telecomunicazioni, agricoltura, turismo, food, gaming, ...) e di solito sono di dimensioni medio-grandi.

Le aziende che oggi hanno più frequentemente bisogno di questa figura sono:

- Reparti marketing delle grandi aziende;
- Banche e assicurazioni;
- Imprese di telecomunicazioni;
- Aziende della GDO;
- Tutte le aziende che hanno necessità di profilare i propri utenti/clienti per una comunicazione mirata data-driven;
- Aziende di e-commerce;
- Agenzie media che organizzano campagne marketing e comunicazione.

L'azienda ideale è sia quella che ha già al suo interno delle attività di advanced analytics e big data e che vuole formare altre figure esperte in questo campo, sia quella che vuole comprendere meglio il mondo della comunicazione digitale e si prepara ad adottarla nella sua strategia comunicativa.