

**PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN  
INTELLIGENZA ARTIFICIALE, IMPRESA E SOCIETA'**  
(LM-91 Classe delle lauree magistrali in TECNICHE E METODI PER LA SOCIETA' DELL'INFORMAZIONE)

**I ANNO A. A. 2023/24**

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
<b>Strategic management &amp; digital technology</b>	<b>SECS-P/07</b>	<i>Caratterizzante</i>	Aziendale-organizzativo	<b>6</b>
<b>Fondamenti di computer science e gestione dei big data</b>	<b>INF/01</b>	<i>Caratterizzante</i>	Tecnologie dell'informatica	<b>9</b>
<b>Marketing avanzato e Intelligenza Artificiale</b>				<b>9</b>
<i>Marketing avanzato</i>	<b>SECS-P/08</b>	<i>Caratterizzante</i>	Aziendale-organizzativo	6
<i>Ai per il marketing</i>				3
<b>Statistica e Machine learning per il marketing</b>				<b>12</b>
<i>Probabilità e statistica per il marketing</i>	<i>SECS-S/01</i>	<i>Caratterizzante</i>	Aziendale-organizzativo	6
<i>AI e Machine learning per il marketing</i>	<i>SECS-S/03</i>	<i>Affine</i>		6
<b>Scenari socioculturali, normative ed etica della Big Data Society</b>				<b>12</b>
<i>Scenari socioculturali della Big Data Society</i>	<i>SPS/08</i>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline umane, sociali, giuridiche ed economiche	6
<i>Normativa ed etica per la Big Data Society</i>	<i>IUS/01</i>	<i>Caratterizzante</i>	Discipline umane, sociali, giuridiche ed economiche	6
<b>AI: Mind and Machines</b>				
<i>Mind and Machines</i>	<b>M-FIL/01</b>	<i>Affine</i>		
Un laboratorio a scelta tra:				<b>Esame al II anno</b>
<i>Laboratorio di Artificial intelligence</i> oppure	<b>M-FIL/01</b>	<i>Affine</i>		
<i>Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning</i>	<b>M-PSI/01</b>	<i>Affine</i>		
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>		<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	<b>6</b>

II ANNO A. A. 2024/25

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO - DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITÀ FORMATIVA	AMBITO DISCIPLINARE	CFU
<b>Data Mining &amp; Text Analytics</b> <i>L'intelligenza aumentata per generare valore da Big Data e testi</i>	INF/01	<i>Caratterizzante</i>	Tecnologie dell'informatica	6
<b>Modelli decisionali per il marketing data driven</b>	INF/01	<i>Caratterizzante</i>	Tecnologie dell'informatica	9
<b>Digital advertising</b>	SPS/08	<i>Caratterizzante</i>	Discipline umane, sociali, giuridiche ed economiche	6
<b>Marketing automation, marketing platform &amp; analytics</b>	SECS-P/08	<i>Caratterizzante</i>	Aziendale-organizzativo	6
<b>Realtà virtuale e realtà aumentata per il marketing e l'advertising</b>	L-ART/06	<i>Caratterizzante</i>	Discipline umane, sociali, giuridiche ed economiche	6
<b>AI: Mind and Machines</b> <i>Mind and Machines</i> Un laboratorio a scelta tra: <i>Laboratorio di Artificial intelligence</i> oppure Laboratorio di Cognition, Neuroscience and Machine Learning	M-FIL/01  M-FIL/01  M-PSI/01	<i>Affine</i>  <i>Affine</i>  <i>Affine</i>		9 3 6 6
<b>ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA</b>		<i>Altre attività formative</i>	A scelta dello studente	6
<b>STAGE</b>		<i>Altre attività formative</i>	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6
<b>PROVA FINALE</b>		<i>Altre attività formative</i>	Per la prova finale	12