PROGRAMMA DEL CORSO DI RICERCA SOCIALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-S/05 (STAT-03/B)

CFU

9

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

/**/
Nella cornice di un più ampio e globalizzato macroambiente di carattere economico, politico-istituzionale, tecnologico e sociodemografico, l'insegnamento si propone di affrontare il tema della ricerca sociale applicata all'intelligenza artificiale.

Il corso analizza i fondamenti teorici, le metodologie e le modalità di applicazione della ricerca sociale oltre che delle principali caratteristiche e peculiarità dei sistemi di intelligenza artificiale al fine acquisire ed elaborare informazioni utili a descrivere ed interpretare i fenomeni sociali ma anche individuare i modi e le forme attraverso cui l'uso dell'intelligenza artificiale può favorire ed accelerate il rinnovamento organizzativo e gestionale delle aziende.

Gli argomenti del corso saranno trattati facendo ampio riferimento ai contributi più rilevanti della dottrina scientifica di settore nazionale ed internazionale e tenendo conto, al tempo stesso, delle best practice consolidate. Coerentemente con la declaratoria ministeriale relativa al Settore Scientifico Disciplinare, il corso si propone di perseguire i seguenti obiettivi formativi:

1. Inquadrare il tema della ricerca sociale dal punto di vista teorico, alla luce dei più importanti contributi scientifici.
2. Descrivere i principali approcci di indagine alla base della ricerca sociale.
3. Esaminare le diverse modalità d'uso dell'intelligenza artificiale in relazione alla ricerca sociale.
4. Individuare i principali campi applicativi in cui testare la validità e l'efficacia dell'interazione tra intelligenza artificiale e ricerca sociale, focalizzando l'attenzione sull'ammodernamento organizzativo e gestionale delle aziende.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/

- Conoscenza e capacità di comprensione

Completato il corso, gli studenti saranno in grado di conoscere e comprendere problemi aziendali di ampia natura. Le conoscenze saranno trasferite agli studenti adottando un'articolata prospettiva di analisi, finalizzata a:

comprendere i fondamenti teorici ed i campi applicativi della ricerca sociale e dell'intelligenza artificiale (Ob.1);

conoscere i concetti base del sistema-impresa e della strategia aziendale (Ob.2);

comprendere e valutare l'interazione tra ricerca sociale e uso dell'intelligenza artificiale (Ob.3).

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'analisi della teoria, supportata anche da verifiche empiriche nella forma di esercitazioni e casi aziendali, permetterà agli studenti di poter acquisire un approccio professionale e di possedere competenze adeguate a ideare e sostenere argomentazioni o per risolvere criticità nel modo corretto. Agli studenti sarà dato modo, in particolare, di acquisire metodi per applicare le teorie attraverso un'applicazione pratica, finalizzata a:
condurre una ricerca sociale attraverso l'uso di strumenti di indagine sia qualitativi che quantitativi (Ob.1);
conoscere le principali caratteristiche e funzioni alla base dei sistemi di intelligenza (Ob.2);
comprendere le strategie aziendali valutandone impatto, validità ed efficacia (Ob.2).

- Autonomia di giudizio

Il corso ha l'obiettivo di incoraggiare gli studenti a maturare un proprio approccio critico ai fenomeni gestionali, promuovendo l'autonomia di giudizio attraverso l'analisi di teorie, esercitazioni e casi empirici. Al termine del corso, gli studenti avranno maturato la capacità di raccogliere e interpretare i dati ritenuti utili a determinare giudizi autonomi, inclusa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici. Agli studenti, in particolare, saranno esposte le principali criticità che possono palesarsi nell'ambito della soluzione dei problemi relativi all'ambito di applicazione dell'intelligenza artificiale nel campo della ricerca sociale, lasciando opportuno spazio a riflessioni critiche autonome in merito a:

le teorie riguardanti la trasformazione digitale delle aziende (Ob.1);

le soluzioni in grado di garantire l'ammodernamento organizzativo e gestionale delle aziende (Ob.2);

l'utilizzo di tecniche di ricerca sociale (Ob. 3).

- Abilità comunicative

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito specifiche competenze con riferimento alla capacità elaborare e di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti e non specialisti. In particolare, il corso si propone di stimolare la capacità comunicativa degli studenti con riferimento a temi molto eterogenei tra loro, ma allo stesso tempo estremamente interdipendenti, favorendo quindi l'elaborazione di una comunicazione sintetica e integrata riguardo:

le differenze effettive relative alle condizioni di applicabilità delle varie metodologie di ricerca sociale (Ob.1);

la scelta dei campi applicativi dell'intelligenza artificiale (Ob.2)

gli equilibri economico-finanziari e le scelte strategiche di un’azienda (Ob.2-3)

- Capacità di apprendimento

Il tema del corso è trasversale e multidisciplinare. Lo studente, pertanto, approfondirà contenuti di ampia natura che gli consentiranno di aumentare la propria capacità di apprendimento al fine di intraprendere percorsi successivi di studio e approfondimento con elevato grado di autonomia. In particolare, lo studente acquisirà una mentalità finalizzata ad analizzare sia il fenomeno della ricerca sociale che quello relativo all’intelligenza artificiale, integrando le differenti conoscenze e maturando la capacità di trovare l’opportuna sintesi, in merito ai seguenti aspetti:

acquisizione ed elaborazione delle informazioni utili a descrivere ed interpretare i fenomeni sociali (Ob.1-2);

individuazione dei modi e le forme attraverso cui l’uso dell’intelligenza artificiale può favorire ed accelerate il rinnovamento organizzativo e gestionale delle aziende (Ob.2-3)

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

/**/
Il programma didattico è articolato in 36 lezioni suddivise in 6 moduli. Il primo modulo affronta la ricerca sociale; il secondo modulo affronta il tema dell’intelligenza artificiale; il terzo modulo fornisce i principali rudimenti in merito al sistema impresa ed all’analisi strategica; il quarto modulo affronta il tema dell’applicazione dell’intelligenza artificiale applicata alla ricerca sociale, al fine di promuovere l'ammodernamento organizzativo e gestionale nelle aziende e nelle pubbliche amministrazioni

ELENCO LEZIONI/MODULI

MODULO 1:LA RICERCA SOCIALE ALLA SCOPERTA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

1. Dall'Intelligenza Artificiale alle Intelligenze Artificiali
2. Il peso dell’IA nelle società 5.0
3. Innovazione e Intelligenze artificiali e aumentate. Riflessioni evolutive
4. Perché l’intelligenza artificiale richiede Innovazione
5. Innovare l'intelligenza artificiale
6. Dall’intelligenza artificiale alle intelligenze aumentate

MODULO 2: LA RICERCA SOCIALE TRA IMPRENDITORIALITA’ INNOVATIVA E DIGITAL TRANSFORMATION

7. Imprenditorialità e Intelligenza artificiale
8. AI ed Impresa: un rapporto evolutivo
9. L’innovazione dei modelli di business con e per l’intelligenza artificiale
10. Tipologie di modelli di business AI
11. Dal management dell’impresa al management dell’ecosistema: il ruolo dell’AI
12. Teoria del management di ecosistemi

MODULO 3: INTELLIGENZE E LEADERSHIP UMANE PER IL MANAGEMENT SOCIALE

13. Intelligenza Artificiale ed evoluzione degli ecosistemi: la Smart Society

14. Dal Management lineare al management circolare: l’IA per la catena del valore
15. Quali modelli di business circolare si sono sviluppati a partire dall’AI?
16. Oltre il classico concetto di modelli di business circolari: IA e nuove forme di innovazione
17. Business model Innovation, AI e circolarità
18. Come cambia il marketing con l’AI

MODULO 4: IL MARKETING ED IL KNOWLEDGE MANAGEMENT PER L’AI

19. Customer experience ed AI. Quale futuro?
20. L’AI nella comunicazione aziendale
21. Possibili ruoli dell’AI nella comunicazione aziendale
22. Knowledge Management e Intelligenza Artificiale
23. AI a supporto del decision making e del problem solving
24. La logica dell’impresa 4.0

MODULO 5: CRESCITA ESPONENZIALE ED SOCIALE

25. IA e Knowledge Management – Riflessioni critiche
26. Marketing Innovation per IA
27. Social Marketing per i modelli di business phygital
28. Le Città Start-up: verso un nuovo modello per le città del futuro
29. Curve tecnologiche esponenziali
30. Il CASO STUDIO: Torino City Lab

MODULO 6: SOSTENIBILITA’ FINANZIARIA E COGNITIVA PER L’AI ADAPTION

31. Il legame tra Finanza ed Intelligenza Artificiale
32. Le nuove sfide della finanza nell’era digitale
33. Gli Investimenti in Intelligenza Artificiale
34. Il ruolo dell’IA nell’Enterprise Risk Management
35. Intelligenza Artificiale e Social Capital Asset
36. Machine Learning e Relazione Umana: un caso di approfondimento

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

/**/
Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata a una o più tra le seguenti tipologie di attività:

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a una web conference
- Partecipazione al forum tematico
- Lettura area FAQ
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback

AGENDA

/**/

In Informazioni Appelli nella home del corso per ogni anno accademico vengono fornite le date degli appelli.

ATTIVITÀ DIDATTICA EROGATIVA (DE)

/**/
Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi.

Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.

TESTO CONSIGLIATO

/**/
Pur precisando che ai fini della preparazione dei candidati e della valutazione in sede d'esame sarà sufficiente il materiale didattico fornito dal docente, per ulteriori approfondimenti di carattere volontario rispetto ai temi trattati, si consiglia di fare riferimento alla bibliografia contenuta in calce alle dispense e, principalmente, al seguente libro di testo:

Marco Pironti 2023. Intelligenze artificiali e aumentate. Elementi di economia e management, EGEA

MODALITÀ DI VERIFICA DELL’APPRENDIMENTO

/**/
L’esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L’esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L’esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l’elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l’autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e le capacità di apprendimento saranno valutate ance attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

RECAPITI

/**/
alessio.paoloni@unipegaso.it

OBBLIGO DI FREQUENZA

/**/
Obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di visionare almeno l'80% delle videolezioni presenti in piattaforma.