

## Basi Di Dati E Big Data Come Estrarre Valore Dai Propri Dati

Eventually, you will extremely discover a further experience and talent by spending more cash. yet when? get you agree to that you require to acquire those all needs in the same way as having significantly cash? Why dont you try to get something basic in the beginning? Thats something that will guide you to comprehend even more more or less the globe, experience, some places, when history, amusement, and a lot more?

It is your enormously own time to statute reviewing habit. in the middle of guides you could enjoy now is Basi Di Dati E Big Data Come Estrarre Valore Dai Propri Dati below.

Cooperative Information Agents Peter Kandzia 1997-02-18 This book constitutes the refereed proceedings of the First International Workshop on Cooperative Information Agents - DAI Meets Databases, CIA-97, held in Kiel, Germany, in February 1997. The book opens with 6 invited full papers by internationally leading researchers surveying the state of the art in the area. The 16 revised full research papers presented were carefully selected during a highly competitive round of reviewing. The papers are organized in topical sections on databases and agent technology, agents for database search and knowledge discovery, communication and cooperation among information agents, and agent-based access to heterogeneous information sources.

Compliance. Il futuro ed oggi Gennaro Giancarlo Troiso 2020-06-01 In quest'opera l'autore invita a percorrere un affascinante itinerario di conoscenza della voce e della tecnica del canto. Punto di forza del volume sono la proposta di una metodologia in cui teoria e pratica si uniscono costantemente ed in modo graduale, ordinato e dinamico. L'approccio è un delicato intreccio tra scienza, tradizione ed esperienza pratica. Il testo ha un linguaggio semplice ed immediato, è corredato da immagini e suggerimenti pratici, che consentono al lettore una facile comprensione, e da vocalizzi ed esercizi dettagliatamente spiegati.

Basi di dati e big data: come estrarre valore dai propri dati Francesco Marinuzzi 2016

Economic data scientists Fabrizio Carapellotti 2016

Click propaganda Alessandro Beulcke 2019-06-04T00:00:00+02:00 Negli ultimi anni l'uso dei dati e degli algoritmi di profilazione delle persone ha trasformato la comunicazione politica. Questo libro racconta come, a partire da fine anni '90, ha avuto inizio la creazione di grandi database elettorali e in che modo sono stati usati fino a oggi. L'obiettivo è spiegare nel dettaglio le tecniche capaci di influenzare l'opinione pubblica attraverso applicazioni specifiche di intelligenza artificiale. Partiti e personalità politiche hanno usato questo tipo di propaganda computazionale per manipolare le conversazioni, screditare gli avversari e generare supporto a spazi politici sui social network. L'opinione pubblica è ancora oggi largamente inconsapevole di quanto il processo democratico possa essere determinato mediante gli strumenti digitali. Il libro dedica ampio spazio ai protagonisti e ai momenti di svolta di questa trasformazione in Italia e in America: dalle tecniche aggressive di Karl Rove, consulente strategico di George W. Bush, al successo del Movimento Cinque Stelle in Italia fino ai rischi emersi con il caso Cambridge Analytica.

La Tutela giuridica del software Silvia Vitro 2022-06-04 La moderna Società dell'informazione è costituita da due pilastri: le nuove tecnologie informatiche e le reti di telecomunicazione. Il software è il collante che permette ai dispositivi usati quotidianamente di collegarsi alle reti di telecomunicazione, di scambiare informazioni e realizzare servizi sofisticati. La presente opera approfondisce la tutela del software, ricostruendo storicamente l'evoluzione della materia e affrontando sia temi giuridici, sia temi tecnici.

Archeologia e Calcolatori, Supplemento 4, 2013. ArcheoFOSS. Free, Libre and Open Source Software e Open Format nei processi di ricerca archeologica. Atti del VII Workshop (Roma, 11-13 giugno 2012) Mirella Serlorenzi 2013-12-27

I big data e il diritto antitrust Mariateresa Maggiolino 2018-02-28T00:00:00+01:00 Nell'era della quarta rivoluzione industriale che ha eletto il codice binario a linguaggio per la rappresentazione del mondo, l'analisi delle innumerevoli tracce digitali così generate e raccolte anche dalle imprese è capace non solo di disvelare conoscenza e produrre valore, ma altresì di sollecitare non pochi timori che investono l'identità degli individui e l'organizzazione della vita sociale. Il volume si propone di indagare se e come le regole e le categorie analitiche del diritto antitrust possano gestire il cennato fenomeno e rispondere alle questioni che esso solleva, ripercorrendo idealmente il ciclo di vita dei big data, ossia guardando ai meccanismi che ne governano l'origine, al rapporto che li lega al potere e alle differenti strategie commerciali che ne presuppongono o comportano l'utilizzo.

Matematica e senso Giuseppe Longo 2022-01-13T00:00:00+01:00 In un mondo imbevuto di tecnologia e di scienza come quello in cui ci troviamo, la matematica è considerata la conoscenza per eccellenza di ciò che è astratto, oggettivo e vero: perno su cui basare ogni sapere e tribunale per distinguere l'utile dall'inutile, il reale dall'illusorio. Tuttavia, la matematica non è la disciplina inerte e assoluta che si è soliti rappresentare: è figlia di una storia e di un percorso che ne rivelano una dinamica più inquieta e meno scontata, dove le tante alternative offrono un'immagine completamente diversa non solo della matematica stessa, ma anche del mondo e della scienza che di questo si può avere. Il libro ripercorre alcuni passaggi recenti di questa storia, dando voce a quelle possibilità che dentro la matematica cercano di ribadire l'importanza del senso, del gesto, di un rapporto fluido e osmotico con il reale. Vero e proprio manifesto di una matematica "minoritaria", il libro di Giuseppe Longo restituisce alla scienza per eccellenza un volto più umano e quindi più libero.

Smart Environments. Valorizzazione della ricerca e crescita del territorio negli ambienti intelligenti Stefano Panzieri

2018-09-01 Il progetto SMART ENVIRONMENTS, svoltosi negli anni dal 2015 al 2017 presso l'Ateneo Roma Tre, è stato finanziato dalla Regione Lazio con lo scopo di sostenere l'attività di ricerca orientata all'accrescimento della competitività tecnologica del tessuto imprenditoriale della regione e di promuovere il sistema della ricerca e innovazione mediante la valorizzazione delle infrastrutture di ricerca presenti sul territorio. Un indirizzo che aveva, fin da subito, individuato nel trasferimento tecnologico una delle chiavi in grado di sostenere lo sviluppo industriale della Regione Lazio in un periodo difficile dove però la possibile ripresa economica garantiva disponibilità di investimenti. SMART ENVIRONMENTS, con la sua dichiarata progettualità a forte vocazione imprenditoriale, è andato a esplorare, quindi, il nuovo terreno della Terza Missione delle Università, dove il rapporto con il territorio finisce al centro dell'operare accademico non più in una ottica di diffusione del sapere che procede dall'alto verso il basso ma con la pretesa di lavorare insieme al tessuto produttivo, sia esso industriale, di servizio o culturale, per coadiuvare le imprese nel difficile compito di rinnovamento tecnologico e di idee rimanendo al contempo fecondati dalle esigenze sociali e di mercato.

Intelligenza artificiale e marketing Andreina Mandelli 2018-09-27T00:00:00+02:00 Viviamo in un mondo dove i prodotti e i servizi diventano dinamicamente personalizzati e automatizzati; in cui nelle case cominciano a diffondersi gli assistenti personali virtuali; in cui quando chiediamo aiuto in fase di acquisto molto spesso siamo assistiti da chatbot. In questo mondo in cui la rete è sempre più ubiqua e mischia le dimensioni del fisico e del virtuale, l'intelligenza artificiale (AI), assieme ai dati di cui si nutre, sta diventando il motore dell'innovazione. L'ambito di applicazione dell'AI diventa sempre più vasto: dalle previsioni degli output e del microclima in agricoltura fino all'analisi dei referti radiologici e alla scelta delle cure per il paziente in medicina. Anche il business fa grande uso di queste nuove tecnologie. Questo libro offre una panoramica introduttiva sui meccanismi di funzionamento dell'AI, e si occupa di come l'AI e le tecnologie a essa collegate stanno trasformando il modo di pensare e fare marketing, senza dimenticare le implicazioni di carattere sociale che l'avvento dell'AI reca con sé.

Big Data con Hadoop Gabriele Modena 2015-05-26T00:00:00+02:00 Hadoop è un progetto open source che permette di analizzare enormi quantità di dati distribuiti su cluster e file system differenti. Progettato per essere scalabile da un singolo server fino a migliaia di macchine, Hadoop si occupa anche di gestire problemi e guasti a livello applicativo - piuttosto che hardware - contribuendo a ottimizzare il mantenimento dei dati archiviati. Questo libro è dedicato a chi vuole entrare nel mondo della gestione e dell'analisi di Big Data. Attraverso l'uso degli strumenti e dei framework che compongono Hadoop 2, il lettore viene guidato nella progettazione e nell'implementazione di soluzioni di complessità differente, in grado di adattarsi a necessità operative e gestionali diverse che considerano sia la creazione e il mantenimento di dataset, sia la loro elaborazione e analisi per ottenere il massimo dai dati collezionati.

Big Data e Sentiment Analysis Massimo Guidolin 2021-10-14T00:00:00+02:00 Il volume fornisce un'introduzione all'uso dei big data e delle tecniche di analisi, tra cui il machine learning, per la stima e l'impiego di indicatori di sentiment nell'asset management. Particolare enfasi viene data alla distinzione tra le molteplici opportunità offerte da fonti di dati alternativi nella teoria e nella pratica della gestione di portafoglio e alla necessità di incorporare il sentiment nei processi decisionali tipici dell'asset management. Oltre a una trattazione teorica, che spazia dai principi della finanza comportamentale alle moderne metodologie del machine learning, il testo è arricchito da casi di studio derivati dalla pratica aziendale su come il sentiment possa influenzare le strategie di portafoglio. Particolare attenzione è riservata agli indicatori di sentiment inferibili dai social media e alle tecniche di analisi testuale. Le varie tecniche di analisi del sentiment sono applicate alle diverse tipologie di portafoglio e approcci di gestione, distinguendo tra mercati azionari, obbligazionari, delle commodity e valutarie. Si esamina, inoltre, come il sentiment possa essere sfruttato per prevedere eventi ricorrenti, ivi comprese le crisi finanziarie.

MC Diritto ed Economia dei Mezzi di Comunicazione Astolfo Di Amato 2019-01-07 La rivista ha cercato negli anni di offrire un utile strumento giuridico, legislativo a quanti lavorano e studiano nel settore dell'editoria e dell'informazione. Ciò che il lettore troverà agevole è l'organizzazione dei contenuti, che gli consentirà in breve tempo di avere una visione di insieme delle novità che interessano il settore, grazie ad una suddivisione degli argomenti distinti in editoriali, rubriche, raccolte di giurisprudenza, note a sentenza, bollettino di giurisprudenza commerciale, laboratorio antitrust, raccolta delle novità legislative, bollettino di giurisprudenza comunitaria, corsi e ricorsi storici. Il numero 3 del 2009 affronta il tema della crisi dell'editoria, dando voce ai reali protagonisti attraverso i loro interventi. Tra questi segnaliamo la disamina molto lucida del Presidente dell'Ordine dei Giornalisti, Lorenzo Del Boca sulla figura della professione del giornalista; o ancora riteniamo sia utile sottolineare la voce del sindacato dei giornalisti attraverso le parole del suo Presidente Roberto Natale, che conferma per intero i problemi che da anni caratterizzano il settore. Sottolineiamo, inoltre, che tutti i progetti di legge menzionati nei diversi interventi sono riportati all'interno dell'appendice normativa.

Intelligenza Artificiale: problemi e prospettive Giorgio Musso 2019-04-10 Il grande e continuo sviluppo tecnologico ha un impatto sconvolgente sulla nostra vita; è già in atto da almeno trent'anni ed è destinato ancora di più a prodursi nel futuro. Soprattutto la velocità con cui si sviluppano le tecnologie elettroniche, informatiche e di telecomunicazione, insieme alle loro conseguenti applicazioni, è un fenomeno tipico dei nostri tempi. Più che l'Intelligenza Artificiale in sé, sono proprio questi fattori di diffusività e di rapidità di sviluppo delle tecnologie derivate le principali cause di continuo "sconvolgimento" della vita sociale organizzata, dunque nelle comunicazioni, nel lavoro, in casa, nei servizi, nell'industria. In molti casi tale impatto è addirittura un "effetto collaterale" di studi e ricerche che avevano altre finalità principali, dando così luogo ad effetti e innovazioni che non fanno parte di un progetto organico e che, per questo, nascono un po' qui e là come i funghi.

Smart data Alessandro Chessa 2018-04-09T00:00:00+02:00 Le nostre vite sono pervase dai dati che noi stessi produciamo interagendo sui social e con i nostri device. «Siamo fatti della stessa sostanza dei dati», direbbe oggi Shakespeare: su Facebook, Twitter e WhatsApp, la nostra vita sociale non è altro che una montagna di informazioni che aspetta di essere analizzata. Anche le aziende producono e accumulano dati di ogni tipo. Ed è in arrivo la nuova ondata dell'Internet of things,

degli oggetti connessi, che farà crescere esponenzialmente l'universo digitale. Per entrare in questo mondo non basta la tecnologia, occorre un nuovo tipo di scienza: la data science. I dati guidano la digital transformation delle aziende e promettono di diventare il petrolio che alimenterà business innovativi e addestrerà le emergenti intelligenze artificiali. Il futuro apparterrà a chi sarà in grado di gestire questa massa di dati e soprattutto a chi riuscirà a estrarne il potenziale valore con i più avanzati algoritmi di machine learning.

Aspenia n. 80 Aa.vv. 2018-05-30T00:00:00+02:00 Viviamo in una società fondata sui dati. Un flusso ininterrotto di informazioni digitali che cresce in modo esponenziale e influenza la vita quotidiana e ormai anche la politica. Siamo in una sorta di "datacrazia", ma è eccessivo temere per il futuro della democrazia? Il quesito non è certo peregrino se si pensa alla potenza di fuoco dei "titani" che fanno enormi profitti con varie forme di business online, e che così facendo hanno conquistato posizioni oligopolistiche. Parte del problema, come dimostra questa pubblicazione, nasce dall'intreccio delicato tra informazioni e processi decisionali, con in mezzo il ruolo dei cittadini-elettori, che sono al tempo stesso consumatori, produttori e utenti in senso ampio. Affinché il cittadino sia un effettivo elemento di controllo e validazione dei processi di selezione delle leadership e delle loro scelte, deve anche essere un elettore il più possibile informato. Dunque, è chiaro che il modo in cui acquisisce informazioni è essenziale.

Il lavoro che c'è - Jobs on the rise Luca Maniscalco 2022-03-01T00:00:00+01:00 L'attuale mercato del lavoro è il prodotto di una rivoluzione determinata da fattori tecnologici, economici e sociali; per potervi accedere, aziende pubbliche e private richiedono competenze nuove che è necessario conoscere per non rimanere indietro. Oltre 25 professionisti, giornalisti e manager d'azienda mettono a disposizione la loro esperienza per approfondire le vere competenze richieste dal mercato del lavoro. Partendo dal contesto delle Human Resources, grazie a loro sarà possibile scoprire le figure professionali protagoniste della trasformazione digitale, osservare da vicino i cambiamenti che stanno vivendo i ruoli tradizionali ed entrare a contatto con i topic oggi indispensabili per una crescita professionale che sappia mantenersi in equilibrio con le esigenze della vita privata. Tanto i giovani che si avvicinano per la prima volta al mondo del lavoro quanto i manager desiderosi di comprendere come interagire con le nuove professioni troveranno in queste pagine un utile strumento per tenersi aggiornati e risultare competitivi.

Legal tech, Contract re-design & Big data per professionisti e imprese A cura di Silvia Martinelli e Carlo Rossi Chauvenet 2022-05-05 Il volume illustra il procedimento del cosiddetto 'Change management' per gli studi legali spiegando: cosa sia esattamente uno smart contract: funzioni e validità giuridica il mondo dei Big Data: come analizzarli in maniera efficace, quali le risorse e i limiti di utilizzo come arrivare alla Data monetization strategy, che, ad oggi, rimane, ancora in gran parte, inesplorata. Lo scenario pandemico ha infatti richiesto una sostanziale inversione del modo di lavorare di tutti. Gli studi legali non sono da meno. Il volume è un efficace supporto che risponde alle seguenti domande: Come gestire uno studio legale in maniera dematerializzata? Qual è il modello di legale e avvocato 4.0 dopo gli eventi del 2020? Come far fronte a situazioni impreviste ed impostare piani di continuità operativa, che guidino nel rispondere, recuperare, riprendere e ripristinare a un livello predefinito le attività a seguito di un'interruzione?

Data Science and Machine Learning Mauro Liciani 2018-04-09 La Data Science è una disciplina che unisce competenze scientifiche e tecnologiche di un determinato settore applicativo, con la capacità di elaborare risultati complessi, interpretando direttamente i dati raccolti. Il Machine Learning è uno degli indirizzi di successo dell'Intelligenza Artificiale. Apprendere vuol dire evolvere. Questi temi sono analizzati nel corso del libro, sottolineando l'efficacia delle strategie, il fascino e l'espressività delle idee emergenti.

Indagine sul futuro Salvatore Rossi 2022-03-17T00:00:00+01:00 Prevedere il futuro è impossibile. Chi poteva lontanamente prefigurare centocinquanta anni fa la diffusione delle automobili? Cent'anni fa l'avvento del personal computer? Cinquant'anni fa la capillare dominazione di internet? Il lungo termine, come amano dire gli economisti, è sempre capricciosamente diverso da come ogni generazione se lo immagina. Ma è proprio un economista a tentare con questo libro l'impresa, non quella di fare esercizi di futurologia, ma quella di cercare di articolare il futuro in alcuni campi del sapere interrogandone i più autorevoli esperti: dalla scienza all'istruzione, ai computer sempre più intelligenti, all'economia, ai media, all'urbanistica, al clima.

Big Data per il Business Andrea De Mauro 2020-10-21T00:00:00+02:00 L'ingresso della Data Analytics in azienda è spesso accompagnato da reazioni contrastanti. Da una parte c'è ottimismo ed entusiasmo, dall'altra un senso generalizzato di inadeguatezza e anche un certo sospetto. In questo scenario, lo scoglio in cui può imbattersi chi si trova a prendere decisioni o indirizzare investimenti è la semplice domanda: "Da dove partiamo?". Questo manuale propone un percorso e una serie di strumenti per farsi strada nel mondo dei Big Data. L'approccio è pragmatico e graduale ed è pensato per guidare nel processo di Data Transformation ovvero di integrazione sistematica della Big Data Analytics in un business. Nel corso dei capitoli vengono illustrati strumenti operativi e modelli concettuali che aiutano a vedere in prospettiva opportunità e proclami, sgombrare il campo da falsi miti e mettere a fuoco scenari reali per aggiornare e migliorare un'organizzazione utilizzando dati e algoritmi come forza trainante. Una guida pensata sia per chi ha già un po' di dimestichezza con l'intelligenza artificiale e vuole investire senza commettere errori strategici, sia per chi parte da zero e vuole costruire, passo dopo passo, le basi per affrontare con successo la sfida della trasformazione digitale.

La privatizzazione della conoscenza Massimo Florio 2021-10-07T00:00:00+02:00 Viviamo in una situazione paradossale. La scienza dei nostri giorni nasce in parte sotto vari profili in parte come bene pubblico, ma finisce con l'essere privatizzata. Viviamo in una situazione paradossale. La scienza dei nostri giorni nasce in parte sotto vari profili in parte come bene pubblico, ma finisce con l'essere privatizzata. Questo meccanismo di privatizzazione della conoscenza produce disuguaglianza sociale e contribuisce ad una distribuzione disomogenea dei redditi e dei patrimoni che sta minando le fondamenta degli stati e la convivenza sociale. Salute umana, cambiamento climatico, governo dei dati: sono queste le sfide cruciali per la prossima generazione. Non è possibile

affrontarle senza smettere di trasformare la scienza in un bene privato. Occorre invece creare infrastrutture pubbliche ad alta densità di conoscenza, sintesi ideale del modello dell'infrastruttura di ricerca e di un nuovo tipo di impresa pubblica.

**Basi di dati Serena Sensini 2021-03-05T00:00:00+01:00** La progettazione e l'interrogazione di database è un elemento centrale di applicazioni, servizi e piattaforme di vario tipo e dimensione e non può essere ignorata da chi lavora allo sviluppo e al mantenimento di architetture e soluzioni IT. Questo manuale fornisce i fondamenti per lavorare con i dati e i relativi sistemi di gestione, analizzando le tipologie esistenti e le modalità per archiviare ed estrarre informazioni. Dopo aver spiegato come funziona il linguaggio SQL, vengono affrontati i database relazionali (MySQL e PostgreSQL) e quindi quelli NoSQL (MongoDB, Elasticsearch). A questo punto si passa al delicato tema della progettazione di una nuova base di dati suggerendo le best practice per ottenere un buon risultato ed evidenziando quali errori evitare. Per concludere vengono introdotte le tecnologie per lavorare con i big data, le modalità per gestire l'archiviazione su cloud e come ottenere la miglior qualità del dato. Con 185 esercizi disponibili online, una guida pratica, ricca di esempi e suggerimenti, pensata per studenti e professionisti che vogliono imparare a lavorare al meglio con i dati.

**Omnicanalità Marco Bettucci 2016-09-16T00:00:00+02:00** Un tempo si creava un sito per vendere online e lo si gestiva come una realtà a sé. Oggi non è più possibile adottare una strategia di questo tipo perché per i clienti è naturale utilizzare contemporaneamente, in modo intercambiabile e complementare, tutti i canali dell'azienda: sito web, social network e, per quelle che ne sono dotate, punti vendita o di servizio fisici. Omnicanalità è divenuta dunque un bisogno dei clienti, abituati ormai a utilizzare dispositivi e canali diversi per raccogliere informazioni su un prodotto o un servizio, per esprimere valutazioni e fare comparazioni, per tenersi aggiornati sulle offerte e sulle novità, per finalizzare l'acquisto e chiedere infine assistenza nel caso in cui questo non risponda alle aspettative. Si delinea così un customer journey a zig zag, tra canali che devono essere gestiti in modo coordinato per garantire informazioni coerenti e il livello di servizio che il cliente si attende. Nove sono le aree da presidiare per affrontare questa sfida, riorganizzarsi, modificarsi e diventare vere «omnichannel company». Ognuno di questi pillar è illustrato nel libro attraverso le esperienze reali di aziende di successo.

**Guidare il cambiamento organizzativo Umberto Frigelli 2017-12-21** Le imprese e le organizzazioni sono organismi instabili, che cambiano in continuazione, seguendo una routine, con facilità, rispondendo a stimoli per lo più esterni. Come tradizionalmente avviene in tutti i testi dedicati al change management, anche in questo volume il cambiamento è visto come frutto di uno specifico progetto direzionale, anche se, in realtà, nelle organizzazioni molti cambiamenti rispecchiano semplici risposte alle variazioni di eventi demografici, economici, sociali, politici, tecnici, legislativi che avvengono nell'ambiente. Oggi le esigenze di cambiamento sono molto veloci, anche per via della velocità esponenziale delle innovazioni tecnologiche. Per le organizzazioni diventa indispensabile saper governare le trasformazioni, seguendo un approccio metodologico e cosciente dei fattori che intervengono nei cambiamenti organizzativi. Il volume affronta le dinamiche che caratterizzano il fenomeno del cambiamento nelle imprese e nelle organizzazioni, la varietà e diversità degli elementi che contribuiscono a far sì che le organizzazioni possano cambiare, i livelli di complessità del cambiamento e gli aspetti principali da presidiare se si vuole ottenere un cambiamento. Gestire con successo un cambiamento organizzativo e sostenere nel tempo i risultati raggiunti, evitando l'effetto elastico (quello per il quale, una volta terminato il progetto, tutto torna come prima), rimangono due sfide operative importanti, sia per gli specialisti che per le organizzazioni. Partendo dall'esperienza e da casi pratici, il volume vuole essere una guida per chi affronta il cambiamento e descrivere i diversi elementi di razionalità ed emotività, a cui vanno sommate le dinamiche di potere interne alle organizzazioni, da governare per operare in modo efficace. Lo specialista o il manager, anche se spesso sono esperti principalmente di aspetti attinenti alla razionalità economica e ai processi produttivi, al coinvolgimento delle persone, o alla gestione dell'influenza e del potere, devono essere consapevoli che tutti e tre questi elementi devono essere gestiti, muovendo leve diverse.

**La salute del mondo Paolo Vineis 2021-11-11T00:00:00+01:00** Questo libro parla di ciò che dopo il Covid-19 non possiamo più ignorare. Il virus ha sospeso la nostra forma di vita e all'improvviso ha aperto la possibilità di ripensare non solo il nostro atteggiamento nei confronti delle malattie e della salute, ma anche il nostro rapporto con la natura, con le disuguaglianze e la solidarietà sociale. Qual è il ruolo della scienza oggi? Come deve essere la sua relazione con l'etica e la politica, che davanti al pericolo e all'incertezza sembrano dimenticare il discorso sui fini e sui valori a favore di procedure dettate dalla scienza? Nessuna decisione pubblica, nessuna misura drastica come un lockdown può giustificarsi sul solo piano dei mezzi, senza esplicitare in nome di che cosa essa è necessaria. Sono i fini a essere in questione innanzi tutto nel dibattito pubblico. Nell'epoca delle pandemie e del cambiamento climatico le coordinate del mondo in cui viviamo si sono trasformate. La realtà è sempre più interconnessa, e per modificarne le regole dobbiamo accettare il fatto che le nostre vite dipendono sempre più da fattori esterni, umani e non umani. La responsabilità non può più riferirsi alle azioni di un agente singolo, ma è responsabilità globale nei confronti della natura come casa comune e delle generazioni future. La salute inizia con la difesa dell'ambiente e con la prevenzione su un duplice livello, locale e globale: il potenziamento dei sistemi sanitari nazionali non potrà mai fare a meno di organismi politici sovra-nazionali che siano in grado di governare una realtà sempre più interconnessa. Relazione, responsabilità e salute hanno un significato nuovo. Per ripensare e costruire una salute globale dobbiamo cominciare da qui.

**Digital strategy Andrea Cioffi 2018-07-04T00:00:00+02:00** Questo libro si rivolge a tutte quelle imprese che devono pianificare, attuare e misurare efficaci strategie di comunicazione sui canali digitali. Il testo offre al lettore tutti gli strumenti utili per supportare i processi di cambiamento necessari per un presidio efficace dei canali digitali. La metodologia operativa presentata sposa una logica di tipo inbound, essendo incentrata sullo sviluppo di strategie di content marketing con l'obiettivo di mettere un'impresa nella condizione di attrarre il proprio target di riferimento. Il libro è diviso in tre parti. Parte I - Normativa. Si fa chiarezza su termini inflazionati come digitale, economia digitale, strategia digitale, canali digitali e i principali trend a cui prestare oggi attenzione. In questa sezione, inoltre, si fa luce sull'evoluzione dei modelli di consumo e del concetto di customer

journey. Parte II – Posizionamento sui canali digitali. In questa sezione sono illustrati metodologie e strumenti di visual management, con consigli per la definizione di strategie di contenuto e per la promozione dello stesso sul web e sui social network. In questa parte si offre anche una panoramica dei principali servizi a supporto della comunicazione digitale. Parte III – Organizzazione. Questa sezione esamina gli aspetti di natura organizzativa, sia a livello macro sia micro, per aiutare il lettore a comprendere non solo l'impatto che la trasformazione digitale può avere sui processi manageriali di marketing e di comunicazione, ma anche le influenze sull'intera organizzazione di impresa.

Concorrenza, mercato e diritto dei consumatori Cassano Giuseppe 2018-05-15 Il volume analizza in modo completo e approfondito la disciplina della concorrenza e quella relativa alla tutela del consumatore. L'originalità del volume è data dal fatto che sono ricondotti ad una visione unitaria temi che per lungo tempo sono stati affrontati con diversa incisività dal legislatore: la tutela della concorrenza e la tutela dei consumatori, riuniti finalmente all'interno dell'universo "mercato" in cui operano le imprese e i cittadini consumatori. La prima parte del volume è dedicata alla concorrenza: dopo un'introduzione di carattere generale, ci si sofferma sui temi di maggior interesse, in particolare su diritto industriale e imprese (i comportamenti anticompetitivi; le concentrazioni; i servizi di interesse economico generale), sulla concorrenza sleale nell'ambito nazionale e comunitario e, infine, vengono analizzate le fattispecie riguardanti lo stato e le procedure applicative: controllo dei giudici, analisi economica, rapporti con le altre Authorities, programmi di Compliance. La seconda parte sui consumatori propone un'esposizione sistematica e sintetica del diritto dei consumatori, che, oltre a una dettagliata illustrazione delle fonti e delle materie tipiche, comprende una trattazione specifica della responsabilità del produttore, della trasparenza bancaria e della tutela dei risparmiatori nei contratti con gli intermediari finanziari. Non ultime le tematiche delle garanzie e del commercio elettronico ed una analisi dettagliata dei profili penalistici. L'inquadramento sistematico della materia, l'impostazione dei temi, l'elaborazione critica, l'apparato di note offrono un quadro di spunti, riflessioni e riferimenti indispensabili per la pratica quotidiana.

La scuola ai tempi del digitale. Istruzioni per costruire una scuola nuova AA. VV. 2016-02-12T00:00:00+01:00 1096.1.4  
Filosofia e governance pubblica Edoardo Ongaro 2021-01-26T00:00:00+01:00 La tesi di fondo di questo libro è che il pensiero filosofico possa fornire un contributo decisivo alla comprensione della governance pubblica. Il libro esamina le discipline che studiano la pubblica amministrazione e la governance pubblica - dal management e dall'economia alla scienza della politica e al diritto - dal punto di vista delle questioni filosofiche fondative e invita così ad un ripensamento complessivo della governance pubblica. Il lavoro propone una concezione ampia di amministrazione pubblica: come una scienza interdisciplinare, una professione, un'arte e una forma di umanesimo pratico, e permette a studiosi, studenti universitari ed operatori di approfondire questioni di ontologia, di filosofia politica, di epistemologia connesse sia alla ricerca che alla pratica della pubblica amministrazione.

Big Data Alessandro Rezzani 2013-10-01 Ogni giorno nel mondo vengono creati miliardi di dati digitali. Questa mole di informazione proviene dal notevole incremento di dispositivi che automatizzano numerose operazioni – record delle transazioni di acquisto e segnali GPS dei cellulari, per esempio – e dal Web: foto, video, post, articoli e contenuti digitali generati e diffusi dagli utenti tramite i social media. L'elaborazione di questi "big data" richiede elevate capacità di calcolo, tecnologie e risorse che vanno ben al di là dei sistemi convenzionali di gestione e immagazzinamento dei dati. Il testo esplora il mondo dei "grandi dati" e ne offre una descrizione e classificazione, presentando le opportunità che possono derivare dal loro utilizzo. Descrive le soluzioni software e hardware dedicate, riservando ampio spazio alle implementazioni Open Source e alle principali offerte cloud. Si propone dunque come una guida approfondita agli strumenti e alle tecnologie che permettono l'analisi e la gestione di grandi quantità di dati. Il volume è dedicato a chi, in università e in azienda (database administrator, IT manager, professionisti di Business Intelligence) intende approfondire le tematiche relative ai big data. È, inoltre, un valido supporto per il management aziendale per comprendere come ottenere informazioni utilizzabili nei processi decisionali. Alessandro Rezzani insegna presso l'Università Bicconi di Milano. È esperto di progettazione e implementazione di Data Warehouse, di processi ETL, database multidimensionali e soluzioni di reporting. Attualmente si occupa di disegno e implementazione di soluzioni di Business Intelligence presso Factory Software. Con Apogeo Education ha pubblicato "Business Intelligence. Processi, metodi, utilizzo in azienda", 2012.

BIM 3.0 Dal disegno alla simulazione Carlo Argiolas 2016-01-03T00:00:00+01:00 I disegni esistono per rappresentare l'edificio, le simulazioni esistono per anticiparne le prestazioni. Questo libro tratta di processi e nello specifico di Building Information Modeling, più comunemente conosciuto con l'acronimo di BIM. L'accezione completa di BIM rimanda ad una filosofia di processo in cui l'edificio viene "costruito", prima della sua effettiva realizzazione fisica, all'interno di un ambiente virtuale, attraverso la collaborazione ed i contributi di tutti gli attori coinvolti nel progetto come architetti, progettisti, consulenti, analisti energetici, contractor, fornitori, facility manager e proprietari. Caratteristica di questa filosofia è un approccio altamente strategico al processo ed al raggiungimento degli obiettivi di progetto in cui l'oggetto architettonico e le sue prestazioni possono essere valutati nella loro interezza già in fase di progettazione. La considerazione dell'edificio si sposta quindi dal semplice prodotto architettonico ultimato al suo intero life cycle. La nascita di questa filosofia di processo è dovuta alla sostanziale incapacità dei mezzi di progetto tradizionali di supportare il settore delle costruzioni di fronte alle complesse trasformazioni che caratterizzano il nostro tempo. Obiettivo dello studio è quello di inserire in prima istanza il Building Information Modeling all'interno di una narrazione capace di trasmettere gli esiti operativi del concetto di simulazione rispetto al paradigma tradizionale di progetto. Il libro pertanto, indirizzato a studenti e professionisti attivi nel settore delle costruzioni, intende rappresentare sia un punto di arrivo che una base di lavoro per ulteriori ricerche. CARLO ARGIOLAS, ingegnere, professore associato di "Tecnica e produzione edilizia" insegna "Processi e metodi della produzione edilizia" presso la Facoltà di Ingegneria e Architettura dell'Università degli Studi di Cagliari, svolge attività di ricerca dal 1980 all'interno dell'attuale

Dipartimento DICAAR prevalentemente su temi riguardanti la gestione del processo edilizio con le tecniche di simulazione, del project management e dell'innovazione tecnologica. È autore di varie pubblicazioni a carattere tecnico-scientifico concernenti la produzione edilizia. RICCARDO PRENZA, laureato in Architettura delle costruzioni presso l'Università degli Studi di Cagliari nel luglio 2014 e attualmente impegnato in ricerche sulla simulazione del processo edilizio attraverso tecniche BIM.

EMANUELA QUAQUERO, ingegnere, dottore di ricerca in Ingegneria Edile, assegnista di ricerca presso la Facoltà di Ingegneria e Architettura dell'Università degli Studi Cagliari, autrice di varie pubblicazioni a carattere tecnico-scientifico concernenti il processo edilizio.

Futuri possibili Annalisa Buffardi 2022-01-27T00:00:00+01:00 La sfida che investe i sistemi formativi nella società contemporanea è quella della progettazione dei possibili percorsi per il futuro. La frontiera dei mutamenti digitali in corso richiede alle istituzioni educative, a tutti i livelli, di saper cogliere la dinamicità delle trasformazioni in atto, dentro e fuori le aule, oggi e domani. Nell'attuale scenario di interconnessione globale, uomini e tecnologie, intelligenze umane e sistemi di intelligenze artificiali si interfacciano e abitano un mondo che sembra generare molteplici futuri possibili, fino al limite della capacità di immaginazione. Il volume propone una agile riflessione su questi temi, richiamando alcune pratiche educative condotte da istituzioni scolastiche e universitarie. Uno dei temi di attenzione di tali pratiche è "agire con gli studenti per sostenere la capacità di "immaginare un futuro desiderabile", di individuare le opportunità di innovazione e di rispondere alle sfide del cambiamento, attraverso un set di competenze che include la capacità creativa, di trasformare le idee in azione, il pensiero etico e sostenibile. Dunque, abilitare i giovani ad immaginare innanzitutto se stessi come attori del cambiamento, capaci di intercettare i bisogni emergenti sul versante dell'innovazione sociale, economica e produttiva, anche a partire dalle nuove opportunità tecnologiche, nella direzione "intelligente", della sostenibilità, del benessere. Articolando esempi di pratiche, teorie e riflessioni, il volume si sofferma su scenari educativi orientati nella sfida della costruzione dei futuri possibili, individuali e collettivi, nel contesto delle trasformazioni digitali e, innanzitutto, culturali in atto.

Cinque parole della scienza Marco Bernardoni 2021-06-15T18:36:00+02:00 Per impostare in modo proficuo un dialogo interdisciplinare è bene essere avvertiti di come le stesse parole vengano utilizzate con significati diversi in contesti diversi. Il volume raccoglie articoli elaborati da studiosi che chiariscono, ciascuno nel proprio ambito di competenza (scientifico, filosofico, teologico), il senso di alcune parole "memoria e previsione, dato e informazione, tempo", che sono legate tra loro dall'idea di uno sviluppo temporale proprio dell'attività scientifica. La scienza procede infatti dalla memoria dell'accaduto (almeno parziale) alla previsione del futuro (in forma di tentativo), dall'accumulo di dati all'estrazione di informazioni. Una scelta di cinque parole che risulta certo particolare, ma per nulla disorganica. Gli autori sono membri e amici dell'associazione Nuovo SEFIR (Scienza E Fede sull'Interpretazione del Reale).

Informatica e diritto 1990

Le FANGs: Facebook, Amazon, Netflix, Google Fabio Menghini 2017-01-27 Facebook, Amazon, Google e Netflix: le "FANGs", rappresentano l'emblema delle new economy. Divenute ormai grandi monopoli, generano enormi ricchezze che però non si diffondono, restando in mano a pochi. E l'economia nel suo complesso sta vivendo un'era di "stagnazione secolare" dove il fenomeno dei nuovi monopoli si intreccia con un'endemica disoccupazione e con crescenti disuguaglianze sociali. Dopo Disruptive innovation: economia e cultura nell'era delle start-up, in questo nuovo volume Fabio Menghini indaga sulle FANGs e sui meccanismi alla base della new economy. Cosa c'è all'origine dell'attuale crisi dell'economia e quali compiti spetterebbero ai governi nazionali per contribuire al suo rilancio? In tutto questo, quali mosse dovrebbe fare l'Italia per uscire dal suo declino? Completano il volume due contributi sulla new e gig economy.

Sistemi di basi di dati e applicazioni 2015

Big Data e processi decisionali Simona Gozzo 2020-11-01T19:59:00+01:00 Le tecnologie digitali, internet e i social media sono sempre più spesso strumenti diffusi e integrati nella società. L'uso di questi genera, a sua volta, "tracce digitali" che sono esiti di comportamenti umani e sociali. Questi dati offrono l'opportunità di studiare sistemi sociali articolati, di costruire algoritmi utili per estrarre informazioni e di elaborare modelli esplicativi sempre più complessi. Il focus di questo volume, pur ancorandosi a queste premesse, mira a superarle. Adottando un'ottica multidisciplinare, si vuol valutare come e fino a che punto "l'impiego dei Big Data possa essere utile per supportare o vincolare i diversi processi decisionali, in differenti settori della vita sociale. La questione ha avuto un forte impatto non solo "come prevedibile" nel campo della metodologia della ricerca sociale e dell'informatica, ma anche in relazione a problematiche e questioni rilevanti sul piano giuridico, economico, politologico e sociologico.

Big Data nelle PMI Isola Chiara 2020-12-21 I Big Data con i relativi processi di analisi sono una realtà che incombe sul mercato italiano sotto la spinta estera e delle nuove aspettative dei consumatori, e con la quale le Piccole e Medie Imprese dovranno confrontarsi-scontrarsi in termini di concorrenza. Infatti essi costituiscono uno degli emergenti vantaggi competitivi all'interno del Marketing Strategico, e insieme all'Intelligenza Artificiale e al Data Mining stanno cambiando progressivamente le regole del mercato. Alle Piccole Imprese i Big Data e "Analitica permettono di ampliare e ottimizzare il business relativo al commercio online o di ottimizzare strategie e semplici processi aziendali, mentre nelle Medie Imprese essi permettono anche di abbattere i costi attraverso una più efficiente gestione della propria Supply Chain, produzione o di più complessi processi aziendali. Questo testo non si propone però come un manuale di informatica, ma si avvicina alla categoria dei corsi di "Ch, disponibili online spesso a costi molto elevati, ed è finalizzato a fornire quelle basi essenziali per poter prendere decisioni aziendali più oggettive, fondate sulla valutazione di più dati, punti di vista e opportunità rispetto al passato e messe ora a disposizione dai Big Data. Ciò senza tralasciare tanti consigli operativi pratici ed una selezione tra gli strumenti più economici presenti sul mercato.

*basi-di-dati-e-big-data-come-estrarre-valore-dai-propri-dati* Downloaded from [artige.no](https://artige.no) on February 8, 2023  
by guest