

BIG DATA PER IL MANAGEMENT: DECIDERE IN CONDIZIONI DI ALTA COMPLESSITÀ **Adesso che l'industria 4.0 ci ha dato i BIG DATA come li usiamo?**

DURATA CORSO: 20 ore

AMBITO: G. Competenze digitali

CODICE COMPETENZA: G1 Alfabetizzazione su informazioni e dati

DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso si pone l'obiettivo di fornire al Management le conoscenze per sviluppare ed usare un sistema Big Data, orientato agli obiettivi aziendali, cioè un sistema capace di rispondere alle domande del Management. Fornisce quindi gli strumenti al Management perché possa individuare cosa poter ottenere da un sistema BIG DATA, cioè le risposte che le diverse tecniche di analisi possono fornire.

La conoscenza operativa dei tools informatici e statistici è parte di un know-how specialistico dei Data Scientist, di cui il Management deve apprendere comunque i principi, per evitare di costruire un sistema inutile e scollegato dagli OBIETTIVI AZIENDALI.

In sintesi, gli obiettivi sono:

- Come progettare un sistema decisionale basato sui Big Data secondo il metodo SIX SIGMA (DMAIC).
- Creare le competenze su come utilizzare un sistema basato sui BIG DATA, per **PRENDERE DECISIONI**
- Quali informazioni si possono ottenere con gli strumenti avanzati di statistica applicati ai BIG DATA

PROGRAMMA:

- **Struttura big data:** presentare la struttura di gestione dei big data
- **Define:** la scelta della struttura big data dipende dagli obiettivi e dalla strategia aziendale definita dal top management.
- **Measure:** la definizione della qualità delle fonti di informazione, non è un concetto assoluto, ma dipende dagli output attesi.
- **Analyze:** il Management deve conoscere le basi delle analisi statistiche per poter valutare i risultati presentati dai Data Scientist
- **Improve:** in questa fase si USANO i risultati per fare PREVISIONI e fare scelte.
- **Control:** tutte le condizioni al contorno mutano nel tempo; quindi, è necessario che venga pianificata ed eseguita una rivalutazione periodica degli output forniti dal Sistema Big Data, dei modelli, dei dati ingresso.

DESTINATARI:

Il corso è rivolto principalmente a imprenditori, collaboratori e manager della direzione operativa, tecnica, commerciale e marketing, qualità.

Ai fini didattici ogni edizione del percorso prevederà un numero massimo di 10 partecipanti in aula per garantire il giusto approfondimento delle tematiche e l'interazione one to one, nonché l'analisi di case-study tratti da situazioni reali dei singoli contesti.

MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'AZIONE FORMATIVA:

La formazione verrà erogata in modalità "aula corsi interna" con esercitazioni, studi di casi e simulazioni.

In linea con quanto previsto dall'Avviso il percorso potrà essere erogato in tutto o in parte attraverso lo strumento ADA – Apprendimento a Distanza Attivo (con sistema che effettua tracciamento delle attività svolte e consente la stampa dei relativi rapporti).

Il docente fornirà a supporto delle lezioni le slides e il materiale didattico (esempio sentenze nazionali e comunitarie ecc.). Qualora il corso venisse realizzata da remoto, il docente utilizzerà una serie di strumenti interattivi (forum, chat, ecc.) che permettano agli iscritti di condividere informazioni, conoscenze, domande ecc. con l'obiettivo di aumentare le conoscenze applicabili direttamente e concretamente sul mondo del lavoro.

COMPETENZE IN INGRESSO

Per il seguente percorso non sono richieste particolari competenze in ingresso o conoscenze pregresse.

COMPETENZE IN USCITA

Al termine del percorso ai partecipanti verrà somministrato un test di valutazione.