

# FORMAZIONE ASSIRM 2017 | MILANO

ISCRIZIONI  
APERTE

Anche quest'anno Assirm punta sulla formazione proponendo due giornate dedicate a chi opera nel mondo del **Marketing** e della **Ricerca**.

Seguendo l'evoluzione e le trasformazioni del settore, si è deciso di affrontare la tematica dell'analisi, dell'interpretazione e della previsione dei comportamenti di consumo, oggi più che mai di grande attualità.

Alla luce di un aumento delle informazioni a nostra disposizione (si pensi ai Big Data), diventa, infatti, sempre più importante acquisire tecniche e strategie sofisticate di analisi che, non solo permettano di comprendere ed interpretare le dinamiche del mercato attuale, ma che addirittura permettano, sulla base dei principi dell'intelligenza artificiale, di prevederle. E' proprio a questa sfida che Assirm intende rispondere proponendo il **23 MAGGIO** una giornata di formazione dedicata al "**MACHINE LEARNING e DEEP LEARNING: le nuove frontiere di analisi dei big data**".

Diventa sempre più essenziale, inoltre, poter contare su modelli e framework interpretativi del comportamento del consumatore, al di là delle tecniche e degli algoritmi analitici. Questo sia per "dare intelligenza" ai dati e alle analisi condotte, sia per passare dall'interpretazione dei big data alle formulazione di strategie di azione nell'ambito del marketing. In questa direzione si muove la seconda giornata di formazione ASSIRM (**in via di definizione - Stay Tuned!**) dedicata alla "**BEHAVIOURAL ECONOMICS AND CONSUMER DECISION MAKING: comprendere e orientare il comportamento dei consumatori**". Si vogliono illustrare i principi di funzionamento del consumatore nell'ambito del suo decision making di acquisto e di consumo e a fronte delle varie proposte di comunicazione, di marca e di prodotto. Acquisire modelli di lettura, interpretazione e previsione dei comportamenti del consumatore può, quindi, aiutare non solo a progettare meglio i processi conoscitivi e di decodifica del dato, ma anche ad orientare strategie di marketing volte a meglio rispondere, o addirittura ad orientare, l'architettura delle scelte dei consumatori.

Coordinatore Scientifico  
delle giornate è

**Guendalina Graffigna,**  
Direttore Centro Studi  
e Formazione Assirm

Le iscrizioni alle giornate di formazione Assirm si possono effettuare esclusivamente online al seguente link:

[www.assirm.it/formazione2017](http://www.assirm.it/formazione2017)



**Guendalina Graffigna**, ha conseguito il dottorato di ricerca in Psicologia (con borsa) presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (UCSC) nel 2007, dove ora è Professore Associato. Nel 2017 ha conseguito l'abilitazione nazionale a Professore Ordinario. Presso l'Università Cattolica, Guendalina insegna "Psicologia per il Marketing Sociale", è coordinatore del corso di perfezionamento in "Social and Consumer Information Scientist for Marketing Intelligence" e membro del coordinamento della scuola di dottorato in Psicologia. Dal 2015 è Direttore del Centro Studi e Formazione Assirm e Scientific Advisor di COPE, (Consortium for Patient Engagement). Guendalina vanta più di 10 anni di attività scientifica dedicata ai temi della Consumer Health Research e dell'applicazione delle nuove tecnologie per l'innovazione dei sistemi sanitari. Nel corso del 2014 ha validato la prima scala per la misurazione del Patient Engagement (Patient Health Engagement Scale) attualmente in corso di traduzione e adattamento in Cina, Korea, Thailandia, Spagna, Brasile e Canada e già adottata in diverse realtà cliniche italiane e estere. Ha all'attivo oltre 150 pubblicazioni scientifiche tra articoli internazionali e volumi, primariamente centrati sui temi del Consumer Engagement, della Online Marketing Research e della Consumer Health.

**Spazio Cantoni**  
Via Giovanni Cantoni, 7  
[www.spaziocantoni.com](http://www.spaziocantoni.com)

**Orario**  
dalle 9.30 alle 17.30  
Coffee Break & Lunch inclusi

**Costo**  
Quota di iscrizione  
**350 € + IVA**

**23 MAGGIO**

**ISCRIZIONI  
APERTE**

# MACHINE LEARNING e DEEP LEARNING: le nuove frontiere di analisi dei Big Data

Machine learning, data mining, intelligenza artificiale, big data, deep learning, algoritmi: nuovi termini affollano il mondo quantitativo e degli analytics, termini spesso usati con poca chiarezza per vendere prodotti e servizi che frequentemente non si rivelano poi all'altezza delle aspettative. Molti sospettano una nuova hype tecnologica a cui inevitabilmente seguiranno profonde delusioni. Eppure dietro concetti come il machine learning ci sono idee rivoluzionarie, marginali fino a pochi anni fa, oggi già applicate con risultati straordinari e con un enorme potenziale ancora da sfruttare. Software che effettuano diagnosi di malattie rare con maggior precisione di medici esperti, traduttori automatici che istantaneamente traducono esattamente da un linguaggio all'altro, autovetture autonome in grado di guidare nel traffico in massima sicurezza e raggiungere la destinazione prestabilita, sono solo alcune delle applicazioni che già oggi il machine learning ha reso accessibili e fruibili.

L'intervento, attraverso sei temi da illustrare e discutere, porterà il partecipante a capire che cosa sia davvero il machine learning, come funzioni, come possa essere effettivamente utilizzato oggi e come lo sarà in futuro.

- **Le due culture confliggenti in statistica: modellazione contro algoritmi**
- **Apprendere il mondo come se fosse una funzione matematica**
- **I limiti e vantaggi dell'apprendimento automatico**
- **I big data, l'inizio della fine della teoria, ma non del metodo scientifico**
- **Le diverse tribù di esperti in machine learning e la varietà di algoritmi a disposizione**
- **Deep learning, transfer learning, one-shot learning: le nuove frontiere**

Durante il corso verrà illustrato come funziona ed opera il deep learning per il riconoscimento di immagini. Non è necessaria alcuna conoscenza matematica o software per poter fruire dell'intervento. Durante il corso non sarà presentata alcuna soluzione proprietaria ma unicamente open-source.

## RELATORE

**Luca Massaron**  
*Senior Data Scientist - Gruppo Assicurativo AXA*

Dopo dieci anni come direttore di ricerca e consulente indipendente di marketing, oggi si dedica esclusivamente all'attività di data scientist. Dopo una breve parentesi lavorativa a Berlino, lavora come senior data scientist presso il gruppo assicurativo AXA a Milano. E' autore di pubblicazioni tecniche sulla data science e sul machine learning sia divulgative che rivolte ad un pubblico di esperti.



**Spazio Cantoni**  
Via Giovanni Cantoni, 7  
[www.spaziocantoni.com](http://www.spaziocantoni.com)

**Orario**  
dalle 9.30 alle 17.30  
Coffee Break & Lunch inclusi

**Costo**  
Quota di iscrizione  
**350 € + IVA**