Roadshow

1º INCONTRO

Dalle fake news all'apprendimento continuo

MILANO • 22 MAGGIO 2019 • Orario 17.30 -19.30 ROMA • 17 LUGLIO 2019 • Orario 17.30 - 19.30

2° INCONTRO

Realtà Virtuale e Realtà Aumentata: cosa cambia nel mondo dei servizi

MILANO • 26 GIUGNO 2019 • Orario 17.30 -19.30 ROMA • 15 NOVEMBRE 2019 • Orario 13.00 -15.00

3° INCONTRO

Big data e mentalità indiziaria

MILANO • 18 SETTEMBRE 2019 • Orario 17.30 -19.30 ROMA • 24 GENNAIO 2020 • Orario 13.00 -15.00

4° INCONTRO

Intelligenza artificiale: applicazioni attuali, impatti sui modelli di business, minacce e prospettive per il sistema dei servizi

MILANO • 20 NOVEMBRE 2019 • Orario 17.30 -19.30

5° INCONTRO

Macro-trend del digitale e l'arte di connettere i puntini

MILANO • 18 DICEMBRE 2019 • Orario 17.30 -19.30

6° INCONTRO

Blockchain: come ripensare le catene del valore ed i modelli di business

PER INFORMAZIONI Sede di Milano Luigia Vendola

> Sede di Roma Veronica Ciccarone Tel. 06 50 43 053

Tel. 02540631

PER ISCRIVERSI

http://bit.ly/CfmtDAI2019

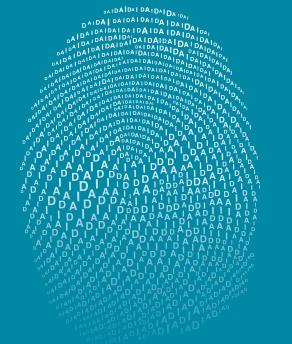
La partecipazione all'evento è gratuita e riservata ai dirigenti associati in regola con il versamento degli appositi contributi.



In partership con:









DIGITAL AWARENESS IMPROVEMENT

Conversazioni sulla trasformazione digitale

Per comprendere il senso della rivoluzione digitale in corso, prima ancora di parlare di competenze digitali, è necessario partire dall'acquisizione di una nuova consapevolezza relativa al tema della trasformazione digitale e dei punti di forza e debolezza che tale fenomeno presenta, oltre che delle sfide di fronte alle quali pone azienda e manager.

Il secondo ciclo di incontri "DAI – Digital Awareness Improvement Conversazioni sulla Trasformazione" continua ad approfondire sia i più importanti temi connessi ai driver tecnologici relativi alla trasformazione digitale, sia la componente umana — quella soft – che consente di riprogettare le organizzazioni, i processi e le competenze per cogliere il meglio delle opportunità offerte dalle nuove tecnologie.

Cambiano i contesti, le dinamiche competitive, i rischi, gli strumenti di lavoro, i valori manageriali e soprattutto la mentalità e sensibilità dei collaboratori e dei clienti – in particolare di quelli più giovani.

L'esperienza che viviamo sul campo non può non cambiare i nostri comportamenti anche in modo consapevole e meditato. Per questi motivi anche il "mestiere del manager" richiede aggiornamenti periodici.

Coordinamento degli incontri a cura di: Stefano Epifani Presidente del Digital Transformation Institute e Andrea Granelli Socio Fondatore KANSO Srl.









[⇒] 1° °

Dalle fake news all'apprendimento continuo

Milano • 22 maggio 2019 • Orario 17.30 -19.30 Roma • 17 luglio 2019 • Orario 17.30 -19.30

In un mondo sempre più pervaso dalle informazioni la capacità di scegliere le fonti, verificarne l'attendibilità e la qualità, trasformare i dati in informazioni e le informazioni in decisioni e nuova conoscenza, costituisce uno degli aspetti più rilevanti della leadership del XXI secolo. Attingendo ai potenti strumenti dell'antica retorica riadattati per l'era digitale affronteremo i temi legati all'infosourcing, al pensiero critico, alle fallacie e alle tecniche persuasive; ai più recenti risultati della neuroscienza, alle nuove frontiere comunicative delle immagini e della business graphics. Il punto d'arrivo sarà un metodo per trovare le informazioni giuste, per organizzarle in un sistema personale di conoscenza, per riutilizzarle in modo creativo in modo da trasformare ogni nuova idea e informazione in una concreta occasione di nuovo apprendimento.

2° INCONTRO

Realtà Virtuale e Realtà Aumentata: cosa cambia nel mondo dei servizi

Milano • 26 giugno 2019 • Orario 17.30 -19.30 Roma • 15 novembre 2019 • Orario 13.00 -15.00 Focus del workshop è l'interazione uomo-macchina basata su sistemi di realtà virtuale ed aumentata ed i suoi impatti nel mondo del commercio e dei servizi. Vengono illustrate le differenze tra questi due concetti e le caratteristiche delle principali tecnologie riferite ad ognuno di questi ambiti, evidenziandone le possibili applicazioni pratiche. In particolare, si descrivono gli impatti di tali strumenti sia in una logica on-line che in-store, evidenziando quali siano le dinamiche inerenti il customer journey dell'utente. Verrà illustrato il "sentiment" dei consumatori rispetto a tali tecnologie e verranno presentate le esperienze esistenti di maggiore interesse.

⇒ **3**° ⊂ INCONTRO

Big data e mentalità indiziaria

Milano • 18 settembre 2019 • Orario: 17.30 -19.30 Roma • 24 gennaio 2020 • Orario 13.00 -15.00

Tra le doti oggi più richieste ai manager vi è la capacità di leggere, comprendere e utilizzare dati, indizi e segnali deboli per identificare processi in corso, capire i comportamenti del mercato – anche quelli apparentemente inspiegabili – e, ove possibile, anticipare un futuro che già inizia a manifestarsi. Il mondo dei Big data e dei business analytics consente, grazie a piattaforme e algoritmi sempre più potenti, di analizzare molti crescenti di dati. Ma senza la capacità umana di comprendere, relativizzare e applicare il pensiero critico queste informazioni possono essere inutili, se non addirittura fuorvianti. La sfida non è dunque conoscere molte risposte ma saper fare le domande giuste. E anche i sistemi di rappresentazione grafica – business graphics, infografiche, rooted maps, ... – sono sempre più importanti perché, quando usati

correttamente, non si limitano a illustrare ma svelano nuove correlazioni e proprietà dei dati rappresentati.

4° INCONTRO

Intelligenza artificiale: applicazioni attuali, impatti sui modelli di business, minacce e prospettive per il sistema dei servizi

Milano • 20 novembre 2019 • Orario 17.30 -19.30

Il workshop approfondisce il tema dell'intelligenza artificiale nei suoi impatti con il business, a partire dalle applicazioni possibili per giungere a come esso possa modificare le value chain delle aziende. Saranno analizzati i dati di ricerca inerenti il gradimento degli utenti rispetto alle tecnologie basate su AI, e si approfondiranno gli scenari di interazione sviluppati nell'ambito dello sviluppo dei sistemi multimodali (da Amazon Alexa a Google Home) nei settori del retail, dei servizi e del commercio.

5° c

Macro-trend del digitale e l'arte di connettere i puntini

Milano • 18 dicembre 2019 • Orario: 17.30 - 19.30

La società e il mercato sono in una fase di grande trasfor-

mazione e il digitale ne è uno dei motori principali. Le sue capacità di ottimizzare, ripensare o creare da zero toccano oramai ogni aspetto della vita umana. Risulta pertanto essenziale comprenderne le dinamiche e le principali ricadute. Ma non solo quelle positive che aprono opportunità di sviluppo. Vi è anche una crescente dimensione problematica – il lato oscuro del digitale – che sta emergendo e interferendo con lo sviluppo, l'uguaglianza, la democrazia e che è necessario comprendere quantomeno per non cadere nelle sue maglie. Non possiamo però fermarci alla semplice osservazione della dimensione tecnologica. I trend del digitale acquistano significato e valore quando vengono collegati con le altre dimensioni della società: economica, demografica, sociale/culturale, climatica. È quindi sempre più importante sviluppare nuove competenze di lettura del contesto che metta i manager in condizione di leggere gli indizi del futuro e saperli collegare in nuovi elementi di comprensione anche quando i legami e le coerenze non appaiono immediatamente.

6 CINCONTRO

Blockchain: come ripensare le catene del valore ed i modelli di business

Milano • 27 febbraio 2020 • Orario: 17.30 - 19.30

Il workshop illustra il fenomeno blockchain, a partire da una definizione dei confini di questa tecnologia per arrivare a sviluppare un ragionamento sugli impatti delle sue applicazioni sulle diverse filiere del commercio e dei servizi, tanto in uno scenario di disintermediazione che di reintermediazione di nuovi attori. Dai sistemi di pagamento alla certificazione delle filiere, dagli smart contract alle criptovalute, il seminario approfondirà la tematica delle Distributed Ledger Technology evidenziandone gli impatti per le aziende. Verrà illustrato il "sentiment" dei cosumatori rispetto a tale tecnologia, e verranno presentate le esperienze esistenti.