



“Associazione Nazionale”

Aziende Produttrici, Importatrici  
e Distributrici di prodotti e servizi  
dell'I.C.T.



Promuove e collabora  
all'organizzazione di



Aderente a



Confederazione Generale  
Italiana delle Imprese, delle  
Attività Professionali e  
del Lavoro Autonomo

Premio e-Proc



Via Sangro, 13/A – 20132 Milano  
telefono 02 28381307  
telefax 02 2841032  
E-Mail: segreteria@comufficio.it  
www.comufficio.it  
Codice Fiscale 01796460150  
Partita IVA 09556140151

N.I. 20/2015

**Ai Vendor ICT  
Agli Associati ICT  
Regione Lombardia  
Loro Sedi**

Milano, 26 febbraio 2015

**Oggetto: Master in “Analytics & Business Intelligence”**

Ci è gradito informare che **CEFRIEL**, centro di eccellenza per la ricerca, l'innovazione e la formazione **del Politecnico di Milano**, ci consente di poter avviare un **master in “Analytics & Business Intelligence”** che si pone l'obiettivo di formare **specialisti in grado di comprendere e gestire tutti gli aspetti e le problematiche legate alla disponibilità di un numero sempre più elevato di informazioni.**

Obiettivo del master è quello di fornire alle aziende gli strumenti necessari per affrontare questa sfida fondamentale in modo da poter estrarre conoscenza sintetica da tutti i dati a disposizione.

Saranno affrontate le tecniche di analisi dei dati, specialmente quelle basate sul data mining, che consentono l'estrazione automatica di conoscenza da grandi quantità di dati in modo interattivo e adattativo permettendo di costruire progressivamente modelli astratti che consentano di rappresentare correlazioni e dipendenze di varia natura presenti nei dati.

La scheda allegata precisa il percorso formativo del Master che è finalizzato alla **formazione** ed all'**occupazione dei giovani**, occupati in aziende lombarde e che abbiano domicilio in Lombardia, con un'età non superiore ai 29 anni e che siano dotate di un titolo di studio di laurea anche breve.

**L'aula formativa** dovrà avere un minimo di **15 partecipanti** rispondenti ai requisiti richiesti (età e titolo di studio) ed il percorso di formazione, **considerato di alto apprendistato, sarà realizzato nell'intervallo di due anni, con una frequenza massima di 2 giornate al mese, con finanziamento a costo zero.**

Invitiamo le Aziende a darci un segnale di interesse, a seguito del quale ci faremo premura di organizzare un incontro con i docenti del Politecnico di Milano per meglio definire l'articolazione del master.

In attesa di un Vostro riscontro, inviamo i migliori saluti.

Il Direttore Generale  
Fabrizio Venturini

Da ritornare via fax 02/28.41.032 – email: segreteria@comufficio.it

**Siamo interessati ed attendiamo approfondimenti:**

Ragione Sociale .....

Località..... Prov.....

Tel. .... e-mail .....

Data ..... Timbro e Firma .....

### **Obiettivi formativi:**

Il Master si propone di sviluppare le competenze relative alle tematiche:

- Business intelligence
- Gestione dei dati
- Analisi dei dati
- Data Mining
- Data Management
- Data Visualization

### **Si compone di tre aree:**

#### **Basic**

- Strategy and Marketing
- Accounting and Finance
- Management supply chain & HR
- IS Architecture (structure of an EnterpriseIS, building blocks, business processes and the IS, the ERP, information flows, concepts of business continuity)
- Mobile Technologies
- DBMS – DWH (Methods, architectures and tools of the traditional structured data processing approaches)
- Enabling infrastructure (the baseline of an IS: hardware, virtualization, networking, storage, datacenters)

#### **More Than Technology: Business & Personal Skills**

- BI & Analytics: what is it, why now the VUCA world (volatile, uncertain, complex, ambiguous); Analytics as a Strategy
- Analytics: the Big Picture, Data Visualization as a key enabler, Case Study on the impact and role of visualization
- More than Technology: Personal Skills required to be effective: Meeting Management; Active Listening; Situational Leadership Styles; the Power of Dialogue, Contextual intelligence
- Creating Strong Strategies – required for effective Analytics and beyond: What is a Strategy; what are the Pressures on Making Strong Strategies; why Strategies matter now more than ever
- Analytics 3 D: how Big Companies use Big Data; Data Types, the Data Environment
- Business Models: the key “differentiator” ; Business Models framework, types, and building blocks; case Studies
- Managing with Analytics

#### **Core: Technology**

- Data management – Pattern Recognition
- Exploratory Data Analysis – Data Mining
- Visualization
- Design Paradigm
- Development Strategies (mobile users)
- Online Analytical Processing
- Reporting, Cockpit, Corporate Performance Mng
- Big Data Technologies (operations)
- Architectural components of a big data infrastructure
- Hardware infrastructure, sizing and scaling
- The Hadoop stack and design principles
- Implementing and managing a big data system
- Other data processing technologies
- Semantic Web Technologies
- Natural language processing
- Indexing and index search