



Report del Comitato d'Indirizzo del corso di studi in Management and Artificial Intelligence del 2 dicembre 2024

Il giorno 2 dicembre 2024, a seguito di regolare invito trasmesso via e-mail, si è tenuto in modalità telematica l'incontro del Comitato d'Indirizzo del corso di studi di Management and Artificial Intelligence con il seguente ordine del giorno:

1. Presentazione offerta formativa a.a. 2025/2026
2. Varie ed eventuali

Presenti:

Nominativo	Qualifica
Irene Finocchi	Direttrice del Corso di Studi
Arturo Iannotti	Head of Market Analysis & Competitive Intelligence - Poste Italiane
Alice Guidotti	ICT Expert - Banca D'Italia
Andrea Marcoccia	Rappresentante Studenti CdS
Francesca Berti	Program Manager del Corso di Studi

Prende la parola il Direttore del Corso di Studi, Prof.ssa Irene Finocchi che ringrazia i presenti per il prezioso contributo sempre fornito a supporto dell'Ateneo.

1. Presentazione offerta formativa a.a. 2025/2026

La Prof.ssa Finocchi ha aperto i lavori ringraziando i presenti per il continuo supporto e il prezioso contributo fornito al Corso di Studi e all'Ateneo. Successivamente, ha illustrato le principali novità dell'offerta formativa e il piano didattico.

È stato sottolineato che, a partire da quest'anno, il corso ha assunto la nuova denominazione di *Management and Artificial Intelligence*, a seguito di un approfondito redesign del programma volto a integrare competenze manageriali con quelle relative all'intelligenza artificiale. Questo cambiamento è stato accompagnato da un significativo incremento delle immatricolazioni, che hanno raggiunto quota 125, con una crescita del 25% rispetto all'anno accademico precedente e un aumento degli studenti internazionali.

Luiss
Libera Università Internazionale
degli Studi Sociali Guido Carli

Viale Romania 32, 00197 Roma
T +39 06 85 22 53 10
undergraduateschool@luiss.it

www.luiss.it

La Direttrice ha inoltre illustrato le modifiche apportate ai test di ammissione, ora semplificati e uniformati per studenti italiani e internazionali. È stata introdotta una procedura di ammissione diretta per i candidati in possesso di un punteggio SAT pari o superiore a 1.200, con l'obiettivo di attrarre studenti di elevato profilo accademico. Tali cambiamenti rendono probabile una riduzione di matricole il prossimo anno, ma è molto difficile fare previsioni.

La Direttrice passa poi ad illustrare una delle novità più rilevanti dell'offerta formativa, rappresentata dalla *Grand Challenge*, un progetto pratico di 4 crediti previsto per il secondo semestre del 2026. Questo progetto vedrà il coinvolgimento diretto di almeno tre o quattro aziende, che proporranno business case reali da risolvere con strumenti di intelligenza artificiale, in particolare tecniche di Machine Learning.

La Direttrice ritiene che la *Grand Challenge* potrebbe essere articolata in tre fasi:

1. **Presentazione dei casi:** Le aziende introdurranno i business case agli studenti.
2. **Sessione intermedia:** Monitoraggio dello stato di avanzamento dei progetti.
3. **Conclusione:** Presentazione finale delle soluzioni sviluppate dagli studenti.

L'offerta formativa è stata inoltre arricchita con nuovi corsi e un maggiore focus sull'innovazione tecnologica, inclusi argomenti quali Generative AI e Natural Language Processing.

Durante la discussione, il Dr. Arturo Iannotti ha descritto le esperienze di Poste Italiane nella collaborazione con le università, evidenziando l'utilità di database classificati per attività predittive. Tuttavia, ha posto l'accento sulla necessità di predisporre pacchetti di dati che siano utilizzabili in modo sicuro da soggetti terzi. La Direttrice si è mostrata entusiasta di questa prospettiva, sottolineando come tali collaborazioni possano arricchire l'esperienza formativa degli studenti.

Il rappresentante degli studenti, Andrea Marcoccia, ha proposto di suddividere la *Grand Challenge* in due fasi distinte, distribuite tra il primo e il secondo semestre, per favorire una gestione più efficace del lavoro e un coinvolgimento continuativo delle aziende. La Dr.ssa Alice Guidotti, da parte sua, ha chiesto ulteriori dettagli sulle modalità di collaborazione con le imprese, proponendo di definire linee guida chiare per agevolare la partecipazione.

Il Dr. Iannotti ha anche evidenziato il crescente ruolo di strumenti come ChatGPT nel marketing digitale. L'introduzione di funzionalità avanzate, come la ricerca integrata, potrebbe spostare quote significative del mercato pubblicitario da Google verso OpenAI. Questa evoluzione, ha osservato, rappresenta un'interessante area di studio per il Corso di Studi, che potrebbe esplorare le implicazioni economiche e strategiche di tali cambiamenti.

2. Varie ed eventuali

Tra i temi aggiuntivi discussi, si è riflettuto sull'importanza di incrementare la visibilità del corso tramite diversi canali, tra cui i social media. Il Dr. Iannotti ha chiesto suggerimenti per comunicare in maniera efficace il valore distintivo del programma, in particolare attraverso la promozione di esperienze pratiche come la *Grand Challenge* e la Direttrice si è resa disponibile a riflettere insieme per ideare strategie mirate a tale scopo.

L'incontro termina alle ore 15.30.