

PROGRAMMA DEL CORSO DI SPETTACOLO E ARTEFATTI DIGITALI

SETTORE SCIENTIFICO

L-ART/06

CFU

9

DESCRIZIONE

/**/

1 - LO SPETTACOLO. DEFINIZIONI E CARATTERISTICHE

2 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE CONVERSAZIONALE 3 - INFORMATION DISORDERS E ARTEFATTI DIGITALI: IL DISCORSO DELL'ODIO 4 - INFORMATION DISORDERS E ARTEFATTI DIGITALI: LE FAKE NEWS 5 - ARTEFATTI DIGITALI E FACT CHECKING 6 - IL METAVERSO 7 - SMART WORKING E ARTEFATTI DIGITALI 8 - I SISTEMI DI RACCOMANDAZIONE DEL VIDEO ON DEMAND 9 - IL VIDEO INTERATTIVO 10 - ARTEFATTI DIGITALI SONORI: I PODCAST 11 - BIG TECH. I GIGANTI DELLA COMUNICAZIONE 12 - L'EUROPA E LE BIG TECH 13 - FINTECH, GLI ARTEFATTI DIGITALI DELL'INNOVAZIONE FINANZIARIA 14 - INFORMATION DISORDERS GIOVANILI E ARTEFATTI DIGITALI: BULLISMO, CYBERBULLISMO, SEXTING 15 - ARTEFATTI DIGITALI VISUALI 16 - BIG DATA IN MODALITÀ IMMAGINE 17 - IL LAVORO NEGLI ARTEFATTI DIGITALI 18 - L'EUROPA DI FRONTE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE 19 - GLI ARTEFATTI DIGITALI DEL CONVERSATIONAL COMMERCE 20 - GLI ARTEFATTI DIGITALI DEL TURISMO 21 - GLI NFT - NON FUNGIBLE TOKENS 22 - GLI ARTEFATTI DIGITALI DELLA MODA 23 - DEEP WEB E DARK WEB 24 - DEEP LEARNING 25 - GAMIFICATION 26 - I BITCOIN 27 - LA BLOCKCHAIN 28 - CYBER SECURITY 29 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E GLI ARTEFATTI DIGITALI NEL COMPARTO HEALTHCARE 30 - I CONSUMI ENERGETICI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE: DAL TESTO ALL'IMMAGINE 31 - GLI ARTEFATTI DIGITALI E I CRITERI ESG 32 - CINEMA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE 33 - INTELLIGENZA ARTIFICIALE: CONTROLLO O AUTONOMIA NEGLI ARTEFATTI DIGITALI 34 - GLI ARTEFATTI DIGITALI DEL SETTORE AUTOMOTIVE 35 - GOOGLE BARD 36 - GLI ARTEFATTI DIGITALI VIDEO: ELOGIO DELLA BREVIÀ 37 - I SEMICONDUTTORI 38 - GLI ARTEFATTI DIGITALI DELLA LOGISTICA 39 - LA TUTELA DEI DATI PERSONALI (PRIVACY) DI FRONTE AGLI ARTEFATTI DIGITALI COMPLESSI 40 - REALTA' VIRTUALE E REALTA' AUMENTATA 41 - INTERNET OF THINGS 42 - PROGRAMMAZIONE: CONCETTI BASE 43 - GLI ARTEFATTI DIGITALI DEL GAMING 44 - IL MOTORE DI RICERCA BING 45 - LA GRAFICA NELLA PRODUZIONE DI ARTEFATTI DIGITALI 46 - COMPUTER VISION 1 - DALLA VISIONE NATURALE ALLA VISIONE ARTIFICIALE 47 - COMPUTER VISION 2. ELABORAZIONE E ANALISI 48 - TIKTOK E I SUOI ARTEFATTI DIGITALI 49 - GLI ARTEFATTI DEL GIORNALISMO TRA DIGITALIZZAZIONE DEI QUOTIDIANI E INTELLIGENZA ARTIFICIALE 50 - GLI ARTEFATTI DIGITALI NELLA TUTELA E CONSERVAZIONE AMBIENTALE 51 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E IL SUO IMPATTO SULL'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE. UN PRIMO APPROCCIO 52 - ARTEFATTI DIGITALI E ALGORETICA 53 - MUSEI E ARTEFATTI DIGITALI 54 - INSTAGRAM E I SUOI ARTEFATTI DIGITALI