

# 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 BREVITÀ
- 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

Il/La Docente si riserva la possibilità di modificare il programma didattico