



VENERDÌ CULTURALI

Venerdì 16/03/2018

INGRESSO LIBERO

FIDAF Via Livenza, 6 (traversa di Via Po)

dalle ore 17.00 alle 19.00

I Big Data e le informazioni digitali a sostegno delle indagini sociali e di promozione commerciale in ambito rurale

L'Istituto Nazionale di Sociologia Rurale ha identificato nei dati e nelle informazioni digitali provenienti da Internet e dai Social Network fonti utili a integrare, in modo veloce e sostenibile, le proprie ricerche finalizzate a comprendere le trasformazioni in atto nel mondo rurale e a sostenere le azioni commerciali di piccole e medie imprese di nicchia tipiche dei territori rurali.

In ambito socio demoscopico, le metodologie e le soluzioni tecnologiche impiegate permettono di integrare e sostenere le ricerche di tipo statistico, anticipando o confermando fenomeni evolutivi della società, avviando estesi processi di ascolto della popolazione e di condivisione delle informazioni. Tali metodologie permettono di individuare estese mappe emozionali che si manifestano in un numero molto ampio di lingue utilizzate nel nostro territorio nazionale.

In ambito commerciale le stesse metodologie e soluzioni tecnologiche, se opportunamente riadattate, possono permettere di identificare nicchie di domanda e offerta in ambito internazionale per le quali sostenere l'avvio di processi di marketing simbiotico.

Lucio Fumagalli

Vicepresidente e Segretario Generale dell'INSOR, dal 2015 ha assunto la responsabilità della conduzione dell'Istituto dove sta sviluppando nuove metodologie a sostegno delle aree di attività di ricerca.

Presidente di BAICR Cultura della Relazione insegna organizzazione della comunicazione e tecniche di marketing cooperativo o simbiotico in numerosi master universitari promossi dal BAICR con l'Università Tor Vergata di Roma e con il Politecnico di Milano. Laureato in Giurisprudenza presso l'Università Statale di Milano ha frequentato il Corso Biennale di Gestione Aziendale presso l'Università Bocconi di Milano e ha svolto una ampia attività professionale in Italia e all'Estero in diverse aziende tra cui Accenture. E' fondatore e presidente di 4changing spa.

A partire dai primi anni duemila, quando inizia la collaborazione con l'Università Sapienza di Roma, è impegnato nella identificazione delle metodologie e soluzioni anche tecnologiche che permettano ai soggetti sociali, culturali ed economici di ridotte dimensioni, tipici della realtà italiana e non solo, di trovare equilibrio, sostenibilità e sistemi di collaborazione anche nei nuovi contesti internazionali in forte evoluzioni globale.

[Programma](#)



Con il patrocinio di

