



UNIVERSITÀ
DI TORINO

DATI, INFORMAZIONE E CONOSCENZA

A cura di

Ph.D Luca Giraldi

5

v



DATO: è una **descrizione elementare**, spesso codificata, di un'informazione, un'entità, di un fenomeno, di una transazione, di un avvenimento o di altro.

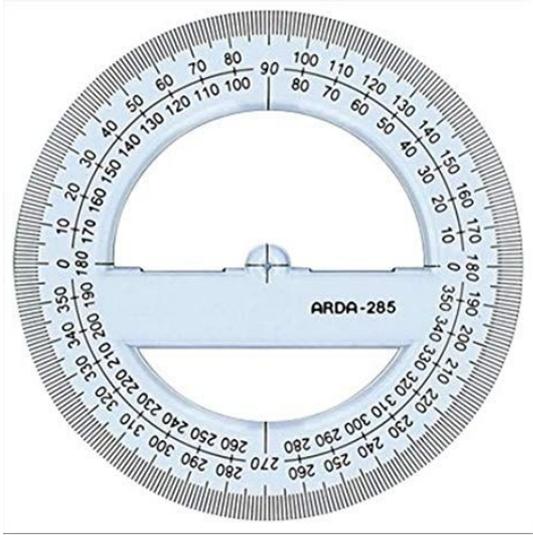
Sono **simboli che rappresentano fatti o eventi graficamente** (quindi in simboli) accaduti nelle organizzazioni o nell'ambiente, non ancora organizzati e classificati, in modo che gli utenti possano comprenderli e utilizzarli.

Sono dei simboli convenzionali che se considerati in modo autonomo non hanno un significato univoco.

I SATELLITI-SPIA VEDONO
TUTTO. PURTROPPO NON
CAPISCONO NIENTE.



5°



INFORMAZIONE: L'**informazione** è l'insieme di dati, correlati tra loro, con cui un'idea (o un fatto) prende forma ed è comunicata.

Definita anche come **rappresentazione dei fatti (dati) organizzati** in modo da essere comprensibili e **significativi per l'utente destinatario**, che è **l'uomo**.

I dati devono quindi essere inseriti in un determinato contesto, che consente di attribuire un significato unico e condiviso al dato.



35° .5

Body mode



Normothermia

32.0 to 37.4°C
(86.0 to 99.3°F)
Remind mom
can be reassured



**Temperature
is on high side**

37.5 to 37.9°C
(99.5 to 100.2°F)
Remind mom to
take care of her baby



Have a fever

38.0 to 42.9°C
(100.4 to 109.2°F)
Recommended treat-
ment as soon as possible



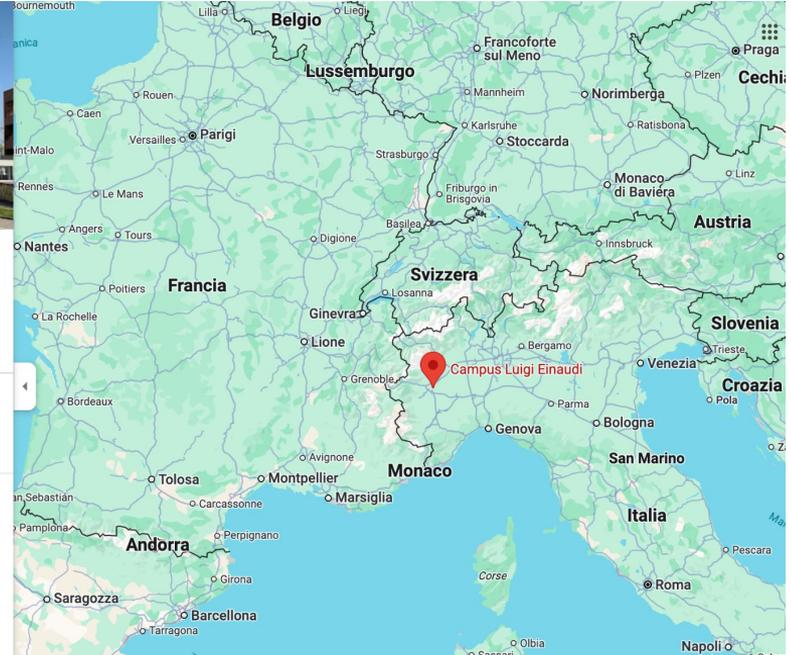
CONOSCENZA: La **conoscenza** è la consapevolezza e la comprensione di fatti, verità o informazioni ottenute attraverso l'esperienza.

É un' insieme di informazioni organizzate e elaborate al fine di diffondere comprensione, esperienza, accumulare culture e competenze relativamente a un problema o a un processo di business.

Le informazioni vengono elaborate al fine di ottenere implicazioni critiche e di riportare le esperienze e le competenze sviluppate in passato, accrescono sensibilmente la conoscenza organizzativa dei destinatari.



longitudine
7.6994089 e
latitudine
45.07349629999
9995



SAPIENZA: si definisce anche saggezza ed è una particolare connotazione o capacità propria di chi è in grado di valutare in modo corretto, prudente ed equilibrato le varie scelte e opportunità della vita, optando di volta in volta, innanzi alle varie perplessità, per quella che si riconosce essere quella più proficua secondo la conoscenza.

Esperienza e intuizione ne sono i cardini.

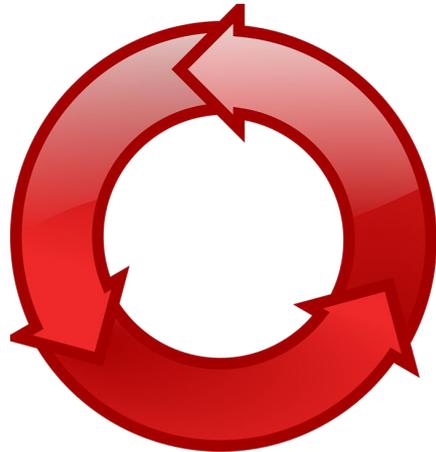
La sapienza è l'esperienza che accompagna la conoscenza e ci permette di fare le scelte migliori.

E' UN MONDO
SENZA
FUTURO.

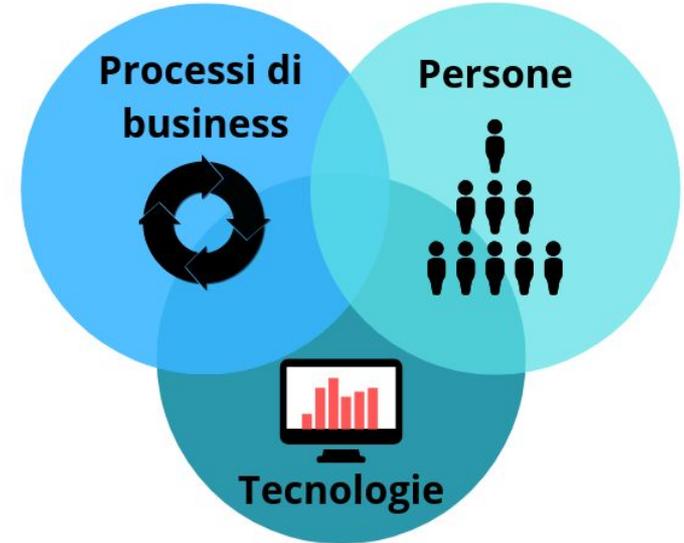
FINALMENTE
POSSIAMO
RILASSARCI.



Nei tempi più recenti della rivoluzione digitale, chiamiamo knowledge management quel filone di ricerca teorica e applicativa che sviluppa il ciclo della conoscenza all'interno di una comunità di pratica o d'apprendimento tramite strumenti dell'information technology.

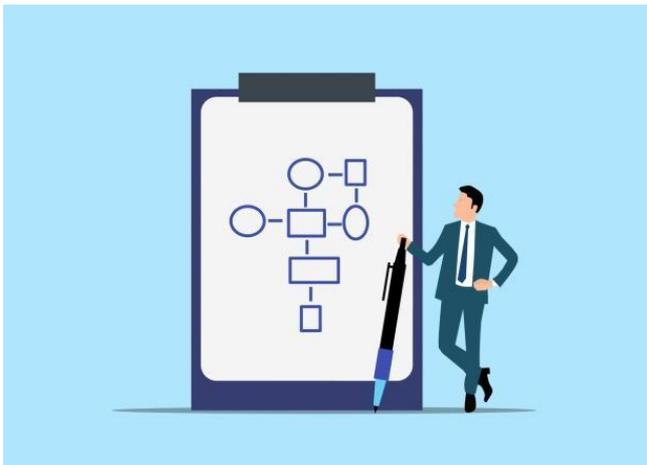


È una pratica gestionale a supporto della strategia aziendale, che ha come obiettivo la costruzione di un sapere diffuso all'interno dell'organizzazione e che richiede un approccio integrato, che tenga conto di tre categorie di variabili:
le persone, i processi e le tecnologie.





Rappresentano la componente più importante e critica del Knowledge Management, ed anche la più delicata, sulla quale intervenire. Sono titolari di gran parte del sapere e, in particolare, della “conoscenza tacita”, cioè di quel sapere (opposto alla conoscenza esplicita, che è oggettiva e può essere facilmente codificata e immagazzinata) che è esprimibile solo con l’azione (il “saper fare”) e che non può essere immagazzinato o gestito mediante sistemi informativi.



Il Knowledge Management è sottoposto alla tensione di due contraddittorie domande. Da una parte esso si adopera per rendere la conoscenza facilmente accessibile; dall'altra, spesso il valore stesso della conoscenza è incomprensibile al di fuori del particolare contesto in cui si è sviluppato. Occorre perciò comprendere quali processi di diffusione dell'informazione e quali processi di business siano abbastanza flessibili da consentire una soluzione di compromesso tra queste due tendenze.



Rappresenta sì un supporto essenziale al Knowledge Management, ma solo nella misura in cui si propone come un elemento che favorisce la condivisione e il trasferimento delle informazioni. La piattaforma tecnologica, in particolare deve supportare tre tipologie di processo:

- Knowledge Discovery – la ricerca di dati e informazioni al fine di consentire alle persone di svolgere in modo efficiente il proprio lavoro;
- Knowledge Organization – cioè la raccolta e la gestione di informazioni di tutti i tipi;
- Collaborative Knowledge Development – collaborazione tra le persone per realizzare progetti e sviluppare la conoscenza.



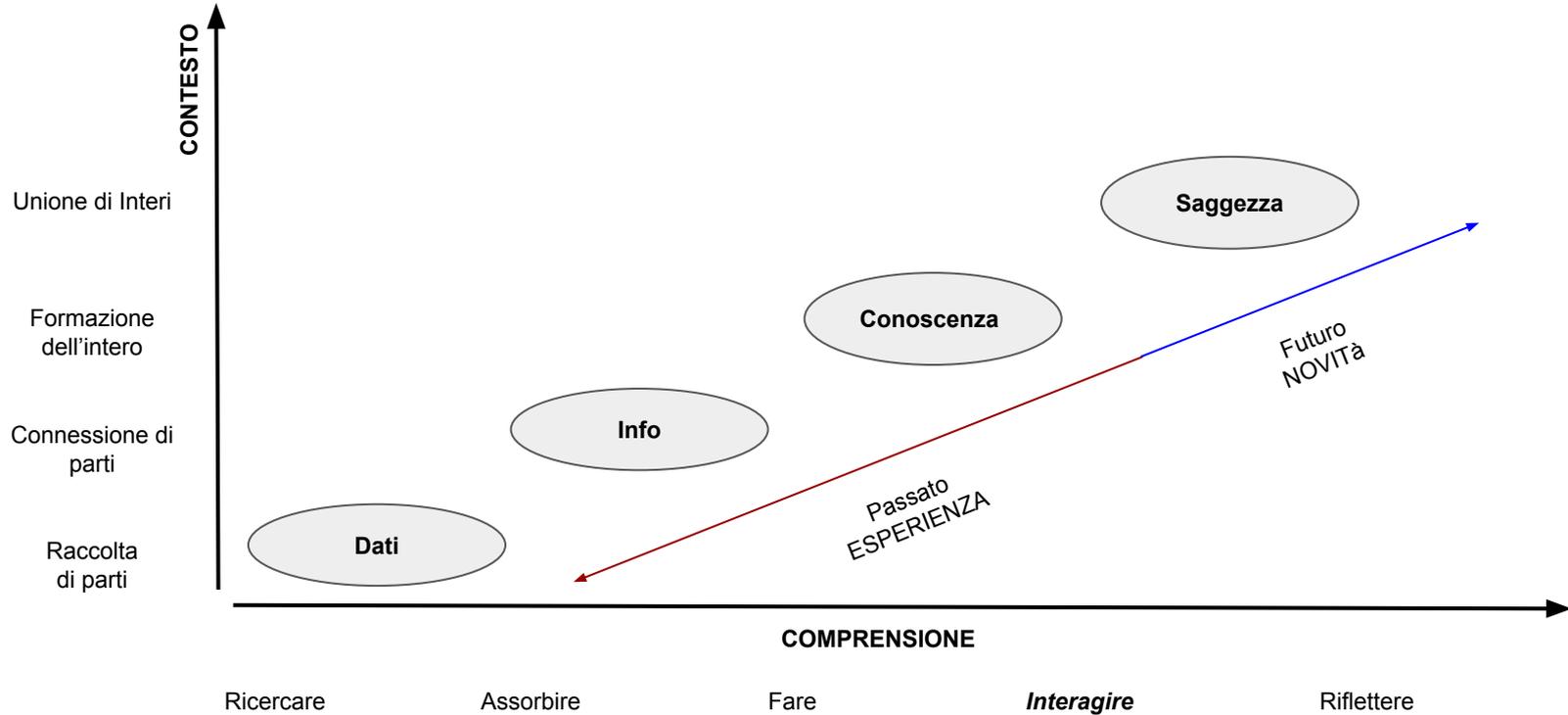
Il modello di trasformazione della conoscenza, attraverso passaggi di stato (di combinazione / conversione) da conoscenza tacita a conoscenza esplicita, rappresenta una teoria generale della creazione di conoscenza organizzativa, molto utilizzato anche da altri studiosi: la “spirale della conoscenza”.

Il nome deriva proprio dal fatto che questi processi sociali provocano dei passaggi da tacita ad esplicita e viceversa, con andamento a spirale. Il modello prevede quattro modalità di conversione nell'interazione tra conoscenza tacita e conoscenza esplicita:

- Socializzazione (da conoscenza tacita a tacita, in persone diverse che interagiscono)
- Esteriorizzazione o esternalizzazione (da conoscenza tacita a esplicita, tramite formalizzazione)
- Combinazione (da conoscenza esplicita a esplicita, tramite elaborazioni o semplici trasferimenti)
- Interiorizzazione (da conoscenza esplicita a tacita, tramite apprendimento e assimilazione)

IL PROCESSO DI CREAZIONE DELLA CONOSCENZA SECONDO NONAKA E TAKEUCHI





Dati:

- Mario; 12,00; 36,5; 9,00; 38,5

Informazione:

- Mario:

ora	temperatura
12.00	36.5
9.00	38.5

- La temperatura di Mario delle 12,00 è 36,5°; delle 9,00 è 38,5°

Conoscenza:

- la temperatura corporea di Mario è in calo, passando da 38,5 di tre ore fa a 36,5 di adesso

Saggezza:

- Mario non ha più la febbre il che mostrerebbe che l'infezione si sta risolvendo

Dati:

- Donna; 30-35; 200-250; scarpe; e-commerce

Informazione:

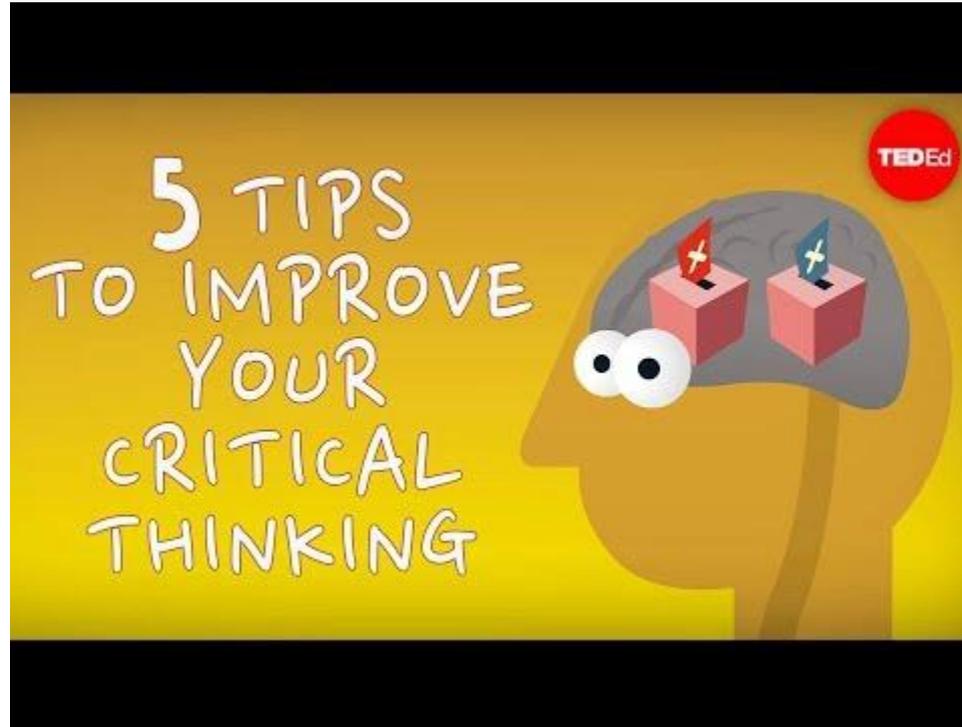
- Cliente: Donna, Anni 30-35 anni; scarpe tra i 200-250 euro; Canale: e-commerce

Conoscenza:

- Il target dell'azienda è la donna tra i 30-35 anni di età, ed ha un paniere di 200-250 per l'acquisto online delle scarpe

Saggezza:

- L'azienda implementa delle promozioni online per incentivare l'acquisto da parte del target



Il **pensiero critico** è un tipo di pensiero che si propone di raggiungere un giudizio attraverso processi mentali di discernimento, analisi, valutazione, inferenza, non disgiunti da spiegazioni delle considerazioni sulle quali si fonda quel giudizio. Comprende processi di riflessione su aree tangibili e intangibili con l'intento di formarsi un giudizio solido che riconcili l'evidenza empirica con il senso comune.

Il pensiero critico trae informazioni dall'osservazione, l'esperienza, il ragionamento o la comunicazione. Esso si fonda sul tentativo di andare al di là della parzialità del singolo soggetto: i suoi valori fondamentali sono la chiarezza, l'accuratezza, la precisione e l'evidenza.

Posto che il vero fulcro della logica è costituito dal ragionamento, dobbiamo chiederci **«che cosa significa ragionare?»**.

Ragionare è una attività che racchiude in sé un complesso e articolato ventaglio di abilità: usare le parole in senso proprio, costruire giudizi dotati di senso, compiere deduzioni corrette tra giudizi, decidere quali informazioni accettare e quali rifiutare e perché, valutare le ragioni degli altri e sforzarsi sempre di motivare le proprie idee e opinioni.



Mi viene offerta una mela.

Mi chiedo se è bene che la mangi.

[Analizzo la cosa]

Una mela non è un'arancia.

L'arancia mi ha dato acidità allo stomaco in altre occasioni, non così la mela, che ho sempre apprezzato per il gusto e le proprietà alimentari.

La mela che ho in mano si presenta sana e gustosa, come le tante altre che ho mangiato nel passato.

Conclusione: accetto la mela che mi viene offerta.





Il termine **big data** indica una raccolta di dati così estesa in termini di *volume*, *velocità* e *varietà* da richiedere tecnologie e metodi analitici specifici per l'estrazione di valore o conoscenza.

In ambito marketing, l'uso dei Big Data è familiare nella costruzione dei cosiddetti metodi di raccomandazione, come quelli utilizzati da Netflix e Amazon per fare proposte di acquisto sulla base degli interessi di un cliente rispetto a quelli di milioni di altri.



