

**Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE
DIGITALE
Digital Communication Design A.A. 2023/2024**

Titolo della tesi: Intelligenza artificiale per i social media e il digital marketing

Autore: Fabiola Zara

Abstract

Negli ultimi anni, l'intelligenza artificiale (d'ora in poi IA), ha rivoluzionato il panorama dei social media e del marketing, creando nuove opportunità per le aziende di capire, stimolare e influenzare le scelte dei consumatori in modo pervasivo. Attraverso l'analisi dei comportamenti degli utenti, l'IA offre strumenti potenti, ma solleva diversi interrogativi riguardo questioni etiche come la trasparenza degli algoritmi, la sicurezza dei dati personali e la necessità di evitare pregiudizi nei processi decisionali automatizzati. Le motivazioni che hanno portato a trattare questo argomento, derivano principalmente dal voler illustrare l'evoluzione dell'IA nel tempo, con un focus specifico sul suo utilizzo nei social media e nel marketing, analizzando le opportunità che offre e al contempo i rischi a cui si può essere esposti.

Nel primo capitolo, si esporrà la nascita dell'IA e verrà fatta una breve introduzione storica su come i social media e l'IA, abbiano trasformato il marketing tradizionale, considerando i lati positivi e negativi.

Nel secondo capitolo invece, verrà analizzato l'utilizzo dell'IA nelle piattaforme social per studiare il comportamento degli utenti, e capire come gli algoritmi siano vantaggiosi. Allo stesso tempo, verranno

sottolineate le preoccupazioni legate alla privacy e al rischio di manipolazione dei contenuti.

Nel terzo capitolo infine, verrà fatta una panoramica delle applicazioni dell'IA nel marketing, esplorando l'automazione, l'analisi predittiva e la personalizzazione delle campagne pubblicitarie. Un'ulteriore analisi verrà fatta riguardo le implicazioni etiche e le misure di regolamentazione per garantire un utilizzo responsabile dell'IA.