

Prefazione , di <i>Alfonso Siano</i>	pag.	11
Presentazione , di <i>Francesca Conte</i>	»	15
1. Industria 4.0 e Digital transformation	»	19
1.1. Introduzione	»	19
1.2. Industria 4.0: origine e definizione	»	21
1.3. <i>Digital transformation</i> e tecnologie abilitanti: riflessioni sulla comunicazione d'impresa	»	23
1.3.1. <i>Internet of Things</i>	»	26
1.3.2. Intelligenza artificiale e robotica collaborativa	»	27
1.3.3. <i>Cloud computing</i>	»	30
1.3.4. <i>Augmented e virtual reality</i>	»	32
1.3.5. Big Data analytics	»	33
1.3.6. 5G	»	35
1.4. Industria 4.0 in Italia	»	37
1.5. Concetti chiave del capitolo	»	40
2. Comunicazione digitale e Big Data	»	43
2.1. Introduzione	»	43
2.2. <i>Stakeholder relationship e data-driven communication</i>	»	43
2.2.1. <i>Data-driven supply chain</i> nella comunicazione di filiera	»	46
2.2.2. Ruolo dei Big Data nella <i>value chain</i>	»	47
2.2.3. <i>Data-driven human resource/talent management</i> nella comunicazione interna e di reclutamento	»	49
2.2.4. <i>Data-driven marketing</i>	»	51

2.3. Strategie di comunicazione personalizzata	pag.	52
2.4. Misurazione delle performance aziendali di comunicazione digitale	»	55
2.5. Competenze e figure professionali nella gestione dei Big Data	»	58
2.6. Concetti chiave del capitolo	»	61
3. Analisi empirica nel contesto italiano	»	63
3.1. Introduzione	»	63
3.2. <i>Research design</i>	»	63
3.3. Descrizione del campione: informazioni generali	»	67
3.4. Industria 4.0: stato di sviluppo, adozione delle tecnologie abilitanti e funzioni aziendali coinvolte	»	69
3.5. Big Data analytics per la comunicazione aziendale	»	72
3.5.1. Ruolo dei Big Data nelle attività strategiche e operative di comunicazione	»	73
3.5.2. Stato di implementazione e principali ostacoli per lo sviluppo dei Big Data analytics	»	75
3.5.3. Peculiarità dei Big Data: fonti di raccolta e caratteristiche di base	»	77
3.5.4. Finalità e obiettivi dell'analisi dei Big Data	»	78
3.5.5. Figure professionali responsabili della gestione dei Big Data e coinvolgimento della coalizione dominante	»	79
3.5.6. Competenze di digital analytics	»	81
3.6. Sviluppo dell'Industria 4.0: analisi intersettoriali	»	82
3.7. I Big Data nella <i>corporate communication</i> : analisi intersettoriali	»	88
3.8. Concetti chiave del capitolo	»	95
4. Implicazioni e conclusioni	»	97
4.1. Introduzione	»	97
4.2. Implicazioni e spunti di riflessione sull'Industria 4.0 in Italia	»	97
4.3. Implicazioni e considerazioni sulla <i>digital communication</i> in Italia	»	99
4.4. Prospettive intersettoriali	»	102
4.5. Limiti e ricerche future	»	104
4.6. Concetti chiave del capitolo	»	106

Bibliografia	pag.	107
Appendice I. Le imprese del report di Mediobanca che hanno partecipato all'indagine	»	125
Appendice II. Il questionario della <i>web survey</i>	»	128