
FELLOW

Business Data Analytics

DANIELE.TONINI@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Daniele Tonini è Academic Fellow presso l'Università Bocconi (Dipartimento di Decision Science, dal 2008) e SDA Bocconi School of Management (Decision Sciences & Business Analytics Faculty, dal 2016). È anche professore a contratto all'Università dell'Insubria (dal 2013) e Adjunct Professor alla Franklin University Switzerland (dal 2022). Attualmente insegna nei corsi di Statistica, Predictive Analytics for Data Driven Decision Making, Big Data e Databases, Market Research e Metodi quantitativi per il management.

Daniele è advisor e formatore esperto nel campo degli analytics avanzati e del machine learning. Negli ultimi 15 anni ha progettato e implementato sistemi di analisi predittiva, gestione della qualità dei dati e strumenti di reporting dinamico, principalmente per applicazioni di Customer Intelligence, Risk Management e Pricing.

Le sue competenze chiave e principali aree di interesse sono. Progettazione ed implementazione di sistemi analitici complessi; Analisi statistica avanzata e Machine Learning; Demand Planning e Time Series Forecasting; Data Modeling e gestione della qualità dei dati; Data Visualization e strumenti di reporting dinamico ed Analytics Project Management e Coordinamento team di data scientist.

Daniele ha conseguito una laurea in Economia presso l'Università Bocconi.

Ambito di insegnamento

Predictive Analytics

Time Series Analysis

Multivariate Models

Big & Small Data

Data Analysis Process

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

ARCARI A., PISTONI A., MORETTO E., OSSOLA P., TONINI D.

How Italian companies are monitoring innovation

Management Control, 2016, no. 2, pp.143-165

TONINI D.

Il valore dei dati nel manufacturing

Economia & Management, 2016, no. 5, pp.102-106

MOLTENI L., TONINI D.

L'impatto dei Big Data Analytics sulle decisioni manageriali. Stato dell'arte e prospettive in ambito europeo

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

TONINI D., TUSCOLANO F.

Le reti neurali, nascita, diffusione e funzionamento in *Quando ai manager danno i numeri. Come prendere decisioni nell'era dei Big Data*

L. Molteni, E. Borgonovo (a cura di), Egea, chap. 6, pp.93-112, 2020

TONINI D.

Nuove frontiere nelle ricerche di marketing: integrazione con i dati interni e i modelli di data mining in *Ricerche di Marketing*

L. Molteni, G. Troilo (a cura di), Egea, chap. 11, pp.447-462, 2012

Grants & Premi

Premio alla didattica - Undergraduate School - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2018
