

Master Specialistico

MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica

M S M B A I A P C



tech università
tecnologica

Master Specialistico MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-mba-intelligenza-artificiale-pratica-clinica

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 22

06

Struttura e contenuti

pag. 30

07

Metodologia

pag. 62

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 70

09

Direzione del corso

pag. 74

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 94

11

Benefici per la tua azienda

pag. 98

12

Titolo

pag. 102

01 Benvenuto

L'Organizzazione Mondiale della Sanità riconosce, in un recente rapporto, il potenziale dell'Intelligenza Artificiale nel campo della salute. Questa organizzazione sottolinea che i suoi strumenti tecnologici contribuiscono a rafforzare le sperimentazioni cliniche, migliorando al contempo la diagnosi medica e offrendo l'opportunità di progettare trattamenti personalizzati. Tuttavia, esorta i professionisti ad utilizzare questi meccanismi in modo responsabile e a considerare i rischi che essi comportano per la sicurezza dei pazienti e dell'ambiente. In questo contesto, TECH presenta un corso post-laurea rivolto ad esperti che approfondirà gli aspetti chiave per l'implementazione dell'MBA in Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica. Inoltre, viene insegnato in un comodo formato online al 100%.



Master Specialistico MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica
TECH Università Tecnologica



“

Avrai le tecniche più avanzate in Intelligenza Artificiale per diagnosticare le malattie in modo efficiente e precoce, contribuendo a migliorare la qualità della vita dei pazienti”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera al 100% in modalità online. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'Università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multivideo interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95 % | degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i seguenti:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, tenendo conto delle diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti grazie a un personale docente di reputazione internazionale.

04 Obiettivi

La premessa del presente Master Specialistico è quella di dotare i professionisti degli strumenti e delle tecniche più innovative in materia di Intelligenza Artificiale per implementarle nella loro Pratica Clinica. Attraverso questo programma, gli studenti padroneggeranno i principi fondamentali di questo campo tecnologico in piena espansione, compresi aspetti come le reti neurali. In questo modo, le procedure verranno applicate negli ambienti clinici per contribuire significativamente alla personalizzazione della cura del paziente, alla previsione dei risultati medici e alla gestione dei dati. Gli specialisti acquisiranno anche competenze per lavorare con dati clinici, sviluppare modelli predittivi e implementare soluzioni all'avanguardia con l'Intelligenza Artificiale.



“

Una qualifica universitaria rigorosa e con una visione scientifica con la quale approfondirai il calcolo bioispirato per risolvere problemi di ottimizzazione in un'ampia varietà di campi come l'Ingegneria”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica preparerà lo studente a:

01

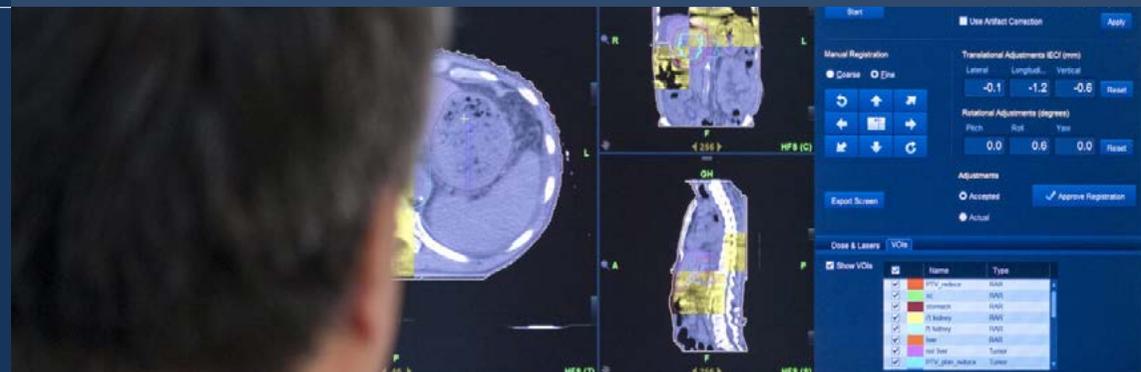
Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri dell'alta direzione

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

Sviluppare le principali competenze di leadership che devono possedere i professionisti in attività



03

Approfondire i criteri di sostenibilità stabiliti dagli standard internazionali quando si sviluppa un piano aziendale

05

Incoraggiare la creazione di strategie aziendali che stabiliscono il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi

06

Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

08

Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza imprenditoriale



09

Capire il modo migliore per gestire le risorse umane dell'azienda, ottenendo migliori prestazioni delle stesse a favore dei benefici dell'azienda

07

Lavorare in modo più efficace, agile e in linea con le nuove tecnologie e strumenti attuali

10

Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del proprio messaggio da parte dei membri del gruppo a cui appartiene

11

Comprendere l'ambiente economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie adeguate per anticipare i cambiamenti

12

Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda

13

Comprendere le operazioni logistiche necessarie nell'ambiente aziendale per sviluppare un'adeguata gestione delle stesse

14

Applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda

15

Attuare una strategia di marketing che permetta di far conoscere il proprio prodotto ai potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata dell'azienda



16

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: progettazione, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

18

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti

19

Stabilire le linee guida appropriate per l'adattamento dell'azienda ai cambiamenti della società

17

Essere in grado di distribuire i di carichi di lavoro di risorse condivise su più progetti

20

Proporre un modello aziendale dinamico che supporti la loro crescita nelle risorse immateriali



21

Comprendere le basi teoriche dell'Intelligenza Artificiale

22

Studiare i diversi tipi di dati e comprendere il ciclo di vita dei dati

23

Valutare il ruolo cruciale dei dati nello sviluppo e nell'implementazione di soluzioni di Intelligenza Artificiale

24

Approfondire la comprensione degli algoritmi e della complessità per la risoluzione di problemi specifici

25

Esplorare le basi teoriche delle reti neurali per lo sviluppo del *Deep Learning*



26

Analizzare il bio-inspired computing e la sua rilevanza per lo sviluppo di sistemi intelligenti

28

Ottenere una visione completa della trasformazione della ricerca clinica attraverso l'IA, dalle sue basi storiche alle attuali applicazioni.

29

Imparare metodi efficaci per integrare i dati eterogenei nella ricerca clinica, tra cui elaborazione del linguaggio naturale e visualizzazione avanzata dei dati

27

Analizzare le attuali strategie di Intelligenza Artificiale in vari campi, identificando opportunità e sfide

30

Acquisire una solida conoscenza della convalida dei modelli e della simulazione in ambito biomedico, esplorando l'uso di dataset sintetici e applicazioni pratiche di IA nella ricerca della salute



05

Competenze

Questo Master Specialistico rappresenterà un prima e un dopo nel percorso professionale degli studenti. Grazie a questo titolo universitario, i professionisti raccoglieranno, puliranno ed elaboreranno grandi insiemi di dati clinici utilizzando gli strumenti più sofisticati dell'Intelligenza Artificiale. Inoltre, acquisiranno competenze pratiche per sviluppare e valutare modelli predittivi utilizzando algoritmi di apprendimento automatico. In questo modo, gli esperti potranno prevedere diagnosi mediche, offrire trattamenti personalizzati e analizzare le risposte dei pazienti alle terapie applicate. Saranno anche altamente qualificati per sviluppare soluzioni innovative, volte a migliorare questioni come gli interventi basati sull'Intelligenza Artificiale.



“

Raggiungerai i tuoi obiettivi professionali con questo programma unico, che ti fornirà le competenze tecnologiche più richieste dal mercato nel campo della Pratica Clinica”

01

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

04

Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda

02

Applicare le metodologie di gestione Lean

03

Gestire correttamente il team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

05

Gestire strumenti e metodi per la manipolazione e il migliore utilizzo dei dati, per la consegna di risultati comprensibili per il destinatario finale



06

Controllare i processi di logistica, gli acquisti e l'approvvigionamento dell'azienda

08

Implementare le chiavi per una gestione di successo di R&S+I nelle organizzazioni

09

Applicare le strategie più adeguate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi di informazione

10

Elaborare e condurre piani di marketing



11

Sviluppare metriche di raggiungimento degli obiettivi associate a una strategia di marketing digitale e analizzarle su dashboard digitali

14

Impegnarsi per lo sviluppo sostenibile dell'azienda, evitando impatti ambientali

12

Impegno per l'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda

13

Guidare i diversi progetti dell'azienda, a partire dalla definizione di quando dare priorità e ritardare il suo sviluppo all'interno di un'organizzazione

15

Padroneggiare le tecniche di data mining, tra cui la selezione, la pre-elaborazione e la trasformazione di dati complessi



16

Progettare e sviluppare sistemi intelligenti in grado di apprendere e adattarsi ad ambienti mutevoli

18

Utilizzare *Autoencoder*, *GAN* e modelli di diffusione per risolvere sfide specifiche di Intelligenza Artificiale



19

Implementare una rete encoder-decoder per la traduzione automatica neurale

17

Controllare gli strumenti di apprendimento automatico e la loro applicazione nel data mining per il processo decisionale

20

Applicare i principi fondamentali delle reti neurali per risolvere problemi specifici

21

Utilizzare strumenti, piattaforme e tecniche di IA, dall'analisi dei dati all'applicazione delle reti neurali e della modellazione predittiva

24

Studiare linguaggi e software per la creazione di ontologie, utilizzando strumenti specifici per lo sviluppo di modelli semantici

22

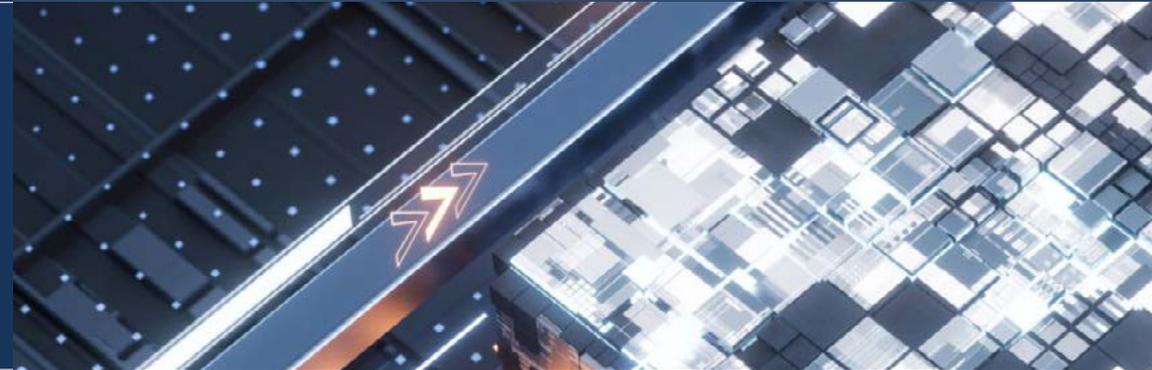
Applicare modelli computazionali per simulare processi biologici e risposte ai trattamenti, utilizzando l'IA per migliorare la comprensione di complessi fenomeni biomedici

23

Affrontare le sfide contemporanee in campo biomedico, compresa la gestione efficiente degli studi clinici e l'applicazione dell'IA in immunologia

25

Sviluppare tecniche di pulizia dei dati per garantire la qualità e l'accuratezza delle informazioni utilizzate nelle analisi successive



26

Padroneggiare strumenti, piattaforme e tecniche di IA nella ricerca clinica, dall'analisi dei dati all'applicazione delle reti neurali e della modellazione predittiva

28

Applicare le tecnologie di sequenziamento genomico e analisi dei dati con IA

29

Utilizzare l'IA nell'analisi delle immagini biomediche

27

Applicare modelli computazionali per simulare i processi biologici, malattie e le risposte ai trattamenti, utilizzando gli strumenti di IA per migliorare la comprensione e rappresentazione di fenomeni biomedici complessi

30

Acquisire competenze in visualizzazione avanzata ed efficace comunicazione di dati complessi, con particolare attenzione allo sviluppo di strumenti basati su IA



06

Struttura e contenuti

Questo MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica è composto da 30 moduli completi e aggiornati, che offriranno materiali didattici di prima qualità per dare agli studenti una comprensione completa su questo settore. In questo modo, la qualifica comprenderà argomenti dedicati all'algorithmia, ai sistemi intelligenti e all'apprendimento automatico. In questo modo, gli studenti applicheranno con immediatezza queste tecniche avanzate alla loro pratica quotidiana per arricchire i loro progetti. Il programma affronterà anche aspetti quali le reti neurali, l'addestramento dei modelli, la deep computer vision o l'elaborazione del linguaggio naturale.



“

Approfondirai il Data Mining per scoprire modelli o tendenze che risultino utili al processo decisionale, grazie a questo Master Specialistico 100% online”

Piano di studi

L'MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica di TECH Università Tecnologica è un programma intenso che prepara il professionista ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali, sia a livello nazionale che internazionale. I suoi contenuti sono pensati per incoraggiare lo sviluppo di competenze organizzative che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, ottenendo un apprendimento di alta qualità che potrà essere applicato successivamente alla sua pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni reali di business.

Questo programma tratta in profondità le principali aree dell'Intelligenza Artificiale ed è progettato per consentire ai dirigenti di comprendere la sua applicabilità nella Pratica Clinica da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per gli studenti, focalizzato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo dell'Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica. Un programma che comprende le esigenze del candidato e della propria azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze e supportati dalla migliore metodologia didattica e da un personale docente d'eccezione, che fornirà le competenze necessarie per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

| | |
|------------------|--|
| Modulo 1 | Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa |
| Modulo 2 | Direzione strategica e <i>Management</i> Direttivo |
| Modulo 3 | Direzione del personale e gestione del talento |
| Modulo 4 | Direzione economico-finanziaria |
| Modulo 5 | Gestione di operazioni e logistica |
| Modulo 6 | Direzione dei sistemi di informazione |
| Modulo 7 | Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa |
| Modulo 8 | Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale |
| Modulo 9 | Innovazione e Direzione dei Progetti |
| Modulo 10 | <i>Management</i> Direttivo |
| Modulo 11 | Fondamenti di Intelligenza Artificiale |
| Modulo 12 | Tipi e cicli di vita del dato |
| Modulo 13 | Il dato nell'Intelligenza Artificiale |
| Modulo 14 | Data Mining: Selezione, pre-elaborazione e trasformazione |
| Modulo 15 | Algoritmi e complessità nell'Intelligenza Artificiale |

| | |
|------------------|---|
| Modulo 16 | Sistemi Intelligenti |
| Modulo 17 | Apprendimento automatico e data mining |
| Modulo 18 | Le reti neurali, base del <i>Deep Learning</i> |
| Modulo 19 | Addestramento delle reti neurali profonde |
| Modulo 20 | Personalizzazione del modello e addestramento con <i>TensorFlow</i> |
| Modulo 21 | <i>Deep Computer Vision</i> con Reti Neurali Convoluzionali |
| Modulo 22 | Elaborazione del Linguaggio Naturale (NLP) con Reti Neurali Ricorrenti (RNN) e Assistenza |
| Modulo 23 | <i>Autoencoders, GANs</i> , e modelli di diffusione |
| Modulo 24 | Computazione bio-ispirata |
| Modulo 25 | Intelligenza Artificiale: Strategie e applicazioni |
| Modulo 26 | Diagnosi nella pratica clinica con IA |
| Modulo 27 | Trattamento e controllo del paziente con IA |
| Modulo 28 | Personalizzazione della salute mediante la IA |
| Modulo 29 | Analisi di <i>Big Data</i> nel settore sanitario con IA |
| Modulo 30 | Etica e regolamentazione nell'IA medica |

Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica completamente online. Durante i 2 anni di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

1.1. Globalizzazione e governance

- 1.1.1. Governance e Corporate Governance
- 1.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
- 1.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

1.2. Leadership

- 1.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 1.2.2. Leadership nelle imprese
- 1.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture
- 1.3.3. Gestione della diversità

1.4. Sviluppo manageriale e leadership

- 1.4.1. Concetto di sviluppo manageriale
- 1.4.2. Concetto di leadership
- 1.4.3. Teorie di leadership
- 1.4.4. Stili di leadership
- 1.4.5. L'intelligenza nella leadership
- 1.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

1.5. Etica d'impresa

- 1.5.1. Etica e morale

1.6. Sostenibilità

- 1.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Le imprese sostenibili

1.7. Responsabilità sociale d'impresa

- 1.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

1.8. Sistemi e strumenti di gestione responsabili

- 1.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 1.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 1.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 1.8.4. Strumenti e standard della RSC

1.9. Multinazionali e diritti umani

- 1.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 1.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 1.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

1.10. Ambiente legale e Corporate Governance

- 1.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 1.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 1.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 2. Direzione strategica e Management Direttivo**2.1. Analisi e struttura organizzativa**

- 2.1.1. Quadro concettuale
- 2.1.2. Fattori chiave nella progettazione organizzativa
- 2.1.3. Modelli organizzativi di base
- 2.1.4. Progettazione organizzativa: Tipologie

2.2. Strategia corporativa

- 2.2.1. Strategia aziendale competitiva
- 2.2.2. Strategie di crescita: Tipologie
- 2.2.3. Quadro concettuale

2.3. Pianificazione e formulazione strategica

- 2.3.1. Quadro concettuale
- 2.3.2. Elementi della pianificazione strategica
- 2.3.3. Formulazione strategica: Processo di pianificazione strategica

2.4. Pensieri strategici

- 2.4.1. L'impresa come sistema
- 2.4.2. Concetto di organizzazione

2.5. Diagnostico finanziario

- 2.5.1. Concetto di diagnosi finanziaria
- 2.5.2. Fasi della diagnosi finanziaria
- 2.5.3. Metodi di valutazione per la diagnosi finanziaria

2.6. Pianificazione e strategia

- 2.6.1. Il piano strategico
- 2.6.2. Posizionamento strategico
- 2.6.3. La strategia nell'impresa

2.7. Modelli e schemi strategici

- 2.7.1. Quadro concettuale
- 2.7.2. Modelli Strategici
- 2.7.3. Modelli Strategici: Le Cinque P della strategia

2.8. Strategia competitiva

- 2.8.1. Vantaggi competitivi
- 2.8.2. Scelta di una strategia competitiva
- 2.8.3. Strategie secondo il Modello dell'Orologio Strategico
- 2.8.4. Tipi di strategie in base al ciclo di vita del settore industriale

2.9. Direzione strategica

- 2.9.1. Il concetto di strategia
- 2.9.2. Il processo di direzione strategica
- 2.9.3. Approcci della direzione strategica

2.10. Implementazione della strategia

- 2.10.1. Sistema di indicatori e approccio per i processi
- 2.10.2. Mappa strategica
- 2.10.3. Allineamento strategico

2.11. Management Direttivo

- 2.11.1. Quadro concettuale del *management* direttivo
- 2.11.2. *Management* Direttivo. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

2.12. Comunicazione strategica

- 2.12.1. Comunicazione interpersonale
- 2.12.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 2.12.3. La comunicazione interna
- 2.12.4. Barriere per la comunicazione aziendale

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>3.1. Comportamento organizzativo</p> <p>3.1.1. Comportamento organizzativo: Quadro concettuale</p> <p>3.1.2. Principali fattori del comportamento organizzativo</p> | <p>3.2. Le persone nelle organizzazioni</p> <p>3.2.1. Qualità di vita lavorativa e benessere psicologico</p> <p>3.2.2. Lavoro in team e conduzione di riunioni</p> <p>3.2.3. Coaching e gestione di team</p> <p>3.2.4. Gestione dell'uguaglianza e della diversità</p> | <p>3.3. Direzione strategica del personale</p> <p>3.3.1. Direzione Strategica e Risorse Umane</p> <p>3.3.2. Management strategico del personale</p> | <p>3.4. Evoluzione delle Risorse: Una visione d'insieme</p> <p>3.4.1. L'importanza delle Risorse Umane</p> <p>3.4.2. Un nuovo ambiente per la gestione e la direzione delle persone</p> <p>3.4.3. Direzione strategica delle Risorse Umane</p> |
| <p>3.5. Selezione, dinamiche di gruppo e assunzioni delle Risorse Umane</p> <p>3.5.1. Approccio al reclutamento e alla selezione</p> <p>3.5.2. Il reclutamento</p> <p>3.5.3. Il processo di selezione</p> | <p>3.6. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze</p> <p>3.6.1. Analisi del potenziale</p> <p>3.6.2. Politiche di retribuzione</p> <p>3.6.3. Piani di avanzamento di carriera/successione</p> | <p>3.7. Valutazione e gestione del rendimento lavorativo</p> <p>3.7.1. Gestione del rendimento</p> <p>3.7.2. Gestione della prestazione lavorativa: Obiettivo e processo</p> | <p>3.8. Gestione della formazione</p> <p>3.8.1. Le teorie di apprendimento</p> <p>3.8.2. Individuazione e mantenimento dei talenti</p> <p>3.8.3. Gamification e gestione dei talenti</p> <p>3.8.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale</p> |
| <p>3.9. Gestione del talento</p> <p>3.9.1. Elementi chiave della gestione positiva</p> <p>3.9.2. Origine concettuale del talento e coinvolgimento nell'impresa</p> <p>3.9.3. Mappa dei talenti nell'organizzazione</p> <p>3.9.4. Costo e valore aggiunto</p> | <p>3.10. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale I</p> <p>3.10.1. Modelli di gestione del talento strategico</p> <p>3.10.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti</p> <p>3.10.3. Fedeltà e fidelizzazione</p> <p>3.10.4. Proattività e innovazione</p> | <p>3.11. Motivazione</p> <p>3.11.1. La natura della motivazione</p> <p>3.11.2. Teoria delle aspettative</p> <p>3.11.3. Teoria dei bisogni</p> <p>3.11.4. Motivazione e compensazione economica</p> | <p>3.12. Employer Branding</p> <p>3.12.1. <i>Employer branding</i> nella Risorse Umane</p> <p>3.12.2. <i>Personal Branding</i> per professionisti delle Risorse Umane</p> |
| <p>3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni</p> <p>3.13.1. I team ad alte prestazioni: I team autogestiti</p> <p>3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni</p> | <p>3.14. Sviluppo delle competenze manageriali</p> <p>3.14.1. Cosa sono le competenze manageriali?</p> <p>3.14.2. Elementi delle competenze</p> <p>3.14.3. Conoscenze</p> <p>3.14.4. Capacità di direzione</p> <p>3.14.5. Atteggiamenti e valori nei dirigenti</p> <p>3.14.6. Abilità manageriali</p> | <p>3.15. Gestione del tempo</p> <p>3.15.1. Benefici</p> <p>3.15.2. Quali possono essere le cause di una cattiva gestione del tempo?</p> <p>3.15.3. Tempo</p> <p>3.15.4. Le illusioni del tempo</p> <p>3.15.5. Attenzione e memoria</p> <p>3.15.6. Stato mentale</p> <p>3.15.7. Gestione del tempo</p> <p>3.15.8. Proattività</p> <p>3.15.9. Avere chiaro l'obiettivo</p> <p>3.15.10. Ordine</p> <p>3.15.11. Pianificazione</p> | <p>3.16. Gestione del cambiamento</p> <p>3.16.1. Gestione del cambiamento</p> <p>3.16.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento</p> <p>3.16.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento</p> |
| <p>3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti</p> <p>3.17.1. Negoziazione</p> <p>3.17.2. Gestione dei conflitti</p> <p>3.17.3. Gestione delle crisi</p> | <p>3.18. Comunicazione direttiva</p> <p>3.18.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese</p> <p>3.18.2. Dipartimento di Comunicazione</p> <p>3.18.3. Il responsabile della comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom</p> | <p>3.19. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali</p> <p>3.19.1. Gestione delle risorse umane e strumentazione</p> <p>3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro</p> | <p>3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento</p> <p>3.20.1. La produttività</p> <p>3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento</p> |

3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria

- 3.21.1. Compensazione monetaria vs. non monetaria
- 3.21.2. Modelli di categorie salariali
- 3.21.3. Modelli di compensazione non monetaria
- 3.21.4. Modelli di lavoro
- 3.21.5. Comunità aziendale
- 3.21.6. Immagine dell'impresa
- 3.21.7. Retribuzione emotiva

3.22. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale II

- 3.22.1. Innovazione nelle Organizzazioni
- 3.22.2. Nuove sfide del dipartimento di risorse umane
- 3.22.3. Gestione dell'innovazione
- 3.22.4. Strumenti per l'Innovazione

3.23. Gestione della conoscenza e del talento

- 3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento
- 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza

3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale

- 3.24.1. Il contesto socio-economico
- 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale
- 3.24.3. Nuove metodologie

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

4.1. Contesto economico

- 4.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario
- 4.1.2. Istituti finanziari
- 4.1.3. Mercati finanziari
- 4.1.4. Attivi finanziari
- 4.1.5. Altri enti del settore finanziario

4.2. Il finanziamento dell'azienda

- 4.2.1. Fonti di finanziamento
- 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento

4.3. Contabilità direttiva

- 4.3.1. Concetti di base
- 4.3.2. L'Attivo aziendale
- 4.3.3. Il Passivo aziendale
- 4.3.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 4.3.5. Il conto economico

4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi

- 4.4.1. Elementi di calcolo dei costi
- 4.4.2. Le spese nella contabilità generale e nella contabilità dei costi
- 4.4.3. Classificazione dei costi

4.5. Sistemi informativi e Business Intelligence

- 4.5.1. Concetto e classificazione
- 4.5.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 4.5.3. Scelta del centro di costi ed effetti

4.6. Bilancio e controllo di gestione

- 4.6.1. Il modello di bilancio
- 4.6.2. Bilancio del Capitale
- 4.6.3. Bilancio di Gestione
- 4.6.5. Bilancio del Tesoro
- 4.6.6. Controllo del bilancio

4.7. Gestione della tesoreria

- 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di di Manovra Necessario
- 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi
- 4.7.3. *Credit Management*

4.8. Responsabilità fiscali delle imprese

- 4.8.1. Nozioni fiscali di base
- 4.8.2. L'imposta sulle società
- 4.8.3. L'imposta sul valore aggiunto
- 4.8.4. Altre imposte connesse con l'attività commerciale
- 4.8.5. L'impresa come facilitatore del lavoro di Stato

4.9. Sistemi di controllo delle imprese

- 4.9.1. Analisi dei rendiconti finanziari
- 4.9.2. Il Bilancio aziendale
- 4.9.3. Il Conto di Perdite e Profitti
- 4.9.4. Lo Stato del Flusso di Cassa
- 4.9.5. Analisi di Ratio

4.10. Direzione Finanziaria

- 4.10.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
- 4.10.2. Dipartimento finanziario
- 4.10.3. Eccedenza di tesoreria
- 4.10.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 4.10.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

4.11. Pianificazione Finanziaria

- 4.11.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 4.11.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
- 4.11.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
- 4.11.4. La tabella *Cash Flow*
- 4.11.5. La tabella di flusso

4.12. Strategia finanziaria corporativa

- 4.12.1. Strategia corporativa e fonti di finanziamento
- 4.12.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese

4.13. Contesto macroeconomico

- 4.13.1. Contesto macroeconomico
- 4.13.2. Indicatori economici rilevanti
- 4.13.3. Meccanismi per il controllo di grandezze macroeconomiche
- 4.13.4. Cicli economici

4.14. Finanziamento strategico

- 4.14.1. Autofinanziamento
- 4.14.2. Aumento dei fondi propri
- 4.14.3. Risorse ibride
- 4.14.4. Finanziamenti tramite intermediari

4.15. Mercati monetari e di capitali

- 4.15.1. Il mercato monetario
- 4.15.2. Mercato a Reddito Fisso
- 4.15.3. Mercato a Reddito Variabile
- 4.15.4. Mercato Valutario
- 4.15.5. Mercati dei Derivati

4.16. Analisi e pianificazione finanziaria

- 4.16.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 4.16.2. Analisi del Conto Economico
- 4.16.3. Analisi del Rendimento

4.17. Analisi e risoluzione di casi/ problemi

- 4.17.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

Modulo 5. Gestione di operazioni e logistica

5.1. Direzione e Gestione delle Operazioni

- 5.1.1. La funzione delle operazioni
- 5.1.2. L'impatto delle operazioni sulla gestione delle imprese
- 5.1.3. Introduzione alla strategia delle operazioni
- 5.1.4. La direzione delle operazioni

5.2. Organizzazione industriale e logistica

- 5.2.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale
- 5.2.2. Dipartimento di logistica

5.3. Struttura e tipi di produzione (MTS, MTO, ATO, ETO, ecc.)

- 5.3.1. Sistemi di produzione
- 5.3.2. Strategia di produzione
- 5.3.3. Sistema di gestione di inventario
- 5.3.4. Indici di produzione

5.4. Struttura e tipi di approvvigionamento

- 5.4.1. Ruolo dell'approvvigionamento
- 5.4.2. Gestione dell'approvvigionamento
- 5.4.3. Tipi di acquisto
- 5.4.4. Gestione degli acquisti di un'azienda in modo efficiente
- 5.4.5. Fasi del processo decisionale dell'acquisto

5.5. Controllo economico degli acquisti

- 5.5.1. Influenza economica degli acquisti
- 5.5.2. Centro di costo
- 5.5.3. Bilancio
- 5.5.4. Preventivo vs spesa reale
- 5.5.5. Strumenti di controllo del preventivo

5.6. Controllo delle operazioni di magazzino

- 5.6.1. Controllo dell'inventario
- 5.6.2. Sistema di localizzazione
- 5.6.3. Tecniche di gestione dello stock
- 5.6.4. Sistemi di stoccaggio

5.7. Gestione strategica degli acquisti

- 5.7.1. Strategia aziendale
- 5.7.2. Pianificazione strategica
- 5.7.3. Strategia degli acquisti

5.8. Tipologie della Catena di Approvvigionamento (SCM)

- 5.8.1. Catena di approvvigionamento
- 5.8.2. Benefici della gestione della catena approvvigionamento
- 5.8.3. Gestione logistica nella catena di approvvigionamento

5.9. Supply Chain Management

- 5.9.1. Concetto di Gestione della Catena di Approvvigionamento (SCM)
- 5.9.2. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.9.3. Modelli di domanda
- 5.9.4. Strategia di trading e cambiamento

5.10. Interazioni della SCM con tutte le aree

- 5.10.1. Interazione della catena di approvvigionamento
- 5.10.2. Interazione della catena di approvvigionamento: Integrazione per parti
- 5.10.3. Problemi di integrazione della catena di approvvigionamento
- 5.10.4. Catena di approvvigionamento 4.0

5.11. Costi della Logistica

- 5.11.1. Costi logistici
- 5.11.2. Problemi dei costi logistici
- 5.11.3. Ottimizzazione dei costi logistici

5.12. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPI

- 5.12.1. Catena logistica
- 5.12.2. Redditività ed efficacia delle catene logistiche
- 5.12.3. Indici di redditività ed efficacia delle catene logistiche

| | | | |
|--|---|--|---|
| 5.13. Gestione dei processi 5.13.1. La gestione dei processi 5.13.2. Approccio basato sul processo: Mappa dei processi 5.13.3. Miglioramenti nella gestione dei processi | 5.14. Distribuzione e logistica di trasporto 5.14.1. Distribuzione della catena di approvvigionamento 5.14.2. Logistica dei Trasporti 5.14.3. Sistemi di informazione geografica a supporto della logistica | 5.15. Logistica e clienti 5.15.1. Analisi della domanda 5.15.2. Previsione della domanda e delle vendite 5.15.3. Pianificazione delle vendite e delle operazioni 5.15.4. Pianificazione partecipativa, previsione e rifornimento (CPFR) | 5.16. Logistica internazionale 5.16.1. Processi di esportazione e importazione 5.16.2. Dogana 5.16.3. Modi e mezzi di pagamento internazionale 5.16.4. Piattaforme logistiche a livello internazionale |
| 5.17. Outsourcing delle operazioni 5.17.1. Gestione delle operazioni e <i>Outsourcing</i> 5.17.2. Attuazione dell' <i>outsourcing</i> in ambienti logistici | 5.18. Competitività nelle operazioni 5.18.1. Gestione delle Operazioni 5.18.2. Competitività operativa 5.18.3. Strategia delle operazioni e vantaggi competitivi | 5.19. Gestione della qualità 5.19.1. Cliente interno e cliente esterno 5.19.2. Costi di qualità 5.19.3. Il miglioramento continuo e la filosofia di <i>Deming</i> | |

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

| | | | |
|--|---|--|--|
| 6.1. Ambienti tecnologici 6.1.1. Tecnologia e globalizzazione 6.1.2. Ambiente economico e tecnologia 6.1.3. Ambiente tecnologico e suo impatto nelle imprese | 6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda 6.2.1. Evoluzione del modello di IT 6.2.2. Organizzazione e dipartimento IT 6.2.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico | 6.3. Strategia aziendale e tecnologica 6.3.1. Creazione di valore per clienti e azionisti 6.3.2. Decisioni strategiche di SI/TI 6.3.3. Strategia aziendale vs strategia tecnologica e digitale | 6.4. Direzione di Sistemi Informativi 6.4.1. Corporate governance della tecnologia e i sistemi di informazione 6.4.2. Direzione dei sistemi di informazione nelle imprese 6.4.3. Dirigenti esperti di sistemi di informazione: Ruoli e funzioni |
| 6.5. Pianificazione strategica delle tecnologie d'informazione 6.5.1. Sistemi di informazione e strategia aziendale 6.5.2. Pianificazione strategica dei sistemi di informazioni 6.5.3. Fasi della pianificazione strategica dei sistemi di informazione | 6.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale 6.6.1. <i>Business Intelligence</i> 6.6.2. <i>Data Warehouse</i> 6.6.3. BSC o Scheda di Valutazione Bilanciata | 6.7. Esplorando le informazioni 6.7.1. SQL: Database relazionali. Concetti di base 6.7.2. Reti e comunicazioni 6.7.3. Sistema operativo: Modello di dati normalizzati 6.7.4. Sistema strategico: OLAP, modello multidimensionale e dashboard grafico 6.7.5. Analisi strategica di database e reporting | 6.8. Business Intelligence Aziendale 6.8.1. Il mondo del dato 6.8.2. Concetti rilevanti 6.8.3. Principali caratteristiche 6.8.4. Soluzioni nel mercato di oggi 6.8.5. Architettura globale di una soluzione BI 6.8.6. Sicurezza informatica in BI e <i>Data Science</i> |
| 6.9. Nuovo concetto aziendale 6.9.1. Perché BI? 6.9.2. Ottenere informazioni 6.9.3. BI nei diversi reparti dell'azienda 6.9.4. Ragioni per investire in BI | 6.10. Strumenti e soluzioni di BI 6.10.1. Come scegliere lo strumento migliore? 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview 6.10.4. Prometheus | 6.11. Pianificazione e direzione di un Progetto BI 6.11.1. Primi passi nella definire un progetto di BI 6.11.2. Soluzione BI per l'azienda 6.11.3. Requisiti e obiettivi | 6.12. Applicazioni di gestione aziendale 6.12.1. Sistemi di informazione e gestione aziendale 6.12.2. Applicazioni per la gestione aziendale 6.12.3. Sistemi <i>Enterprise Resource Planning</i> o ERP |

6.13. Trasformazione Digitale

- 6.13.1. Quadro concettuale della trasformazione digitale
- 6.13.2. Trasformazione digitale: elementi chiave, vantaggi e svantaggi
- 6.13.3. Trasformazione digitale nelle aziende

6.14. Tecnologie e tendenze

- 6.14.1. Principali tendenze nel settore della tecnologia che stanno cambiando i modelli di business
- 6.14.2. Analisi delle principali tecnologie emergenti

6.15. Outsourcing di TI

- 6.15.1. Struttura concettuale di *outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* di TI e il suo impatto nel business
- 6.15.3. Le chiavi per implementare progetti di *outsourcing* di TI

Modulo 7. Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa

7.1. Direzione commerciale

- 7.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
- 7.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 7.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

7.2. Marketing

- 7.2.1. Concetto di Marketing
- 7.2.2. Elementi base del Marketing
- 7.2.3. Attività di Marketing aziendale

7.3. Gestione strategica del Marketing

- 7.3.1. Concetto di Marketing strategico
- 7.3.2. Concetto di pianificazione strategica di Marketing
- 7.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di Marketing

7.4. Marketing online ed E-commerce

- 7.4.1. Obiettivi di Marketing Digitale e di E-commerce
- 7.4.2. Marketing digitale e media che utilizza
- 7.4.3. E-commerce: Contesto generale
- 7.4.4. Categorie dell'E-commerce
- 7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale

7.5. Managing Digital Business

- 7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media
- 7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale
- 7.5.3. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale

7.6. Marketing Digitale per rafforzare il marchio

- 7.6.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

7.7. Strategia di Marketing digitale

- 7.7.1. Definire la strategia del Digital Marketing
- 7.7.2. Creazione di una strategia di Marketing Digitale

7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti

- 7.8.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Ipersegmentazione

7.9. Gestione delle campagne digitali

- 7.9.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 7.9.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
- 7.9.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

7.10. Piano di Marketing Online

- 7.10.1. Che cos'è un piano di Marketing online?
- 7.10.2. Step per creare un piano di Marketing online
- 7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing online

7.11. Blended Marketing

- 7.11.1. Cos'è il *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline
- 7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di *Blended Marketing*
- 7.11.4. Caratteristiche di una strategia di *Blended Marketing*
- 7.11.5. Raccomandazioni in *Blended Marketing*
- 7.11.6. Vantaggi del *Blended Marketing*

7.12. Strategie di vendita

- 7.12.1. Strategie di vendita
- 7.12.2. Metodi di vendite

7.13. Comunicazione corporativa

- 7.13.1. Concetto
- 7.13.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
- 7.13.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
- 7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
- 7.13.5. Elementi della comunicazione
- 7.13.6. Problemi di comunicazione
- 7.13.7. Scenari di comunicazione

7.14. Strategia di comunicazione corporativa

- 7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane
- 7.14.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna
- 7.14.3. Il piano di comunicazione interna

7.15. Comunicazione e reputazione online

- 7.15.1. La reputazione online
- 7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 7.15.3. Strumenti di reputazione online
- 7.15.4. Rapporto sulla reputazione online
- 7.15.5. *Branding online*

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale**8.1. Ricerche di mercato**

- 8.1.1. Ricerche di mercato: Origine storica
- 8.1.2. Analisi ed evoluzione del quadro concettuale della ricerca di mercato
- 8.1.3. Elementi chiave e apporto di valore della ricerca di mercato

8.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

- 8.2.1. Dimensione del campione
- 8.2.2. Campionamento
- 8.2.3. Tipi di tecnica quantitativa

8.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

- 8.3.1. Tipi di ricerca qualitativa
- 8.3.2. Tecniche di ricerca qualitativa

8.4. Segmentazione dei mercati

- 8.4.1. Concetto di segmentazione del mercato
- 8.4.2. Utilità e requisiti della segmentazione
- 8.4.3. Segmentazione dei mercati di consumo
- 8.4.4. Segmentazione dei mercati industriali
- 8.4.5. Strategie di segmentazione
- 8.4.6. Segmentazione in base ai criteri del Marketing mix
- 8.4.7. Metodologia di segmentazione del mercato

8.5. Gestione di progetti di ricerca

- 8.5.1. La ricerca di mercato come processo
- 8.5.2. Le fasi di pianificazione della ricerca di Marketing
- 8.5.3. Fasi di esecuzione della ricerca di mercato
- 8.5.4. Gestione di un progetto di ricerca

8.6. La ricerca di mercati internazionali

- 8.6.1. Ricerca di mercati internazionali
- 8.6.2. Processo di ricerca di mercati internazionali
- 8.6.3. L'importanza delle fonti secondarie nella ricerca di mercati internazionali

8.7. Studi di fattibilità

- 8.7.1. Concetto e utilità
- 8.7.2. Schema di studio di fattibilità
- 8.7.3. Sviluppo di studio di fattibilità

8.8. Pubblicità

- 8.8.1. Contesto storico della pubblicità
- 8.8.2. Quadro concettuale per la Pubblicità: Principi, concetto di briefing e posizionamento
- 8.8.3. Agenzie pubblicitarie, agenzie di media e professionisti della pubblicità
- 8.8.4. Importanza della pubblicità nel mondo degli affari
- 8.8.5. Tendenze e sfide della pubblicità

8.9. Sviluppo del piano di Marketing

- 8.9.1. Concetto del piano di Marketing
- 8.9.2. Analisi e diagnosi della situazione
- 8.9.3. Decisioni strategiche di Marketing
- 8.9.4. Decisioni operative di Marketing

8.10. Strategie di promozione e merchandising

- 8.10.1. Comunicazione di marketing integrato
- 8.10.2. Piano di comunicazione pubblicitaria
- 8.10.3. Il *merchandising* come tecnica di comunicazione

8.11. Pianificazione dei media

- 8.11.1. Origine ed evoluzione della pianificazione dei media
- 8.11.2. Mezzi di comunicazione
- 8.11.3. Piano dei media

8.12. Fondamenti di direzione commerciale

- 8.12.1. Il ruolo della direzione commerciale
- 8.12.2. Sistemi di analisi della situazione concorrenziale commerciale impresa/mercato
- 8.12.3. Sistemi di pianificazione aziendale dell'azienda
- 8.12.4. Principali strategie competitive

8.13. Negoziazione commerciale

- 8.13.1. Negoziazione commerciale
- 8.13.2. Le questioni psicologiche della negoziazione
- 8.13.3. Principali metodi di negoziazione
- 8.13.4. Il processo di negoziazione

8.14. Processo decisionale nella gestione commerciale

- 8.14.1. Strategia commerciale e strategia competitiva
- 8.14.2. Modelli di processo decisionale
- 8.14.3. Analitica e strumenti per il processo decisionale
- 8.14.4. Comportamento umano nel processo decisionale

8.15. Direzione e gestione della rete di vendite

- 8.15.1. *Sales Management*: Direzione delle vendite
- 8.15.2. Reti al servizio dell'attività commerciale
- 8.15.3. Politiche di selezione e formazione di venditori
- 8.15.4. Sistemi di remunerazione delle reti commerciali interne ed esterne
- 8.15.5. Gestione del processo commerciale: Controllo e assistenza alle attività di marketing sulla base delle informazioni

8.16. Attuazione della funzione commerciale

- 8.16.1. Contrattazione di imprese proprie e agenti commerciali
- 8.16.2. Controllo dell'attività commerciale
- 8.16.3. Il codice deontologico del personale commerciale
- 8.16.4. Adempimento Normativo
- 8.16.5. Norme commerciali generalmente accettate

8.17. Gestione dei conti chiave

- 8.17.1. Concetto di gestione dei conti chiave
- 8.17.2. *Key Account Manager*
- 8.17.3. Strategia di gestione dei conti chiave

8.18. Gestione finanziaria e di budget

- 8.18.1. Il punto di pareggio
- 8.18.2. Il bilancio di vendita: Controllo di gestione e del piano annuale di vendite
- 8.18.3. Impatto finanziario delle decisioni strategiche commerciali
- 8.18.4. Gestione di ciclo, rotazioni, redditività e liquidità
- 8.18.5. Conto dei risultati

Modulo 9. Innovazione e Direzione dei Progetti

9.1. Innovazione

- 9.1.1. Introduzione all'innovazione
- 9.1.2. Innovazione nell'ecosistema delle imprese
- 9.1.3. Strumenti per il processo di innovazione aziendale

9.2. Strategia di innovazione

- 9.2.1. Intelligenza strategica dell'innovazione
- 9.2.2. Strategia di innovazione

9.3. *Project Management* nelle *Startup*

- 9.3.1. Concetto di *startup*
- 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
- 9.3.3. Fasi dello sviluppo di una *startup*
- 9.3.4. Il ruolo di un project manager in una *startup*

9.4. Progettazione e verifica del modello di business

- 9.4.1. Marco concettuale di un modello di business
- 9.4.2. Progettazione della valutazione del modello aziendale

9.5. Direzione e gestione di progetti

- 9.5.1. *Project Management*: identificazione delle opportunità per sviluppare progetti aziendali di innovazione
- 9.5.2. Fasi principali o fasi di direzione e gestione di progetti innovativi

9.6. La gestione del cambiamento nei progetti: Gestire l'aggiornamento professionale del personale

- 9.6.1. Concetto di gestione del cambiamento
- 9.6.2. Il Processo di gestione del cambiamento
- 9.6.3. Implementazione del cambiamento

9.7. Gestione della comunicazione di progetti

- 9.7.1. Gestione della comunicazione di progetti
- 9.7.2. Concetti chiave per la gestione della comunicazione
- 9.7.3. Tendenze emergenti
- 9.7.4. Adattamento alla squadra
- 9.7.5. Pianificare la gestione delle comunicazioni
- 9.7.6. Gestire le comunicazioni
- 9.7.7. Monitorare le comunicazioni

9.8. Metodologie tradizionali e innovative

- 9.8.1. Metodologie di innovazione
- 9.8.2. Principi di base dello Scrum
- 9.8.3. Differenze tra gli aspetti principali dello Scrum e delle metodologie tradizionali

9.9. Creazione di una startup

- 9.9.1. Creazione di una startup
- 9.9.2. Organizzazione e cultura
- 9.9.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le startup
- 9.9.4. Aspetti legali

9.10. Pianificazione della gestione dei rischi nei progetti

- 9.10.1. Pianificazione dei rischi
- 9.10.2. Elementi per creare un piano di gestione dei rischi
- 9.10.3. Strumenti per creare un piano di gestione di rischi
- 9.10.4. Contenuto del piano di gestione dei rischi

Modulo 10. Management Direttivo**10.1. General Management**

- 10.1.1. Concetto di General Management
- 10.1.2. L'azione del General Management
- 10.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 10.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

10.2. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci

- 10.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci

10.3. Direzione di operazioni

- 10.3.1. Importanza della direzione
- 10.3.2. La catena di valore
- 10.3.3. Gestione della qualità

10.4. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 10.4.1. Comunicazione interpersonale
- 10.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 10.4.3. Barriere nella comunicazione

10.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 10.5.1. Comunicazione interpersonale
- 10.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
- 10.5.3. La comunicazione nelle imprese
- 10.5.4. Strumenti nelle imprese

10.6. Comunicazione in situazioni di crisi

- 10.6.1. Crisi
- 10.6.2. Fasi della crisi
- 10.6.3. Messaggi: Contenuti e momenti

10.7. Preparazione di un piano di crisi

- 10.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 10.7.2. Pianificazione
- 10.7.3. Adeguatezza del personale

10.8. Intelligenza emotiva

- 10.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 10.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 10.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

10.9. Personal Branding

- 10.9.1. Strategie per sviluppare il personal branding
- 10.9.2. Leggi del branding personale
- 10.9.3. Strumenti per la costruzione di personal branding

10.10. Leadership e gestione di team

- 10.10.1. Leadership e stile di leadership
- 10.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 10.10.3. Gestione dei processi di cambiamento
- 10.10.4. Gestione di team multiculturali

Modulo 11. Fondamenti di Intelligenza Artificiale

11.1. Storia dell'Intelligenza Artificiale

- 11.1.1. Quando si è cominciato a parlare di Intelligenza Artificiale?
- 11.1.2. Riferimenti nel cinema
- 11.1.3. Importanza dell'Intelligenza Artificiale
- 11.1.4. Tecnologie che favoriscono e supportano l'Intelligenza Artificiale

11.2. Intelligenza artificiale nei giochi

- 11.2.1. Teoria dei giochi
- 11.2.2. Potenziamiento Minimax e Alfa-Beta
- 11.2.3. Simulazione: Monte Carlo

11.3. Reti neurali

- 11.3.1. Basi biologiche
- 11.3.2. Modello computazionale
- 11.3.3. Reti neurali supervisionate e non
- 11.3.4. Percettrone semplice
- 11.3.5. Percettrone multistrato

11.4. Algoritmi genetici

- 11.4.1. Storia
- 11.4.2. Base biologica
- 11.4.3. Codifica dei problemi
- 11.4.4. Generazione della popolazione iniziale
- 11.4.5. Algoritmo principale e operatori genetici
- 11.4.6. Valutazione degli individui: Fitness

11.5. Thesauri, vocabolari, tassonomie

- 11.5.1. Vocabolari
- 11.5.2. Tassonomie
- 11.5.3. Thesauri
- 11.5.4. Ontologie
- 11.5.5. Rappresentazione della conoscenza: Web semantico

11.6. Web semantico

- 11.6.1. Specifiche: RDF, RDFS e OWL
- 11.6.2. Inferenza/ragionamento
- 11.6.3. Linked Data

11.7. Sistemi esperti e DSS

- 11.7.1. Sistemi esperti
- 11.7.2. Sistemi di supporto decisionale

11.8. Chatbots e Assistenti Virtuali

- 11.8.1. Tipologie di assistenti: Assistente vocale e scritto
- 11.8.2. Parti fondamentali per lo sviluppo di un assistente: Intent, entità e flusso di dialogo
- 11.8.3. Integrazione: Web, Slack, Whatsapp, Facebook
- 11.8.4. Strumenti per lo sviluppo di un assistente: Dialog Flow, Watson Assistant

11.9. Strategia di implementazione dell'IA

11.10. Futuro dell'Intelligenza Artificiale

- 11.10.1. Comprendiamo come identificare emozioni tramite algoritmi
- 11.10.2. Creazione della personalità: Linguaggio, espressioni e contenuti
- 11.10.3. Tendenze dell'Intelligenza Artificiale
- 11.10.4. Riflessioni

Modulo 12. Tipi e cicli di vita del dato

12.1. La statistica

- 12.1.1. Statistica: Statistica descrittiva e deduzioni statistiche
- 12.1.2. Popolazione, campione, individuo
- 12.1.3. Variabili: Definizione, scale di misurazione

12.2. Tipi di dati statistici

- 12.2.1. Secondo la tipologia
 - 12.2.1.1. Quantitativi: dati continui e discreti
 - 12.2.1.2. Qualitativi: dati binominali, nominali e ordinali
- 12.2.2. Secondo la forma
 - 12.2.2.1. Numerici
 - 12.2.2.2. Testuali
 - 12.2.2.3. Logici
- 12.2.3. Secondo la fonte
 - 12.2.3.1. Primari
 - 12.2.3.2. Secondari

12.3. Ciclo di vita dei dati

- 12.3.1. Fasi del ciclo
- 12.3.2. Tappe del ciclo
- 12.3.3. Principi FAIR

12.4. Fasi iniziali del ciclo

- 12.4.1. Definizione delle mete
- 12.4.2. Determinazione delle risorse necessarie
- 12.4.3. Diagramma di Gantt
- 12.4.4. Struttura dei dati

12.5. Raccolta di dati

- 12.5.1. Metodologia di raccolta
- 12.5.2. Strumenti di raccolta
- 12.5.3. Canali di raccolta

12.6. Pulizia del dato

- 12.6.1. Fasi di pulizia dei dati
- 12.6.2. Qualità del dato
- 12.6.3. Elaborazione dei dati (con R)

12.7. Analisi dei dati, interpretazione e valutazione dei risultati

- 12.7.1. Misure statistiche
- 12.7.2. Indici di relazione
- 12.7.3. Data Mining

12.8. Archiviazione dei dati (Datawarehouse)

- 12.8.1. Elementi che lo integrano
- 12.8.2. Progettazione
- 12.8.3. Aspetti da considerare

12.9. Disponibilità del dato

- 12.9.1. Accesso
- 12.9.2. Utilità
- 12.9.3. Sicurezza

12.10. Aspetti normativi

- 12.10.1. Legge di protezione dei dati
- 12.10.2. Pratiche corrette
- 12.10.3. Altri aspetti normativi

Modulo 13. Il dato nell'Intelligenza Artificiale

13.1. Data Science

- 13.1.1. Data Science
- 13.1.2. Strumenti avanzati per i data scientist

13.2. Dati, informazioni e conoscenza

- 13.2.1. Dati, informazioni e conoscenza
- 13.2.2. Tipi di dati
- 13.2.3. Fonti di dati

13.3. Dai dati all'informazione

- 13.3.1. Analisi dei dati
- 13.3.2. Tipi di analisi
- 13.3.3. Estrazione di informazioni da un *Dataset*

13.4. Estrazione di informazioni tramite visualizzazione

- 13.4.1. La visualizzazione come strumento di analisi
- 13.4.2. Metodi di visualizzazione
- 13.4.3. Visualizzazione di un insieme di dati

13.5. Qualità dei dati

- 13.5.1. Dati di qualità
- 13.5.2. Pulizia di dati
- 13.5.3. Pre-elaborazione base dei dati

13.6. Dataset

- 13.6.1. Arricchimento del *Dataset*
- 13.6.2. La maledizione della dimensionalità
- 13.6.3. Modifica di un insieme di dati

13.7. Squilibrio

- 13.7.1. Squilibrio di classe
- 13.7.2. Tecniche di mitigazione dello squilibrio
- 13.7.3. Equilibrio di un *Dataset*

13.8. Modelli non supervisionati

- 13.8.1. Modelli non controllati
- 13.8.2. Metodi
- 13.8.3. Classificazione con modelli non controllati

13.9. Modelli supervisionati

- 13.9.1. Modelli controllati
- 13.9.2. Metodi
- 13.9.3. Classificazione con modelli controllati

13.10. Strumenti e buone pratiche

- 13.10.1. Buone pratiche per i data scientist
- 13.10.2. Il modello migliore
- 13.10.3. Strumenti utili

Modulo 14. Data Mining: Selezione, pre-elaborazione e trasformazione

14.1. Inferenza statistica

- 14.1.1. Statistica descrittiva e Inferenza statistica
- 14.1.2. Procedure parametriche
- 14.1.3. Procedure non parametriche

14.2. Analisi esplorativa

- 14.2.1. Analisi descrittiva
- 14.2.2. Visualizzazione
- 14.2.3. Preparazione dei dati

14.3. Preparazione dei dati

- 14.3.1. Integrazione e pulizia di dati
- 14.3.2. Standardizzazione dei dati
- 14.3.3. Trasformazione degli attributi

14.4. I valori mancanti

- 14.4.1. Trattamenti dei valori mancanti
- 14.4.2. Metodi di imputazione a massima verosimiglianza
- 14.4.3. Imputazione di valori mancanti mediante apprendimento automatico

14.5. Rumore nei dati

- 14.5.1. Classi di rumore e attributi
- 14.5.2. Filtraggio del rumore
- 14.5.3. Effetto del rumore

14.6. La maledizione della dimensionalità

- 14.6.1. *Oversampling*
- 14.6.2. *Undersampling*
- 14.6.3. Riduzione dei dati multidimensionali

14.7. Da attributi continui a discreti

- 14.7.1. Dati continui vs discreti
- 14.7.2. Processo di discretizzazione

14.8. I dati

- 14.8.1. Selezione dei dati
- 14.8.2. Prospettiva e criteri di selezione
- 14.8.3. Metodi di selezione

14.9. Selezione di istanze

- 14.9.1. Metodi per la selezione di istanze
- 14.9.2. Selezione di prototipi
- 14.9.3. Metodi avanzati per la selezione di istanze

14.10. Pre-elaborazione dei dati negli ambienti *Big Data*

Modulo 15. Algoritmi e complessità nell'Intelligenza Artificiale**15.1. Introduzione ai modelli di progettazione di algoritmi**

- 15.1.1. Risorse
- 15.1.2. Dividi e conquista
- 15.1.3. Altre strategie

15.2. Efficienza e analisi degli algoritmi

- 15.2.1. Misure di efficienza
- 15.2.2. Misurare l'ingresso di input
- 15.2.3. Misurare il tempo di esecuzione
- 15.2.4. Caso peggiore, migliore e medio
- 15.2.5. Notazione asintotica
- 15.2.6. Criteri di analisi matematica per algoritmi non ricorsivi
- 15.2.7. Analisi matematica per algoritmi ricorsivi
- 15.2.8. Analisi empirica degli algoritmi

15.3. Algoritmi di ordinamento

- 15.3.1. Concetto di ordinamento
- 15.3.2. Ordinamento delle bolle
- 15.3.3. Ordinamento per selezione
- 15.3.4. Ordinamento per inserimento
- 15.3.5. Ordinamento per fusione (*Merge_Sort*)
- 15.3.6. Ordinamento rapido (*Quick_Sort*)

15.4. Algoritmi con alberi

- 15.4.1. Concetto di albero
- 15.4.2. Alberi binari
- 15.4.3. Percorsi degli alberi
- 15.4.4. Rappresentare le espressioni
- 15.4.5. Alberi binari ordinati
- 15.4.6. Alberi binari bilanciati

15.5. Algoritmi con *Heaps*

- 15.5.1. Gli *Heaps*
- 15.5.2. L'algoritmo *Heapsort*
- 15.5.3. Code prioritarie

15.6. Algoritmi con grafi

- 15.6.1. Rappresentazione
- 15.6.2. Percorso in larghezza
- 15.6.3. Percorso in profondità
- 15.6.4. Ordinamento topologico

15.7. Algoritmi *Greedy*

- 15.7.1. La strategia *Greedy*
- 15.7.2. Elementi della strategia *Greedy*
- 15.7.3. Cambio valuta
- 15.7.4. Il problema del viaggiatore
- 15.7.5. Problema dello zaino

15.8. Ricerca del percorso minimo

- 15.8.1. Il problema del percorso minimo
- 15.8.2. Archi e cicli negativi
- 15.8.3. Algoritmo di Dijkstra

15.9. Algoritmi *Greedy* sui grafi

- 15.9.1. L'albero a sovrapposizione minima
- 15.9.2. Algoritmo di Prim
- 15.9.3. Algoritmo di Kruskal
- 15.9.4. Analisi della complessità

15.10. *Backtracking*

- 15.10.1. Il *Backtracking*
- 15.10.2. Tecniche alternative

Modulo 16. Sistemi intelligenti

16.1. Teoria degli agenti

- 16.1.1. Storia del concetto
- 16.1.2. Definizione di agente
- 16.1.3. Agenti nell'intelligenza artificiale
- 16.1.4. Agenti nell'ingegneria dei software

16.2. Architetture di agenti

- 16.2.1. Il processo di ragionamento dell'agente
- 16.2.2. Agenti reattivi
- 16.2.3. Agenti deduttivi
- 16.2.4. Agenti ibridi
- 16.2.5. Confronto

16.3. Informazione e conoscenza

- 16.3.1. Distinzione tra dati, informazioni e conoscenza
- 16.3.2. Valutazione della qualità dei dati
- 16.3.3. Metodi di raccolta dei dati
- 16.3.4. Metodi di acquisizione dei dati
- 16.3.5. Metodi di acquisizione della conoscenza

16.4. Rappresentazione della conoscenza

- 16.4.1. L'importanza della rappresentazione della conoscenza
- 16.4.2. Definire la rappresentazione della conoscenza attraverso i suoi ruoli
- 16.4.3. Caratteristiche di una rappresentazione della conoscenza

16.5. Ontologie

- 16.5.1. Introduzione ai metadati
- 16.5.2. Concetto filosofico di ontologia
- 16.5.3. Concetto informatico di ontologia
- 16.5.4. Ontologie di dominio ed ontologie di livello superiore
- 16.5.5. Come costruire un'ontologia?

16.6. Linguaggi ontologici e software per la creazione di ontologie

- 16.6.1. Triple RDF, *Turtle* e *N*
- 16.6.2. Schema *RDF*
- 16.6.3. *OWL*
- 16.6.4. *SPARQL*
- 16.6.5. Introduzione ai diversi strumenti per la creazione di ontologie
- 16.6.6. Installazione e utilizzo di *Protégé*

16.7. Sito web semantico

- 16.7.1. Lo stato attuale e il futuro del web semantico
- 16.7.2. Applicazioni del web semantico

16.8. Altri modelli di rappresentazione della conoscenza

- 16.8.1. Vocabolari
- 16.8.2. Panoramica
- 16.8.3. Tassonomie
- 16.8.4. Thesauri
- 16.8.5. Folksonomie
- 16.8.6. Confronto
- 16.8.7. Mappe mentali

16.9. Valutazione e integrazione delle rappresentazioni della conoscenza

- 16.9.1. Logica dell'ordine zero
- 16.9.2. Logica di prim'ordine
- 16.9.3. Logica descrittiva
- 16.9.4. Relazione tra i diversi tipi di logica
- 16.9.5. *Prolog*: programmazione basata sulla logica del primo ordine

16.10. Ragionatori semantici, sistemi basati sulla conoscenza e sistemi esperti

- 16.10.1. Concetto di ragionatore
- 16.10.2. Applicazioni di un ragionatore
- 16.10.3. Sistemi basati sulla conoscenza
- 16.10.4. *MYCIN*, storia dei sistemi esperti
- 16.10.5. Elementi e architettura dei sistemi esperti
- 16.10.6. Creazione di sistemi esperti

Modulo 17. Apprendimento automatico e data mining**17.1. Introduzione ai processi di scoperta della conoscenza e ai concetti di base dell'apprendimento automatico**

- 17.1.1. Concetti chiave dei processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.2. Prospettiva storica sui processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.3. Fasi dei processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.4. Tecniche utilizzate nei processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.5. Caratteristiche dei buoni modelli di apprendimento automatico
- 17.1.6. Tipi di informazioni sull'apprendimento automatico
- 17.1.7. Concetti di base dell'apprendimento
- 17.1.8. Concetti di base dell'apprendimento non supervisionato

17.2. Analisi e pre-elaborazione dei dati

- 17.2.1. Elaborazione dei dati
- 17.2.2. Trattamento dei dati nel flusso di analisi dei dati
- 17.2.3. Tipi di dati
- 17.2.4. Trasformazione dei dati
- 17.2.5. Visualizzazione ed esplorazione di variabili continue
- 17.2.6. Visualizzazione ed esplorazione di variabili categoriche
- 17.2.7. Misure di correlazione
- 17.2.8. Rappresentazioni grafiche più comuni
- 17.2.9. Introduzione all'analisi multivariata e alla riduzione delle dimensioni

17.3. Alberi decisionali

- 17.3.1. Algoritmo ID
- 17.3.2. Algoritmo C
- 17.3.3. Sovrallenamento e potatura
- 17.3.4. Analisi dei risultati

17.4. Valutazione dei classificatori

- 17.4.1. Matrici di confusione
- 17.4.2. Matrici di valutazione numerica
- 17.4.3. Statistica Kappa
- 17.4.4. La curva ROC

17.5. Regole di classificazione

- 17.5.1. Misure di valutazione delle regole
- 17.5.2. Introduzione alla rappresentazione grafica
- 17.5.3. Algoritmo di sovrapposizione sequenziale

17.6. Reti neurali

- 17.6.1. Concetti di base
- 17.6.2. Reti neurali semplici
- 17.6.3. Algoritmo di *Backpropagation*
- 17.6.4. Introduzione alle reti neurali ricorrenti

17.7. Metodi bayesiani

- 17.7.1. Concetti di base della probabilità
- 17.7.2. Teorema di Bayes
- 17.7.3. Naive Bayes
- 17.7.4. Introduzione alle reti bayesiane

17.8. Modelli di regressione e di risposta continua

- 17.8.1. Regressione lineare semplice
- 17.8.2. Regressione lineare multipla
- 17.8.3. Regressione logistica
- 17.8.4. Alberi di regressione
- 17.8.5. Introduzione alle macchine a vettori di supporto (SVM)
- 17.8.6. Misure di bontà di adattamento

17.9. Clustering

- 17.9.1. Concetti di base
- 17.9.2. *Clustering* gerarchico
- 17.9.3. Metodi probabilistici
- 17.9.4. Algoritmo EM
- 17.9.5. Metodo *B-Cubed*
- 17.9.6. Metodi impliciti

17.10. Estrazione di testi ed elaborazione del linguaggio naturale (NLP)

- 17.10.1. Concetti di base
- 17.10.2. Creazione del corpus
- 17.10.3. Analisi descrittiva
- 17.10.4. Introduzione alla sentiment analysis

Modulo 18. Le reti neurali, base del *Deep Learning*

18.1. Deep Learning

- 18.1.1. Tipi di Deep Learning
- 18.1.2. Applicazioni del Deep Learning
- 18.1.3. Vantaggi e svantaggi del Deep Learning

18.2. Operazioni

- 18.2.1. Somma
- 18.2.2. Prodotto
- 18.2.3. Trasporto

18.3. Livelli

- 18.3.1. Livello di input
- 18.3.2. Livello nascosto
- 18.3.3. Livello di output

18.4. Unione di livelli e operazioni

- 18.4.1. Progettazione dell'architettura
- 18.4.2. Connessione tra i livelli
- 18.4.3. Propagazione in avanti

18.5. Costruzione della prima rete neurale

- 18.5.1. Progettazione della rete
- 18.5.2. Impostare i pesi
- 18.5.3. Addestramento della rete

18.6. Trainer e ottimizzatore

- 18.6.1. Selezione dell'ottimizzatore
- 18.6.2. Ristabilire una funzione di perdita
- 18.6.3. Ristabilire una metrica

18.7. Applicazione dei Principi delle Reti Neurali

- 18.7.1. Funzioni di attivazione
- 18.7.2. Propagazione all'indietro
- 18.7.3. Regolazioni dei parametri

18.8. Dai neuroni biologici a quelli artificiali

- 18.8.1. Funzionamento di un neurone biologico
- 18.8.2. Trasferimento della conoscenza ai neuroni artificiali
- 18.8.3. Stabilire relazioni tra di essi

18.9. Implementazione di MLP (Perceptron multistrato) con Keras

- 18.9.1. Definizione della struttura di reti
- 18.9.2. Creazione del modello
- 18.9.3. Training del modello

18.10. Iperparametri di *Fine tuning* di Reti Neurali

- 18.10.1. Selezione della funzione di attivazione
- 18.10.2. Stabilire il *learning rate*
- 18.10.3. Regolazioni dei pesi

Modulo 19. Addestramento delle reti neurali profonde

19.1. Problemi di Gradiente

- 19.1.1. Tecniche di ottimizzazione gradiente
- 19.1.2. Gradienti Stocastici
- 19.1.3. Tecniche di inizializzazione del peso

19.2. Riutilizzo di strati pre-addestrati

- 19.2.1. Apprendimento di trasferimento della conoscenza
- 19.2.2. Estrazione delle caratteristiche
- 19.2.3. Deep Learning

19.3. Ottimizzatori

- 19.3.1. Ottimizzatori a discesa del gradiente stocastico
- 19.3.2. Ottimizzatori *Adam* e *RMSprop*
- 19.3.3. Ottimizzatori di momento

19.4. Programmazione del tasso di apprendimento

- 19.4.1. Controllo automatico del tasso di apprendimento
- 19.4.2. Cicli di apprendimento
- 19.4.3. Termini di lisciatura

19.5. Overfitting

- 19.5.1. Convalida incrociata
- 19.5.2. Regularizzazione
- 19.5.3. Metriche di valutazione

19.6. Linee guida pratiche

- 19.6.1. Progettazione dei modelli
- 19.6.2. Selezione delle metriche e dei parametri di valutazione
- 19.6.3. Verifica delle ipotesi

19.7. *Transfer Learning*

- 19.7.1. Apprendimento di trasferimento della conoscenza
- 19.7.2. Estrazione delle caratteristiche
- 19.7.3. Deep Learning

19.8. *Aumento dei dati*

- 19.8.1. Trasformazioni dell'immagine
- 19.8.2. Generazione di dati sintetici
- 19.8.3. Trasformazione del testo

19.9. Applicazione Pratica del *Transfer Learning*

- 19.9.1. Apprendimento di trasferimento della conoscenza
- 19.9.2. Estrazione delle caratteristiche
- 19.9.3. Deep Learning

19.10. Regularizzazione

- 19.10.1. L e L
- 19.10.2. Regularizzazione a entropia massima
- 19.10.3. *Dropout*

Modulo 20. Personalizzazione di Modelli e addestramento con *TensorFlow*

20.1. TensorFlow

- 20.1.1. Utilizzo della libreria *TensorFlow*
- 20.1.2. Addestramento dei modelli con *TensorFlow*
- 20.1.3. Operazioni grafiche su *TensorFlow*

20.2. TensorFlow e NumPy

- 20.2.1. Ambiente computazionale NumPy per *TensorFlow*
- 20.2.2. Utilizzo degli array NumPy con *TensorFlow*
- 20.2.3. Operazioni NumPy per i grafici di *TensorFlow*

20.3. Personalizzazione di modelli e algoritmi di addestramento

- 20.3.1. Costruire modelli personalizzati con *TensorFlow*
- 20.3.2. Gestione dei parametri di addestramento
- 20.3.3. Utilizzo di tecniche di ottimizzazione per l'addestramento

20.4. Funzioni e grafica di TensorFlow

- 20.4.1. Funzioni con *TensorFlow*
- 20.4.2. Utilizzo di grafici per l'addestramento dei modelli
- 20.4.3. Ottimizzazione dei grafici con le operazioni di *TensorFlow*

20.5. Caricamento e pre-elaborazione dei dati con TensorFlow

- 20.5.1. Caricamento di insiemi di dati con *TensorFlow*
- 20.5.2. Pre-elaborazione dei dati con *TensorFlow*
- 20.5.3. Utilizzo di strumenti di *TensorFlow* per la manipolazione dei dati

20.6. La API tfdata

- 20.6.1. Utilizzo dell'API *tfdata* per il trattamento dei dati
- 20.6.2. Costruzione di flussi di dati con *tfdata*
- 20.6.3. Uso dell'API *tfdata* per il training dei modelli

20.7. Il formato TFRecord

- 20.7.1. Utilizzo dell'API *TFRecord* per la serialità dei dati
- 20.7.2. Caricamento di file *TFRecord* con *TensorFlow*
- 20.7.3. Utilizzo di file *TFRecord* per l'addestramento dei modelli

20.8. Livelli di pre-elaborazione di Keras

- 20.8.1. Utilizzo dell'API di pre-elaborazione di Keras
- 20.8.2. Costruzione di *pipeline* di pre-elaborazione con Keras
- 20.8.3. Uso dell'API nella pre-elaborazione di Keras per il training dei modelli

20.9. Il progetto TensorFlow Datasets

- 20.9.1. Utilizzo di *TensorFlow Datasets* per la serialità dei dati
- 20.9.2. Pre-elaborazione dei dati con *TensorFlow Datasets*
- 20.9.3. Uso di *TensorFlow Datasets* per il training dei modelli

20.10. Costruire un'applicazione di Deep Learning con TensorFlow

- 20.10.1. Applicazione pratica
- 20.10.2. Costruire un'applicazione di *Deep Learning* con *TensorFlow*
- 20.10.3. Training dei modelli con *TensorFlow*
- 20.10.4. Utilizzo dell'applicazione per la previsione dei risultati

Modulo 21. Deep Computer Vision con Reti Neurali Convoluzionali

21.1. L'architettura Visual Cortex

- 21.1.1. Funzioni della corteccia visiva
- 21.1.2. Teoria della visione computazionale
- 21.1.3. Modelli di elaborazione delle immagini

21.2. Layer convoluzionali

- 21.2.1. Riutilizzo dei pesi nella convoluzione
- 21.2.2. Convoluzione D
- 21.2.3. Funzioni di attivazione

21.3. Livelli di raggruppamento e distribuzione dei livelli di raggruppamento con Keras

- 21.3.1. Pooling e Striding
- 21.3.2. Flattening
- 21.3.3. Tipi di Pooling

21.4. Architetture CNN

- 21.4.1. Architettura VGG
- 21.4.2. Architettura AlexNet
- 21.4.3. Architettura ResNet

21.5. Implementazione di una CNN ResNet utilizzando Keras

- 21.5.1. Inizializzazione dei pesi
- 21.5.2. Definizione del livello di input
- 21.5.3. Definizione di output

21.6. Uso di modelli pre-training di Keras

- 21.6.1. Caratteristiche dei modelli pre-training
- 21.6.2. Usi dei modelli pre-training
- 21.6.3. Vantaggi dei modelli pre-training

21.7. Modelli pre-training per l'apprendimento tramite trasferimento

- 21.7.1. L'apprendimento attraverso il trasferimento
- 21.7.2. Processo di apprendimento per trasferimento
- 21.7.3. Vantaggi dell'apprendimento per trasferimento

21.8. Classificazione e localizzazione in Deep Computer Vision

- 21.8.1. Classificazione di immagini
- 21.8.2. Localizzazione di oggetti nelle immagini
- 21.8.3. Rilevamento di oggetti

21.9. Rilevamento di oggetti e tracciamento degli oggetti

- 21.9.1. Metodi di rilevamento degli oggetti
- 21.9.2. Algoritmi di tracciamento degli oggetti
- 21.9.3. Tecniche di tracciamento e localizzazione

21.10. Segmentazione semantica

- 21.10.1. Deep Learning con segmentazione semantica
- 21.10.1. Rilevamento dei bordi
- 21.10.1. Metodi di segmentazione basati su regole

Modulo 22. Elaborazione del Linguaggio Naturale (NLP) con Reti Neurali Ricorrenti (RNN) e Assistenza

22.1. Generazione di testo utilizzando RNN

- 22.1.1. Addestramento di una RNN per la generazione di testo
- 22.1.2. Generazione di linguaggio naturale con RNN
- 22.1.3. Applicazioni di generazione di testo con RNN

22.2. Creazione del set di dati di addestramento

- 22.2.1. Preparazione dei dati per l'addestramento di una RNN
- 22.2.2. Conservazione del set di dati di addestramento
- 22.2.3. Pulizia e trasformazione dei dati
- 22.2.4. Analisi del Sentiment

22.3. Classificazione delle opinioni con RNN

- 22.3.1. Rilevamento degli argomenti nei commenti
- 22.3.2. Analisi dei sentimenti con algoritmi di deep learning

22.4. Rete encoder-decoder per eseguire la traduzione automatica neurale

- 22.4.1. Addestramento di una RNN per eseguire la traduzione automatica
- 22.4.2. Utilizzo di una rete *encoder-decoder* per la traduzione automatica
- 22.4.3. Migliore precisione della traduzione automatica con RNN

22.5. Meccanismi di assistenza

- 22.5.1. Attuazione di meccanismi di assistenza in RNN
- 22.5.2. Utilizzo di meccanismi di assistenza per migliorare la precisione dei modelli
- 22.5.3. Vantaggi dei meccanismi di assistenza nelle reti neurali

22.6. Modelli *Transformers*

- 22.6.1. Utilizzo dei modelli *Transformers* per l'elaborazione del linguaggio naturale
- 22.6.2. Applicazione dei modelli *Transformers* per la visione
- 22.6.3. Vantaggi dei modelli *Transformers*

22.7. *Transformers* per la visione

- 22.7.1. Uso dei modelli *Transformers* per la visione
- 22.7.2. Elaborazione dei dati di immagine
- 22.7.3. Addestramento dei modelli *Transformers* per la visione

22.8. Libreria di *Transformers* di *Hugging Face*

- 22.8.1. Uso della libreria di *Transformers* di *Hugging Face*
- 22.8.2. Applicazione della Libreria di *Transformers* di *Hugging Face*
- 22.8.3. Vantaggi della libreria di *Transformers* di *Hugging Face*

22.9. Altre Librerie di *Transformers*: Confronto

- 22.9.1. Confronto tra le diverse librerie di *Transformers*
- 22.9.2. Uso di altre librerie di *Transformers*
- 22.9.3. Vantaggi delle altre librerie di *Transformers*

22.10. Sviluppo di un'applicazione NLP con RNN e Assistenza: Applicazione pratica

- 22.10.1. Sviluppare di un'applicazione di elaborazione di linguaggio naturale con RNN e attenzione
- 22.10.2. Utilizzo di RNN, meccanismi di assistenza e modelli *Transformers* nell'applicazione
- 22.10.3. Valutazione dell'attuazione pratica

Modulo 23. Autoencoders, GANs e modelli di diffusione

23.1. Rappresentazione dei dati efficienti

- 23.1.1. Riduzione della dimensionalità
- 23.1.2. Deep Learning
- 23.1.3. Rappresentazioni compatte

23.2. Realizzazione di PCA con un encoder automatico lineare incompleto

- 23.2.1. Processo di addestramento
- 23.2.2. Implementazione in Python
- 23.2.3. Uso dei dati di prova

23.3. Codificatori automatici raggruppati

- 23.3.1. Reti neurali profonde
- 23.3.2. Costruzione di architetture di codifica
- 23.3.3. Uso della regolarizzazione

23.4. Autocodificatori convoluzionali

- 23.4.1. Progettazione di modelli convoluzionali
- 23.4.2. Addestramento di modelli convoluzionali
- 23.4.3. Valutazione dei risultati

23.5. Eliminazione del rumore dei codificatori automatici

- 23.5.1. Applicare filtro
- 23.5.2. Progettazione di modelli di codificazione
- 23.5.3. Uso di tecniche di regolarizzazione

23.6. Codificatori automatici dispersi

- 23.6.1. Aumentare l'efficienza della codifica
- 23.6.2. Ridurre al minimo il numero di parametri
- 23.6.3. Uso di tecniche di regolarizzazione

23.7. Codificatori automatici variazionali

- 23.7.1. Utilizzo dell'ottimizzazione variazionale
- 23.7.2. Deep learning non supervisionato
- 23.7.3. Rappresentazioni latenti profonde

23.8. Creazione di immagini MNIST di moda

- 23.8.1. Riconoscimento di pattern
- 23.8.2. Creazione di immagini
- 23.8.3. Addestramento delle reti neurali profonde

23.9. Reti generative avversarie e modelli di diffusione

- 23.9.1. Generazione di contenuti da immagini
- 23.9.2. Modello di distribuzione dei dati
- 23.9.3. Uso di reti avversarie

23.10. L'implementazione dei modelli

- 23.10.1. Applicazione Pratica
- 23.10.2. L'implementazione dei modelli
- 23.10.3. Utilizzo dei dati di prova
- 23.10.4. Valutazione dei risultati

Modulo 24. Computazione bio-ispirata

24.1. Introduzione all'informatica bio-ispirata

24.1.1. Introduzione all'informatica bio-ispirata

24.2. Algoritmi di adattamento sociale

24.2.1. Bio-inspired computing basato su colonie di formiche
 24.2.2. Varianti degli algoritmi di colonia di formiche
 24.2.3. Elaborazione particellare basata su cloud

24.3. Algoritmi genetici

24.3.1. Struttura generale
 24.3.2. Implementazioni dei principali operatori

24.4. Strategie spaziali di esplorazione-sfruttamento per algoritmi genetici

24.4.1. Algoritmo CHC
 24.4.2. Problemi multimodali

24.5. Modelli di informatica evolutiva (I)

24.5.1. Strategie evolutive
 24.5.2. Programmazione evolutiva
 24.5.3. Algoritmi basati sull'evoluzione differenziale

24.6. Modelli di informatica evolutiva (II)

24.6.1. Modelli evolutivi basati sulla stima delle distribuzioni (EDA)
 24.6.2. Programmazione genetica

24.7. Programmazione evolutiva applicata ai problemi di apprendimento

24.7.1. Apprendimento basato sulle regole
 24.7.2. Metodi evolutivi nei problemi di selezione delle istanze

24.8. Problemi multi-obiettivo

24.8.1. Concetto di dominanza
 24.8.2. Applicazione degli algoritmi evolutivi ai problemi multi-obiettivo

24.9. Reti neurali (I)

24.9.1. Introduzione alle reti neurali
 24.9.2. Esempio pratico con le reti neurali

24.10. Reti neurali (II)

24.10.1. Casi di utilizzo delle reti neurali nella ricerca medica
 24.10.2. Casi di utilizzo delle reti neurali in economia
 24.10.3. Casi di utilizzo delle reti neurali nella visione artificiale

Modulo 25. Intelligenza Artificiale: Strategie e applicazioni

25.1. Servizi finanziari

- 25.1.1. Le implicazioni dell'Intelligenza Artificiale (IA) nei servizi finanziari: Opportunità e sfide
- 25.1.2. Casi d'uso
- 25.1.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.1.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.2. Implicazioni dell'Intelligenza Artificiale nel servizio sanitario

- 25.2.1. Implicazioni dell'IA nel settore sanitario: Opportunità e sfide
- 25.2.2. Casi d'uso

25.3. Rischi legati all'uso dell'IA nel servizio sanitario

- 25.3.1. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.3.2. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.4. Retail

- 25.4.1. Implicazioni dell'IA nel Retail: Opportunità e sfide
- 25.4.2. Casi d'uso
- 25.4.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.4.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.5. Industria

- 25.5.1. Implicazioni dell'IA nell'Industria: Opportunità e sfide
- 25.5.2. Casi d'uso

25.6. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA nell'Industria

- 25.6.1. Casi d'uso
- 25.6.2. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.6.3. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.7. Pubblica Amministrazione

- 25.7.1. Implicazioni dell'IA nella Pubblica Amministrazione: Opportunità e sfide
- 25.7.2. Casi d'uso
- 25.7.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.7.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.8. Educazione

- 25.8.1. Implicazioni dell'IA nell'Educazione: Opportunità e sfide
- 25.8.2. Casi d'uso
- 25.8.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.8.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.9. Silvicoltura e agricoltura

- 25.9.1. Implicazioni dell'IA nella silvicoltura e nell'agricoltura: Opportunità e sfide
- 25.9.2. Casi d'uso
- 25.9.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.9.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.10. Risorse umane

- 25.10.1. Implicazioni dell'IA nelle Risorse Umane: Opportunità e sfide
- 25.10.2. Casi d'uso
- 25.10.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.10.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

Modulo 26. Diagnosi nella pratica clinica con IA

26.1. Tecnologie e strumenti per la diagnosi assistita dall'IA

- 26.1.1. Sviluppo di software per la diagnosi assistita dall'IA in varie specialità mediche mediante ChatGPT
- 26.1.2. Utilizzo di algoritmi avanzati per un'analisi rapida e accurata di sintomi e segni clinici
- 26.1.3. Integrazione dell'IA nei dispositivi diagnostici per migliorare l'efficienza
- 26.1.4. Strumenti IA per assistere nell'interpretazione dei risultati dei test di laboratorio mediante IBM Watson Health

26.2. Integrazione di dati clinici multimodali per la diagnosi

- 26.2.1. Sistemi IA per combinare dati di imaging, di laboratorio e registri clinici mediante AutoML
- 26.2.2. Strumenti per la correlazione dei dati multimodali in diagnosi più accurate mediante Enlitic Curie
- 26.2.3. Utilizzo dell'IA per analizzare modelli complessi da diversi tipi di dati clinici mediante Flatiron Health's OncologyCloud
- 26.2.4. Integrazione dei dati genomici e molecolari nella diagnosi assistita dall'IA

26.3. Creazione e analisi di dataset sanitari con IA Google Cloud Healthcare API

- 26.3.1. Sviluppo di database clinici per la formazione di modelli IA
- 26.3.2. Utilizzo dell'IA per l'analisi e l'estrazione di *insights* di grandi *dataset* sanitari
- 26.3.3. Strumenti IA per la pulizia e la preparazione dei dati clinici
- 26.3.4. Sistemi IA per identificare tendenze e modelli nei dati sanitari

26.4. Visualizzazione e gestione dei dati sanitari con IA

- 26.4.1. Strumenti IA per la visualizzazione interattiva e comprensibile dei dati sanitari
- 26.4.2. Sistemi IA per la gestione efficiente di grandi volumi di dati clinici
- 26.4.3. Uso di *dashboard* basati su IA per il monitoraggio degli indicatori sanitari
- 26.4.4. Tecnologie IA per la gestione e la sicurezza dei dati sanitari

26.5. Riconoscimento di modelli e *machine learning* nella diagnosi clinica mediante PathAI

- 26.5.1. Applicazione di tecniche di *machine learning* per il riconoscimento di modelli nei dati clinici
- 26.5.2. Uso dell'IA nell'identificazione precoce delle malattie attraverso l'analisi dei modelli con PathAI
- 26.5.3. Sviluppo di modelli predittivi per diagnosi più accurate
- 26.5.4. Implementazione di algoritmi di apprendimento automatico nell'interpretazione dei dati sanitari

26.6. Interpretazione di immagini mediche con l'ausilio dell'IA nella ricerca

- 26.6.1. Sistemi IA per il rilevamento e la classificazione delle anomalie nelle immagini mediche
- 26.6.2. Utilizzo del Deep Learning nell'interpretazione di radiografie, risonanze e tomografie
- 26.6.3. Strumenti IA per migliorare precisione e velocità nella diagnostica per immagini
- 26.6.4. Implementazione dell'IA per l'assistenza nel processo decisionale clinico basato su immagini

26.7. Elaborazione del linguaggio naturale sulle cartelle cliniche per la diagnosi clinica mediante ChatGPT e Amazon Comprehend Medical

- 26.7.1. Utilizzo di PNL per l'estrazione di informazioni pertinenti dalle cartelle cliniche
- 26.7.2. Sistemi IA per l'analisi di note mediche e rapporti dei pazienti
- 26.7.3. Strumenti IA per riassumere e classificare le informazioni delle cartelle cliniche
- 26.7.4. Applicazione della PNL nell'identificazione dei sintomi e nella diagnosi dai testi clinici

26.8. Validazione e valutazione dei modelli diagnostici assistiti dall'IA mediante ConcertAI

- 26.8.1. Metodi per la convalida e il collaudo di modelli IA in ambienti clinici reali
- 26.8.2. Valutazione delle prestazioni e dell'accuratezza degli strumenti diagnostici assistiti da IA
- 26.8.3. Utilizzo dell'IA per garantire affidabilità ed etica nella diagnosi clinica
- 26.8.4. Implementazione di protocolli di valutazione continua per i sistemi di IA nel settore sanitario

26.9. IA nella diagnosi delle malattie rare con Face2Gene

- 26.9.1. Sviluppo di sistemi di IA specializzati nell'identificazione delle malattie rare
- 26.9.2. Uso dell'IA per analizzare pattern atipici e sintomi complessi
- 26.9.3. Strumenti IA per una diagnosi precoce e accurata di malattie rare
- 26.9.4. Implementazione di database globali con IA per migliorare la diagnosi delle malattie rare

26.10. Storie di successo e sfide nell'implementazione della diagnostica con IA

- 26.10.1. Analisi di casi in cui l'IA ha migliorato significativamente la diagnosi clinica
- 26.10.2. Valutazione delle sfide nell'adozione dell'IA negli ambienti clinici
- 26.10.3. Discussione sulle barriere etiche e pratiche nell'implementazione dell'IA diagnostica
- 26.10.4. Esame delle strategie per superare gli ostacoli nell'integrazione dell'IA nella diagnosi medica

Modulo 27. Trattamento e controllo del paziente con IA

27.1. Sistemi di trattamento assistito dall'IA

- 27.1.1. Sviluppo di sistemi di IA per assistere nelle decisioni terapeutiche
- 27.1.2. Utilizzo dell'IA per la personalizzazione di trattamenti basati su profili individuali
- 27.1.3. Implementazione di strumenti di IA nella somministrazione di dosi e programmi di farmaci
- 27.1.4. Integrazione dell'IA nel monitoraggio e nella regolazione dei trattamenti in tempo reale

27.2. Definizione di indicatori per il monitoraggio dello stato di salute del paziente

- 27.2.1. Definizione di parametri chiave tramite IA per il monitoraggio della salute del paziente
- 27.2.2. Utilizzo dell'IA per identificare indicatori predittivi di salute e malattia
- 27.2.3. Sviluppo di sistemi di allarme precoce basati su indicatori sanitari
- 27.2.4. Implementazione dell'IA per la valutazione continua dello stato di salute del paziente

27.3. Strumenti per il monitoraggio e il controllo degli indicatori sanitari

- 27.3.1. Sviluppo di applicazioni mobili e indossabili con IA per il monitoraggio sanitario
- 27.3.2. Implementazione di sistemi IA per l'analisi in tempo reale dei dati sanitari
- 27.3.3. Uso di *dashboard* basati sull'IA per la visualizzazione e il monitoraggio degli indicatori sanitari
- 27.3.4. Integrazione dei dispositivi IoT nel monitoraggio continuo degli indicatori sanitari con IA

27.4. IA nella pianificazione ed esecuzione di procedure mediche con Intuitive Surgical's da Vinci Surgical System

- 27.4.1. Utilizzo di sistemi IA per ottimizzare la pianificazione chirurgica e le procedure mediche
- 27.4.2. Implementazione dell'IA nella simulazione e nella pratica delle procedure chirurgiche
- 27.4.3. Utilizzo dell'IA per migliorare la precisione e l'efficacia nell'esecuzione delle procedure mediche
- 27.4.4. Applicazione dell'IA nel coordinamento e nella gestione delle risorse chirurgiche

27.5. Algoritmi di apprendimento automatico per l'istituzione di trattamenti terapeutici

- 27.5.1. Uso di *machine learning* per sviluppare protocolli di trattamento personalizzati
- 27.5.2. Implementazione di algoritmi predittivi per la selezione di terapie efficaci
- 27.5.3. Sviluppo di sistemi IA per l'adattamento di trattamenti in tempo reale
- 27.5.4. Applicazione dell'IA nell'analisi dell'efficacia di diverse opzioni terapeutiche

27.6. Adattabilità e aggiornamento continuo dei protocolli terapeutici grazie all'IA con IBM Watson for Oncology

- 27.6.1. Implementazione di sistemi di IA per la revisione e l'aggiornamento dinamico dei trattamenti
- 27.6.2. Uso dell'IA nell'adattamento dei protocolli terapeutici a nuove scoperte e dati
- 27.6.3. Sviluppo di strumenti IA per la personalizzazione continua dei trattamenti
- 27.6.4. Integrazione dell'IA nella risposta adattiva all'evoluzione delle condizioni del paziente

27.7. Ottimizzazione dei servizi sanitari con tecnologia IA con Optum

- 27.7.1. Utilizzo dell'IA per migliorare l'efficienza e la qualità dei servizi sanitari
- 27.7.2. Implementazione di sistemi IA per la gestione delle risorse sanitarie
- 27.7.3. Sviluppo di strumenti IA per l'ottimizzazione dei flussi di lavoro ospedalieri
- 27.7.4. Applicazione dell'IA nella riduzione dei tempi di attesa e nel miglioramento della cura del paziente

27.8. Applicazione dell'IA nella risposta alle emergenze sanitarie

- 27.8.1. Implementazione di sistemi IA per una gestione rapida ed efficiente delle crisi sanitarie
- 27.8.2. Utilizzo dell'IA per ottimizzare la distribuzione delle risorse di emergenza
- 27.8.3. Sviluppo di strumenti IA per la previsione e la risposta alle epidemie
- 27.8.4. Integrazione dell'IA nei sistemi di allarme e comunicazione durante le emergenze sanitarie

27.9. Collaborazione interdisciplinare nei trattamenti assistiti dall'IA

- 27.9.1. Promuovere la collaborazione tra diverse specializzazioni mediche attraverso sistemi di IA
- 27.9.2. Utilizzo dell'IA per integrare conoscenze e tecniche di diverse discipline nel trattamento
- 27.9.3. Sviluppo di piattaforme IA per facilitare la comunicazione e il coordinamento interdisciplinare
- 27.9.4. Implementazione dell'IA nella creazione di apparecchiature di trattamento multidisciplinari

27.10. Esperienze di successo dell'IA nel trattamento delle malattie

- 27.10.1. Analisi dei casi di successo nell'uso dell'IA per trattamenti efficaci delle malattie
- 27.10.2. Valutazione dell'impatto dell'IA sul miglioramento dei risultati terapeutici
- 27.10.3. Documentazione di esperienze innovative nell'uso dell'IA in diverse aree mediche
- 27.10.4. Discussione sui progressi e le sfide nell'implementazione dell'IA nei trattamenti medici

Modulo 28. Personalizzazione della salute mediante la IA

28.1. Applicazioni dell'IA nella genomica per la medicina personalizzata mediante DeepGenomics

- 28.1.1. Sviluppo di algoritmi IA per l'analisi delle sequenze genetiche e la loro relazione con le malattie
- 28.1.2. Uso dell'IA nell'identificazione di marcatori genetici per trattamenti personalizzati
- 28.1.3. Implementazione dell'IA per un'interpretazione rapida e precisa dei dati genomici
- 28.1.4. Strumenti di IA nella correlazione dei genotipi con le risposte ai farmaci

28.2. IA nella farmacogenomica e nella progettazione dei medicinali mediante AtomWise

- 28.2.1. Sviluppo di modelli IA per prevedere l'efficacia e la sicurezza dei farmaci
- 28.2.2. Uso dell'IA nell'identificazione di bersagli terapeutici e nella progettazione di farmaci
- 28.2.3. Applicazione dell'IA nell'analisi delle interazioni gene-drug per la personalizzazione dei trattamenti
- 28.2.4. Implementazione di algoritmi IA per accelerare la scoperta di nuovi farmaci

28.3. Monitoraggio personalizzato con dispositivi intelligenti e IA

- 28.3.1. Sviluppo di dispositivi wearables con IA per il monitoraggio continuo degli indicatori sanitari
- 28.3.2. Utilizzo dell'IA nell'interpretazione dei dati raccolti dai dispositivi intelligenti con FitBit
- 28.3.3. Implementazione di sistemi di allarme precoce basati sull'IA per le condizioni sanitarie
- 28.3.4. Strumenti IA per la personalizzazione delle raccomandazioni di salute e stile di vita

28.4. Sistemi di supporto alle decisioni cliniche con IA

- 28.4.1. Implementazione dell'IA per assistere i medici nelle decisioni cliniche con Oracle Cerner
- 28.4.2. Sviluppo di sistemi IA che forniscono raccomandazioni basate su dati clinici
- 28.4.3. Uso dell'IA nella valutazione dei rischi e dei benefici di diverse opzioni terapeutiche
- 28.4.4. Strumenti IA per l'integrazione e l'analisi dei dati sanitari in tempo reale

28.5. Tendenze nella personalizzazione della salute con l'IA

- 28.5.1. Analisi delle ultime tendenze IA per la personalizzazione dell'assistenza sanitaria
- 28.5.2. Utilizzo dell'IA nello sviluppo di approcci preventivi e predittivi alla salute
- 28.5.3. Implementazione dell'IA nell'adattamento dei piani sanitari alle esigenze individuali
- 28.5.4. Esplorare nuove tecnologie IA nel campo della salute personalizzata

28.6. Progressi della robotica chirurgica assistita dall'IA con Intuitive Surgical's da Vinci Surgical System

- 28.6.1. Sviluppo di robot chirurgici abilitati all'IA per interventi precisi e minimamente invasivi
- 28.6.2. Utilizzo dell'IA per creare modelli predittivi di malattia basati su dati individuali con OncoraMedical
- 28.6.3. Implementazione di sistemi IA per la pianificazione chirurgica e la simulazione delle operazioni
- 28.6.4. Progressi nel l'integrazione di *feedback* tattile e visivo nella robotica chirurgica con IA

28.7. Sviluppo di modelli predittivi per la pratica clinica personalizzata

- 28.7.1. Utilizzo dell'IA per creare modelli predittivi di malattie basati su dati individuali
- 28.7.2. Implementazione dell'IA nella previsione delle risposte ai trattamenti
- 28.7.3. Sviluppo di strumenti IA per l'anticipazione dei rischi sanitari
- 28.7.4. Applicazione di modelli predittivi nella pianificazione degli interventi preventivi

28.8. IA nella gestione del dolore e nel trattamento personalizzato con Kaia Health

- 28.8.1. Sviluppo di sistemi IA per la valutazione e la gestione personalizzata del dolore
- 28.8.2. Uso dell'IA nell'identificazione dei modelli di dolore e delle risposte ai trattamenti
- 28.8.3. Implementazione di strumenti IA nella personalizzazione delle terapie del dolore
- 28.8.4. Applicazione dell'IA nel monitoraggio e nella regolazione dei piani di trattamento del dolore

28.9. Autonomia del paziente e partecipazione attiva alla personalizzazione

- 28.9.1. Promuovere l'autonomia dei pazienti con strumenti di IA per la gestione della loro salute con Ada Health
- 28.9.2. Sviluppo di sistemi IA che consentono ai pazienti di prendere decisioni
- 28.9.3. Utilizzo dell'IA per fornire informazioni e un'educazione personalizzata ai pazienti
- 28.9.4. Strumenti di IA che facilitano il coinvolgimento attivo del paziente nel trattamento

28.10. Integrazione dell'IA nelle cartelle cliniche elettroniche con Oracle Cerner

- 28.10.1. Implementazione dell'IA per l'analisi e la gestione efficiente delle cartelle cliniche elettroniche
- 28.10.2. Sviluppo di strumenti IA per l'estrazione di *insight* clinici di registri elettronici
- 28.10.3. Utilizzo dell'IA per migliorare l'accuratezza e l'accessibilità dei dati nelle cartelle cliniche
- 28.10.4. Applicazione dell'IA per la correlazione dei dati delle cartelle cliniche con i piani di trattamento

Modulo 29. Analisi di *Big Data* nel settore sanitario con IA

29.1. Fondamenti dei *Big Data* in ambito sanitario

- 29.1.1. L'esplosione del dato in ambito sanitario
- 29.1.2. Concetto di *Big Data* e principali strumenti
- 29.1.3. Applicazioni di *Big Data* in ambito sanitario

29.2. Elaborazione e analisi dei testi nei dati sanitari con KNIME e Python

- 29.2.1. Concetti di elaborazione del linguaggio naturale
- 29.2.2. Tecniche di *embedding*
- 29.2.3. Applicazione dell'elaborazione del linguaggio naturale nella salute

29.3. Metodi avanzati di recupero dei dati sanitari con KNIME e Python

- 29.3.1. Esplorazione di tecniche innovative per il recupero efficiente dei dati sanitari
- 29.3.2. Sviluppo di strategie avanzate per l'estrazione e l'organizzazione delle informazioni negli ambienti sanitari
- 29.3.3. Implementare metodi di recupero dati adattivi e personalizzati per diversi contesti clinici

29.4. Valutazione della qualità nell'analisi dei dati sanitari con KNIME e Python

- 29.4.1. Sviluppo di indicatori per una valutazione rigorosa della qualità dei dati negli ambienti sanitari
- 29.4.2. Implementazione di strumenti e protocolli per garantire la qualità dei dati utilizzati nelle analisi cliniche
- 29.4.3. Valutazione continua della precisione e dell'affidabilità dei risultati nei progetti di analisi dei dati sanitari

29.5. Data mining e machine learning nel settore sanitario con KNIME e Python

- 29.5.1. Principali metodologie di data mining
- 29.5.2. Integrazione dei dati sanitari
- 29.5.3. Rilevamento di modelli e anomalie nei dati sanitari

29.6. Aree innovative di *Big Data* e IA in ambito sanitario

- 29.6.1. Esplorare nuove frontiere nell'applicazione di *Big Data* e IA per trasformare il settore sanitario
- 29.6.2. Individuare opportunità innovative per l'integrazione delle tecnologie *Big Data* e IA in pratiche mediche
- 29.6.3. Sviluppo di approcci all'avanguardia per sfruttare appieno il potenziale dei *Big Data* e IA in ambito sanitario

29.7. Raccolta e pre-elaborazione di dati medici con KNIME e Python

- 29.7.1. Sviluppo di metodologie efficienti per la raccolta di dati medici in ambienti clinici e di ricerca
- 29.7.2. Implementazione di tecniche avanzate di pre-elaborazione per ottimizzare la qualità e l'utilità dei dati medici
- 29.7.3. Progettazione di strategie di raccolta e pre-elaborazione che garantiscano la riservatezza e la riservatezza delle informazioni mediche

29.8. Visualizzazione e comunicazione dei dati in ambito sanitario con e strumenti come PowerBI e Python

- 29.8.1. Progettazione di strumenti innovativi di visualizzazione sanitaria
- 29.8.2. Strategie di comunicazione creativa per la salute
- 29.8.3. Integrazione delle tecnologie interattive nella salute

29.9. Sicurezza dei dati e governance nel settore sanitario

- 29.9.1. Sviluppo di strategie complete di sicurezza dei dati per proteggere la riservatezza e la privacy nel settore sanitario
- 29.9.2. Implementazione di quadri di governance efficaci per garantire la gestione etica e responsabile dei dati in ambienti medici
- 29.9.3. Elaborazione di politiche e procedure per garantire l'integrità e la disponibilità dei dati medici, affrontando le sfide specifiche del settore sanitario

29.10. Applicazioni pratiche di *Big Data* in ambito sanitario

- 29.10.1. Sviluppo di soluzioni specializzate per gestire e analizzare grandi set di dati in ambienti sanitari
- 29.10.2. Utilizzo di strumenti pratici basati su *Big Data* per sostenere il processo decisionale clinico
- 29.10.3. Attuazione di approcci innovativi di *Big Data* per affrontare sfide specifiche nel settore sanitario

Modulo 30. Etica e regolamentazione nell'IA medica

30.1. Principi etici nell'uso dell'IA in medicina

- 30.1.1. Analisi e adozione di principi etici nello sviluppo e nell'uso di sistemi di IA medica
- 30.1.2. Integrazione dei valori etici nel processo decisionale assistito dall'IA in contesti medici
- 30.1.3. Stabilire linee guida etiche per garantire un uso responsabile dell'intelligenza artificiale in medicina

30.2. Privacy dei dati e consenso in contesti medici

- 30.2.1. Sviluppo di politiche sulla privacy per proteggere i dati sensibili nelle applicazioni di IA medica
- 30.2.2. Garanzia di consenso informato nella raccolta e utilizzo dei dati personali in ambito medico
- 30.2.3. Implementare misure di sicurezza per salvaguardare la privacy dei pazienti negli ambienti di IA medica

30.3. Etica nella ricerca e nello sviluppo di sistemi di IA medica

- 30.3.1. Valutazione etica dei protocolli di ricerca nello sviluppo di sistemi IA per la salute
- 30.3.2. Garanzia di trasparenza e rigore etico nelle fasi di sviluppo e convalida dei sistemi di IA medica
- 30.3.3. Considerazioni etiche nella pubblicazione e condivisione dei risultati nell'ambito dell'IA medica

30.4. Impatto sociale e responsabilità dell'IA per la salute

- 30.4.1. Analisi dell'impatto sociale dell'IA sulla fornitura di servizi sanitari
- 30.4.2. Sviluppo di strategie per mitigare i rischi e la responsabilità etica nelle applicazioni dell'IA in medicina
- 30.4.3. Valutazione continua dell'impatto sociale e adattamento dei sistemi IA per contribuire positivamente alla salute pubblica

30.5. Sviluppo sostenibile di IA rilevanti nel settore sanitario

- 30.5.1. Integrazione di pratiche sostenibili nello sviluppo e nel mantenimento di sistemi di IA nel settore sanitario
- 30.5.2. Valutazione dell'impatto ambientale ed economico delle tecnologie IA nel settore sanitario
- 30.5.3. Sviluppo di modelli di business sostenibili per garantire la continuità e il miglioramento delle soluzioni IA nel settore sanitario

30.6. Governance dei dati e quadri normativi internazionali nell'IA medica

- 30.6.1. Governance dei dati e quadri normativi internazionali nell'IA medica
- 30.6.2. Adeguamento alle normative e ai regolamenti internazionali per garantire la conformità etica e legale
- 30.6.3. Partecipazione attiva a iniziative internazionali per stabilire standard etici nello sviluppo di sistemi di IA medica

30.7. Aspetti economici dell'IA nel settore sanitario

- 30.7.1. Analisi delle implicazioni economiche e dei costi-benefici nell'implementazione dei sistemi di IA nel settore sanitario
- 30.7.2. Sviluppo di modelli di business e finanziamenti per facilitare l'adozione delle tecnologie IA nel settore sanitario
- 30.7.3. Valutazione dell'efficienza economica e dell'equità nell'accesso ai servizi sanitari basati sull'IA

30.8. Progettazione incentrata sull'uomo di sistemi IA medica

- 30.8.1. Integrazione dei principi di progettazione incentrata sull'uomo per migliorare l'usabilità e l'accettazione dei sistemi di IA medica
- 30.8.2. Coinvolgimento di operatori sanitari e pazienti nel processo di progettazione per garantire la rilevanza e l'efficacia delle soluzioni
- 30.8.3. Valutazione continua dell'esperienza utente e feedback per ottimizzare l'interazione con i sistemi IA in ambienti medici

30.9. Equità e trasparenza nell'apprendimento automatico medico

- 30.9.1. Sviluppo di modelli di apprendimento automatico medico che promuovono l'equità e la trasparenza
- 30.9.2. Implementazione di pratiche per mitigare gli errori sistematici e garantire l'equità nell'applicazione degli algoritmi IA nel settore sanitario
- 30.9.3. Valutazione continua dell'equità e della trasparenza nello sviluppo e nell'implementazione di soluzioni di apprendimento automatico in medicina

30.10. Sicurezza e politiche nell'implementazione dell'IA in medicina

- 30.10.1. Sviluppo di politiche di sicurezza per proteggere l'integrità e la riservatezza dei dati nelle applicazioni di IA medica
- 30.10.2. Implementare misure di sicurezza nell'implementazione di sistemi IA per prevenire i rischi e garantire la sicurezza dei pazienti
- 30.10.3. Valutazione continua delle politiche di sicurezza per adattarsi ai progressi tecnologici e alle nuove sfide nell'implementazione dell'IA in medicina

07

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



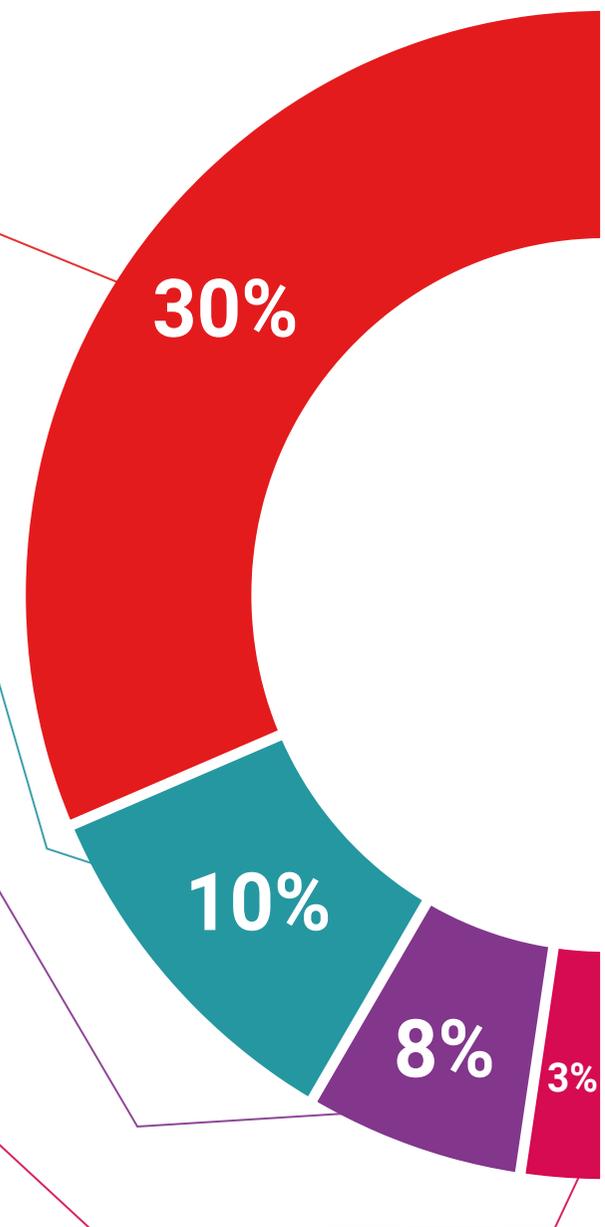
Stage di competenze manageriali

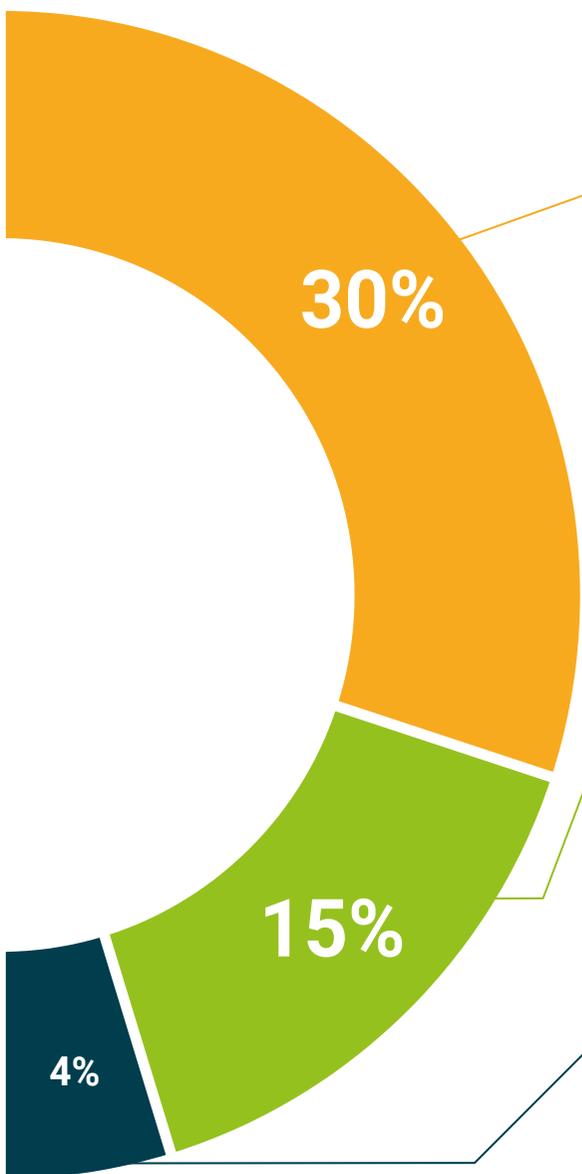
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

Il profilo degli studenti è un'area variata e multidisciplinare. La maggior parte degli studenti ha una forte specializzazione accademica ed esperienza professionale in settori correlati con le Scienze della salute, Ingegneria, Amministrazione Aziendale, Tecnologie dell'Informazione e Comunicazione. Questi studenti hanno come priorità di elevare la loro carriera professionale attraverso un approccio basato sull'innovazione, nonché sull'impatto sociale. Per questo, vogliono nutrire le loro procedure con le tecniche più avanzate dell'Intelligenza Artificiale per contribuire maggiormente a migliorare la qualità della vita delle persone.





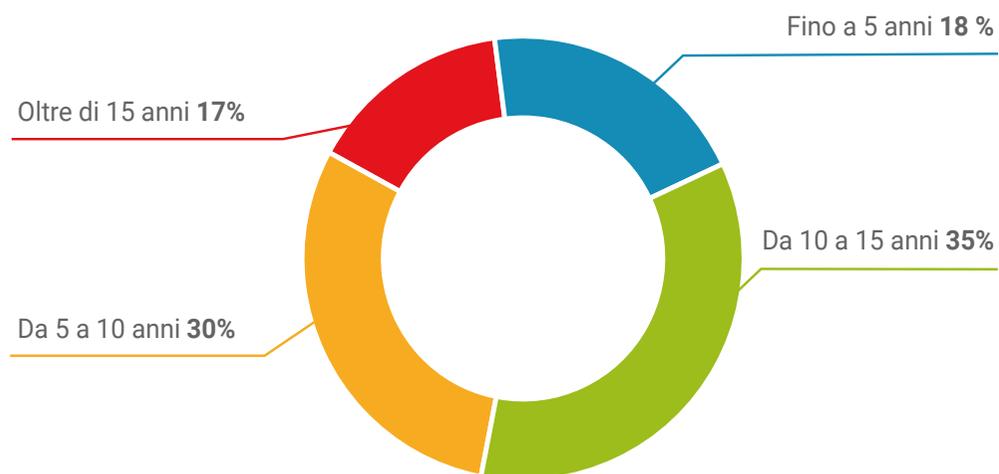
“

Questo programma è rivolto a persone interessate a ottimizzare le proprie prassi professionale grazie a un Master Specialistico di alta qualità"

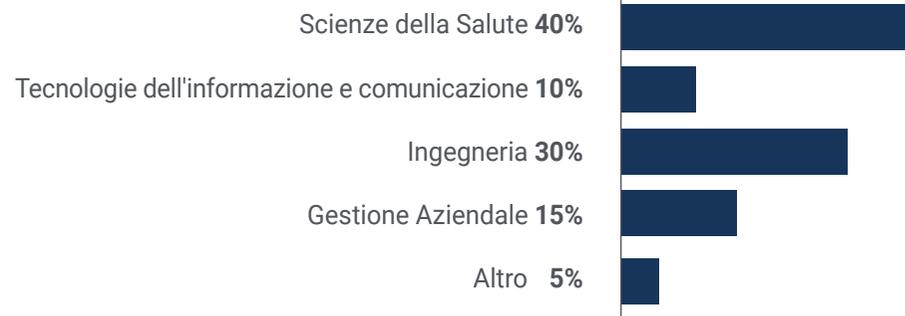
Età media

Da **35** e **45** anni

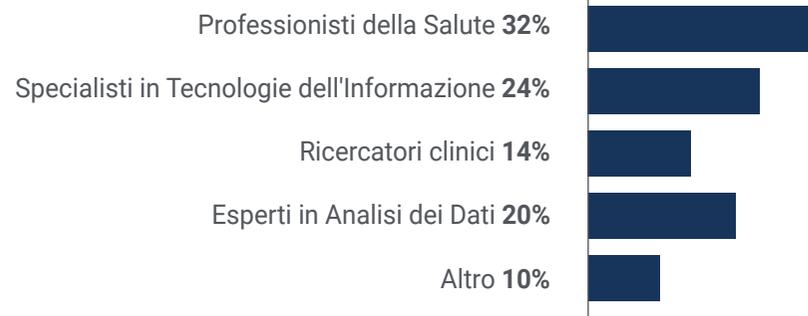
Anni di esperienza



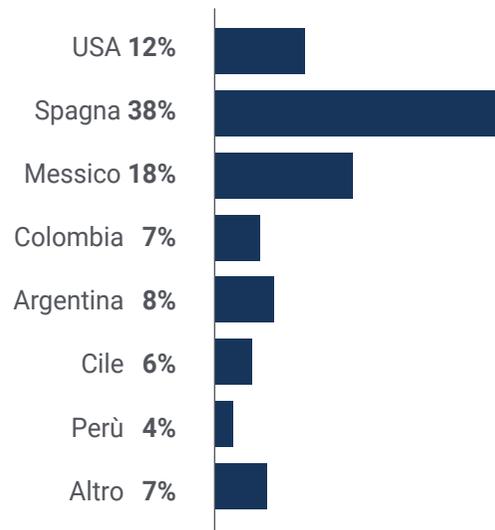
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Pedro Hernández

Ricercatore clinico in un prestigioso ospedale

"Voglio esprimere la mia gratitudine a TECH per avermi dato l'opportunità di partecipare a questo programma all'avanguardia. La qualità dell'istruzione, le risorse disponibili e l'ambiente stimolante di apprendimento sono stati fondamentali per il mio sviluppo professionale."

09

Direzione del corso

Nella sua filosofia di fornire la qualità educativa, per questo titolo universitario TECH seleziona un gruppo di docenti composto da specialisti in Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica. Questi professionisti forniranno agli studenti un approccio globale e multidisciplinare, in modo da elevare la loro pratica professionale a un livello superiore. Questi insegnanti riversano nei materiali didattici sia le loro conoscenze che gli anni di esperienza lavorativa in questo campo, quindi le risorse avranno piena validità e applicabilità. Inoltre, gli esperti terranno conto delle tecnologie di ultima generazione per offrire una prospettiva sulle opportunità emergenti in questa zona.



“

*Un team di insegnanti di alto livello
con cui potrai aggiornarti sui
progressi della Robotica Chirurgica
Assistita da Intelligenza Artificiale”*

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali di **acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è esperta in **reclutamento** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, come **NBCUniversal** e **Comcast**. Il suo percorso le ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vicepresidentessa di Acquisizione di Talento** presso **Mastercard**, supervisiona la strategia e l'esecuzione dell'onboarding dei talenti, collaborando con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, mira a **creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attirare e trattenere i migliori professionisti in tutto il mondo. Si occupa anche di **amplificare il marchio del datore di lavoro** e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso post, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipando attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuendo all'inserimento di numerosi dipendenti in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto posizioni manageriali di selezione del personale in aziende di varie aree.

Inoltre, è stata riconosciuta per la sua capacità di guidare le trasformazioni organizzative, **integrare le tecnologie nei processi di reclutamento** e sviluppare programmi di leadership che preparano le istituzioni alle sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato significativamente la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

- ♦ Vice Presidentessa per l'acquisizione di talenti alla Mastercard di New York, Stati Uniti
- ♦ Direttrice di acquisizione di talenti alla NBCUniversal, New York, USA
- ♦ Responsabile della Selezione del Personale presso Comcast
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidentessa esecutiva della divisione vendite di Ardor NY Real Estate
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Valerie August & Associates
- ♦ Responsabile dei conti presso BNC
- ♦ Responsabile dei conti presso Vault
- ♦ Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

Grazie a TECH potrai apprendere al fianco dei migliori professionisti del mondo”

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi nel cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come leader e team manager con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di coinvolgimento tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. La sua esperienza in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi informatici dell'azienda negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricate di fornire infrastrutture IT a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come un manager di alto impatto, con capacità notevoli per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore IT di Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile di programmi senior su Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Senior Director di servizi di ingegneria produttiva presso Microsoft
- Laurea in sicurezza informatica presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in *Commercial Diving* presso Divers Institute of Technology
- Laureato in studi ambientali presso The Evergreen State College

“

Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questa materia e applicarli alla tua pratica quotidiana”

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un rinomato esperto internazionale con oltre due decenni di esperienza in **Trasformazione Digitale, Marketing, Strategia e Consulenza**. Attraverso questo percorso esteso, ha assunto diversi rischi ed è un costante **sostenitore di innovazione e cambio** nella congiuntura aziendale. Con questa competenza, ha collaborato con CEO e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. In questo modo, aziende come la Shell Energy sono diventate **leader di mercato**, focalizzate sui **clienti** e sul **mondo digitale**.

Le strategie progettate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di **migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti**. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il **CSAT**, l'**impegno dei dipendenti** nelle istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'**indicatore finanziario EBITDA** in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e **guidato team ad alte prestazioni** che hanno anche ricevuto riconoscimenti per il loro **potenziale trasformatore**. Con Shell, in particolare, l'esecutivo ha sempre cercato di superare tre sfide: soddisfare le complesse **richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitale e tecnologico**. I suoi sforzi hanno dimostrato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il manager si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali di Intelligenza Artificiale**, tematica in cui ha una laurea presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT** e **Salesforce**.



Dott. Arman, Romi

- Direttore della trasformazione digitale (CDO) presso la società Energy Shell, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Servizio Clienti alla Shell Energy Corporation
- Gestore nazionale dei conti chiave (OEM e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Senior Management Consultant (Financial Services Industry) per Accenture a Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Laurea in applicazioni aziendali AI per dirigenti della London Business School
- Certificazione professionale in esperienza del cliente CCXP
- Corso di trasformazione digitale esecutiva di IMD



Vuoi aggiornare le tue conoscenze con la massima qualità educativa? TECH ti offre i contenuti più aggiornati del mercato accademico, progettati da autentici esperti di prestigio internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto professionista nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre il ruolo di **Global Procurement Manager** nella divisione Infrastruttura Tecnica e Data Center di Google, dove ha svolto la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come **l'integrità dei dati master, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing, analisi dei media, misurazione e attribuzione**. Ha ricevuto numerosi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **BIM Leadership Award, il Search Leadership Award, il Lead Export Generation Award e il Best Sales Model Award EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team di 4-14 membri in tre anni e ha guidato il team di vendita per ottenere risultati e collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha anche lavorato come **analista senior** dell'industria ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti per supportare l'analisi. Ha sviluppato e redatto rapporti approfonditi per dimostrare la sua padronanza dell'argomento, compresa la comprensione dei **fattori macroeconomici e politici/normativi** che influenzano adozione e diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton, Airbus e Siemens**, in cui ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dell'account e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo lavoro per superare continuamente le aspettative attraverso la **costruzione di relazioni preziose con i clienti e lavorare in modo fluido con persone a tutti i livelli di un'organizzazione**, tra cui stakeholder, gestione, membri del team e clienti. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader prominente nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Global Shopping Manager presso Google, Mountain View, Stati Uniti
- Responsabile principale dell'analisi e della tecnologia B2B presso Google, USA
- Direttore delle vendite presso Google, Irlanda
- Senior Industrial Analyst presso Google, Germania
- Account manager su Google, Irlanda
- Accounts Payable a Eaton, Regno Unito
- Supply Chain Manager presso Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale in materia”

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente del Marketing i cui progetti hanno avuto un **impatto significativo** sull'ambiente della Moda. Nel corso della sua carriera di successo ha sviluppato diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

I risultati di questo manager di **alto profilo internazionale** sono stati collegati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare informazioni** in framework chiari e di eseguire **azioni concrete** allineate a obiettivi **aziendali specifici**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività** e **adattamento a ritmi accelerati** di lavoro. A tutto ciò, questo esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale**, **visione del mercato** e una **vera passione** per i **prodotti**.

Come **Global Brand Manager e Merchandising** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di Marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state centrate nel **settore del commercio al dettaglio**, delle **necessità** e del **comportamento del consumatore**. La Sala è stato anche responsabile di configurare la commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come **team leader** nei dipartimenti di **Design, Comunicazione e Vendite**.

D'altra parte, in aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha intrapreso progetti per promuovere la **struttura**, lo **sviluppo** e la **commercializzazione** di diverse **collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di creare **calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita.

Inoltre, ha avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei principali e più qualificati **leader aziendali** della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con cui è riuscita a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di diverse **marche** e ridefinire gli indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- ♦ Brand Global Director e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- ♦ Direttore di merchandising presso Calvin Klein
- ♦ Brand Manager presso Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager in Dolce&Gabbana
- ♦ Brand Manager presso Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Analista di mercato a Fastweb
- ♦ Laureato in Business and Economics all'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano in TECH per offrirti un insegnamento di alto livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti ad iscriverti?"

Direttore Ospite Internazionale

Mick Gram è sinonimo di innovazione ed eccellenza nel campo della **Business Intelligence** a livello internazionale. La sua carriera di successo è legata a posizioni di leadership in multinazionali come **Walmart** e **Red Bull**. Inoltre, questo esperto si distingue per la sua visione di **identificare tecnologie emergenti** che, a lungo termine, raggiungono un impatto permanente nell'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato complessi insiemi, rendendoli accessibili e facilitatori del processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata per molte organizzazioni che scommettevano sulla **raccolta di informazioni** e sulla **generazione di azioni** concrete a partire da queste ultime.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo ancorata al cloud per l'**analisi dei Big Data**. Ha inoltre ricoperto il ruolo di **Direttore di Business Intelligence** presso **Red Bull**, in settori quali **Vendite, Distribuzione, Marketing e Supply Chain Operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API Walmart Luminare per Buyer e Channel Insights.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea in centri prestigiosi come l'**Università di Berkeley, USA**, e l'**Università di Copenaghen, in Danimarca**. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha acquisito competenze all'avanguardia. Così, è diventato un **vero leader della nuova economia mondiale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle sue infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di *Business Intelligence* e Analisi alla Red Bull di Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* presso Walmart Data Cafe
- Consulente capo di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Capo analista presso Nordea
- Consulente capo di *Business Intelligence* presso SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning al UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive in e-commerce presso l'Università di Copenaghen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenaghen

“

*Studia nella migliore università
Online del mondo secondo Forbes!
In questo MBA avrai accesso a una
vasta libreria di risorse multimediali,
elaborate da docenti riconosciuti di
rilevanza internazionale”*

Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **Warner Bros, Discovery**. In questo ruolo, è stato determinante nella **supervisione della logistica e dei flussi di lavoro creativi** su diverse piattaforme digitali, tra cui social media, ricerca, display e media lineari.

La sua leadership è stata cruciale nel guidare **strategie di produzione dei media a pagamento**, che hanno portato a un netto **miglioramento dei tassi di conversione** dell'azienda. Allo stesso tempo, ha assunto altri ruoli, come quello di **Direttore dei Servizi di Marketing** e di **Responsabile del Traffico** presso la stessa multinazionale durante il suo precedente mandato dirigenziale.

Stevenson si è occupato anche della distribuzione globale di videogiochi e di **campagne immobiliari digitali**. È stato anche responsabile dell'introduzione di strategie operative relative alla creazione, al completamento e alla consegna di contenuti audio e immagini per **spot televisivi e trailer**.

Inoltre, ha conseguito una Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California, a dimostrazione delle sue capacità **comunicative e narrative**. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso dell'**Intelligenza Artificiale** nel mondo degli affari. Il suo profilo professionale è quindi uno dei più rilevanti nell'attuale settore del **Marketing** e dei **Media Digitali**.



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale della Warner Bros, Discovery, Burbank, USA
- Responsabile del Traffico della Warner Bros, Entertainment
- Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California
- Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida

“

*Raggiungi i tuoi obiettivi
accademici e professionali con gli
esperti più qualificati al mondo!
Gli insegnanti di questo MBA
ti guideranno durante l'intero
processo di apprendimento”*

Direttore Ospite Internazionale

Il Dott. Eric Nyquist è un professionista di spicco nell'ambito dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua **leadership strategica** e la sua capacità di guidare il cambiamento e l'**innovazione** nelle **organizzazioni sportive** di alto livello.

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di **Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto** presso **NASCAR**, con sede in **Florida, USA**. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il Dottor Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui **Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico** e **Direttore Generale degli Affari Commerciali**, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo **sviluppo strategico** al **Marketing dell'intrattenimento**.

Inoltre, Nyquist ha lasciato un segno significativo nei principali **franchising sportivi** di Chicago. In qualità di **Vicepresidente Esecutivo** del franchising dei **Chicago Bulls** e dei **Chicago White Sox** ha dimostrato la sua capacità di promuovere il **successo aziendale e strategico** nel mondo dello **sport professionistico**.

Infine, va notato che ha iniziato la sua **carriera sportiva** mentre lavorava a **New York** come **analista strategico principale** per **Roger Goodell** nella **National Football League (NFL)** e, anteriormente, come **Stagista Legale** nella **Federalcalcio degli Stati Uniti**.



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- Vicepresidente della Pianificazione Strategica alla NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali alla NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale presso la National Football League (NFL)
- Affari commerciali/Stagista legale presso la Federcalcio degli Stati Uniti
- Dottorato in Giurisprudenza presso l'Università di Chicago
- Master in Business Administration-MBA presso la Booth School of Business presso l'Università di Chicago
- Laurea in Economia Internazionale presso Carleton College

“

Grazie a questa qualifica, 100% online, potrai combinare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, grazie ai maggiori esperti internazionali nel campo di tuo interesse. Iscriviti subito!”

Direzione



Dott. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ◆ CEO e CTO presso Prometheus Global Solutions
- ◆ CTO presso Korporate Technologies
- ◆ CTO presso AI Shephers GmbH
- ◆ Consulente e Assessore Aziendale Strategico presso Alliance Medical
- ◆ Direttore di Design e Sviluppo presso DocPath
- ◆ Dottorato in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ◆ Dottorato in Economia Aziendale e Finanza conseguito presso l'Università Camilo José Cela
- ◆ Dottorato in Psicologia presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ◆ Master in Executive MBA presso l'Università Isabel I
- ◆ Master in Direzione Commerciale e Marketing presso l'Università Isabel I
- ◆ Master in Big Data presso la Formación Hadoop
- ◆ Master in Tecnologie Informatiche Avanzate conseguito presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ◆ Membro di: Gruppo di Ricerca SMILE



Dott. Martín-Palomino Sahagún, Fernando

- ♦ *Chief Technology Officer* e R%D+i, e Direttore presso AURA Diagnostics (medTech)
- ♦ Sviluppo del business presso SARLIN
- ♦ Direttore Operativo presso di Alliance Diagnósticos
- ♦ Direttore di Innovazione presso Alliance Medical
- ♦ *Chief Information Officer* presso Alliance Medical
- ♦ *Field Engineer & Project Management* in Radiologia Digitale presso Kodak
- ♦ MBA presso l'Università Politecnica di Madrid
- ♦ *Executive Master* in Marketing e vendite presso ESADE
- ♦ Ingegnere Senior di Telecomunicazioni, Università Alfonso X el Sabio

Personale docente

Dott. Carrasco González, Ramón Alberto

- ♦ Specialista in Informatica e Intelligenza Artificiale
- ♦ Ricercatore
- ♦ Responsabile di *Business Intelligence* (Marketing) presso la Caja General de Ahorros di Granada e il Banco Mare Nostrum
- ♦ Responsabile dei Sistemi di Informazione (*Data Warehousing e Business Intelligence*) presso la Caja General de Ahorros di Granada e il Banco Mare Nostrum
- ♦ Dottorato in Intelligenza Artificiale presso l'Università di Granada
- ♦ Laurea in Ingegneria Informatica presso l'Università di Granada

Dott. Popescu Radu, Daniel Vasile

- ♦ Specialista in Farmacologia, Nutrizione e Dieta
- ♦ Produttore di Contenuti Didattici e Scientifici Autonomi
- ♦ Nutrizionista e Dietista Comunitario
- ♦ Farmacista di Comunità
- ♦ Ricercatore
- ♦ Master in Nutrizione e Salute conseguito presso l'Università Aperta di Catalogna
- ♦ Master in Psicofarmacologia presso l'Università di Valencia
- ♦ Farmacista presso l'Università Complutense di Madrid
- ♦ Dietista-Nutrizionista dell'Università Europea Miguel de Cervantes

10

Impatto sulla tua carriera

Questo Master Specialistico fornirà agli studenti una comprensione approfondita dell'intelligenza artificiale e la sua applicazione specifica nel campo della pratica clinica. In questo modo, i professionisti contribuiranno al progresso della medicina e ottimizzeranno l'assistenza ai pazienti. Inoltre, potranno partecipare allo sviluppo di nuove tecnologie e all'implementazione di soluzioni innovative che abbiano un impatto positivo sia sulla qualità che sull'efficienza dell'assistenza sanitaria. Ciò aprirà agli studenti una varietà di opportunità di lavoro, che spazia da aziende specializzate dalla tecnologia medica alla ricerca medica.



“

Imparerai, attraverso casi reali, e la risoluzione di situazioni complesse in ambienti di apprendimento simulati. Aspira al massimo con TECH!”

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

LMBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali, sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. E di aiutarti a raggiungere il successo.

Se desideri superare te stesso, migliorare la tua carriera e creare una rete con i migliori contatti, sei nel posto giusto.

Ti specializzerai nell'Analisi di Big Data nel settore sanitario e farai un salto di qualità nella tua carriera professionale.

Utilizzerai gli strumenti più innovativi dell'Intelligenza Artificiale nel contesto della Pratica Clinica e contribuirai a ottimizzare il benessere dei tuoi pazienti.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



11

Benefici per la tua azienda

Sebbene questo programma universitario sia progettato per soddisfare le esigenze di specializzazione dei professionisti, tiene anche conto di ciò che gli studenti apporteranno alle organizzazioni in cui lavorano. Questi esperti consentiranno alle aziende di sfruttare la loro esperienza per sviluppare soluzioni innovative che migliorano l'assistenza sanitaria, ottimizzano i processi clinici e generano nuove opportunità commerciali nel settore sanitario. Saranno inoltre in grado di sfruttare l'intelligenza artificiale per migliorare la diagnosi, i trattamenti personalizzati, la gestione dei dati dei pazienti, ecc. Questi specialisti potranno guidare i team di ricerca per esplorare nuove idee e portarle sul mercato.



“

Questo programma ti offre l'opportunità di affrontare scenari reali di lavoro in Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica, supponendo un'esperienza immersiva accanto ai migliori specialisti”

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.

12 Titolo

L'MBA in Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Specialistico** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Master Specialistico, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Specialistico MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica**

Modalità: **online**

Durata: **2 anni**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Master Specialistico MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Specialistico

MBA Intelligenza Artificiale nella Pratica Clinica