

# Master Specialistico Senior Management of Creative Industries

**M S S M C I**





**tech** università  
tecnologica

## Master Specialistico Senior Management of Creative Industries

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-senior-management-creative-industries](http://www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-senior-management-creative-industries)

# 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. 20*

06

Struttura e contenuti

---

*pag. 26*

07

Metodologia

---

*pag. 40*

08

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 48*

09

Direzione del corso

---

*pag. 52*

10

Prospettive di carriera

---

*pag. 58*

11

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 62*

12

Titolo

---

*pag. 66*

# 01 Benvenuto

Le aziende creative stanno crescendo nel mercato. I nuovi metodi di lavoro, le nuove strategie e persino i nuovi strumenti tecnologici segnano il futuro delle professioni che si affidano all'innovazione e alla creatività per raggiungere un pubblico specializzato e competente che sa cosa vuole e lo cerca in un ambiente fisico o digitalizzato. La specializzazione dei manager tradizionali in questo campo sarà pertanto fondamentale per aprire le loro aspettative di lavoro e trovare un nuovo ambito di impiego. A tale fine, è essenziale che controllino tutti i settori tradizionali delle imprese: finanza, contabilità, comunicazione, risorse umane, ecc. Ma devono sapere come applicarli agli ambienti creativi e, soprattutto, saper utilizzare il potere offerto dalle nuove tecnologie e dai social media, indispensabili per raggiungere il pubblico di oggi. Grazie a questo programma di TECH, i professionisti avranno a loro disposizione un curriculum innovativo, completo e rigoroso per acquisire una specializzazione che sarà fondamentale per la loro pratica lavorativa.



Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries  
TECH Università Tecnologica



“

02

# Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una business school d'élite, con un modello di massima esigenza accademica. Un centro internazionale ad alto rendimento internazionale per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

*TECH è un'Università Tecnologica all'avanguardia che mette tutte le sue risorse a portata di mano degli studenti per aiutarli 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 multi-video interattivo nei nostri programmi.



### Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

**Il 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.

**+100.000**

manager specializzati ogni anno

**+200**

nazionalità differenti



### Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 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 più di 200 nazioni differenti.

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



### Analisi

---

In TECH esploriamo il tuo lato critico. la tua capacità di affrontare le incertezze. la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze 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 più riconosciuta a livello internazionale) con i "casi di studio" della Harvard Business School. 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. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia. **volume + tecnologia = prezzo dirompente.** In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



### Impara dai migliori del settore

---

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 in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



*Grazie a TECH potrai disporre dei casi di studio proposti dalla Harvard Business School*

02

# Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

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.



“

*Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato. che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"*

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali. tra i quali:

**01**

### Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di 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 aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

*Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.*

**04**

### Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

### Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, 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, considerando le diverse aree dell'azienda.

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

07

### Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

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

08

### Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

*Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.*

# 04 Obiettivi

Le industrie creative stanno acquisendo grande forza nel mercato. Molte di queste aziende innovative hanno trovato un'opportunità di sviluppo online. di conseguenza, i professionisti aziendali che lavorano in questo campo devono avere determinate competenze. L'obiettivo di questo programma è quello di fornire ai manager la specializzazione necessaria per muoversi con successo in questi ambienti complessi e instabili, per arrivare a uno sviluppo efficace delle loro aziende.



“

*Se il tuo obiettivo è quello di raggiungere  
il successo professionale in aziende  
creative. questo è il programma per te”*

I tuoi obiettivi sono anche i nostri.  
Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

Il Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries ti permetterà di:

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 definire i professionisti in attivo



02

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

05

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

06

Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

08

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



07

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

09

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

10

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

11

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

12

Comprendere come la creatività e l'innovazione siano diventate i motori dell'economia

13

Risolvere i problemi in nuovi ambienti e contesti interdisciplinari nel campo della gestione della creatività

14

Integrare le conoscenze acquisite con quelle corrispondenti ad altre persone, formulando sentenze e argomentazioni motivate sulla base delle informazioni disponibili in ciascun caso

15

Sapere come gestire il processo di creazione e implementazione di nuove idee su un argomento specifico



16

Acquisire conoscenze specifiche per la gestione di aziende e organizzazioni nel nuovo contesto delle industrie creative

18

Aiutare lo studente ad acquisire le competenze necessarie per sviluppare ed evolvere il proprio profilo professionale sia in ambienti aziendali che imprenditoriali

19

Acquisire conoscenze specifiche per la gestione di aziende e organizzazioni nel nuovo contesto delle industrie creative

17

Disporre di strumenti per analizzare le realtà economiche, sociali e culturali in cui le industrie creative si sviluppano e si trasformano oggi

20

Utilizzare le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione come strumenti per l'educazione e lo scambio di esperienze nel campo dello studio



05

# Competenze

TECH propone ai suoi studenti la realizzazione di questo nuovo Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries affinché abbiano l'opportunità di conoscere, attraverso un unico programma, le caratteristiche che governano questo tipo di società e quali strategie seguire per distinguersi dai propri concorrenti. In questo modo, i manager svilupperanno competenze specifiche per avere successo in un settore altamente competitivo, che richiede professionisti esperti e qualificati.



“

*Un programma di grande valore accademico  
che vi permetterà di gestire con successo la  
direzione delle aziende creative”*

01

Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo tale che gli obiettivi dell'azienda siano raggiunti

02

Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda

02

Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

04

Controllo dei processi di logistica, acquisti e approvvigionamento dell'azienda

05

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi



06

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

08

Praticare in aziende del settore della creatività. saper effettuare una gestione di successo delle stesse



09

Conoscere a fondo il funzionamento e il contesto globale delle nuove industrie creative

07

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

10

Avere una conoscenza approfondita di tutto ciò che riguarda la protezione dei prodotti creativi. dalla protezione intellettuale al diritto pubblicitario

11

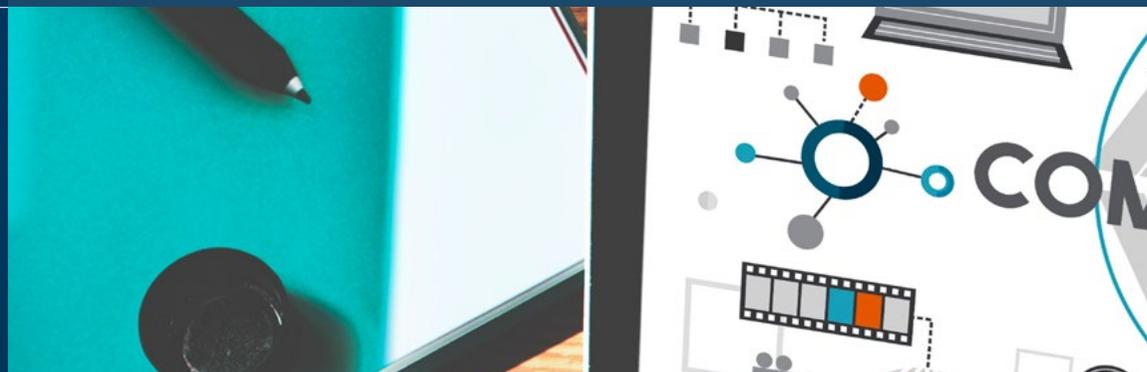
Effettuare una sana gestione economica e finanziaria delle aziende dell'industria creativa

14

Effettuare una corretta gestione economica e finanziaria delle aziende dell'industria creativa

12

Sapere come calcolare profitti, redditività e costi all'interno di progetti per l'industria creativa



13

Disporre di competenze complete nella metodologia *di pensiero futura* per poter applicare i propri vantaggi al lavoro quotidiano

15

Realizzare una gestione efficiente dei consumatori di aziende creative

16

Gestire la comunicazione a livello integrale per le aziende dell'industria creativa

18

Avere una conoscenza approfondita che consenta al professionista di gestire il processo di digitalizzazione nelle industrie creative

19

Applicare strategie innovative di marketing digitale per le aziende creative

17

Essere parte attiva del processo di branding nelle aziende creative

20

Intraprendere nell'industria creativa. ottenere il massimo dall'idea primaria



06

# Struttura e contenuti

La struttura di questo Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries è stata sviluppata pensando alle esigenze accademiche dei professionisti di un settore così nuovo come questo. Ciò consentirà ai manager di comprendere come applicare tutte le loro conoscenze al lavoro in ambienti creativi, nonché di apprendere nuove tecniche e strategie che saranno fondamentali per la loro carriera futura. E tutto questo, lo studieranno in modo molto comodo, impiegando Internet e le risorse didattiche che TECH ha messo a loro disposizione attraverso il suo campus virtuale.



“

*Un programma molto ben strutturato e in un formato completamente digitale che ti permetterà di gestire autonomamente il tuo tempo di studio”*

### Piano di studi

Il Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 3.000 ore di studio, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, ottenendo un processo di alta qualità, che potrà poi applicare al lavoro quotidiano. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo programma si occupa in profondità delle principali aree dell'azienda ed è stato ideato per permettere ai dirigenti di capire la direzione delle aziende creative da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un programma pensato per gli studenti, focalizzato sul miglioramento professionale che lo prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito direttivo e della gestione aziendale.

Un programma che comprende le sue esigenze e quelle dell'azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze; un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha la durata di 2 anni e si divide in 18 moduli:

<b>Modulo</b>	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)
<b>Modulo 2</b>	Direzione strategica e Management direttivo
<b>Modulo 3</b>	Direzione di persone e gestione del talento
<b>Modulo 4</b>	Direzione economico-finanziaria
<b>Modulo 5</b>	Direzione di operazioni e logistica
<b>Modulo 6</b>	Direzione di sistemi informativi
<b>Modulo 7</b>	Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale
<b>Modulo 8</b>	Innovazione e direzione di progetti
<b>Modulo 9</b>	Nuove industrie creative
<b>Modulo 10</b>	Protezione dei prodotti creativi e immateriali nel mercato odierno
<b>Modulo 11</b>	Gestione economica e finanziaria delle aziende
<b>Modulo 12</b>	Futures Thinking: come trasformare l'oggi dal domani
<b>Modulo 13</b>	Gestione del consumatore o dell'utente nelle aziende creative
<b>Modulo 14</b>	Branding creativo: comunicazione e gestione di marchi creativi
<b>Modulo 15</b>	Leadership e innovazione nelle industrie creative
<b>Modulo 16</b>	Trasformazione Digitale nell'industria creativa
<b>Modulo 17</b>	Nuove strategie di Marketing digitali
<b>Modulo 18</b>	L'imprenditorialità nelle industrie creative



### **Dove. quando e come si comunica?**

TECH ti offre la possibilità di realizzare questo programma completamente online. Durante i 2 anni di preparazione, potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento; questo ti consentirà di autogestire il tuo tempo di studio.

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

## Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)

### 1.1. Globalizzazione e Amministrazione

- 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: internazionalizzazione dei mercati
- 1.1.2. Contesto economico e Amministrazione Aziendale
- 1.1.3. *Accountability* o Rendimento dei Conti

### 1.2. Leadership

- 1.2.1. Contesto interculturale
- 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
- 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive

### 1.3. Etica d'impresa

- 1.3.1. Etica e integrità
- 1.3.2. Comportamento etico aziendale
- 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
- 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione

### 1.4. Sostenibilità

- 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile
- 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
- 1.4.3. Agenda 2030 e ODS

### 1.5. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.5.1. Responsabilità Sociale delle aziende
- 1.5.2. Ruoli e responsabilità
- 1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale Aziendale

## Modulo 2. Direzione strategica e management direttivo

### 2.1. Analisi e design organizzativo

- 2.1.1. Cultura organizzativa
- 2.1.2. Analisi delle organizzazioni
- 2.1.3. Design della struttura organizzativa

### 2.2. Strategia aziendale

- 2.2.1. Strategia di livello aziendale
- 2.2.2. Tipologie di strategie di livello aziendale
- 2.2.3. Determinazione della strategia aziendale
- 2.2.4. Strategia aziendale e immagine di prestigio

### 2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Pensieri strategici
- 2.3.2. Pianificazione e Formulazione Strategica
- 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Aziendale

### 2.4. Modelli e Schemi Strategici

- 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
- 2.4.2. Strategia aziendale: metodologie
- 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia aziendale

### 2.5. Direzione strategica

- 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Scheda di valutazione bilanciata
- 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia aziendale
- 2.5.4. Direzione strategica e Reporting

### 2.6. Introduzione ed esecuzione strategica

- 2.6.1. Introduzione strategica: obiettivi, azioni e impatti
- 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
- 2.6.3. Metodo di miglioramento continuo

### 2.7. Management Direttivo

- 2.7.1. Determinazione della strategia aziendale
- 2.7.2. *Management* direttivo e sviluppo dei processi
- 2.7.3. Knowledge Management

### 2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 2.8.2. Metodo casistico
- 2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

**Modulo 3. Direzione di persone e gestione del talento**

**3.1. Comportamento organizzativo**

- 3.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 3.1.3. Strategie aziendali. tipologie e gestione della conoscenza

**3.2. Direzione strategica del personale**

- 3.2.1. Direzione di persone e allineazione strategica
- 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: design e attuazione
- 3.2.3. Analisi del posto di lavoro; design e selezione del personale
- 3.2.4. Specializzazione e crescita professionale

**3.3. Sviluppo direttivo e leadership**

- 3.3.1. Capacità direttive: competenze e abilità del XXI secolo
- 3.3.2. Abilità non direttive
- 3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
- 3.3.4. Leadership e direzione del personale

**3.4. Gestione del cambiamento**

- 3.4.1. Analisi organizzativa
- 3.4.2. Approccio strategico
- 3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave. design e gestione dei processi
- 3.4.4. Metodo di miglioramento continuo

**3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti**

- 3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
- 3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
- 3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
- 3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione

**3.6. Comunicazione direttiva**

- 3.6.1. Strategia aziendale e comunicazione direttiva
- 3.6.2. Comunicazione interna: influenza e impatto
- 3.6.3. Comunicazione interpersonale: competenze e gestione di squadre

**3.7. Gestione di team e svolgimento del personale**

- 3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
- 3.7.2. Gestione di team e svolgimento del personale
- 3.7.3. *Coaching* e svolgimento del personale
- 3.7.4. Riunioni direttive: pianificazione e gestione dei tempi

**3.8. Gestione della conoscenza e del talento**

- 3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni
- 3.8.2. Modelli aziendali di gestione della conoscenza e del talento
- 3.8.3. Creatività e innovazione

**Modulo 4. Direzione economico-finanziaria**

**4.1. Contesto Economico**

- 4.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 4.1.3. Strategie aziendali. tipologie e gestione della conoscenza

**4.2. Contabilità Direttiva**

- 4.2.1. Quadro contabile internazionale
- 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
- 4.2.3. Bilanci d'esercizio delle imprese
- 4.2.4. Analisi dei Bilanci d'esercizio: presa di decisioni

**4.3. Bilancio di previsione e Controllo di Gestione**

- 4.3.1. Pianificazione di bilancio di previsione
- 4.3.2. Controllo di Gestione: progetto e obiettivi
- 4.3.3. Supervisione e *reporting*

**4.4. Responsabilità Sociale delle imprese**

- 4.4.1. Responsabilità fiscale aziendale
- 4.4.2. Procedimento tributario: approssimazione a un caso-Paese

**4.5. Sistemi di controllo delle imprese**

- 4.5.1. Tipologie di Controllo
- 4.5.2. Adempimento Normativo/*Compliance*
- 4.5.3. Revisione interna
- 4.5.4. Revisione Esterna

**4.6. Direzione finanziaria**

- 4.6.1. Introduzione alla Direzione Finanziaria
- 4.6.2. Direzione Finanziaria e strategia aziendale
- 4.6.3. Direttore finanziario o *Chief Financial Officer* (CFO): competenze direttive

**4.7. Pianificazione Finanziaria**

- 4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
- 4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
- 4.7.3. Pianificazione Finanziaria a corto termine
- 4.7.4. Pianificazione Finanziaria a lungo termine

**4.8. Strategia Finanziaria Aziendale**

- 4.8.1. Investimenti Finanziari Aziendali
- 4.8.2. Crescita strategica: tipologie

**4.9. Contesto Macroeconomico**

- 4.9.1. Analisi Macroeconomica
- 4.9.2. Indicatori di congiuntura
- 4.9.3. Ciclo economico

**4.10. Finanziamento Strategico**

- 4.10.1. Settore bancario: Ambiente attuale
- 4.10.2. Analisi e gestione del rischio

**4.11. Mercati monetari e di capitali**

- 4.11.1. Mercato a Rendita Fissa
- 4.11.2. Mercato a Rendita Variabile
- 4.11.3. Valutazione di imprese

**4.12. Analisi e risoluzione di casi/ problemi**

- 4.12.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 4.12.2. Metodo casistico

## Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

### 5.1. Direzione delle operazioni

- 5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
- 5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di fornitura
- 5.1.3. Sistema di indicatori

### 5.2. Direzione di acquisti

- 5.2.1. Gestione di Stock
- 5.2.2. Gestione magazzini
- 5.2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento

### 5.3. Supply Chain Management I

- 5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
- 5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

### 5.4. Supply Chain Management II. Esecuzione

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Direzione Logistica
- 5.4.3. Acquisti

### 5.5. Processi logistici

- 5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
- 5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione
- 5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
- 5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita

### 5.6. Logistica e clienti

- 5.6.1. Analisi della domanda e previsione
- 5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement

### 5.7. Logistica internazionale

- 5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
- 5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

### 5.8. Competere dalle operazioni

- 5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
- 5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
- 5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni

## Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

### 6.1. Direzione di sistemi informativi

- 6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
- 6.1.2. Decisioni strategiche
- 6.1.3. Ruolo del CIO

### 6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale

- 6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
- 6.2.2. Modelli di business basati su Internet
- 6.2.3. Il valore di IT nell'azienda

### 6.3. Pianificazione strategica di SI

- 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
- 6.3.2. Formulazione della strategia di SI
- 6.3.3. Piano di introduzione della strategia

### 6.4. Sistemi informativi e Business Intelligence

- 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
- 6.4.2. Gestione di Progetti di *Business Intelligence*
- 6.4.3. Architettura di *Business Intelligence*
- 6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC

### 6.5.1. Modelli di business di base tecnologica

- 6.5.2. Capacità per innovare
- 6.5.3. Ridisegno dei processi della catena dei valori
- 6.6. E-commerce
- 6.6.1. Piano Strategico di E-commerce
- 6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente

### 6.6.3. E-commerce

- 6.6.3. E-commerce come opportunità di Internazionalizzazione
- 6.7. Strategie di E-Business
- 6.7.1. Strategie nei *Social Media*
- 6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e

### 6.7.3. Regolazione digitale

- 6.8. Digital business
- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Progettazione e fruibilità

### 6.8.3. Operazioni dell'e-commerce

## Modulo 7 Direzione commerciale. Marketing e Comunicazione aziendale

### 7.1. Direzione Commerciale

- 7.1.1. Direzione di vendite
- 7.1.2. Strategia commerciale
- 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
- 7.1.4. Direzione di team di vendite

### 7.2. Marketing

- 7.2.1. Marketing e impatto aziendale
- 7.2.2. Variabili base del Marketing
- 7.2.3. Piano di Marketing

### 7.3. Gestione strategica di Marketing

- 7.3.1. Tendenze attuali nel Marketing
- 7.3.2. Strumenti di Marketing
- 7.3.3. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti

### 7.4. Strategia di Marketing Online

- 7.4.1. Approccio al Marketing Online
- 7.4.2. Strategia di Marketing Digitale
- 7.4.3. *Inbound Marketing* ed evoluzione del Marketing Digitale

### 7.5. Strategia di vendita e comunicazione

- 7.5.1. Posizionamento e promozione
- 7.5.2. Pubbliche relazioni
- 7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione

### 7.6. Comunicazione Aziendale

- 7.6.1. Comunicazione interna ed esterna
- 7.6.2. Dipartimento di Comunicazione
- 7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali

### 7.7. Strategia di Comunicazione Aziendale

- 7.7.1. Strategia Aziendale di Comunicazione
- 7.7.2. Piano di Comunicazione
- 7.7.3. Redazione di Comunicati Stampa/*Clipping/ Publicity*

**Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti****8.1. Innovazione**

- 8.1.1. Macro Concetto di innovazione
- 8.1.2. Tipologie di innovazione
- 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
- 8.1.4. Specializzazione e Innovazione

**8.2. Strategia di Innovazione**

- 8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
- 8.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
- 8.2.3. Seminari di innovazione

**8.3. Progettazione e verifica del modello di business**

- 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
- 8.3.2. Iniziativa di business innovatore: fasi
- 8.3.3. Modalità di finanziamento
- 8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello CANVAS e metriche
- 8.3.5. Crescita e fidelizzazione

**8.4. Direzione e Gestione di Progetti**

- 8.4.1. Opportunità di innovazione
- 8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
- 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
- 8.4.4. Esecuzione dei Progetti
- 8.4.5. Chiusura dei Progetti

**Modulo 9. Nuove industrie creative****9.1. Nuove industrie creative**

- 9.1.1. Dall'industria culturale all'industria creativa
- 9.1.2. Le industrie creative attuali
- 9.1.3. Attività e settori che compongono le industrie creative

**9.2. Il peso economico delle industrie creative oggi**

- 9.2.1. Contributo
- 9.2.2. Propulsori di crescita e di cambiamento
- 9.2.3. Panorama lavorativo nelle industrie creative

**9.3. Nuovo contesto globale delle industrie creative**

- 9.3.1. Radiografia delle industrie creative nel mondo
- 9.3.2. Fonti di finanziamento delle industrie creative di ogni Paese
- 9.3.3. Studio di casi: modelli di gestione e politiche pubbliche

**9.4. Il patrimonio naturale e culturale**

- 9.4.1. Patrimonio storico e culturale
- 9.4.2. Prodotti derivati e servizi di musei, siti archeologici, siti storici e paesaggi culturali
- 9.4.3. Patrimonio culturale immateriale

**9.5. Arti visive**

- 9.5.1. Arti plastiche
- 9.5.2. Fotografia
- 9.5.3. Artigianato

**9.6. Arti sceniche**

- 9.6.1. Teatro e danza
- 9.6.2. Musica e festival
- 9.6.3. Fiere e circo

**9.7. Media audiovisivi**

- 9.7.1. Film, tv e contenuto audiovisivo
- 9.7.2. Radio, podcast e contenuto uditivo
- 9.7.3. Videogiochi

**9.8. Pubblicazioni attuali**

- 9.8.1. Letteratura, saggi e poesia
- 9.8.2. Case editrici
- 9.8.3. Stampa

**9.9. Servizi Creativi**

- 9.9.1. Design e Moda
- 9.9.2. Architettura e paesaggismo
- 9.9.3. Pubblicità

**9.10. Collegamenti dell'economia creativa o dell'economia arancione**

- 9.10.1. Modello a cascata - cerchi concentrici
- 9.10.2. Spillover creativi, di produzione e di conoscenza
- 9.10.3. Cultura al servizio dell'economia creativa

**Modulo 10. Protezione dei prodotti creativi e immateriali**

10.1. Protezione giuridica delle attività immateriali	10.2. Proprietà intellettuale I	10.3. Proprietà intellettuale II	10.4. Proprietà intellettuale III
10.5. Proprietà industriale I: le marche	10.6. Proprietà industriale II: Disegni industriali	10.7. Proprietà industriale III: Brevetti e modelli di utilità	10.8. Proprietà intellettuale e industriale: pratica
10.9. Diritto di pubblicità I	10.10. Diritto di pubblicità II		

**Modulo 11. Gestione economica e finanziaria delle aziende**

<p><b>11.1. La necessaria sostenibilità economica</b></p> <p>11.1.1. La struttura finanziaria di un'azienda creativa 11.1.2. La contabilità in un'azienda creativa 11.1.3. Triplo bilancio</p>	<p><b>11.2. Il reddito e le spese di un'azienda creativa oggi</b></p> <p>11.2.1. Contabilità dei costi 11.2.2. Tipi di costi 11.2.3. Assegnazione dei costi</p>	<p><b>11.3. Tipi di benefici nell'azienda</b></p> <p>11.3.1. Margine di contributo 11.3.2. Il punto di equilibrio 11.3.3. Valutazioni delle alternative</p>	<p><b>11.4. La comunicazione nel settore creativo</b></p> <p>11.4.1. L'investimento nell'industria creativa 11.4.2. Valutazione di un investimento 11.4.3. Metodo VAN: Valore attuale netto</p>
<p><b>11.5. La redditività nell'industria creativa</b></p> <p>11.5.1. Redditività economica 11.5.2. Redditività del tempo 11.5.3. Redditività finanziaria</p>	<p><b>11.6. Tesoreria: Liquidità e solvibilità</b></p> <p>11.6.1. Cash Flow 11.6.2. Bilancio e conteggio dei risultati 11.6.3. Liquidazione e leverage</p>	<p><b>11.7. Formule di finanziamento attuali nel mercato creativo</b></p> <p>11.7.1. Fondi di capitale di rischio 11.7.2. <i>Business Angels</i> 11.7.3. Bandi e sovvenzioni</p>	<p><b>11.8. Il prezzo del prodotto nell'industria creativa</b></p> <p>11.8.1. Fissare i prezzi 11.8.2. Guadagno vs Competenza 11.8.3. Le strategie dei prezzi</p>
<p><b>11.9. Strategia di Prezzi nel settore creativo</b></p> <p>11.9.1. Tipi di strategie di prezzi 11.9.2. Vantaggi 11.9.3. Svantaggi</p>	<p><b>11.10. Bilanci operativi</b></p> <p>11.10.1. Strumenti di pianificazione strategica 11.10.2. Elementi inclusi nel bilancio operativo 11.10.3. Sviluppo ed esecuzione del bilancio operativo</p>		

**Modulo 12.** Futures Thinking: come trasformare l'oggi dal domani

**12.1. Metodologia Future Thinking**

- 12.1.1. Il *Future Thinking*
- 12.1.2. Benefici dell'uso di questa metodologia
- 12.1.3. Il ruolo del "futurista" nell'azienda creativa

**12.2. Segnali di cambiamento**

- 12.2.1. Il segnale di cambiamento
- 12.2.2. Identificazione dei segnali di cambiamento
- 12.2.3. L'interpretazione dei segnali

**12.3. Tipi di futuro**

- 12.3.1. Viaggio al passato
- 12.3.2. I quattro tipi di futuro
- 12.3.3. Applicazione della metodologia *Futures Thinking* al lavoro

**12.4. Future forecasting**

- 12.4.1. Alla ricerca di *di driver*
- 12.4.2. Come creare una previsione futura
- 12.4.3. Come scrivere uno scenario futuro

**12.5. Tecniche di stimolazione mentale**

- 12.5.1. Passato, futuro ed empatia
- 12.5.2. Fatti vs Esperienza
- 12.5.3. Cammini alternativi

**12.6. Previsione collaborativa**

- 12.6.1. Il futuro come un gioco
- 12.6.2. *Future Wheel*
- 12.6.3. Il futuro da diversi approcci

**12.7. Vittorie epiche**

- 12.7.1. Dalla scoperta alla proposta di innovazione
- 12.7.2. La vittoria epica
- 12.7.3. Lequità nel gioco del futuro

**12.8. Futuri preferenziali**

- 12.8.1. Il futuro preferenziale
- 12.8.2. Tecniche
- 12.8.3. Lavorare dal futuro all'indietro

**12.9. Dalla profezia all'azione**

- 12.9.1. Immagini del futuro
- 12.9.2. Artefatti del futuro
- 12.9.3. Tabella di marcia

**12.10. Ods. Una visione globale e multidisciplinare del futuro**

- 12.10.1. Lo sviluppo sostenibile come obiettivo globale
- 12.10.2. La gestione dell'essere umano in natura

12.10.3. Sostenibilità sociale

**Modulo 13.** Gestione del consumatore o dell'utente nelle aziende creative

**13.1. L'epidemiologia nel contesto attuale**

- 13.1.1. Il cambiamento dei consumatori negli ultimi tempi
- 13.1.2. L'importanza della ricerca
- 13.1.3. Analisi di tendenze

**13.2. Strategia con la persona al centro**

- 13.2.1. La strategia *Human Centric*
- 13.2.2. Chiavi e benefici di essere *Human Centric*
- 13.2.3. Casi di successo

**13.3. Il dato nella strategia Human Centric**

- 13.3.1. Il dato nella strategia *Human Centric*
- 13.3.2. Il valore del dato
- 13.3.3. Vista a 360° del cliente

**13.4. Implementazione della strategia Human Centric nell'industria creativa**

- 13.4.1. Trasformazione delle informazioni disperse in conoscenza dei clienti
- 13.4.2. Analisi di opportunità
- 13.4.3. Strategie e iniziative di massimizzazione

**13.5. Metodologia Human Centric**

- 13.5.1. Dalla ricerca al prototipo
- 13.5.2. Modello a doppio diamante: Processo e fasi
- 13.5.3. Strumenti

**13.6. Design Thinking**

- 13.6.1. Design Thinking
- 13.6.2. Metodologia
- 13.6.3. Tecniche e strumenti di Design Thinking

**13.7. Il posizionamento della marca nella mente dell'utente**

- 13.7.1. Analisi di posizionamento
- 13.7.2. Tipologia
- 13.7.3. Metodologia e strumenti

**13.8. User Insight in un'azienda creativa**

- 13.8.1. Gli Insight e loro importanza.
- 13.8.2. *Customer Journey* e la rilevanza del *Journey Mapping*
- 13.8.3. Tecniche di ricerca

**13.9. Il profilo degli utenti (archetipi e buyer persona)**

- 13.9.1. Archetipi
- 13.9.2. Buyer persona
- 13.9.3. Metodologia di analisi

**13.10. Risorse e tecniche di ricerca**

- 13.10.1. Tecniche in contesto
- 13.10.2. Tecniche di visualizzazione e creazione
- 13.10.3. Tecniche di contrasti di voci

**Modulo 14. Branding creativo: comunicazione e gestione di marchi creativi**

**14.1. Brands and Branding**

- 14.1.1. Le marche
- 14.1.2. Evoluzione del *Branding*
- 14.1.3. Posizionamento, personalità della marca, notorietà

**14.2. Caratteristiche della marca**

- 14.2.1. Marketing mix
- 14.2.2. Architettura della marca
- 14.2.3. Identità della marca

**14.3. Espressione della marca**

- 14.3.1. Identità grafica
- 14.3.2. Espressione visiva
- 14.3.3. Altri elementi che riflettono la marca

**14.4. Comunicazione**

- 14.4.1. Focus
- 14.4.2. *Brand Touchpoints*
- 14.4.3. Tecniche e strumenti di comunicazione

**14.5. Brand Content**

- 14.5.1. Dai marchi alle piattaforme di intrattenimento
- 14.5.2. EL auge del contenuto di marca
- 14.5.3. Entrare in contatto con il pubblico attraverso storie uniche

**14.6. Visual Storytelling**

- 14.6.1. L'analisi della marca
- 14.6.2. Concetti pubblicitari creativi
- 14.6.3. La vendita creativa

**14.7. Customer Experience**

- 14.7.1. *Customer Experience (cx)*
- 14.7.2. *Customer journey*
- 14.7.3. Allineamento della marca

**14.8. Pianificazione strategica**

- 14.8.1. Obiettivi
- 14.8.2. Identificazione di pubblico e approfondimenti
- 14.8.3. Programmazione della strategia

**14.9. Performance**

- 14.9.1. Il *Briefing*
- 14.9.2. Tattiche
- 14.9.3. Piano di produzione

**14.10. Valutazione**

- 14.10.1. Cosa valutare?
- 14.10.2. Come valutare (strumenti di misurazione)?
- 14.10.3. Diffusione dei risultati

**Modulo 15. Leadership e innovazione nelle industrie creative**

**15.1. Creatività applicata all'industria**

- 15.1.1. L'espressione creativa
- 15.1.2. Le risorse creative
- 15.1.3. Tecniche creative

**15.2. La nuova cultura innovatrice**

- 15.2.1. Il contesto dell'innovazione
- 15.2.2. Perché sbaglia l'innovazione?
- 15.2.3. Teorie accademiche

**15.3. Dimensioni e leve dell'innovazione**

- 15.3.1. I piani o le dimensioni dell'innovazione
- 15.3.2. Attitudini per l'innovazione
- 15.3.3. Intraaziendale e tecnologia

**15.4. Restrizioni e ostacoli dell'innovazione nell'industria creativa**

- 15.4.1. Restrizioni personali e di gruppo
- 15.4.2. Restrizioni sociali e organizzazioni
- 15.4.3. Restrizioni industriali e tecnologiche

**15.5. Innovazione chiusa e innovazione aperta**

- 15.5.1. Dall'innovazione chiusa all'innovazione aperta
- 15.5.2. Pratiche per implementare l'innovazione aperta
- 15.5.3. Esperienze di innovazione aperta nelle aziende

**15.6. Modelli di business nelle icc**

- 15.6.1. Tendenze aziendali nell'economia creativa
- 15.6.2. Caso di studio
- 15.6.3. Rivoluzione del settore

**15.7. Guidare e gestire una strategia di innovazione**

- 15.7.1. Promuovere l'adozione
- 15.7.2. Guidare il processo
- 15.7.3. Mappe del portfolio

**15.8. Finanziare l'innovazione**

- 15.8.1. Cfo: investimento di capitale di rischio
- 15.8.2. Finanziamento dinamico
- 15.8.3. Risposta alle sfide

**15.9. Tendenze aziendali nell'economia creativa**

- 15.9.1. Intersezione dei settori
- 15.9.2. Generazione di soluzioni rivoluzionarie
- 15.9.3. L'effetto medici

**15.10. Nuovi ecosistemi creativi e innovativi**

- 15.10.1. Generazione di ambienti innovativi
- 15.10.2. La creatività come stile di vita
- 15.10.3. Icosistemi

**Modulo 16. Trasformazione Digitale nell'industria creativa****16.1. Digital Future nell'industria creativa**

- 16.1.1. La trasformazione Digitale
- 16.1.2. Situazione del settore e comparazione
- 16.1.3. Sfide Future

**16.2. Quarta rivoluzione industriale**

- 16.2.1. Rivoluzione industriale
- 16.2.2. Applicazione
- 16.2.3. Impatti

**16.3. Attivatori digitali per la crescita**

- 16.3.1. Efficacia operativa, accelerazione e miglioramento
- 16.3.2. Trasformazione Digitale continua
- 16.3.3. Soluzioni e servizi per le industrie creative

**16.4. L'applicazione del Big Data nell'azienda**

- 16.4.1. valore del dato
- 16.4.2. Il dato e il processo decisionale
- 16.4.3. *Data Driven Company*

**16.5. Tecnologia cognitiva**

- 16.5.1. IA e *interazione digitale*
- 16.5.2. IoT e robotica
- 16.5.3. Altre pratiche digitali

**16.6. Usi e applicazioni della tecnologia blockchain**

- 16.6.1. Blockchain
- 16.6.2. Valore per il settore delle iicc
- 16.6.3. Versatilità delle transazioni

**16.7. Onmicanale e sviluppo del transmedia**

- 16.7.1. Impatto nel settore
- 16.7.2. Analisi delle sfide
- 16.7.3. Evoluzione

**16.8. Ecosistemi di imprenditorialità**

- 16.8.1. Il ruolo dell'innovazione nella venture Capital
- 16.8.2. L'ecosistema *Startup* e gli agenti che lo compongono
- 16.8.3. Come massimizzare il rapporto tra l'agente creativo e *le startup*

**16.9. Nuovi modelli di business rivoluzionari**

- 16.9.1. Basato sulla commercializzazione (piattaforme e marketplace)
- 16.9.2. In base alla fornitura del servizio (modelli Freemium, premium o in abbonamento)
- 16.9.3. Basato sulla comunità (da *Crowdfunding*, social network o blog)

**16.10. Metodologie per promuovere la cultura e l'innovazione nell'industria creativa**

- 16.10.1. Strategia di innovazione dell'Oceano Blu
- 16.10.2. Strategia di innovazione di *Lean Startup*
- 16.10.3. Strategia di Innovazione agile

## Modulo 17. Nuove strategie di Marketing digitali

### 17.1. Tecnologia e audience

- 17.1.1. La strategia digitale e le differenze tra il tipo di utente
- 17.1.2. Il pubblico target, fattori di esclusione e generazioni
- 17.1.3. Il profilo ideale di cliente (ICP) e il buyer Person

### 17.2. Analitica digitale per la diagnosi

- 17.2.1. Analisi previa alla strategia digitale
- 17.2.2. Momento 0
- 17.2.3. KPI e metriche, tipologie, classificazione secondo metodologie

### 17.3. E-entertainment: l'impatto dell'e-commerce sul settore dell'entertainment

- 17.3.1. E-commerce, tipologie e piattaforme
- 17.3.2. L'importanza del web design UX e UI
- 17.3.3. Ottimizzazione dello spazio online: Esigenze minime

### 17.4. Social Media e Influencer Marketing

- 17.4.1. Impatto ed effetti del Marketing sulle reti
- 17.4.2. La persuasione, chiavi del contenuto e delle azioni virali
- 17.4.3. Pianificare le campagne di marketing sociale e di *Influencer Marketing*

### 17.5. Mobile marketing

- 17.5.1. Utente *Mobile*
- 17.5.2. *Web Mobile* e APSS
- 17.5.3. Azioni Mobile marketing

### 17.6. Pubblicità in ambienti online

- 17.6.1. La pubblicità in RRSS e obiettivi dei *Social Ads*
- 17.6.2. L'imbuto di conversione o purchase funnel: categorie
- 17.6.3. Piattaforme di *social Ads*

### 17.7. La metodologia inbound marketing

- 17.7.1. *Social Selling* pilastri fondamentali e strategia
- 17.7.2. La piattaforma CRM in una strategia digitale
- 17.7.3. Inbound Marketing: Azioni e SEO

### 17.8. Automatizzazione del marketing

- 17.8.1. E-mail marketing e tipologia delle e-mail
- 17.8.2. L'automazione dell'e-mail marketing, delle applicazioni, delle piattaforme e dei vantaggi
- 17.8.3. La comparsa di Bot & chatbot Marketing: Tipologia e piattaforme

### 17.9. Strumenti di gestione di dati

- 17.9.1. CRM nella strategia digitale, tipologie e applicazioni, piattaforme e tendenze
- 17.9.2. *Big Data Big Data, Business Analytic* e *Business Intelligence*
- 17.9.3. *Big Data*, intelligenza artificiale e *Data Science*

### 17.10. La misura del rendimento

- 17.10.1. ROI: la definizione del ritorno sull'investimento e ROI vs ROAS.
- 17.10.2. Ottimizzazione del ROI
- 17.10.3. Metriche chiave

**Modulo 18.** L'imprenditorialità nelle industrie creative**18.1. Progetto imprenditoriale**

- 18.1.1. Imprenditorialità, tipi e ciclo di vita
- 18.1.2. Profilo dell'imprenditore
- 18.1.3. Argomenti di interesse e imprenditori

**18.2. Leadership personale**

- 18.2.1. La Conoscenza di sé
- 18.2.2. Abilità imprenditoriali
- 18.2.3. Sviluppo di capacità e abilità di leadership imprenditoriale

**18.3. Identificazione di opportunità di innovazione e di imprenditorialità**

- 18.3.1. Analisi di megatendenze e forze competitive
- 18.3.2. Comportamento del consumatore e stima della domanda
- 18.3.3. Valutazione di opportunità di business

**18.4. Generazione di idee di business nell'industria creativa**

- 18.4.1. Strumenti per la creazione di idee *Brainstorming*, mappe mentali, *Drawstorming*, ecc.
- 18.4.2. Design di proposte di valore: CANVAS, 5 w
- 18.4.3. Sviluppo della proposta di valore

**18.5. Prototipazione e convalida**

- 18.5.1. Sviluppo del prototipo
- 18.5.2. Convalida
- 18.5.3. Impostazione di prototipazione

**18.6. Design del modello di business**

- 18.6.1. Modello di business
- 18.6.2. Metodologie per la creazione di modelli di business
- 18.6.3. Design del modello di business per idee proposte

**18.7. Leadership e gestione di team**

- 18.7.1. Profili di team secondo temperamenti e personalità
- 18.7.2. Abilità del team leader
- 18.7.3. Metodi del lavoro in team

**18.8. Mercati culturali**

- 18.8.1. Natura dei mercati culturali
- 18.8.2. Tipi di mercati culturali
- 18.8.3. Identificazione dei mercati culturali di prossimità

**18.9. Piano di marketing Branding personale**

- 18.9.1. Proiezione di progetti personali e imprenditoriali
- 18.9.2. Piano strategico a medio e breve termine
- 18.9.3. Variabili di misurazione del successo

**18.10. Pitch di vendita**

- 18.10.1. Presentazione del progetto agli investitori
- 18.10.2. Creazione di presentazioni accattivanti
- 18.10.3. Sviluppo delle abilità di comunicazione professionale

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”*

## In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

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

“

*Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo"*



*Siamo la prima Università online che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione.*



*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 intensivo della Business School di TECH Università Tecnologica prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i *casì di studio* di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.

“ *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 solo la legge sulla base del contenuto teorico.

Il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare 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 reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze,

effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

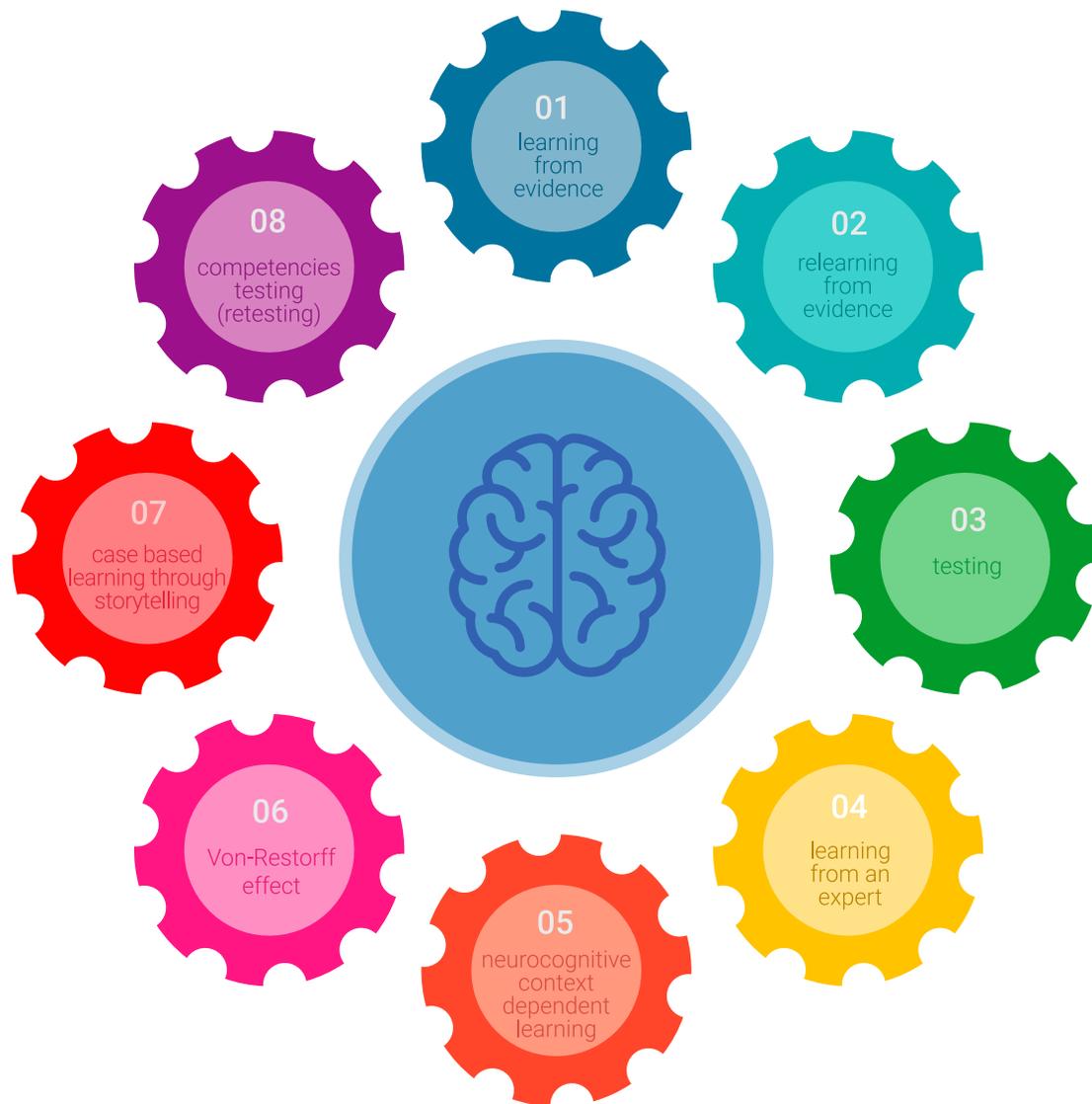
La nostra Università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento. 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 disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a 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 Business School è l'unica scuola di lingua spagnola 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.





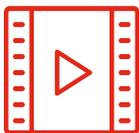
Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, 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 contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, 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 prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



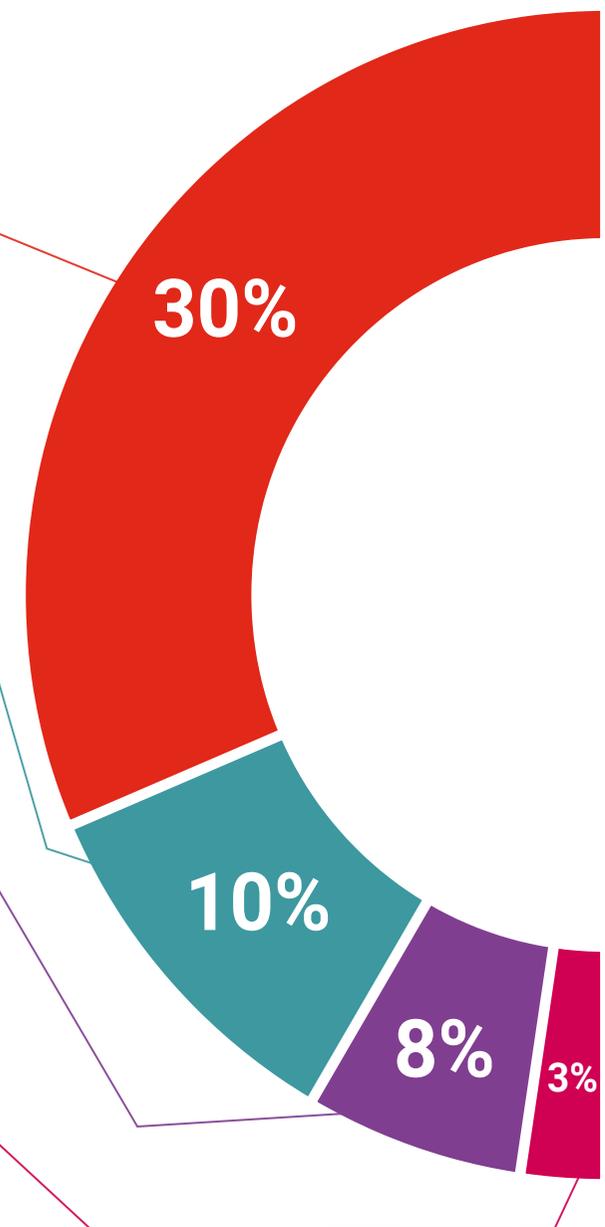
#### Pratica di competenze manageriali

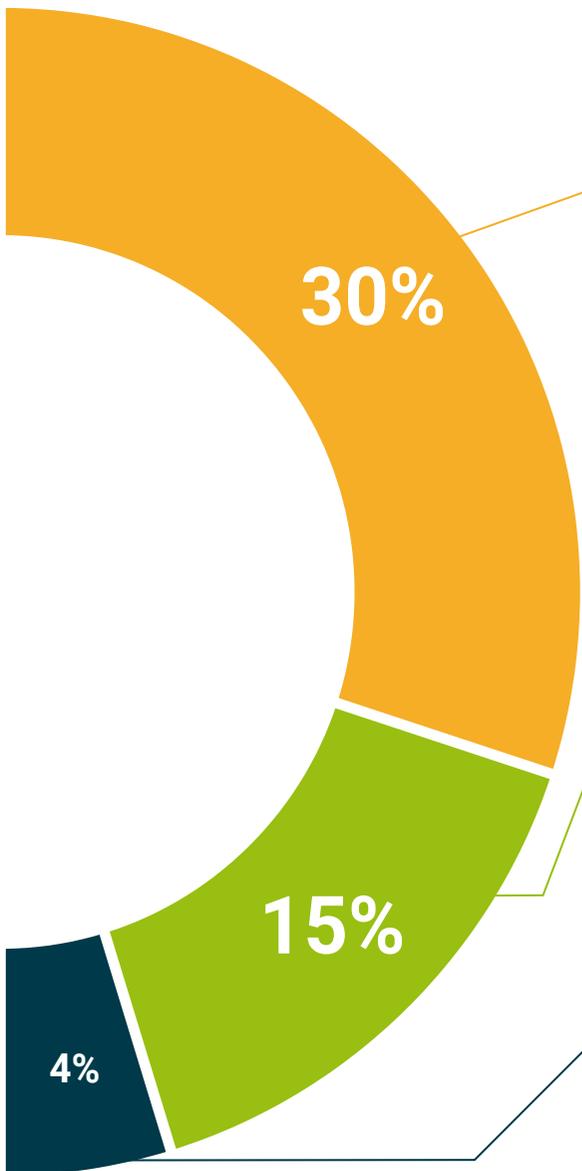
Realizzerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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 formazione.





### Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti dell'alta direzione in America Latina.



### 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 formazione 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 di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

# Profilo dei nostri studenti

Questo Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries è rivolto ai professionisti del settore del business, che desiderano ampliare la loro preparazione con programmi di alto livello accademico focalizzati sulle industrie creative, grazie alla grande potenza che stanno acquisendo sul mercato. Sono studenti che capiscono la necessità di continuare gli studi durante la fase di lavoro e che cercano programmi compatibili con il resto delle loro mansioni quotidiane.





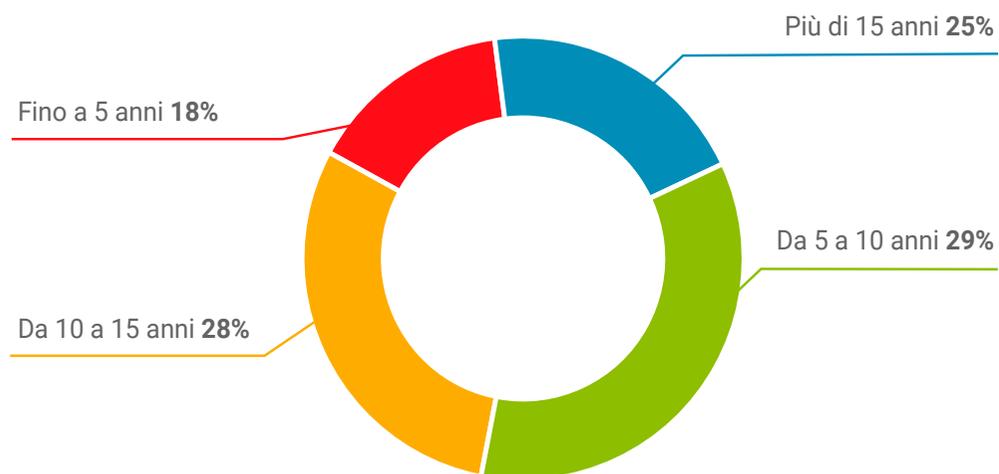
“

*Un programma di primo livello  
diretto ai professionisti che cercano  
l'eccellenza accademica e lavorativa"*

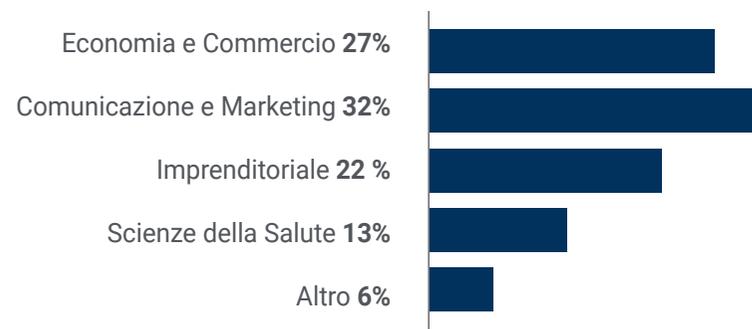
## Età media

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

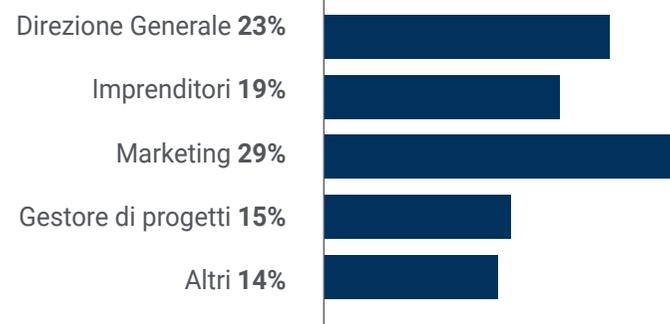
## Anni di esperienza



## Formazione

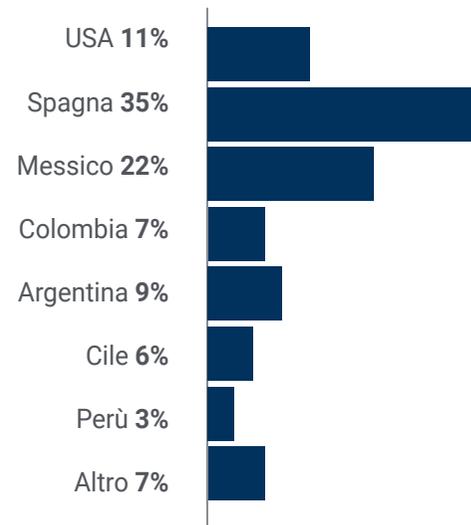


## Profilo accademico



## Distribuzione geografica

---



## Miriam Díaz

Direttrice di un'azienda creativa

*"Le industrie creative stanno acquisendo grande importanza nel mercato. Per questo motivo ho cercato da molto tempo di specializzarmi in questo campo e di poter ampliare il mio campo di lavoro. Grazie a questo programma di TECH, ho potuto migliorare la mia qualifica e ho fatto il salto definitivo nella mia carriera, diventando direttrice di un'azienda creativa"*

09

# Direzione del corso

Questo Master Specialistico in Senior Management in Creative Industries di TECH Università Tecnologica è stato creato da personale docente di primo livello, composto da professionisti attivi che hanno trovato nell'insegnamento il modo di offrire tutte le loro conoscenze ai professionisti che desiderano aprire uno spazio in un settore economico ad alta domanda come questo. Senza dubbio, sono professori che capiscono l'importanza dello studio in tutte le fasi del lavoro.



“

*I migliori docenti si trovano nella migliore Università. Non perdere l'opportunità di studiare con noi"*

## Autista ospite internazionale

S. Mark Young è un esperto di fama internazionale che ha concentrato la sua carriera di ricerca sull'industria dell'intrattenimento. I suoi risultati hanno ricevuto numerosi riconoscimenti, tra cui il Premio di carriera in contabilità e gestione nel 2020, assegnato dall'American Accounting Association. Allo stesso modo, è stato premiato tre volte per i suoi contributi alla letteratura accademica in questi settori.

Una delle pietre miliari più importanti della sua carriera è stata la pubblicazione dello studio "Narcisismo e Celebrità", insieme al Dr. Drew Pinsky. Questo testo ha raccolto dati diretti da personaggi famosi del cinema o della televisione. Inoltre, nell'articolo, che sarebbe poi diventato un best-seller, l'esperto analizzava i comportamenti narcisistici delle star di celluloidi e come questi sono stati normalizzati nei media moderni. Allo stesso tempo, è stato affrontato l'impatto di questi sulla gioventù contemporanea.

Nel corso della sua vita professionale, Young ha approfondito l'organizzazione e la concentrazione nell'industria cinematografica. Nello specifico, ha approfondito i modelli per prevedere il successo al botteghino dei film più importanti. Allo stesso modo, ha fornito contributi sulla contabilità basata sulle attività e sulla progettazione dei sistemi di controllo. In particolare, risalta la sua riconosciuta influenza per l'implementazione di una gestione efficace basata sulla Balanced Scorecard.

Allo stesso modo, il lavoro accademico ha segnato anche la sua vita professionale, portandolo a essere scelto per guidare la cattedra di Ricerca George Bozanic and Holman G. Hurt in Business, Sport e Spettacolo. Allo stesso modo, ha tenuto conferenze e partecipato a programmi di studio relativi alla Contabilità, al Giornalismo e alle Comunicazioni. Allo stesso tempo, i suoi studi universitari e universitari lo hanno collegato a prestigiose università nordamericane come Pittsburgh e Ohio.



## Dr. Young, S. Mark

---

- Direttore della cattedra George Bozanic e Holman G. Hurt nel settore dello sport e dell'intrattenimento
- Storico ufficiale della squadra di tennis maschile dell'Università della California del Sud
- Ricercatore accademico specializzato nello sviluppo di modelli predittivi per l'industria cinematografica
- Coautore del libro "Narcisismo e celebrità"
- Dottorato in Scienze contabili presso l'Università di Pittsburgh
- Master in Contabilità presso la Ohio State University
- Laurea in Economia presso l'Oberlin College
- Membro del Centro per l'eccellenza nell'insegnamento

“

*Grazie a TECH potrai apprendere con i migliori professionisti del mondo”*

## Direzione



### **Dott.ssa Velar. Marga**

- ♦ Corporate Marketing Manager di SGN Group (New York)
- ♦ Direzione in Forefashion Lab
- ♦ Laureata in Comunicazione audiovisiva con Diploma in comunicazione e gestione della moda presso il Centro Universitario Villanueva. Università Complutense
- ♦ Dottoranda in Comunicazione presso l'Università Carlos III di Madrid
- ♦ MBA in Fashion Business Management dalla ISEM Fashion Business School
- ♦ Professoressa nel Centro Universitario Villanueva, presso ISEMFashion Business School e presso la Facoltà di comunicazione dell'Università di Navarra

## Professori

### Dott.ssa Eyzaguirre Vilanova. Carolina

- ◆ *Legal Counsel* per il CEO di Eley Hawk
- ◆ Professore presso il Collegio di Avvocati di Madrid del Master in diritto digitale. innovazione e tecnologie emergenti
- ◆ Consulenza legale nel campo del diritto pubblicitario per l'autocontrollo (Associazione per l'autoregolamentazione della comunicazione commerciale)
- ◆ Designer in molteplici progetti di aziende come lo Studio Mariscal. RBA Ediciones (Riviste *National Geographic* e *el Mueble*) o i Laboratori Echevarne
- ◆ Laurea in Diritto e Design presso l'Università Pompeu Fabra di Barcellona
- ◆ Specializzata in Proprietà intellettuale con master ufficiale dell'Università Pontificia Comillas (ICADE) di Madrid

### Dott. Justo. Rumén

- ◆ Consulente di aziende e imprenditori presso l'Università di La Laguna (EmprendeULL)
- ◆ Fondatore della casa produttrice JR Producciones
- ◆ Co-fondatore delle Startup E-MOVE, E-CARS e SENDA ECOWAY
- ◆ CEO di SENDA ECOWAY
- ◆ Mentore certificato di Red Mentoring Spagnola nel CEOE
- ◆ *Lean Coach* in Olympo Boxes. Camera di Commercio di Santa Cruz de Tenerife
- ◆ Laureato in ADE
- ◆ Master in PRL presso SGS
- ◆ PostLaurea in Vigilanza Tecnologica
- ◆ Post Laurea in Roadmapping presso la UPC
- ◆ Esperta in Gestione di Risorse Umane presso l'Università di Vigo

### Dott.sa San Miguel. Patricia

- ◆ Direttore e creatore dell'osservatorio di analisi dell'impatto digitale delle marche di moda *Digital Fashion Brands*
- ◆ Professoressa di marketing digitale. presso ISEMFashion Business School e presso l'Università di Navarra
- ◆ Laureata in Pubblicità e Pubbliche Relazioni. PP presso l'Università Complutense di Madrid
- ◆ Dottoressa presso l'Università di Navarra
- ◆ *Executive Fashion MBA* di ISEM
- ◆ Scrittrice del libro *Influencer Marketing*

### Dott.ssa Bravo. Sandra

- ◆ Professoressa presso diverse Università Masters e Business Schools in tutto il settore della moda e del lusso
- ◆ Esperta in *Trend Forecasting* e *Customer Insights*
- ◆ Sociologa ed economista presso l'Università di Salamanca
- ◆ Master in Fashion Business Management presso ISEM Fashion Business School
- ◆ Programma di Innovazione Sociale. Sostenibilità e Reputazione delle Aziende di Moda presso ISEM
- ◆ PhD Candidata in Creazione Applicata presso l'Università di Navarra

### Dott. Sanjosé. Carlos

- ◆ Responsabile Digital in MURPH
- ◆ Laureato in Pubblicità e Public Relations
- ◆ Creatore di contenuti per oltre 8 anni presso il Liceo25. matrice madre di media online come 25 gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine, Libra e altro ancora.
- ◆ Specialista in marketing e strategia digitale. Social Media & Social Ads. piattaforme di e-commerce e E-mail Marketing

# 10

# Prospettive di carriera

La realizzazione di questo Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries di TECH rappresenta un'opportunità unica per realizzare il cambiamento professionale che gli studenti vogliono. In questo modo, il programma offre le informazioni più pertinenti e innovative in questo campo lavorativo, che saranno indispensabili per sviluppare le competenze necessarie per gestire con successo la direzione e la gestione delle aziende. Senza dubbio, un'esperienza accademica che non dovrebbero mancare.



“

*Un programma che ti offre le risorse accademiche più aggiornate del mercato per aiutarti a ottenere lo slancio necessario per trasformare la vostra carriera"*

*La maggior parte degli studenti di questo Master Specialistico hanno ottenuto un miglioramento del lavoro in breve tempo.*

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

Il Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è di promuovere la crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

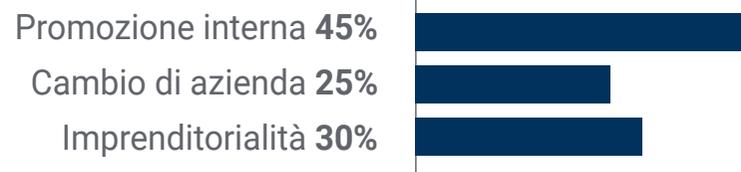
Per questo motivo, se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, troverai il tuo posto in TECH.

*Questo programma ti aiuterà a raggiungere la promozione che meriti dopo tanti anni di impegno.*

### Momento del cambiamento



### Tipo di cambiamento



## Miglioramento salariale

---

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



11

# Benefici per la tua azienda

La realizzazione di questo Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries di TECH non solo rappresenterà un miglioramento nella specializzazione degli studenti, ma anche un vantaggio competitivo per le aziende in cui si sviluppano professionalmente. Questo è dovuto al fatto che il programma affronta questioni specifiche relative alla direzione delle industrie creative che potranno poi applicarsi al loro ambiente di lavoro, seguendo le regole che disciplinano le nuove tendenze del mercato.



“

*Studiare in TECH dà alla tua azienda un nuovo modo di lavorare. più dinamico. più efficace. più adattato alle esigenze del XXI secolo”*

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

01

### **Crescita del talento e del capitale intellettuale**

Il manager porterà 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 manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.

03

### **Creare agenti di cambiamento**

Il manager sarà 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 a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

### **Sviluppo di progetti propri**

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

---

06

### **Aumento della competitività**

Questo Master Specialistico fornirà agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.

# 12 Titolo

Il Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries garantisce, oltre alla formazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso al Master rilasciato dalla TECH Università Tecnologica.



“

*Completa con successo questo programma  
e riceverai il tuo diploma universitario senza  
spostamenti o fastidiose formalità”*

Questo **Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries** possiede il programma più completo e aggiornato presente sul mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, il suo corrispondente titolo **Master Specialistico** rilasciato da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries**

CFU: **120**

N° Ore Ufficiali: **3.000 O.**



\*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 Senior Management of Creative Industries

- » Modalità: **online**
- » Durata: **2 anni**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

# Master Specialistico Senior Management of Creative Industries

