

Master Specialistico

Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda

M S G P T A



Master Specialistico Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-gestione-progetti-tecnologici-azienda

Indice

01

Presentazione del programma

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 8

03

Piano di studi

pag. 12

04

Obiettivi didattici

pag. 36

05

Opportunità professionali

pag. 44

06

Metodologia di studio

pag. 48

07

Personale docente

pag. 58

08

Titolo

pag. 80

01

Presentazione del programma

La trasformazione digitale ha ridefinito il modo in cui le entità operano, spingendo una maggiore dipendenza dalle iniziative tecnologiche per raggiungere i loro obiettivi strategici. In questo contesto, la Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda rappresenta una sfida significativa per i professionisti. Questo perché devono avere una combinazione di competenze tecniche, leadership e una profonda comprensione dei processi aziendali. Con questa idea in mente, TECH presenta un innovativo programma universitario online focalizzato su questo settore che fornirà ai professionisti le strategie più all'avanguardia per garantire il successo dei loro Progetti Tecnologici e la sostenibilità delle loro attività.





“

Grazie a questo programma, 100% online, gestirai i progetti tecnologici in modo completo e assicurerai che gli obiettivi siano raggiunti in maniera efficiente"

Con la rapida evoluzione delle tecnologie, le aziende devono essere in grado di adattarsi e trasformare i loro processi per rimanere rilevanti. In questo senso, la gestione dei progetti tecnologici è essenziale per garantire che le iniziative tecnologiche siano attuate in modo efficace, rispettando i tempi, i budget e gli obiettivi organizzativi. Per questo, è fondamentale che i professionisti acquisiscano le competenze necessarie per guidare progetti tecnologici all'interno delle istituzioni, affrontando aspetti chiave come la gestione del rischio, l'innovazione e l'impatto delle tecnologie emergenti sui risultati aziendali.

In questo contesto, TECH propone un programma all'avanguardia nella Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda. Realizzato da riferimenti in questo settore, il piano di studi approfondirà questioni che vanno dalle basi del *management* direttivo o la gestione finanziaria all'uso di strumenti tecnologici all'avanguardia per aumentare la precisione e la qualità delle iniziative. In questo modo, gli studenti saranno in grado di gestire i progetti tecnologici in modo integrale, dalla pianificazione all'esecuzione, garantendo il raggiungimento degli obiettivi in termini di tempo, costi e qualità.

Per consolidare tutti questi contenuti, TECH utilizza l'innovativo metodo *Relearning*, consistente nella progressiva ripetizione dei concetti chiave per la loro corretta assimilazione. Inoltre, la qualifica fornisce agli studenti una varietà di casi pratici reali, consentendo così ai professionisti di esercitarsi in ambienti simulati per avvicinarli alla realtà dell'assistenza di emergenza. A questo proposito, per accedere alle risorse educative gli specialisti avranno bisogno solo di un dispositivo elettronico in grado di connettersi a Internet. Inoltre, un noto Direttore Ospite Internazionale impartirà *Master class* dirompenti che forniranno agli studenti competenze avanzate.

Questo **Master Specialistico in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le sue caratteristiche principali sono:

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative della prassi aziendale
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su argomenti controversi e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile dotato di connessione a Internet



Un prestigioso Direttore Ospite Internazionale offrirà una rigorosa Master class per approfondire gli ultimi progressi nel campo della Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda”

“

Implementerai standard di qualità in tutti gli aspetti delle iniziative, assicurando che i deliverable soddisfino le aspettative del cliente e i requisiti tecnici”

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Grazie al sistema Relearning non dovrai investire una grande quantità di ore di studio e ti concentrerai sui concetti più rilevanti.

Padroneggerai le Metodologie Agili per gestire Progetti Tecnologici in modo flessibile e adattativo.



02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande università digitale del mondo. Con un catalogo eccezionale di oltre 14.000 programmi accademici disponibili in 11 lingue, si posiziona come leader in termini di occupabilità, con un tasso di inserimento professionale del 99%. Inoltre, dispone di un enorme personale docente, composto da oltre 6.000 professori di altissimo prestigio internazionale.



“

Studia presso la più grande università digitale del mondo e assicurati il successo professionale. Il futuro inizia con TECH"

La migliore università online al mondo secondo FORBES

La prestigiosa rivista Forbes, specializzata in affari e finanza, ha definito TECH «la migliore università online del mondo». Lo hanno recentemente affermato in un articolo della loro edizione digitale, che riporta il caso di successo di questa istituzione: «grazie all'offerta accademica che offre, alla selezione del suo personale docente e a un metodo innovativo di apprendimento orientato alla formazione dei professionisti del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Il miglior personale docente internazionale top

Il personale docente di TECH è composto da oltre 6.000 docenti di massimo prestigio internazionale. Professori, ricercatori e dirigenti di multinazionali, tra cui Isaiah Covington, allenatore dei Boston Celtics; Magda Romanska, ricercatrice principale presso MetaLAB ad Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del dipartimento di patologia molecolare traslazionale di MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, direttore creativo della rivista TIME, ecc.

Profesorado
TOP
Internacional

La più grande università digitale del mondo

TECH è la più grande università digitale del mondo. Siamo la più grande istituzione educativa, con il migliore e più ampio catalogo educativo digitale, cento per cento online e che copre la maggior parte delle aree di conoscenza. Offriamo il maggior numero di titoli di studio, diplomi e corsi post-laurea nel mondo. In totale, più di 14.000 corsi universitari, in undici lingue diverse, che ci rendono la più grande istituzione educativa del mondo.

n°1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

I piani di studio più completi del panorama universitario

TECH offre i piani di studio più completi del panorama universitario, con argomenti che coprono concetti fondamentali e, allo stesso tempo, i principali progressi scientifici nelle loro specifiche aree scientifiche. Inoltre, questi programmi sono continuamente aggiornati per garantire agli studenti l'avanguardia accademica e le competenze professionali più richieste. In questo modo, i titoli universitari forniscono agli studenti un vantaggio significativo per elevare le loro carriere verso il successo.

La metodología
más eficaz

Un metodo di apprendimento unico

TECH è la prima università ad utilizzare il *Relearning* in tutte le sue qualifiche. Si tratta della migliore metodologia di apprendimento online, accreditata con certificazioni internazionali di qualità docente, disposte da agenzie educative prestigiose. Inoltre, questo modello accademico dirompente è integrato con il "Metodo Casistico", configurando così una strategia di insegnamento online unica. Vengono inoltre implementate risorse didattiche innovative tra cui video dettagliati, infografiche e riassunti interattivi.

L'università online ufficiale dell'NBA

TECH è l'università online ufficiale dell'NBA. Grazie ad un accordo con la più grande lega di basket, offre ai suoi studenti programmi universitari esclusivi, nonché una vasta gamma di risorse educative incentrate sul business della lega e su altre aree dell'industria sportiva. Ogni programma presenta un piano di studi con un design unico e relatori ospiti eccezionali: professionisti con una distinta carriera sportiva che offriranno la loro esperienza nelle materie più rilevanti.

Leader nell'occupabilità

TECH è riuscita a diventare l'università leader nell'occupabilità. Il 99% dei suoi studenti ottiene un lavoro nel campo accademico che hanno studiato, prima di completare un anno dopo aver terminato uno qualsiasi dei programmi universitari. Una cifra simile riesce a migliorare la propria carriera professionale immediatamente. Tutto questo grazie ad una metodologia di studio che basa la sua efficacia sull'acquisizione di competenze pratiche, assolutamente necessarie per lo sviluppo professionale.



Google Partner Premier

Il gigante americano della tecnologia ha conferito a TECH il logo Google Partner Premier. Questo premio, accessibile solo al 3% delle aziende del mondo, conferisce valore all'esperienza efficace, flessibile e adattata che questa università offre agli studenti. Il riconoscimento non solo attesta il massimo rigore, rendimento e investimento nelle infrastrutture digitali di TECH, ma fa anche di questa università una delle compagnie tecnologiche più all'avanguardia del mondo.



L'università meglio valutata dai suoi studenti

Gli studenti hanno posizionato TECH come l'università più valutata al mondo nei principali portali di opinione, evidenziando il suo punteggio più alto di 4,9 su 5, ottenuto da oltre 1.000 recensioni. Questi risultati consolidano TECH come l'istituzione universitaria di riferimento a livello internazionale, riflettendo l'eccellenza e l'impatto positivo del suo modello educativo.



03

Piano di studi

Attraverso questo programma completo, i professionisti avranno una conoscenza completa della Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda. Il percorso accademico approfondirà aree che spaziano dai fondamenti del *management* direttivo o del controllo economico delle iniziative all'implementazione di metodologie agili come Lean per migliorare significativamente l'efficienza operativa delle organizzazioni. In questo modo, gli studenti acquisiranno competenze di leadership avanzate per guidare team di lavoro multidisciplinari e superare qualsiasi sfida tecnologica, garantendo il successo sostenibile delle entità.





“

Approfondirai le metodologie più sofisticate per garantire che i Progetti Tecnologici si distinguano per la loro alta qualità”

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. *Crosscultural management*
 - 1.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
 - 1.3.2. 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
 - 1.5.2. Etica d'impresa
 - 1.5.3. Leadership ed etica nelle imprese
- 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 Corporativa
 - 1.8.4. Strumenti e Standard delle Responsabilità Sociale Corporativa
- 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. Quadro 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 Strategia secondo il 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

- 3.1. Comportamento organizzativo
 - 3.1.1. Comportamento organizzativo: Quadro concettuale
 - 3.1.2. Principali fattori del comportamento organizzativo
- 3.2. Le persone nelle organizzazioni
 - 3.2.1. Qualità di vita lavorativa e benessere psicologico
 - 3.2.2. Team di lavoro e conduzione di riunioni
 - 3.2.3. Coaching e gestione di team
 - 3.2.4. Gestione dell'uguaglianza e della diversità
- 3.3. Direzione strategica del personale
 - 3.3.1. Direzione strategica e risorse umane
 - 3.3.2. Management strategico del personale
- 3.4. Evoluzione delle Risorse: Una visione d'insieme
 - 3.4.1. L'importanza delle Risorse Umane
 - 3.4.2. Un nuovo ambiente per la gestione e la direzione delle persone
 - 3.4.3. Direzione strategica di Risorse Umane
- 3.5. Selezione, dinamiche di gruppo e assunzioni delle Risorse Umane
 - 3.5.1. Approccio al reclutamento e alla selezione
 - 3.5.2. Il reclutamento
 - 3.5.3. Il processo di selezione
- 3.6. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze
 - 3.6.1. Analisi del potenziale
 - 3.6.2. Politiche di retribuzione
 - 3.6.3. Piani di avanzamento di carriera/successione
- 3.7. Valutazione e gestione delle prestazioni
 - 3.7.1. Gestione del rendimento
 - 3.7.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi
- 3.8. Gestione della formazione
 - 3.8.1. Le teorie di apprendimento
 - 3.8.2. Individuazione e mantenimento dei talenti
 - 3.8.3. Gamification e gestione dei talenti
 - 3.8.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale

- 3.9. Gestione del talento
 - 3.9.1. Elementi chiave della gestione positiva
 - 3.9.2. Origine concettuale del talento e coinvolgimento nell'impresa
 - 3.9.3. Mappa dei talenti nell'organizzazione
 - 3.9.4. Costo e valore aggiunto
- 3.10. Innovazione in gestione del talento e del personale
 - 3.10.1. Modelli di gestione del talento strategico
 - 3.10.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
 - 3.10.3. Fedeltà e fidelizzazione
 - 3.10.4. Proattività e innovazione
- 3.11. Motivazione
 - 3.11.1. La natura della motivazione
 - 3.11.2. Teoria delle aspettative
 - 3.11.3. Teoria dei bisogni
 - 3.11.4. Motivazione e compensazione economica
- 3.12. *Employer Branding*
 - 3.12.1. *Employer Branding* nelle Risorse Umane
 - 3.12.2. *Personal Branding* per i professionisti delle Risorse Umane
- 3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni
 - 3.13.1. Le squadre ad alte prestazioni: le squadre autogestite
 - 3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni
- 3.14. Sviluppo delle competenze manageriali
 - 3.14.1. Cosa sono le competenze manageriali?
 - 3.14.2. Elementi delle competenze
 - 3.14.3. Conoscenze
 - 3.14.4. Capacità di direzione
 - 3.14.5. Atteggiamenti e valori nei dirigenti
 - 3.14.6. Abilità manageriali
- 3.15. Gestione del tempo
 - 3.15.1. Benefici
 - 3.15.2. Quali possono essere le cause di una cattiva gestione del tempo?
 - 3.15.3. Tempo
 - 3.15.4. Le illusioni del tempo
 - 3.15.5. Attenzione e memoria
 - 3.15.6. Stato mentale
 - 3.15.7. Gestione del tempo
 - 3.15.8. Proattività
 - 3.15.9. Avere chiaro l'obiettivo
 - 3.15.10. Ordine
 - 3.15.11. Pianificazione
- 3.16. Gestione del cambiamento
 - 3.16.1. Gestione del cambiamento
 - 3.16.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
 - 3.16.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento
- 3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti
 - 3.17.1. Negoziazione
 - 3.17.2. Gestione dei Conflitti
 - 3.17.3. Gestione delle Crisi
- 3.18. Comunicazione direttiva
 - 3.18.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
 - 3.18.2. Dipartimento di Comunicazione
 - 3.18.3. Il responsabile di comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom
- 3.19. Gestione di Risorse Umane e squadre di Prevenzione dei Rischi sul Lavoro
 - 3.19.1. Gestione delle risorse umane e strumentazione
 - 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro
- 3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento
 - 3.20.1. La produttività
 - 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento
- 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 in gestione del talento e del personale
 - 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 di capitale
 - 4.6.3. Bilancio di gestione
 - 4.6.5. Bilancio di cassa
 - 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. 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. Il mercato a reddito fisso
 - 4.15.3. Il mercato a reddito variabile
 - 4.15.4. Il mercato valutario
 - 4.15.5. Il 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 di 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. Direzione 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...)
 - 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
 - 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
 - 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 sui processi: 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
- 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 *Outsourcing*
 - 5.17.2. Attuazione *dell'outsourcing* 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 Deming

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 dei Sistemi di Informazione
 - 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 sistema 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. *Business Intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC o Scheda di Valutazione Integrale
- 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: modelli di dati standard
 - 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 Data Science
- 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 di 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 *Enterprise Resource Planning* 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 utilizzi
 - 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 Digital Marketing
- 7.6. Digital Marketing 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 Marketing Digitale
 - 7.7.2. Strumenti della 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. Passi 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 Aziendale
 - 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 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 mercato
 - 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 della 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. Presa di decisioni 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. Direzione e gestione di progetti: 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. Gestione del cambiamento nei progetti: gestione della preparazione
 - 9.6.1. Concetto di gestione del cambiamento
 - 9.6.2. Processi 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 personal branding
 - 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. Campo di applicazione e tempistiche del progetto

- 11.1. Gestione di programmi e portfolio di progetti
- 11.2. Gestione del campo di applicazione del progetto
- 11.3. Verifica dei requisiti e definizione dell'ambito
- 11.4. Suddivisione in attività dell'obiettivo del progetto
- 11.5. Convalidare e controllare il campo di applicazione
- 11.6. Pianificazione strategica del tempo nella gestione dei progetti
- 11.7. Cicli di vita del progetto
- 11.8. Pianificazione efficiente del tempo e scadenze
- 11.9. Strumenti per la stima delle attività
- 11.10. Esecuzione e controllo della tabella di marcia

Modulo 12. Gestione economica del progetto

- 12.1. Piano finanziario
- 12.2. Modello finanziario
- 12.3. Analisi di fattibilità del progetto
- 12.4. Gestione di sensibilità del progetto
- 12.5. Gestione del costo del progetto
- 12.6. Stima dei costi del progetto
- 12.7. Controllo dei costi del progetto – EVM
- 12.8. Analisi economica delle decisioni
- 12.9. Strumenti MSProject
- 12.10. Strumenti e sistemi digitali per la gestione dei progetti

Modulo 13. Contrattazione e Qualità del progetto

- 13.1. Pianificazione delle acquisizioni
- 13.2. Pianificazione della ricerca di fornitori
- 13.3. Gestione delle relazioni con i fornitori
- 13.4. Aspetti legali della contrattazione
- 13.5. Gestione e amministrazione dei contratti

- 13.6. Gestione della vendita del progetto
- 13.7. Lean Management
- 13.8. Tecniche di miglioramento dei processi
- 13.9. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti
- 13.10. Strumenti lean per la gestione dei progetti

Modulo 14. Organizzazione e progetti innovativi

- 14.1. Gestione del cambiamento nell'organizzazione
- 14.2. La comunicazione nelle imprese
- 14.3. Pensiero creativo: innovazione
- 14.4. Ingegneria dei processi e dei prodotti
- 14.5. Intelligenza strategica dell'innovazione
- 14.6. *Imprenditorialità e innovazione*
- 14.7. Lancio e industrializzazione di nuovi prodotti
- 14.8. Sistemi di gestione R&S+I
- 14.9. Direzione e *Management* di progetti R&S+I
- 14.10. Project Management nelle *Startup*

Modulo 15. Metodologie Agili

- 15.1. Introduzione alle Metodologie Agili
- 15.2. Cicli di vita iterativi, adattivi, predittivi e ibridi
- 15.3. Introduzione a Scrum
- 15.4. Gestione di team agili
- 15.5. Eventi Scrum
- 15.6. Artefatti in Scrum
- 15.7. Stima e pianificazione agile
- 15.8. Metriche
- 15.9. Strumenti collaborativi
- 15.10. Agilità Organizzativa

Modulo 16. PMO

- 16.1. Introduzione al Project Management Office
- 16.2. Funzioni del Project Management Office
- 16.3. Creazione delle condizioni per il cambiamento: dirigere il cambiamento organizzativo
- 16.4. Visione e strategia del PMO
- 16.5. Progettazione del modello del PMO
- 16.6. Piano delle risorse del PMO
- 16.7. Implementazione del PMO
- 16.8. Operazioni e strumenti del PMO
- 16.9. Cultura del Project Management e gestione della conoscenza nell'organizzazione
- 16.10. PMO Agile

Modulo 17. Gestione dei rischi del progetto

- 17.1. Introduzione alla Gestione dei Rischi
- 17.2. Pianificazione della gestione dei rischi nei progetti
- 17.3. Identificazione dei rischi
- 17.4. Analisi qualitativa dei rischi
- 17.5. Assegnazione di priorità ai rischi
- 17.6. Analisi quantitativa dei rischi
- 17.7. Analisi degli scenari e piani di risposta ai rischi
- 17.8. Implementazione delle risposte ai rischi
- 17.9. Monitoraggio e controllo dei rischi
- 17.10. Lezioni apprese e gestione della conoscenza

Modulo 18. Introduzione al finanziamento del progetto

- 18.1. Introduzione alla finanza aziendale
- 18.2. Stati finanziari e flusso di cassa
- 18.3. Il valore temporaneo del denaro e lo sconto dei flussi di cassa
- 18.4. Reddito fisso e sua valutazione

- 18.5. Azioni e loro valutazione
- 18.6. Criteri di investimento finanziario il budget del capitale
- 18.7. Analisi dei progetti
- 18.8. Rischio e redditività: il costo del capitale
- 18.9. Struttura delle passività
- 18.10. Tesoreria e finanza internazionale

Modulo 19. Introduzione alla Progettazione, Direzione e Gestione dell'Integrazione dei Progetti Tecnologici

- 19.1. Introduzione alla Gestione di Progetti Tecnologici
 - 19.1.1. Il ruolo del Project Manager
 - 19.1.2. Definizione di progetto
 - 19.1.3. Strutture organizzative
- 19.2. Direzione dei progetti, gestione dei programmi e del portfolio
 - 19.2.1. Portfolio, programmi e progetti
 - 19.2.2. Direzione strategica
- 19.3. Normativa e buona pratica nella Gestione di Progetti Tecnologici
 - 19.3.1. Prince 2
 - 19.3.2. PMP
 - 19.3.3. ISO 21500:2012
- 19.4. Influenza dell'Organizzazione nella progettazione e gestione dei Progetti Tecnologici
 - 19.4.1. Fattori ambientali di un'impresa
 - 19.4.2. Patrimonio dei processi nell'azienda
- 19.5. Processi di Gestione di Progetti Tecnologici
 - 19.5.1. Ciclo di vita dei Progetti tecnologici
 - 19.5.2. I gruppi dei processi
 - 19.5.3. Dinamica dei gruppi dei processi
- 19.6. Sviluppo dell'Atto di Costituzione di Progetti Tecnologici
 - 19.6.1. Definizione dell'Atto di Costituzione di Progetti Tecnologici
 - 19.6.2. Strumenti e tecniche

- 19.7. Sviluppo del Piano per la progettazione e la gestione di Progetti Tecnologici
 - 19.7.1. Definizione del Piano per la progettazione e la gestione di Progetti Tecnologici
 - 19.7.2. Strumenti e tecniche
- 19.8. Gestione della conoscenza dei progetti tecnologici
 - 19.8.1. Importanza della gestione della conoscenza nei progetti tecnologici
 - 19.8.2. Strumenti e tecniche
- 19.9. Monitoraggio del Lavoro dei Progetti Tecnologici
 - 19.9.1. Monitoraggio e controllo dei lavori
 - 19.9.2. Report di controllo nei Processi Tecnologici
 - 19.9.3. Strumenti e tecniche
- 19.10. Controllo integrato dei cambiamenti nei Processi Tecnologici
 - 19.10.1. Obiettivi e benefici del controllo dei cambiamenti nei progetti
 - 19.10.2. Il CCB (*Change Control Board*)
 - 19.10.3. Strumenti e tecniche
- 19.11. Consegna e Chiusura dei Progetti Tecnologici
 - 19.11.1. Obiettivi e Benefici della Chiusura Progetti
 - 19.11.2. Strumenti e tecniche

Modulo 20. Scope Management dei Progetti Tecnologici

- 20.1. Introduzione allo Scope Management
 - 20.1.1. Scope del progetto
 - 20.1.2. Scope del prodotto
- 20.2. Elementi fondamentali della gestione del campo di applicazione
 - 20.2.1. Concetti di base
 - 20.2.2. Linea base del campo di applicazione
- 20.3. Benefici della gestione del campo di applicazione
 - 20.3.1. Gestione delle aspettative delle parti interessate
 - 20.3.2. *Scoop creep* e *gold plating*
- 20.4. Considerazioni sugli ambienti adattivi
 - 20.4.1. Tipi di progetti adattivi
 - 20.4.2. Definizione del campo di applicazione nei progetti adattivi

- 20.5. Pianificazione della gestione del campo di applicazione
 - 20.5.1. Piano di gestione del campo di applicazione
 - 20.5.2. Piano di gestione dei requisiti
 - 20.5.3. Strumenti e tecniche
- 20.6. Raccogliere i requisiti
 - 20.6.1. Raccolta e negoziazione dei requisiti
 - 20.6.2. Strumenti e tecniche
- 20.7. Definizione dello scope
 - 20.7.1. Comunicazione dello scope del progetto
 - 20.7.2. Strumenti e tecniche
- 20.8. Creazione della struttura di ripartizione di lavoro
 - 20.8.1. Struttura di ripartizione del lavoro (WBS)
 - 20.8.2. Tipologie di WBS
 - 20.8.3. *Rolling Wave*
 - 20.8.2. Strumenti e tecniche
- 20.9. Convalida della portata
 - 20.9.1. Qualità vs convalida
 - 20.9.2. Strumenti e tecniche
- 20.10. Controllo del campo di applicazione
 - 20.10.1. Dati e informazioni di gestione nei progetti
 - 20.10.2. Tipi di rapporti sulla prestazione dei lavori
 - 20.10.3. Strumenti e tecniche

Modulo 21. Gestione del tempo dei Progetti Tecnologici

- 21.1. Stima della durata delle fasi del progetto
 - 21.1.1. Stima dei tre valori
 - 21.1.1.1. Il più probabile (tPr)
 - 21.1.1.2. L'Ottimista (tO)
 - 21.1.1.3. Il Pessimista (tP)
 - 21.1.2. Stima analogica
 - 21.1.3. Stima parametrica
 - 21.1.4. Stime bottom-up
 - 21.1.5. Processo decisionale
 - 21.1.6. Giudizio degli esperti

- 21.2. Definizione delle attività e scomposizione dei compiti del progetto
 - 21.2.1. Scomposizione
 - 21.2.2. Definire le attività
 - 21.2.3. Scomposizione dei compiti del progetto
 - 21.2.4. Attributi dell'attività
 - 21.2.5. Elenco dei traguardi
- 21.3. Sequenza delle attività
 - 21.3.1. Elenco delle attività
 - 21.3.2. Attributi dell'attività
 - 21.3.3. Metodo per diagrammare la provenienza
 - 21.3.4. Determinazione e integrazione delle dipendenze
 - 21.3.5. Anticipi e ritardi
 - 21.3.6. Diagramma di rete del cronoprogramma del progetto
- 21.4. Stima delle risorse delle attività
 - 21.4.1. Registro dei presupposti
 - 21.4.2. Elenco delle attività
 - 21.4.3. Attributi dell'attività
 - 21.4.4. Registro dei presupposti
 - 21.4.5. Registro delle lezioni apprese
 - 21.4.6. Assegnazione del team al progetto
 - 21.4.7. Struttura di ripartizione delle risorse
- 21.5. Stima della durata delle attività
 - 21.5.1. La legge dei rendimenti decrescenti
 - 21.5.2. Quantità di risorse
 - 21.5.3. Progressi tecnologici
 - 21.5.4. Motivazione del personale
 - 21.5.5. Documentazione del progetto
- 21.6. Sviluppo del cronoprogramma
 - 21.6.1. Analisi della rete del cronoprogramma
 - 21.6.2. Metodo del percorso critico
 - 21.6.3. Ottimizzazione delle risorse
 - 21.6.3.1. Livellamento delle risorse
 - 21.6.3.2. Stabilizzazione delle risorse
 - 21.6.4. Anticipi e ritardi
 - 21.6.5. Comprensione del cronoprogramma
 - 21.6.5.1. Intensificazione
 - 21.6.5.2. Esecuzione rapida
 - 21.6.6. Linea base del cronoprogramma
 - 21.6.7. Cronoprogramma del progetto
 - 21.6.8. Dati del cronoprogramma
 - 21.6.9. Calendari del progetto
- 21.7. Tipologie di relazione e di dipendenza tra tutte le attività del progetto
 - 21.7.1. Dipendenze obbligatorie
 - 21.7.2. Dipendenze discrezionali
 - 21.7.2.1. Logica preferita
 - 21.7.2.2. Logica preferenziale
 - 21.7.2.3. Logica soft
 - 21.7.3. Dipendenze esterne
 - 21.7.4. Dipendenze interne
- 21.8. Software di gestione del tempo nei progetti tecnologici
 - 21.8.1. Analisi dei diversi software
 - 21.8.2. Tipi di software
 - 21.8.3. Funzionalità e copertura
 - 21.8.4. Utilità e vantaggi
- 21.9. Controllo della tabella di marcia
 - 21.9.1. Informazione sulla prestazione del lavoro
 - 21.9.2. Previsioni del cronoprogramma
 - 21.9.3. Richieste di cambiamento
 - 21.9.4. Aggiornamento al piano di gestione del tempo
 - 21.9.4. Aggiornamento dei documenti del progetto

- 21.10. Ricalcolo dei tempi
 - 21.10.1. Percorso critico
 - 21.10.2. Calcolo dei tempi minimi e massimi
 - 21.10.3. La tolleranza in un progetto
 - 21.10.3.1. Che cos'è?
 - 21.10.3.2. Come usarla?
 - 21.10.4. Tolleranza totale
 - 21.10.5. Tolleranza libera

Modulo 22. Gestione dei Costi dei Progetti Tecnologici

- 22.1. Cos'è il piano di gestione dei costi?
 - 22.1.1. Strumenti e tecniche di pianificazione
 - 22.1.2. Risultati della pianificazione dei costi
- 22.2. Stimare i costi: Tipologie di stima e Analisi di riserva
 - 22.2.1. Informazioni utili per la stima dei costi
 - 22.2.2. Strumenti e tecniche per la stima dei costi
 - 22.2.3. Risultati della preparazione del budget dei costi
- 22.3. Tipologie di costi di un progetto
 - 22.3.1. Costi diretti e indiretti
 - 22.3.2. Costi fissi e costi variabili
- 22.4. Valutazione e selezione di progetti
 - 22.4.1. Dimensioni finanziarie di un progetto
 - 22.4.2. VAN
 - 22.4.3. TIR e RRN
 - 22.4.4. Tempo di ripresa e *payback*
- 22.5. Determinazione del budget
 - 22.5.1. Informazioni utili per la preparazione del budget del progetto
 - 22.5.2. Strumenti e tecniche per la preparazione del budget dei costi
 - 22.5.3. Risultati della preparazione del budget del progetto
- 22.6. Proiezione dei costi
 - 22.6.1. Dati e informazioni di gestione dei costi
 - 22.6.2. Tipi di rapporti sulla prestazione dei Costi

- 22.7. Tecnica dell'Earned Value Management (EVM)
 - 22.7.1. Variabili di base e variabili di stato
 - 22.7.2. Previsioni
 - 22.7.3. Tecniche e pratiche emergenti
- 22.8. Il flusso di cassa del progetto
 - 22.8.1. Tipologie di flussi di cassa
 - 22.8.2. Stima dei flussi netti di cassa associati a un progetto
 - 22.8.3. Lo sconto nei flussi di cassa
 - 22.8.4. Applicazione del rischio ai flussi di cassa
- 22.9. Controllo dei costi
 - 22.9.1. Obiettivi e benefici del controllo dei costi
 - 22.9.2. Strumenti e tecniche

Modulo 23. Gestione della Qualità dei Progetti Tecnologici

- 23.1. Importanza della gestione della qualità nei progetti
 - 23.1.2. Concetti principali
 - 23.1.3. Differenza tra qualità e livello
 - 23.1.4. Precisione
 - 23.1.5. Esattezza
 - 23.1.6. Metriche
- 23.2. Teorie della qualità
 - 23.2.1. Edwards Deming
 - 23.2.1.1. Ciclo di *Shewart-Deming (Piano Do-Check-Act)*
 - 23.2.2. Miglioramento continuo
 - 23.2.3. Joseph Juran: Principio di Pareto
 - 23.2.3.1. Teoria di adeguamento all'uso
 - 23.2.4. Teoria gestione della qualità totale
 - 23.2.5. Kaoru Ishikawa (spina di pesce)
 - 23.2.6. Philip Crosby (costo della bassa qualità)

- 23.3. Normativa: ISO 21500
 - 23.3.1. Introduzione
 - 23.3.2. Antecedenti e storia
 - 23.3.3. Obiettivi e caratteristiche
 - 23.3.4. Gruppo di Processi-Gruppo di Materie
 - 23.3.5. ISO 21500 vs PMBok
 - 23.3.6. Futuro della normativa
- 23.4. Tendenze e pratiche emergenti della gestione della qualità
 - 23.4.1. Adempimento delle politiche e dei controlli
 - 23.4.2. Standard e adempimenti normativi
 - 23.4.3. Miglioramento continuo
 - 23.4.4. Coinvolgimento degli *stakeholder* (parti interessate)
 - 23.4.5. Retrospettive ricorrenti
 - 23.4.6. Retrospettive posteriori
- 23.5. Pianificazione della gestione della qualità
 - 23.5.1. Analisi costo-beneficio
 - 23.5.2. Analisi delle decisioni multi-criterio
 - 23.5.3. Pianificazione delle prove e dell'ispezione
 - 23.5.4. Diagrammi di flusso
 - 23.5.5. Modello logico di dati
 - 23.5.6. Diagramma matriciale
 - 23.5.7. Diagrammi di interrelazione
- 23.6. Costi dell'adempimento e dell'inadempimento dei criteri di qualità
 - 23.6.1. Costi dell'adempimento
 - 23.6.2. Costi dell'inadempimento o della non conformità
 - 23.6.3. Costi di prevenzione
 - 23.6.4. Costi di valutazione
 - 23.6.5. Errori interni
 - 23.6.6. Errori esterni
 - 23.6.7. Costo marginale di qualità
 - 23.6.8. Qualità ottimale
- 23.7. Gestione della qualità
 - 23.7.1. Liste di verifica
 - 23.7.2. Analisi delle alternative
 - 23.7.3. Analisi dei documenti
 - 23.7.4. Analisi dei processi
 - 23.7.5. Analisi causa radice
 - 23.7.6. Diagramma causa-effetto
 - 23.7.7. Istogramma
 - 23.7.8. Diagramma di dispersione
 - 23.7.9. Disegno per X
 - 23.7.10. Metodologie di miglioramento della qualità
- 23.8. Controllo della qualità
 - 23.8.1. Cos'è un controllo interno della qualità
 - 23.8.2. Diversi tipi di controlli
 - 23.8.3. Obiettivi dei controlli interni
 - 23.8.4. Benefici dei controlli interni
 - 23.8.5. Attori coinvolti nei controlli interni
 - 23.8.6. Procedura dei controlli interni
- 23.9. Controllo qualità
 - 23.9.1. Moduli di verifica
 - 23.9.2. Campione statistico
 - 23.9.3. Questionari e indagini
 - 23.9.4. Revisione della prestazione
 - 23.9.5. Ispezione
 - 23.9.6. Prove/Valutazioni dei prodotti
 - 23.9.7. Restrospezioni e lezioni apprese

Modulo 24. Gestione delle Risorse dei Progetti Tecnologici

- 24.1. Responsabilità e ruolo delle Risorse Umane dei Progetti
 - 24.1.1. Direttore del Progetto
 - 24.1.2. Sponsor
 - 24.1.3. Direttore funzionale
 - 24.1.4. Direttore dei Programmi
 - 24.1.5. Direttore del portfolio
 - 24.1.6. Membri del team
- 24.2. Gestione della risorse tecnologiche
 - 24.2.1. Cosa sono le risorse tecnologiche?
 - 24.2.2. Ottimizzazione
 - 24.2.3. Valorizzazione
 - 24.2.4. Protezione
- 24.3. Pianificazione della gestione delle Risorse Umane e stima delle risorse delle attività
 - 24.3.1. Piano di gestione delle risorse
 - 24.3.1.1. Rappresentazione dei dati
 - 24.3.1.2. Teoria dell'organizzazione
 - 24.3.2. Requisiti delle risorse
 - 24.3.3. Base delle stime
 - 24.3.4. Struttura di ripartizione delle risorse
 - 24.3.5. Aggiornamento dei documenti in materia di risorse
- 24.4. Diversi poteri del direttore dei progetti
 - 24.4.1. Potere e influenza
 - 24.4.2. Potere di ricompensare
 - 24.4.3. Potere punitivo
 - 24.4.4. Potere di esperto
 - 24.4.5. Potere di riferimento
 - 24.4.6. Potere formale
 - 24.4.7. Esercizi pratici per saper utilizzare i diversi poteri del direttore dei progetti
- 24.5. Acquisizione del team di progetto idoneo per il nostro progetto
 - 24.5.1. Cos'è la acquisizione del team?
 - 24.5.2. Mezzi di acquisizione del team
 - 24.5.2.1. Contratto
 - 24.5.2.2. Subappalto
 - 24.5.3. Processo decisionale
 - 24.5.3.1. Disponibilità
 - 24.5.3.2. Costi
 - 24.5.3.3. Esperienza
 - 24.5.3.4. Competenze
 - 24.5.3.5. Conoscenze
 - 24.5.3.6. Capacità
 - 24.5.3.7. Attitudine
 - 24.5.3.8. Fattori Internazionali
 - 24.5.4. Pre-assegnazione
 - 24.5.5. Team virtuali
- 24.6. Sviluppo di abilità interpersonali (Soft skills)
 - 24.6.1. Leadership
 - 24.6.2. Motivazione
 - 24.6.3. Comunicazione
 - 24.6.4. Influenza
 - 24.6.5. Facilitazione di gruppo
 - 24.6.6. Creatività
 - 24.6.7. Intelligenza emotiva
 - 24.6.8. Processo decisionale
- 24.7. Sviluppare il team del progetto
 - 24.7.1. Riconoscimenti e ricompense
 - 24.7.1.2. Premesse da compiere per applicarlo
 - 24.7.1.3. Creare un sistema di riconoscimenti e ricompense
 - 24.7.2. Preparazione
 - 24.7.3. *Coubicazione* (Tight-matrix)
 - 24.7.4. Tecnologia delle comunicazioni
 - 24.7.5. Attività per lo sviluppo dello Spirito di Gruppo (*Team Bulding*)

- 24.8. Direzione del team del progetto: Valutazione delle prestazioni, gestione dei team del Progetto
 - 24.8.1. Pianificazione
 - 24.8.2. Tipi di valutazioni
 - 24.8.2.1. Valutazioni personali: Valutazioni a 360°
 - 24.8.2.2. Valutazioni di squadra
 - 24.8.3. Definizione di variabili
 - 24.8.4. Progettazione del sistema di valutazione della prestazione
 - 24.8.5. Introduzione e preparazione dei valutatori
- 24.9. Tecniche di Gestione e di Risoluzione dei Conflitti
 - 24.9.1. Cosa sono i conflitti in un progetto? Tipologie
 - 24.9.2. Cooperare e risolvere i problemi (*Collaborate/Problem Solve*)
 - 24.9.3. Transigere/Acconsentire (*Compromise/Reconcile*)
 - 24.9.4. Allontanarsi/Evitare (*Withdraw/Avoid*)
 - 24.9.5. Mitigare/Adeguarsi (*Smooth/Accommodate*)
 - 24.9.6. Forzare/Comandare (*Force/Direct*)
 - 24.9.7. Esercizi pratici per sapere quando usare ognuna delle tecniche di risoluzione di conflitti
- 24.10. Tendenze e pratiche emergenti della gestione delle risorse nei progetti tecnologici
 - 24.10.1. Metodologie per la gestione delle risorse
 - 24.10.2. Intelligenza emotiva (IE)
 - 24.10.3. Team auto-organizzati
 - 24.10.4. Team virtuali/Team distribuiti
 - 24.10.5. Considerazioni sull'adattamento
 - 24.10.6. Considerazioni sugli ambienti Agili/Adattivi

Modulo 25. Gestione delle comunicazioni e delle parti interessate (*stakeholder*) dei Progetti Tecnologici

- 25.1. Pianificazione della gestione delle comunicazioni
 - 25.1.1. Perché è importante avere un piano di gestione delle comunicazioni?
 - 25.1.2. Introduzione alla gestione delle comunicazioni
 - 25.1.3. Analisi e requisiti delle comunicazioni
 - 25.1.4. Dimensioni delle comunicazioni
 - 25.1.4.1. Tecniche e strumenti
- 25.2. Capacità di comunicazione
 - 25.2.1. Emissione consapevole
 - 25.2.2. Ascolto attivo
 - 25.2.3. Empatia
 - 25.2.4. Evitare i gesti scorretti
 - 25.2.5. Leggere e scrivere
 - 25.2.6. Rispetto
 - 25.2.7. Persuasione
 - 25.2.8. Credibilità
- 25.3. Comunicazione efficace, efficiente e tipologie di comunicazione
 - 25.3.1. Definizione
 - 25.3.2. Comunicazione efficace
 - 25.3.3. Comunicazione efficiente
 - 25.3.4. Comunicazione formale
 - 25.3.5. Comunicazione informale
 - 25.3.6. Comunicazione scritta
 - 25.3.7. Comunicazione verbale
 - 25.3.8. Esercizi pratici sull'uso dei vari tipi di comunicazione in un progetto
- 25.4. Gestione e controllo delle comunicazioni
 - 25.4.1. Gestione delle comunicazioni di un progetto
 - 25.4.2. Modelli di comunicazione
 - 25.4.3. Metodi di comunicazione
 - 25.4.4. Canali di comunicazione di un progetto

- 25.5. Tendenze e pratiche emergenti nel campo della comunicazione
 - 25.5.1. Valutazione degli stili di comunicazione
 - 25.5.2. Coscienza politica
 - 25.5.3. Coscienza culturale
 - 25.5.4. Tecnologia delle comunicazioni
- 25.6. Identificazione e analisi delle parti interessate (*stakeholder*)
 - 25.6.1. Perché è importante gestire gli *stakeholder*?
 - 25.6.2. Analisi e registro degli *stakeholder*
 - 25.6.3. Interessi e preoccupazioni degli *stakeholder*
 - 25.6.4. Considerazioni sugli ambienti agili e adattivi
- 25.7. Pianificazione della gestione delle parti interessate (*stakeholder*)
 - 25.7.1. Strategie di gestione adeguate
 - 25.7.2. Strumenti e tecniche
- 25.8. Gestione della partecipazione delle parti interessate (*stakeholder*): Strategia di gestione
 - 25.8.1. Metodi per incrementare l'appoggio e ridurre la resistenza
 - 25.8.2. Strumenti e tecniche
- 25.9. Monitoraggio del coinvolgimento delle parti interessate (*stakeholder*)
 - 25.9.1. Rapporto delle prestazioni degli *stakeholder*
 - 25.9.2. Strumenti e tecniche

Modulo 26. Gestione delle Acquisizioni dei Progetti Tecnologici

- 26.1. Introduzione alla gestione delle acquisizioni
 - 26.1.1. Definizione di contratto
 - 26.1.2. Quadro giuridico delle acquisizioni
- 26.2. Concetti di base
 - 26.2.1. Definizione di contratto
 - 26.2.2. Il direttore di progetto e il contratto
 - 26.2.3. Attività principali
 - 26.2.4. Contrattazione centralizzata e decentralizzata
- 26.3. Gestione delle Acquisizioni: Benefici
 - 26.3.1. Definizione della Strategia di acquisizione
 - 26.3.2. Tipi di strategie
- 26.4. Acquisizione in ambienti adattivi
- 26.5. Tipi di contratto
 - 26.5.1. Contratto a prezzo fisso
 - 26.5.2. Contratto a costi rimborsabili
 - 26.5.3. Contratto di tempi e materiali
- 26.6. Documentazione delle acquisizioni
 - 26.6.1. Tipi di documenti nel contesto di una acquisizione
 - 26.6.2. Flussi di documenti nella gestione delle acquisizioni
- 26.7. Negoziazione con i fornitori
 - 26.7.1. Obiettivi della negoziazione con i fornitori
 - 26.7.2. Tecniche di negoziazione con i fornitori
- 26.8. Pianificazione della gestione delle acquisizioni
 - 26.8.1. Piano per la gestione delle acquisizioni
 - 26.8.2. Strumenti e tecniche
- 26.9. Effettuare le acquisizioni
 - 26.9.1. Ricerca, selezione e valutazione delle offerte
 - 26.9.2. Strumenti e tecniche
 - 26.9.3. Matrice di ponderazione delle offerte
- 26.10. Monitoraggio e controllo delle acquisizioni
 - 26.10.1. Punti di monitoraggio e controllo delle acquisizioni a seconda del tipo di contratto
 - 26.10.2. Strumenti e tecniche

Modulo 27. Certificazione PMP® o CAPM® e codice etico: Tendenze e pratiche emergenti della Gestione di Progetti Tecnologici

- 27.1. Cosa sono le certificazioni PMP®, CAPM® e PMI®?
 - 27.1.1. Cos'è la certificazione PMP®
 - 27.1.2. CAPM®
 - 27.1.3. PMI®
 - 27.1.4. PMBok
- 27.2. Vantaggi e Benefici delle certificazioni PMP® e CAPM®
 - 27.2.1. Tecniche e trucchi per superare al primo tentativo l'esame delle certificazioni PMP® e CAPM®
 - 27.2.2. PMI-ismi
- 27.3. Report di esperienza professionale al PMI® (Technological Project Management Institute)
 - 27.3.1. Registrarsi come membro del PMI®
 - 27.3.2. Requisiti di accesso agli esami di certificazione PMP® e CAPM®
 - 27.3.3. Analisi dell'esperienza professionale dell'alunno
 - 27.3.4. Modello di relazione sull'esperienza lavorativa degli studenti
 - 27.3.5. Relazione sull'esperienza nel software del PMI®
- 27.4. Esame di Certificazione PMP® o CAPM®
 - 27.4.1. Com'è l'esame di certificazione PMP® o CAPM®?
 - 27.4.2. Numero di domande con e senza punteggio
 - 27.4.3. Durata dell'esame
 - 27.4.4. Soglia di superamento dell'esame
 - 27.4.5. Numero di domande per ogni gruppo di processo
 - 27.4.6. Metodologia di qualificazione
- 27.5. Metodologie agili
 - 27.5.1. Agile
 - 27.5.2. SCRUM
 - 27.5.3. Kanban
 - 27.5.4. Lean
 - 27.5.5. Paragone con le certificazioni del PMI®
- 27.6. Sviluppo del *software* nelle metodologie agili
 - 27.6.1. Analisi dei diversi *software* del mercato
 - 27.6.2. Vantaggi e benefici
- 27.7. Vantaggi e limiti dell'introduzione delle metodologie agili nei tuoi progetti tecnologici
 - 27.7.1. Vantaggi
 - 27.7.2. Limiti
 - 27.7.3. Metodologie agili vs. strumenti tradizionali
- 27.8. Codice Etico nella gestione dei tuoi progetti
 - 27.8.1. Responsabilità
 - 27.8.2. Rispetto
 - 27.8.3. Imparzialità

04

Obiettivi didattici

Attraverso questo esclusivo programma di TECH, gli esperti avranno una solida conoscenza della Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda. Inoltre, acquisiranno un'ampia gamma di competenze per la creazione delle proposte, dalla loro concezione al processo di attuazione. In questo modo, i professionisti avranno le risorse necessarie per sperimentare un salto nel loro percorso di lavoro e portarli a un livello superiore.



“

Controllerai in modo ottimale il budget delle iniziative, assicurando un uso efficace delle risorse finanziarie disponibili"



Obiettivi generali

- ♦ Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri del Senior Management
- ♦ Sviluppare le principali competenze di leadership che devono definire i professionisti in attivo
- ♦ Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile
- ♦ Incoraggiare la creazione di strategie aziendali che stabiliscono il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi
- ♦ Lavorare in modo più efficace, agile e in linea con le nuove tecnologie e strumenti attuali
- ♦ Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza imprenditoriale
- ♦ Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del suo messaggio tra i membri della sua comunità
- ♦ Comprendere l'ambiente economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie adeguate per anticipare i cambiamenti
- ♦ Applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda
- ♦ Attuare una strategia di marketing che permetta di far conoscere il proprio prodotto ai potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata dell'azienda
- ♦ Stabilire le linee guida appropriate per l'adattamento dell'azienda ai cambiamenti della società
- ♦ Proporre un modello aziendale dinamico che supporti la loro crescita nelle risorse immateriali
- ♦ Aumentare l'occupabilità del professionista che intraprende questo Master
- ♦ Migliorare il livello salariale dei professionisti che completano questo programma
- ♦ Sapere come gestire le aziende, il lavoro e le persone in ambienti ad alta incertezza
- ♦ Sapere come lavorare in modo più efficace, agile e in linea con le nuove tecnologie e strumenti attuali
- ♦ Imparare gli aspetti legali principali al momento di redigere il contratto di un progetto
- ♦ Conoscere le Best Practices per riuscire non solo a coinvolgere ma anche a motivare il tuo team
- ♦ Comprendere l'importanza della responsabilità sociale aziendale come parte essenziale di qualsiasi progetto
- ♦ Essere in grado di prioritizzare e ritardare progetti e idee all'interno di un'organizzazione



Obiettivi specifici

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

- ◆ Sviluppare capacità di leadership che integrano i principi etici nel processo decisionale aziendale
- ◆ Prendere decisioni che promuovono il benessere sociale, il rispetto per l'ambiente e la creazione di valore a lungo termine per tutte le parti interessate

Modulo 2. Direzione strategica e Management Direttivo

- ◆ Formare nella formulazione e nell'esecuzione di strategie aziendali che garantiscano la crescita sostenibile e la competitività in mercati dinamici
- ◆ Acquisire competenze nella gestione dei team di gestione, guidando la trasformazione dell'organizzazione per adattarsi alle sfide del contesto globale

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

- ◆ Fornire strumenti per la gestione del talento umano, dall'attrazione alla conservazione dei migliori professionisti
- ◆ Progettare strategie di risorse umane che allineano le competenze del personale con gli obiettivi strategici dell'azienda

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

- ◆ Approfondire il processo decisionale finanziario strategico per massimizzare la redditività e ridurre al minimo i rischi aziendali
- ◆ Sviluppare competenze di pianificazione finanziaria, controllo del budget e gestione degli investimenti a livello organizzativo

Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

- ♦ Approfondire la gestione efficiente delle operazioni e della logistica, ottimizzando la supply chain per ridurre i costi e migliorare la produttività
- ♦ Formare nell'implementazione di processi operativi che allineano la strategia aziendale con la domanda del mercato

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

- ♦ Approfondire l'integrazione e la gestione dei sistemi informativi all'interno dell'azienda, migliorando l'efficienza operativa e il processo decisionale basato sui dati
- ♦ Sviluppare competenze per applicare soluzioni tecnologiche che ottimizzano i processi e garantiscono la competitività sul mercato

Modulo 7. Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa

- ♦ Approfondire la creazione di strategie commerciali e di marketing che aumentano la visibilità del brand e le relazioni con i clienti
- ♦ Esaminare la gestione della comunicazione aziendale per rafforzare l'identità dell'azienda e la sua reputazione sul mercato

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

- ♦ Padroneggiare le tecniche di ricerca di mercato per identificare opportunità di business e sviluppare strategie pubblicitarie efficaci
- ♦ Acquisire competenze per gestire l'attività commerciale, ottimizzare le campagne pubblicitarie e garantire il raggiungimento degli obiettivi

Modulo 9. Innovazione e Direzione dei Progetti

- ♦ Sviluppare competenze nella gestione di progetti innovativi, gestendo cambiamento e adattamento continuo a nuove tendenze e tecnologie
- ♦ Specializzarsi in pianificazione, esecuzione e valutazione di progetti innovativi che generano valore a lungo termine per l'organizzazione

Modulo 10. Management Direttivo

- ♦ Specializzarsi nello sviluppo di capacità manageriali per guidare i team, prendere decisioni strategiche e gestire le prestazioni organizzative
- ♦ Essere in grado di creare una cultura dell'innovazione, della responsabilità e dell'impegno che ottimizzi i risultati aziendali

Modulo 11. Campo di applicazione e tempistiche del progetto

- ♦ Approfondire la definizione dell'ambito del progetto, assicurando che tutti gli aspetti siano coperti senza deviazioni nel tempo o nelle risorse
- ♦ Sviluppare competenze per gestire e controllare i tempi del progetto, garantendo il rispetto delle scadenze stabilite

Modulo 12. Gestione economica del progetto

- ♦ Approfondire la gestione economica dei progetti, compresa l'elaborazione di bilancio, la gestione dei costi e l'allocazione delle risorse finanziarie
- ♦ Affrontare il processo decisionale finanziario all'interno dei progetti per ottimizzare l'uso delle risorse e massimizzare il ritorno sugli investimenti

Modulo 13. Contrattazione e Qualità del progetto

- ♦ Indagare sulla gestione dei contratti e sulle relazioni con fornitori e clienti, assicurando che gli standard di qualità dei progetti siano rispettati
- ♦ Acquisire le competenze per implementare controlli di qualità efficaci durante tutte le fasi del progetto

Modulo 14. Organizzazione e progetti innovativi

- ♦ Approfondire la strutturazione e l'organizzazione di progetti innovativi che promuovano la competitività e l'efficienza organizzativa

Modulo 15. Metodologie Agili

- ♦ Utilizzare metodologie agili, come Scrum e Kanban, per gestire i progetti in modo efficiente e flessibile
- ♦ Acquisire competenze per implementare metodi agili che migliorano la produttività e l'adattabilità delle attrezzature di lavoro

Modulo 16. PMO

- ♦ Analizzare la gestione e la supervisione di un ufficio di gestione dei progetti, garantendo l'allineamento dei progetti con gli obiettivi strategici dell'azienda
- ♦ Implementare le buone pratiche nella gestione dei progetti, standardizzando i processi e migliorando le prestazioni organizzative

Modulo 17. Gestione dei rischi del progetto

- ♦ Sviluppare competenze in materia di identificazione, valutazione e mitigazione dei rischi all'interno dei progetti
- ♦ Specializzarsi per implementare strategie di gestione del rischio che assicurano il successo e la continuità del progetto

Modulo 18. Introduzione al finanziamento del progetto

- ♦ Approfondire i fondamenti finanziari applicati ai progetti, tra cui valutazione della fattibilità e gestione delle risorse finanziarie
- ♦ Essere in grado di calcolare la redditività dei progetti e garantire la loro fattibilità economica

Modulo 19. Introduzione alla Progettazione, Direzione e Gestione dell'Integrazione dei Progetti Tecnologici

- ♦ Approfondire la gestione dei progetti tecnologici, dalla pianificazione all'integrazione delle nuove tecnologie nei processi esistenti
- ♦ Progettare e gestire progetti tecnologici, allineandoli agli obiettivi strategici dell'organizzazione

Modulo 20. Scope Management dei Progetti Tecnologici

- ♦ Analizzare nella definizione e gestione dello scope dei progetti tecnologici, assicurando che gli obiettivi stabiliti siano raggiunti senza deviazioni
- ♦ Sviluppare competenze per gestire le aspettative degli *stakeholder* e le risorse del progetto

Modulo 21. Gestione del tempo dei Progetti Tecnologici

- ♦ Approfondire la gestione efficiente del tempo nei progetti tecnologici, tra cui pianificazione delle attività e ottimizzazione dei tempi
- ♦ Essere in grado di identificare i colli di bottiglia e l'implementazione delle soluzioni per garantire la consegna puntuale del progetto

Modulo 22. Gestione dei Costi dei Progetti Tecnologici

- ♦ Formare nella pianificazione e nel controllo dei costi nei progetti tecnologici, garantendo il rispetto del budget assegnato
- ♦ Realizzare il monitoraggio ottimale dei costi e prendere decisioni che mantengano il progetto entro i limiti finanziari stabiliti

Modulo 23. Gestione della Qualità dei Progetti Tecnologici

- ♦ Approfondire l'implementazione dei controlli di qualità nei progetti tecnologici, assicurando che i deliverable soddisfino gli standard stabiliti
- ♦ Approfondire la misurazione e la valutazione della qualità in tutte le fasi del progetto

Modulo 24. Gestione delle Risorse dei Progetti Tecnologici

- ♦ Esaminare l'allocazione e la gestione efficiente delle risorse umane, materiali e finanziarie nei progetti tecnologici
- ♦ Ottimizzare l'uso delle risorse e garantire il successo del progetto a lungo termine

Modulo 25. Gestione delle comunicazioni e delle parti interessate (stakeholder) dei Progetti Tecnologici

- ♦ Sviluppare le capacità di gestire la comunicazione all'interno del progetto, assicurando che tutte le parti interessate ricevano le informazioni necessarie
- ♦ Specializzarsi nella gestione delle aspettative degli *stakeholder*, allineando i loro interessi con gli obiettivi del progetto





Modulo 26. Gestione delle Acquisizioni dei Progetti Tecnologici

- ◆ Approfondire la gestione delle acquisizioni nei progetti tecnologici, assicurando che siano selezionati i fornitori appropriati e i contratti siano gestiti in modo efficiente
- ◆ Ricercare accordi che favoriscano il successo del progetto

Modulo 27. Certificazione PMP® o CAPM® e codice etico: Tendenze e pratiche emergenti della Gestione di Progetti Tecnologici

- ◆ Approfondire la preparazione per la certificazione PMP® o CAPM®, e l'implementazione di pratiche etiche e sostenibili nella gestione dei progetti tecnologici
- ◆ Sviluppare competenze nell'adozione di tendenze emergenti e migliori pratiche che migliorano la gestione dei progetti tecnologici

“

Hai a disposizione una vasta gamma di risorse didattiche, accessibili 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana”

05

Opportunità professionali

Al termine di questo programma in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda, i professionisti acquisiranno una solida conoscenza delle metodologie e degli strumenti essenziali per pianificare, eseguire e monitorare progetti tecnologici complessi. Inoltre, gli studenti progetteranno e attueranno strategie che ottimizzano le risorse e assicurano il successo delle iniziative tecnologiche nelle organizzazioni. In questo modo, gli esperti miglioreranno le loro prospettive di carriera e assumeranno ruoli specializzati come Technology Project Manager.





“

Guiderai i processi di Trasformazione Digitale nelle aziende, integrando tecnologie emergenti per ottimizzare i processi operativi”

Profilo dello studente

Lo studente del programma in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda è un professionista altamente qualificato per pianificare, eseguire e monitorare progetti tecnologici complessi. Ha una profonda conoscenza delle metodologie agili, degli strumenti digitali e delle strategie di gestione che ottimizzano le risorse e assicurano il successo delle iniziative tecnologiche. Inoltre, è preparato per guidare team multidisciplinari, collaborare con diversi dipartimenti e fungere da collegamento tra tecnologia e obiettivi aziendali, promuovendo l'innovazione e l'efficienza organizzativa.

Garantirai la sicurezza e la conformità dei Progetti Tecnologici, proteggendo in modo significativo le risorse digitali.

- ♦ **Gestione dei Progetti e del Tempo:** Una competenza cruciale è la capacità di gestire progetti digitali in modo efficace, che include la gestione del tempo, l'organizzazione di risorse tecnologiche e umane, e coordinamento di team multidisciplinari per soddisfare il rispetto agli obiettivi prefissati
- ♦ **Pensiero Critico e Problem Solving:** I professionisti sviluppano la capacità di analizzare situazioni complesse, identificare sfide tecnologiche e aziendali e generare soluzioni innovative ed efficaci che ottimizzino i processi e assicurino il successo dei progetti
- ♦ **Competenza Digitale Avanzata:** Nel contesto attuale, è fondamentale che i professionisti gestiscano strumenti digitali e tecnologie emergenti, dal software di gestione dei progetti alle piattaforme di analisi dei dati, per ottimizzare l'esecuzione e il monitoraggio dei progetti tecnologici
- ♦ **Pensiero Strategico:** Sviluppare la capacità di allineare i progetti tecnologici con gli obiettivi strategici dell'azienda, identificando le opportunità di innovazione e assicurando che le iniziative contribuiscano alla crescita e alla sostenibilità organizzativa





Dopo aver completato il Master Specialistico potrai utilizzare le tue conoscenze e competenze nei seguenti ruoli:

- 1. Direttore di Progetti Tecnologici:** Esperto nella gestione e direzione di progetti tecnologici all'interno dell'azienda, assicurandone l'allineamento con gli obiettivi strategici e garantendo la consegna rispettando le tempistiche e il budget
- 2. Responsabile di Innovazione:** Professionista incaricato di guidare iniziative di innovazione tecnologica, sviluppando e applicando nuove soluzioni per migliorare processi, prodotti e servizi dell'organizzazione
- 3. Coordinatore dell'Implementazione Tecnologica:** Specialista nel coordinare l'implementazione di nuove tecnologie e sistemi, garantendo la loro efficace integrazione nell'infrastruttura esistente e la funzionalità operativa
- 4. Consulente della Gestione dei Progetti Tecnologici:** Assiste le aziende nella pianificazione, nell'esecuzione e nell'ottimizzazione dei progetti tecnologici, migliorando l'efficienza, riducendo i costi e garantendo il raggiungimento degli obiettivi stabiliti
- 5. Analista di Progetti Tecnologici:** Responsabile della valutazione e dell'analisi delle prestazioni nei progetti tecnologici, individuando le aree di miglioramento e fornendo raccomandazioni per ottimizzare le risorse e i risultati
- 6. Specialista in Metodologie Agili:** Esperto nell'applicazione di metodologie agili per la gestione di progetti, facilitando l'adattabilità, la collaborazione e l'efficienza in ambienti dinamici e mutevoli
- 7. Responsabile delle Tecnologie di Informazione:** Responsabile della supervisione e della gestione delle operazioni IT, allineando le iniziative tecnologiche alle esigenze aziendali e garantendo la continuità operativa
- 8. Direttore di Trasformazione Digitale:** Professionista che guida i processi di trasformazione digitale nell'impresa, integrando tecnologie emergenti per ottimizzare i processi, migliorare la competitività e promuovere l'innovazione
- 9. Coordinatore della Sicurezza dei Progetti Tecnologici:** Responsabile della sicurezza e della conformità normativa nei progetti tecnologici, proteggendo le risorse digitali e minimizzando i rischi di sicurezza informatica
- 10. Responsabile dello Sviluppo di Software:** Specialista nel guidare i team di sviluppo software, assicurando la consegna di prodotti di alta qualità che soddisfano le esigenze del business e le aspettative dei clienti

06

Metodologia di studio

TECH è la prima università al mondo che combina la metodologia dei **case studies** con il **Relearning**, un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione diretta.

Questa strategia dirompente è stata concepita per offrire ai professionisti l'opportunità di aggiornare le conoscenze e sviluppare competenze in modo intensivo e rigoroso. Un modello di apprendimento che pone lo studente al centro del processo accademico e gli conferisce tutto il protagonismo, adattandosi alle sue esigenze e lasciando da parte le metodologie più convenzionali.



“

TECH ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera"

Lo studente: la priorità di tutti i programmi di TECH

Nella metodologia di studio di TECH lo studente è il protagonista assoluto. Gli strumenti pedagogici di ogni programma sono stati selezionati tenendo conto delle esigenze di tempo, disponibilità e rigore accademico che, al giorno d'oggi, non solo gli studenti richiedono ma le posizioni più competitive del mercato.

Con il modello educativo asincrono di TECH, è lo studente che sceglie il tempo da dedicare allo studio, come decide di impostare le sue routine e tutto questo dalla comodità del dispositivo elettronico di sua scelta. Lo studente non deve frequentare lezioni presenziali, che spesso non può frequentare. Le attività di apprendimento saranno svolte quando si ritenga conveniente. È lo studente a decidere quando e da dove studiare.

“

*In TECH NON ci sono lezioni presenziali
(che poi non potrai mai frequentare)”*



I piani di studio più completi a livello internazionale

TECH si caratterizza per offrire i percorsi accademici più completi del panorama universitario. Questa completezza è raggiunta attraverso la creazione di piani di studio che non solo coprono le conoscenze essenziali, ma anche le più recenti innovazioni in ogni area.

Essendo in costante aggiornamento, questi programmi consentono agli studenti di stare al passo con i cambiamenti del mercato e acquisire le competenze più apprezzate dai datori di lavoro. In questo modo, coloro che completano gli studi presso TECH ricevono una preparazione completa che fornisce loro un notevole vantaggio competitivo per avanzare nelle loro carriere.

Inoltre, potranno farlo da qualsiasi dispositivo, pc, tablet o smartphone.

“

Il modello di TECH è asincrono, quindi ti permette di studiare con il tuo pc, tablet o smartphone dove, quando e per quanto tempo vuoi”

Case studies o Metodo Casistico

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Giurisprudenza non solo di imparare le leggi sulla base di contenuti teorici, ma anche di esaminare situazioni complesse reali. In questo modo, potevano prendere decisioni e formulare giudizi di valore fondati su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Con questo modello di insegnamento, è lo studente stesso che costruisce la sua competenza professionale attraverso strategie come il *Learning by doing* o il *Design Thinking*, utilizzate da altre istituzioni rinomate come Yale o Stanford.

Questo metodo, orientato all'azione, sarà applicato lungo tutto il percorso accademico che lo studente intraprende insieme a TECH. In questo modo, affronterà molteplici situazioni reali e dovrà integrare le conoscenze, ricercare, argomentare e difendere le sue idee e decisioni. Tutto ciò con la premessa di rispondere al dubbio di come agirebbe nel posizionarsi di fronte a specifici eventi di complessità nel suo lavoro quotidiano.



Metodo Relearning

In TECH i *case studies* vengono potenziati con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il *Relearning*.

Questo metodo rompe con le tecniche di insegnamento tradizionali per posizionare lo studente al centro dell'equazione, fornendo il miglior contenuto in diversi formati. In questo modo, riesce a ripassare e ripete i concetti chiave di ogni materia e impara ad applicarli in un ambiente reale.

In questa stessa linea, e secondo molteplici ricerche scientifiche, la ripetizione è il modo migliore per imparare. Ecco perché TECH offre da 8 a 16 ripetizioni di ogni concetto chiave in una stessa lezione, presentata in modo diverso, con l'obiettivo di garantire che la conoscenza sia completamente consolidata durante il processo di studio.

Il Relearning ti consentirà di apprendere con meno sforzo e più rendimento, coinvolgendoti maggiormente nella specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando opinioni: un'equazione diretta al successo.



Un Campus Virtuale 100% online con le migliori risorse didattiche

Per applicare efficacemente la sua metodologia, TECH si concentra sul fornire agli studenti materiali didattici in diversi formati: testi, video interattivi, illustrazioni, mappe della conoscenza, ecc. Tutto ciò progettato da insegnanti qualificati che concentrano il lavoro sulla combinazione di casi reali con la risoluzione di situazioni complesse attraverso la simulazione, lo studio dei contesti applicati a ogni carriera e l'apprendimento basato sulla ripetizione, attraverso audio, presentazioni, animazioni, immagini, ecc.

Le ultime prove scientifiche nel campo delle Neuroscienze indicano l'importanza di considerare il luogo e il contesto in cui si accede ai contenuti prima di iniziare un nuovo apprendimento. Poter regolare queste variabili in modo personalizzato favorisce che le persone possano ricordare e memorizzare nell'ippocampo le conoscenze per conservarle a lungo termine. Si tratta di un modello denominato *Neurocognitive context-dependent e-learning*, che viene applicato in modo consapevole in questa qualifica universitaria.

Inoltre, anche per favorire al massimo il contatto tra mentore e studente, viene fornita una vasta gamma di possibilità di comunicazione, sia in tempo reale che differita (messaggistica interna, forum di discussione, servizio di assistenza telefonica, e-mail di contatto con segreteria tecnica, chat e videoconferenza).

Inoltre, questo completo Campus Virtuale permetterà agli studenti di TECH di organizzare i loro orari di studio in base alla loro disponibilità personale o agli impegni lavorativi. In questo modo avranno un controllo globale dei contenuti accademici e dei loro strumenti didattici, il che attiva un rapido aggiornamento professionale.



La modalità di studio online di questo programma ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi orari"

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'assimilazione di idee e concetti è resa più facile ed efficace, grazie all'uso di situazioni nate dalla realtà.
4. La sensazione di efficienza dello sforzo investito diventa uno stimolo molto importante per gli studenti, che si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.

La metodologia universitaria più apprezzata dagli studenti

I risultati di questo innovativo modello accademico sono riscontrabili nei livelli di soddisfazione globale degli studenti di TECH.

La valutazione degli studenti sulla qualità dell'insegnamento, la qualità dei materiali, la struttura del corso e i suoi obiettivi è eccellente. A questo proposito, l'università è considerata la migliore per i suoi studenti nella piattaforma di valutazione global score, ottenendo un 4,9 su 5.

Accedi ai contenuti di studio da qualsiasi dispositivo con connessione a Internet (computer, tablet, smartphone) grazie al fatto che TECH è aggiornato sull'avanguardia tecnologica e pedagogica.

Potrai imparare dai vantaggi dell'accesso a ambienti di apprendimento simulati e dall'approccio di apprendimento per osservazione, ovvero Learning from an expert.



In questo modo, il miglior materiale didattico sarà disponibile, preparato con attenzione:



Materiale di studio

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

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la nostra modalità di lavoro online, impiegando le ultime tecnologie che ci permettono di offrirti una grande qualità per ogni elemento che metteremo al tuo servizio.



Capacità e competenze pratiche

I partecipanti svolgeranno attività per sviluppare competenze e abilità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve possedere nel mondo globalizzato in cui viviamo.



Riepiloghi interattivi

Presentiamo i contenuti in modo accattivante e dinamico tramite strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... Nella nostra libreria virtuale avrai accesso a tutto ciò di cui hai bisogno per completare la tua formazione.





Case Studies

Completerai una selezione dei migliori *case studies* in materia. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma. Tutto questo, su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.



Master class

Esistono prove scientifiche su l'utilità d'osservazione di terzi esperti. Il cosiddetto *Learning from an Expert* rafforza le conoscenze e i ricordi, e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Guide di consultazione veloce

TECH offre i contenuti più rilevanti del corso in formato di scheda o guida di facile consultazione. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



07

Personale docente

In linea con la sua filosofia di fornire i programmi universitari più completi e aggiornati del panorama accademico, TECH svolge un processo minuzioso per formare il suo personale docente. Per questo programma, ha riunito i più importanti esperti nel campo della Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda. Questi professionisti hanno un ampio percorso di lavoro, dove hanno sviluppato molteplici soluzioni innovative per aiutare le istituzioni a migliorare i loro processi operativi e garantire la sostenibilità a lungo termine. Gli studenti potranno così godere di un'esperienza immersiva che li aiuterà a sperimentare un significativo salto di qualità nel loro percorso professionale.





“

Avrai il supporto del personale docente, composto da autentici specialisti in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda”

Direttore Ospite Internazionale

Con una lunga carriera nell'istruzione superiore, J. Michael DeAngelis ha lavorato come **locutore**, **sceneggiatore** e **attore**. Dopo aver ricoperto vari incarichi accademici presso l'Università della Pennsylvania, è stato nominato **Direttore Associato delle Comunicazioni e della Tecnologia** presso questa istituzione statunitense. Qui è responsabile della produzione e della presentazione del podcast settimanale di notizie **CS Radio**. È anche co-creatore del podcast comico *Mission: Rejected*, dove dirige, scrive e produce.

Nel corso della sua carriera, ha lavorato per catene di televisione educativa locale ed **emittenti radiofoniche** nelle sezioni di notizie. Inoltre, dopo essersi laureato in **Arti Sceniche** presso il Muhlenberg College, ha ricoperto il ruolo di direttore di **The Porch Room**, una società di produzione di podcast, film e teatro. Con tutto ciò, ha avuto l'opportunità di svolgere diverse funzioni nel campo della **Comunicazione e dell'Intrattenimento**. Ha lavorato sia davanti che dietro ai microfoni nei settori dell'informazione e dell'intrattenimento.

In particolare, con la nascita dei **podcast** e la loro continua crescita, questo esperto si è specializzato nella creazione e produzione di questo tipo di contenuti audio. Attraverso di essi, e grazie alla sua esperienza di attore, riesce a trasmettere agli ascoltatori non solo informazioni e storie, ma anche emozioni attraverso la sua voce.

D'altra parte, DeAngelis è stato riconosciuto in diverse occasioni per il suo lavoro teatrale: la sua opera *Drop* è stata premiata al **Festival Samuel French Off-Off Broadway Short Play** nel 2009. Nello stesso anno ha vinto il **Premio Perry** della **New Jersey Association of Community Theatres (NJACT)** per la migliore produzione di uno spettacolo originale con *Accidents Happen*. Allo stesso tempo, la sua illustre carriera gli è valsa l'adesione alla **Dramatist Guild of America**.



Dott. DeAngelis, J. Michael

- ♦ Direttore delle Comunicazioni e della Tecnologia dell'Università della Pennsylvania, USA
- ♦ Direttore della società di produzione The Porch Room
- ♦ Presentatore del podcast settimanale di notizie CS Radio
- ♦ Locutore e *Podcaster*
- ♦ Premio Perry della NJACT
- ♦ Laurea in Arti Sceniche presso il Muhlenberg College
- ♦ Laurea in Performance e Critica Teatrale presso il Goldsmiths College dell'Università di Londra
- ♦ Membro di: Dramatists Guild of America

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere dai migliori
professionisti del mondo”*

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

- ♦ Vicepresidentessa 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

“

Un'esperienza formativa unica, fondamentale e decisiva per potenziare il tuo sviluppo professionale"

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 questo
campo 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 delle 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 storyline 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 l'adozione e la 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 brand 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 a 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 Master
Specialistico ti guideranno durante
l'intero processo di apprendimento”*

Direttrice Ospite Internazionale

Vincitrice di "*International Content Marketing Awards*" per la sua creatività, leadership e qualità dei suoi contenuti informativi, Wendy Thole-Muir è una nota **Direttrice della Comunicazione** altamente specializzata nel campo della **Gestione della Reputazione**.

In questo senso, ha sviluppato una solida carriera professionale di oltre due decenni in questo settore, che lo ha portato a far parte di prestigiose entità di riferimento internazionale come **Coca-Cola**. Il suo ruolo comporta la supervisione e la gestione della comunicazione aziendale, nonché il controllo dell'immagine organizzativa. Tra i suoi principali contributi, spicca la leadership nell'implementazione della **piattaforma di interazione interna Yammer**. Grazie a questo, i dipendenti hanno aumentato il loro impegno per il marchio e creato una community che ha migliorato in modo significativo la trasmissione delle informazioni.

Inoltre, è stata incaricata di gestire la comunicazione degli **investimenti strategici** delle imprese in diversi Paesi africani. Ne è una prova il fatto che ha condotto dialoghi intorno a investimenti significativi in Kenya, dimostrando l'impegno delle entità per lo sviluppo sia economico che sociale del Paese. Inoltre, ha ottenuto numerosi **riconoscimenti** per la sua capacità di gestire la percezione delle aziende in tutti i mercati in cui opera. In questo modo, ha fatto sì che le aziende mantenessero una grande notorietà e i consumatori le associassero a un'alta qualità.

Inoltre, nel suo forte impegno per l'eccellenza, ha partecipato attivamente a **Congressi** e **Simposi** di fama mondiale con l'obiettivo di aiutare i professionisti dell'informazione a rimanere all'avanguardia delle tecniche più sofisticate per **sviluppare piani di comunicazione** di successo. Ha quindi aiutato numerosi esperti a prevedere situazioni di crisi istituzionali e a gestire in modo efficace eventi avversi.



Dott.ssa Thole-Muir, Wendy

- Direttrice della Comunicazione Strategica e della Reputazione Aziendale presso Coca-Cola, Sudafrica
- Responsabile della Reputazione e della Comunicazione presso ABI at SABMiller di Lovania, Belgio
- Consulente di Comunicazione presso ABI, Belgio
- Consulente per la Reputazione e la Comunicazione presso Third Door a Gauteng, Sudafrica
- Master in Studi sul Comportamento Sociale presso l'Università del Sudafrica
- Master in Arti con specializzazione in Sociologia e Psicologia presso l'Università del Sudafrica
- Laurea in Scienze Politiche e Sociologia Industriale presso l'Università di KwaZulu-Natal
- Laurea in Psicologia presso l'Università del Sudafrica

“

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.ssa Romero Mariño, Brunil Dalila

- ♦ Dottorato in Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni
- ♦ Dottorato in Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione presso l'Università di Granada (UGR), Spagna
- ♦ Amministratrice di database presso l'Associazione OCREM, Granada
- ♦ Consulente di Progetti *Software* e Architettura Tecnologica per numerose aziende in Venezuela
- ♦ Docente universitaria di Informatica presso il Dipartimento di Processi e Sistemi dell'Università Simón Bolívar (USB), Venezuela
- ♦ Ricercatrice in Ingegneria del *Software* e aree correlate presso il Dipartimento di Processi e Sistemi dell'USB, Venezuela
- ♦ Tutor di Tirocinio dell'USB, Venezuela
- ♦ Docente universitaria di Informatica presso la Scuola di Ingegneria dei Sistemi dell'Università Bicentennial di Aragua (UBA), Venezuela
- ♦ Direttrice della Scuola di Elettronica e Coordinatrice della Commissione Progetti Speciali di Laurea dell'Istituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre (UBA), Venezuela
- ♦ Ingegnere di Sistemi presso UBA, Venezuela
- ♦ Esperta in Comunicazione e Rete di Comunicazioni dei dati presso l'Università Centrale del Venezuela (UCV)
- ♦ Master in Ingegneria dei Sistemi presso l'USB, Venezuela
- ♦ Membro valutatore di progetti di dottorato dell'Università Americana d'Europa (UNADE)



Dott. Pampliega, Carlos

- ◆ Responsabile dell'ufficio di gestione dei progetti e dei rischi, consulente e formatore in diverse università e scuole di business
- ◆ Direttore del corso di Project Management presso la CEU Castilla y León Business School
- ◆ Direttore della filiale PMI di Castilla y León
- ◆ Membro attivo del PMI-Madrid Spain Chapter
- ◆ Membro del Consiglio Editoriale della rivista scientifica Building & Management
- ◆ Membro del comitato dei giudici PMO dei premi Global Alliance PMO
- ◆ Architetto specializzato nella Gestione di Progetti e Rischi
- ◆ Certified Associate in Risk Management presso la George Washington University
- ◆ Certificato di Project Management Professional (PMP)
- ◆ Professionista Scrum Master Certificato di Scrum.org

Personale docente

Dott. Roji Ferrari, Salvador

- ◆ Specialista in Contabilità e Finanza
- ◆ Autore di numerosi libri di finanza e di economia
- ◆ Dottorato in Contabilità e Finanza presso l'Università Complutense di Madrid
- ◆ Laurea in Giornalismo presso l'Università Complutense di Madrid
- ◆ Master in Scienze delle Finanze presso l'Università del Maryland & Baltimore
- ◆ Master in Amministrazione delle Finanze (MBA) presso l'Università del Maryland & Baltimore

08 Titolo

Il Master Specialistico in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Specialistico in Senior rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **Master Specialistico in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda** 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 Corso Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Specialistico in Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda**

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

Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda

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

Master Specialistico

Gestione di Progetti Tecnologici nell'Azienda

