

Master Specialistico

Senior Logistics Management

M S S L M





Master Specialistico Senior Logistics Management

- » 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-senior-logistics-management

Indice

01

Presentazione del programma

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 8

03

Piano di studi

pag. 12

04

Obiettivi didattici

pag. 32

05

Opportunità professionali

pag. 38

06

Metodologia di studio

pag. 42

07

Personale docente

pag. 52

08

Titolo

pag. 72

01

Presentazione del programma

La gestione dei rischi è diventata una componente critica per il Senior Logistics Management, in particolare in un tessuto aziendale caratterizzato dalla volatilità. In questo senso, un recente rapporto del Fondo Monetario Internazionale rivela che il 60% delle interruzioni della catena di approvvigionamento globale sono dovute a eventi imprevisti come fluttuazioni economiche o disastri naturali. Di fronte a questa realtà, i professionisti devono padroneggiare le metodologie più moderne per identificare questi pericoli e sviluppare strategie di mitigazione che assicurino la continuità operativa delle istituzioni. A questo proposito, TECH propone un'innovativa qualifica online focalizzata sulle tecniche più avanzate per ottimizzare la catena di approvvigionamento. Inoltre, prestigiosi Direttori Ospiti Internazionali impartiranno delle esaustive *Master class*.



“

Grazie a questo Master Specialistico, 100% online, gestirai le operazioni logistiche in modo efficiente per aumentare l'efficienza organizzativa, ridurre i costi e migliorare la competitività sul mercato"

La Logistica è un elemento fondamentale per la creazione di valore nelle aziende moderne. Le decisioni strategiche riguardano quindi tutti gli aspetti dell'operazione, dall'approvvigionamento alla distribuzione. Tuttavia, con la crescente globalizzazione dei mercati, le aziende devono adottare modelli logistici flessibili ed efficienti che si adattano a un ambiente in evoluzione. Per questo, gli specialisti hanno bisogno di una comprensione completa della valutazione del Senior Logistics Management, con un approccio basato sulla pianificazione strategica, l'innovazione tecnologica e la gestione della supply chain.

In questo contesto, TECH ha creato un pionieristico Master Specialistico in Senior Logistics Management. Progettato da referenti in questo settore, il piano di studi approfondirà questioni che spaziano dalle fondamenta del *management* direttivo o l'implementazione nelle aziende di tecnologie all'avanguardia come i *big data* alle tecniche più sofisticate per ottimizzare la catena di distribuzione dei prodotti. In questo modo, gli studenti acquisiranno competenze tecniche avanzate per gestire le operazioni logistiche in modo efficiente in un ambiente globale e competitivo.

Per quanto riguarda la metodologia del programma universitario, si basa sul metodo *Relearning* di TECH, che garantisce l'assimilazione completa di concetti complessi. Tutto ciò di cui i professionisti avranno bisogno per accedere a questo Campus Virtuale è un dispositivo con accesso a Internet, e al suo interno troveranno risorse multimediali come video esplicativi. In aggiunta, alcuni prestigiosi Direttori Ospiti Internazionali offriranno esaustive *Master class*.

Questo **Master Specialistico in Senior Logistics Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le sue caratteristiche principali sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti di Senior Logistics Management
- ♦ 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 finanziaria
- ♦ 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



Alcuni rinomati Direttori Ospiti Internazionali offriranno intense Master class, che ti forniranno le strategie più innovative per ottimizzare l'efficienza delle Operazioni Logistiche"

“

Il caratteristico sistema Relearning di questo programma ti permetterà di apprendere al tuo ritmo senza dipendere da vincoli esterni di insegnamento”

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.

Avrai una conoscenza completa della gestione della supply chain e delle migliori pratiche in Logistica.

Guiderai progetti che ottimizzano la sostenibilità, la qualità e la resilienza delle attività logistiche.



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 lavorativo del 99%. Inoltre, TECH dispone di un enorme personale docente, composto da oltre 6.000 professori di altissimo prestigio internazionale.



“

*Studia nella più grande Università
digitale del mondo. Il futuro inizia in
TECH"*

La migliore università online del 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

Plan
de estudios
más completo

I piani di studio più completi del panorama universitario

TECH offre i programmi 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 corsi universitari forniscono agli studenti un vantaggio significativo per elevare le loro carriere verso il successo.

Il miglior personale docente internazionale

Il personale docente di TECH è composto da oltre 6.000 docenti di massimo prestigio internazionale. Professori, ricercatori e alti dirigenti multinazionali, tra cui Isaiah Covington, allenatore dei Boston Celtics; Magda Romanska, ricercatrice principale dell'Harvard MetaLAB; Ignacio Wistumba, presidente del dipartimento di patologia molecolare traslazionale dell'MD Anderson Cancer Center; 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 propri, accreditati di specialistica e di laurea nel mondo. In totale, più di 14.000 titoli universitari, in dieci lingue diverse, ci rendono la più grande istituzione educativa del mondo.

n°1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

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 al nostro accordo con la più grande lega di basket, offriamo ai nostri 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 aziende tecnologiche più all'avanguardia del mondo.



L'università più apprezzata dai suoi studenti

Importanti pagine di recensioni hanno posizionato TECH come l'università più apprezzata al mondo dai suoi studenti. Si tratta di portali di recensioni affidabili e prestigiosi, in quanto verificano e convalidano l'autenticità di ogni opinione pubblicata, e hanno assegnato a TECH la valutazione più alta. Cifre che fanno di TECH il riferimento universitario assoluto a livello internazionale.



03

Piano di studi

I professionisti della Logistica devono essere sempre all'avanguardia per gestire con successo le diverse operazioni aziendali. Con l'obiettivo di facilitare questo lavoro, TECH ha creato un pionieristico Master Specialistico in Senior Logistics Management, che fornirà agli studenti gli strumenti più moderni per ottimizzare l'efficienza della catena di approvvigionamento e promuovere la competitività e l'innovazione delle entità a lungo termine.



“

Utilizzerai le tecniche più sofisticate dell'Analisi Predittiva per individuare i pericoli nella catena di approvvigionamento e sviluppare strategie per garantire la resilienza operativa"

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 Aziendale
 - 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. Responsabilità Sociale Corporativa: 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 strategie in base al ciclo di vita del settore industriale
- 2.9. Direzione strategica
 - 2.9.1. Il concetto di strategia
 - 2.9.2. Il processo di direzione strategica
 - 2.9.3. Approcci della direzione strategica
- 2.10. Implementazione della strategia
 - 2.10.1. Sistema di indicatori e approccio per i processi
 - 2.10.2. Mappa strategica
 - 2.10.3. Allineamento strategico
- 2.11. *Management* direttivo
 - 2.11.1. Quadro concettuale del *Management* direttivo
 - 2.11.2. *Management* direttivo: Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance
- 2.12. Comunicazione Strategica
 - 2.12.1. Comunicazione interpersonale
 - 2.12.2. Capacità di comunicazione e influenza
 - 2.12.3. La comunicazione interna
 - 2.12.4. Barriere per la comunicazione aziendale

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

- 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 operativo
 - 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 fiscale 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. Gestione di operazioni e logistica

- 5.1. Direzione e gestione delle operazioni
 - 5.1.1. La funzione delle operazioni
 - 5.1.2. L'impatto delle operazioni sulla gestione delle imprese
 - 5.1.3. Introduzione alla strategia delle operazioni
- 5.2. Organizzazione industriale e logistica
 - 5.2.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale
- 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 magazzinaggio
 - 5.6.1. Controllo dell'inventario
 - 5.6.2. Sistema di localizzazione
 - 5.6.3. Tecniche di gestione dello stock
 - 5.6.4. Sistemi di stoccaggio

- 5.7. Gestione strategica degli acquisti
 - 5.7.1. Strategia aziendale
 - 5.7.2. Pianificazione strategica
 - 5.7.3. Strategia degli acquisti
- 5.8. Tipologie della Catena di Approvvigionamento (SCM)
 - 5.8.1. Catena di approvvigionamento
 - 5.8.2. Benefici della gestione della catena approvvigionamento
 - 5.8.3. Gestione logistica nella catena di approvvigionamento
- 5.9. *Supply chain management*
 - 5.9.1. Concetto di Gestione della Catena di Approvvigionamento (SCM)
 - 5.9.2. Costi ed efficienza della catena di operazioni
 - 5.9.3. Modelli di domanda
 - 5.9.4. Strategia di trading e cambiamento
- 5.10. Interazioni della SCM con tutte le aree
 - 5.10.1. Interazione della catena di approvvigionamento
 - 5.10.2. Interazione della catena di approvvigionamento: Integrazione per parti
 - 5.10.3. Problemi di integrazione della catena di approvvigionamento
 - 5.10.4. Catena di approvvigionamento 4.0
- 5.11. Costi della Logistica
 - 5.11.1. Costi logistici
 - 5.11.2. Problemi dei costi logistici
 - 5.11.3. Ottimizzazione dei costi logistici
- 5.12. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPI
 - 5.12.1. Catena logistica
 - 5.12.2. Redditività ed efficacia delle catene logistiche
 - 5.12.3. Indici di redditività ed efficacia delle catene logistiche
- 5.13. Gestione dei processi
 - 5.13.1. La gestione dei processi
 - 5.13.2. Approccio basato 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 (CPFR)
- 5.16. Logistica internazionale
 - 5.16.1. Processi di esportazione e importazione
 - 5.16.2. Dogana
 - 5.16.3. Modi e mezzi di pagamento internazionale
 - 5.16.4. Piattaforme logistiche a livello internazionale
- 5.17. *Outsourcing* delle operazioni
 - 5.17.1. Gestione delle operazioni e *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

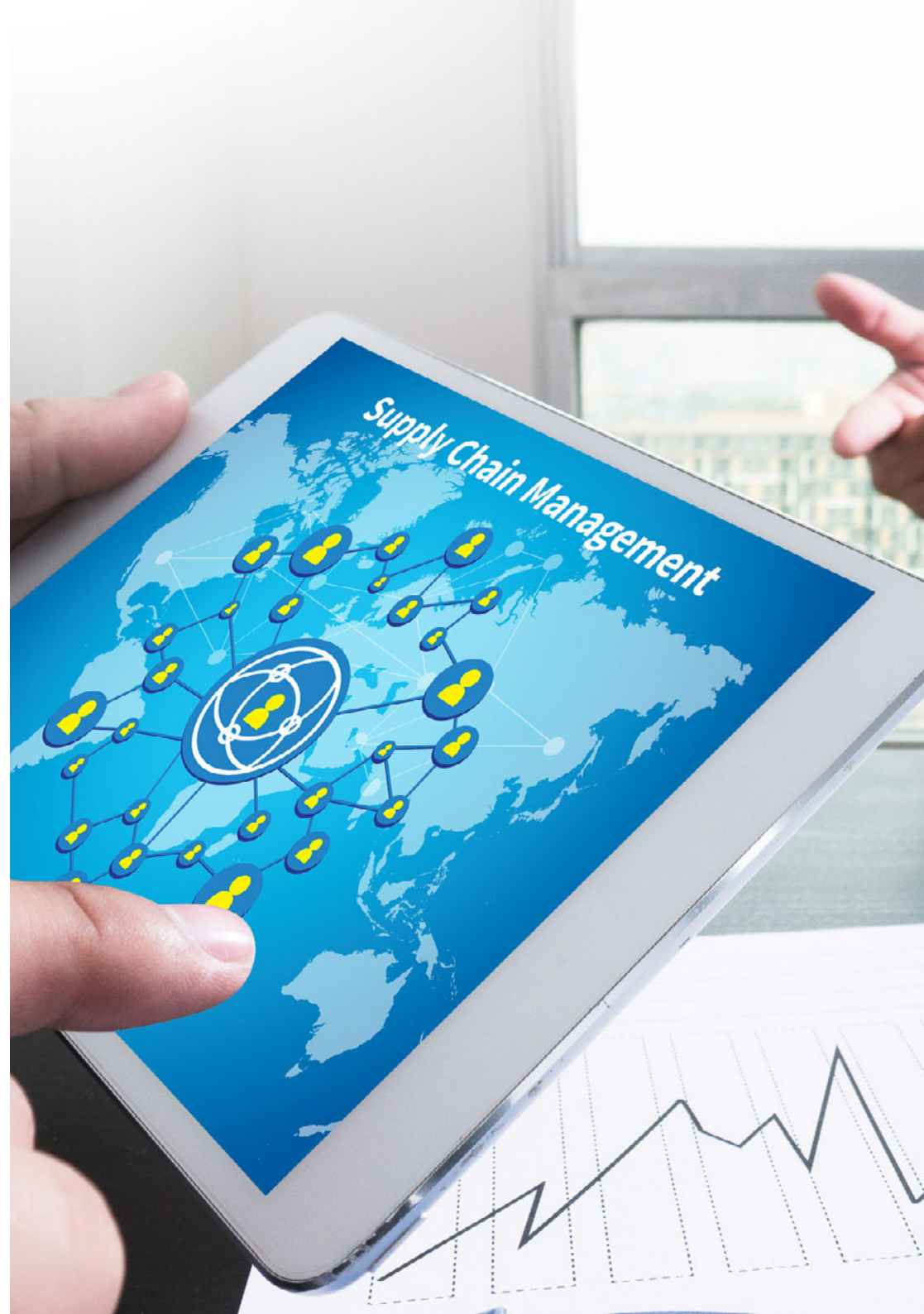
- 6.1. Ambienti tecnologici
 - 6.1.1. Tecnologia e globalizzazione
 - 6.1.2. Ambiente economico e tecnologia
 - 6.1.3. Ambiente tecnologico e suo impatto nelle imprese
- 6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda
 - 6.2.1. Evoluzione del modello di IT
 - 6.2.2. Organizzazione e dipartimento 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. Gestione 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. Pianificazione strategica delle tecnologie d'informazione
 - 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 *Business Intelligence*
 - 6.8.6. Cibersicurezza in *Business Intelligence* e *Data Science*
 - 6.9. Nuovo concetto aziendale
 - 6.9.1. Perché *Business Intelligence*?
 - 6.9.2. Ottenere informazioni
 - 6.9.4. Motivi per investire nella *Business Intelligence*
 - 6.10. Strumenti e soluzioni di *Business Intelligence*
 - 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. Prometeus
 - 6.11. Pianificazione e direzione di un progetto di *Business Intelligence*
 - 6.11.1. Primi passi per definire un progetto di *Business Intelligence*
 - 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 utilizza
 - 7.4.3. E-commerce: Contesto generale
 - 7.4.4. Categorie dell'E-commerce
 - 7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale
- 7.5. *Managing digital business*
 - 7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media
 - 7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Digital Marketing
 - 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. Step per creare un piano di Marketing online
 - 7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing online
- 7.11. *Blended Marketing*
 - 7.11.1. Cos'è il *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline
 - 7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Caratteristiche di una strategia di *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Raccomandazioni in *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Vantaggi del *Blended Marketing*
- 7.12. Strategie di vendita
 - 7.12.1. Strategie di vendita
 - 7.12.2. Metodi di vendite
- 7.13. Comunicazione corporativa
 - 7.13.1. Concetto
 - 7.13.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
 - 7.13.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
 - 7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
 - 7.13.5. Elementi della comunicazione
 - 7.13.6. Problemi di comunicazione
 - 7.13.7. Scenari di comunicazione
- 7.14. Strategia di comunicazione corporativa
 - 7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane
 - 7.14.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna
 - 7.14.3. Il piano di comunicazione interna
- 7.15. Comunicazione e reputazione online
 - 7.15.1. La reputazione online
 - 7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?
 - 7.15.3. Strumenti di reputazione online
 - 7.15.4. Rapporto sulla reputazione online
 - 7.15.5. *Branding* online

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

- 8.1. Ricerche di mercato
 - 8.1.1. Ricerche di mercato: origine storica
 - 8.1.2. Analisi ed evoluzione del quadro concettuale della ricerca di mercato
 - 8.1.3. Elementi chiave e apporto di valore della ricerca di mercato
- 8.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa
 - 8.2.1. Dimensione del campione
 - 8.2.2. Campionamento
 - 8.2.3. Tipi di tecnica quantitativa
- 8.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa
 - 8.3.1. Tipi di ricerca qualitativa
 - 8.3.2. Tecniche di ricerca qualitativa
- 8.4. Segmentazione dei mercati
 - 8.4.1. Concetto di segmentazione del mercato
 - 8.4.2. Utilità e requisiti della segmentazione
 - 8.4.3. Segmentazione dei mercati di consumo
 - 8.4.4. Segmentazione dei mercati industriali
 - 8.4.5. Strategie di segmentazione
 - 8.4.6. Segmentazione 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 gestione di 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 *Start-up*
 - 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. Il processo di gestione del cambiamento
 - 9.6.3. Implementazione del cambiamento
- 9.7. Gestione della comunicazione di progetti
 - 9.7.1. Gestione della comunicazione di progetti
 - 9.7.2. Concetti chiave per la gestione della comunicazione
 - 9.7.3. Tendenze emergenti
 - 9.7.4. Adattamento alla squadra
 - 9.7.5. Pianificare la gestione delle comunicazioni
 - 9.7.6. Gestire le comunicazioni
 - 9.7.7. Monitorare le comunicazioni
- 9.8. Metodologie tradizionali e innovative
 - 9.8.1. Metodologie di innovazione
 - 9.8.2. Principi di base dello Scrum
 - 9.8.3. Differenze tra gli aspetti principali dello Scrum e delle metodologie tradizionali

- 9.9. Creazione di una startup
 - 9.9.1. Creazione di una *startup*
 - 9.9.2. Organizzazione e cultura
 - 9.9.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le *startup*
 - 9.9.4. Aspetti legali
- 9.10. Pianificazione della gestione dei rischi nei progetti
 - 9.10.1. Pianificazione dei rischi
 - 9.10.2. Elementi per creare un piano di gestione dei rischi
 - 9.10.3. Strumenti per creare un piano di gestione di rischi
 - 9.10.4. Contenuto del piano di gestione dei rischi

Modulo 10. *Management* direttivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concetto di *General Management*
 - 10.1.2. L'azione del *General Management*
 - 10.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
 - 10.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione
- 10.2. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
 - 10.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
- 10.3. Direzione di operazioni
 - 10.3.1. Importanza della direzione
 - 10.3.2. La catena di valore
 - 10.3.3. Gestione della qualità
- 10.4. Oratoria e preparazione dei portavoce
 - 10.4.1. Comunicazione interpersonale
 - 10.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
 - 10.4.3. Barriere nella comunicazione
- 10.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative
 - 10.5.1. Comunicazione interpersonale
 - 10.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
 - 10.5.3. La comunicazione nelle imprese
 - 10.5.4. Strumenti nelle imprese

- 10.6. Comunicazione in situazioni di crisi
 - 10.6.1. Crisi
 - 10.6.2. Fasi della crisi
 - 10.6.3. Messaggi: contenuti e momenti
- 10.7. Preparazione di un piano di crisi
 - 10.7.1. Analisi dei potenziali problemi
 - 10.7.2. Pianificazione
 - 10.7.3. Adeguatezza del personale
- 10.8. Intelligenza emotiva
 - 10.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
 - 10.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
 - 10.8.3. Autostima e comunicazione emotiva
- 10.9. *Personal Branding*
 - 10.9.1. Strategie per sviluppare il personal branding
 - 10.9.2. Leggi del *branding* personale
 - 10.9.3. Strumenti per la costruzione di personal branding
- 10.10. Leadership e gestione di team
 - 10.10.1. Leadership e stile di leadership
 - 10.10.2. Capacità e sfide del leader
 - 10.10.3. Gestione dei processi di cambiamento
 - 10.10.4. Gestione di team multiculturali

Modulo 11. Visione aziendale

- 11.1. Missione, visione, valori corporativi
 - 11.1.1. Missione, visione e valori
 - 11.1.2. Relazione degli stessi con le funzioni del direttore operativo
 - 11.1.3. Esempi di missione, visione e valori nelle principali imprese
- 11.2. Organizzazione aziendale: dipartimenti chiave
 - 11.2.1. Dettaglio dei principali dipartimenti
 - 11.2.2. Organi di governo
 - 11.2.3. Influenza del direttore operativo nei vari dipartimenti

- 11.3. Organizzazione e amministrazione commerciale
 - 11.3.1. Dipartimento Commerciale
 - 11.3.2. Dipartimento di Amministrazione Commerciale
 - 11.3.3. Coordinazione tra l'area commerciale e il resto dell'impresa
- 11.4. Organizzazione industriale e Logistica
 - 11.4.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale
 - 11.4.2. Dipartimento di Logistica Interna
 - 11.4.3. Dipartimento di Logistica Esterna
- 11.5. Funzioni e competenze direttive
 - 11.5.1. Dipartimento che dirige il direttore operativo
 - 11.5.2. Funzioni di un direttore operativo
 - 11.5.3. Approccio alle competenze
- 11.6. Leadership
- 11.7. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali
 - 11.7.1. Gestione di Risorse Umane
 - 11.7.2. Team Management
 - 11.7.3. Piano di Prevenzione di Rischi Professionali
- 11.8. Comunicazione orizzontale e verticale
 - 11.8.1. Comunicazione orizzontale
 - 11.8.2. Comunicazione verticale
 - 11.8.3. Comunicazione della direzione
- 11.9. Costi
 - 11.9.1. Contabilità dei costi
 - 11.9.2. Differenze tra spesa, acquisto, investimento, pagamento e costo
 - 11.9.3. Tipologie e classificazione dei costi
- 11.10. Sistemi di informazione
 - 11.10.1. Concetto di Sistema Informativi di Marketing (SIM)
 - 11.10.2. Caratteristiche del SIM
 - 11.10.3. Informazione nel SIM
- 11.11. Industria 4.0 a breve e medio termine
 - 11.11.1. *Big data*
 - 11.11.2. IoT
 - 11.11.3. Fabbricazione additiva

- 11.12. Industria 4.0. a lungo termine
 - 11.12.1. *Machine learning*
 - 11.12.2. Robotica collaborativa
 - 11.12.3. Realtà aumentata, virtuale e cibersecurity

Modulo 12. Organizzazione della produzione, degli acquisti e dei magazzini

- 12.1. Struttura e tipi di produzione (MTS, MTO, ATO, ETO ecc.)
 - 12.1.1. Sistema e strategie di produzione
 - 12.1.2. Sistema di gestione di inventario
 - 12.1.3. Indici di produzione
- 12.2. Struttura, tipi e canali di vendita
 - 12.2.1. Struttura delle vendite: organizzazione, canali e settore
 - 12.2.2. Struttura delle vendite: uffici e gruppi di vendita
 - 12.2.3. Determinazione di una struttura delle vendite
- 12.3. Struttura e tipi di approvvigionamento
 - 12.3.1. Funzione dell'approvvigionamento
 - 12.3.2. Gestione dell'approvvigionamento
 - 12.3.3. Processo decisionale dell'acquisto
- 12.4. Progettazione di impianti di produzione
 - 12.4.1. Architettura industriale e distribuzione negli impianti
 - 12.4.2. Tipologie base di distribuzione negli impianti
 - 12.4.3. Caratteristiche per una distribuzione negli impianti adeguata
- 12.5. Controllo economico degli acquisti
 - 12.5.1. Progettazione avanzata dei magazzini
 - 12.5.2. *Picking e Sorting*
 - 12.5.3. Controllo del flusso di materiali
- 12.6. Progettazione dei processi
 - 12.6.1. Definizione della progettazione dei processi
 - 12.6.2. Principi della progettazione dei processi
 - 12.6.3. Modellazione dei processi
- 12.7. Assegnazione delle risorse
 - 12.7.1. Introduzione alla contabilità delle risorse
 - 12.7.2. Gestione dei progetti
 - 12.7.3. Distribuzione delle risorse

- 12.8. Controllo delle operazioni industriali
 - 12.8.1. Controllo dei processi e caratteristiche
 - 12.8.2. Esempi dei processi industriali
 - 12.8.3. Controlli industriali
- 12.9. Controllo delle operazioni di magazzinaggio
 - 12.9.1. Operazioni di magazzinaggio
 - 12.9.2. Controllo dell'inventario e sistemi di ubicazione
 - 12.9.3. Tecniche di gestione dello stock
- 12.10. Operazioni di manutenzione
 - 12.10.1. Manutenzione industriale e tipologia
 - 12.10.2. Progettazione della manutenzione
 - 12.10.3. Gestione della manutenzione assistita da computer

Modulo 13. Direzione delle operazioni I: pianificazione, produzione e magazzino

- 13.1. Previsione della domanda
 - 13.1.1. Sistema di progettazione e controllo della produzione
 - 13.1.2. Domanda e tipi di domanda
 - 13.1.3. Previsione della domanda e metodologia
- 13.2. Progettazione delle risorse e di fabbricazione: Capacità
 - 13.2.1. Progettazione della produzione aggregata
 - 13.2.2. Sistema di progettazione maestra della produzione
 - 13.2.3. Sistema di progettazione approssimata della capacità
- 13.3. Sequenziamento
 - 13.3.1. Progettazione dei requisiti materiali
 - 13.3.2. Progettazione dei requisiti di capacità
 - 13.3.3. Progettazione delle risorse di fabbricazione (MRPII)
- 13.4. Preparazione della fabbricazione
 - 13.4.1. Sistema di lancio e controllo delle attività di produzione
 - 13.4.2. Programmazione della produzione
 - 13.4.3. Sequenziamento: Controllo della produzione
- 13.5. Controllo del mantenimento
 - 13.5.1. Controllo del mantenimento
 - 13.5.2. Ciclo di controllo del mantenimento
 - 13.5.3. Progettazione di un piano di mantenimento

- 13.6. *Lean Warehouse*
 - 13.6.1. Introduzione al *Lean Manufacturing*
 - 13.6.2. Struttura del sistema Lean
 - 13.6.3. Tecniche Lean
- 13.7. Progettazione e gestione del magazzino
 - 13.7.1. Progettazione avanzata dei magazzini
 - 13.7.2. *Picking e Sorting*
 - 13.7.3. Controllo del flusso di materiali
- 13.8. Costi di fabbricazione
 - 13.8.1. Costi di produzione
 - 13.8.2. Altri costi generali di fabbricazione
 - 13.8.3. Sistemi dei costi
- 13.9. Costi di magazzinaggio
 - 13.9.1. Introduzione ai costi di magazzinaggio
 - 13.9.2. Classificazione dei costi di magazzinaggio
 - 13.9.3. Valutazione degli inventari
- 13.10. Sistemi di informazione in progettazione e fabbricazione
 - 13.10.1. Sistemi di informazione generali
 - 13.10.2. Sistemi di informazione in progettazione e fabbricazione
 - 13.10.3. Operazioni di mercato
- 13.11. Sistemi di informazione di magazzini
 - 13.11.1. Sistemi di informazione di magazzini
 - 13.11.2. Tecnologie dell'informazione nei magazzini
 - 13.11.3. Opzioni di mercato

Modulo 14. Direzione delle operazioni II: SCM logistica

- 14.1. Disegno e gestione della catena di approvvigionamento
 - 14.1.1. Introduzione alla catena di approvvigionamento: componenti
 - 14.1.2. Disegno della catena di approvvigionamento
 - 14.1.3. Gestione della catena di approvvigionamento
- 14.2. Aspetti chiave della catena di approvvigionamento
 - 14.2.1. Evoluzione della catena di approvvigionamento
 - 14.2.2. Aspetti chiave della catena di approvvigionamento
 - 14.2.3. Valutazione degli scenari

- 14.3. Disegno strategico della progettazione durante la catena di approvvigionamento
 - 14.3.1. Disegno della catena di approvvigionamento
 - 14.3.2. Progettazione della catena di approvvigionamento
 - 14.3.3. Metodologia per il disegno della catena di approvvigionamento
- 14.4. Preparazione di ordini
 - 14.4.1. Introduzione alla contabilità degli ordini
 - 14.4.2. Considerazioni basiche per la preparazione degli ordini
 - 14.4.3. Fasi di preparazione degli ordini
- 14.5. Gestione delle risorse: Capacità e calendari
 - 14.5.1. Gestione di risorse e formazione
 - 14.5.2. Tecniche per lo gestione delle risorse
 - 14.5.3. Calendari
- 14.6. Progettazione logistica esterna
 - 14.6.1. Introduzione alla logistica integrale
 - 14.6.2. Importanza della pianificazione logistica
 - 14.6.3. Chiavi della pianificazione logistica
- 14.7. Logistica inversa e sostenibilità
 - 14.7.1. Sviluppo sostenibile
 - 14.7.2. Logistica inversa
 - 14.7.3. Logistica verde
- 14.8. Distribuzione logistica internazionale
 - 14.8.1. Progettazione avanzata dei magazzini
 - 14.8.2. *Picking e Sorting*
 - 14.8.3. Controllo del flusso di materiali
- 14.9. Attenzione al cliente
 - 14.9.1. Metodologie
 - 14.9.2. Indicatori
 - 14.9.3. Relazioni con la Logistica
- 14.10. *Lean Management*
 - 14.10.1. Fondamenti Lean con applicazione in logistica internazionale
 - 14.10.2. Principali implicazioni e requisiti
 - 14.10.3. Altre metodologie di miglioramento dei processi

- 14.11. Costi della Catena di Approvvigionamento
 - 14.11.1. Progetto di miglioramento dei costi (*cost cutting*)
 - 14.11.2. Tappe
 - 14.11.3. Caso pratico
- 14.12. Sistemi di informazione
 - 14.12.1. Caso Amazon
 - 14.12.2. Integrazione con Amazon
 - 14.12.3. Messaggistica

Modulo 15. Direzione delle operazioni III: gestione strategica degli acquisti

- 15.1. Gestione strategica degli acquisti
 - 15.1.1. Gestione strategica: benefici e modelli
 - 15.1.2. Gestione strategica degli acquisti e i suoi fattori
 - 15.1.3. Strategia degli acquisti
- 15.2. *Lean management* nei processi di acquisto
 - 15.2.1. *Lean Buying*
 - 15.2.2. *Outsourcing* nella SCM
 - 15.2.3. *Lean Supplying*
- 15.3. Progettazione della strategia di acquisto
 - 15.3.1. Esternalizzazione
 - 15.3.2. Esternalizzazione dei processi
 - 15.3.3. Globalizzazione
 - 15.3.4. Delocalizzazione
- 15.4. *Outsourcing-insourcing*
 - 15.4.1. Modelli e processi di acquisto
 - 15.4.2. Modelli di segmentazione
 - 15.4.3. Ruoli *dell'e-Procurement*
- 15.5. Approvvigionamento strategico
 - 15.5.1. Selezione dei fornitori e strategia
 - 15.5.2. Generazione dei valori dall'approvvigionamento strategico
 - 15.5.3. Operatori logistici e approvvigionamento

- 15.6. Gestione del trasporto e della distribuzione
 - 15.6.1. Coordinazione tra trasporto e immagazzinaggio
 - 15.6.2. Zone di attività logistica, ZAL
 - 15.6.3. Normative e conveni del trasporto aereo e terrestre di merci
- 15.7. *Global supply chain*
 - 15.7.1. Introduzione e classificazione della complessità della catena di approvvigionamento
 - 15.7.2. Aree di opportunità nella catena di approvvigionamento globali
 - 15.7.3. Tendenze nelle catene di approvvigionamento globali
- 15.8. Gestione delle importazioni
 - 15.8.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
 - 15.8.2. Istituzioni e accordi di commercio internazionale
 - 15.8.3. Legislatura doganale
 - 15.8.4. Gestione degli impianti e acquisti internazionali
- 15.9. Incoterms e gestione dei documenti internazionali
 - 15.9.1. Esportazione o impianto
 - 15.9.2. Il contratto di agenzia, distribuzione e compravendita internazionale
 - 15.9.3. La proprietà industriale e intellettuale
 - 15.9.4. Classificazione tariffaria
- 15.10. Modi e mezzi di pagamento internazionale
 - 15.10.1. La decisione del mezzo di pagamento
 - 15.10.2. Il credito documentario
 - 15.10.3. Garanzia bancaria e credito documentario
- 15.11. Costi di gestione strategica degli acquisti
 - 15.11.1. Catena di valore
 - 15.11.2. Costi di approvvigionamento
 - 15.11.3. Valutazione di esistenze
- 15.12. Sistemi di informazione negli acquisti
 - 15.12.1. Dato maestro
 - 15.12.2. Processi
 - 15.12.3. Messaggi EDI

Modulo 16. Direzione delle operazioni IV: qualità

- 16.1. Principi di statistica applicati al controllo di qualità
 - 16.1.1. Introduzione
 - 16.1.2. Misure di tendenza centrale
 - 16.1.3. Misure di dispersione
- 16.2. Definizione operativa di difetto
 - 16.2.1. Evoluzione della qualità nella SCM
 - 16.2.2. Definizione, controllo e catalogazione dei difetti
 - 16.2.3. Criteri di accettazione o rifiuto del prodotto
- 16.3. Concetti base di controllo
 - 16.3.1. Definizioni
 - 16.3.2. Norma ISO 9001
 - 16.3.3. Requisiti della norma ISO 9001
- 16.4. Grafici di controllo per varianti e attributi
 - 16.4.1. Controllo per varianti e per attributi
 - 16.4.2. Grafici di controllo
 - 16.4.3. Grafico OC
- 16.5. Ispezione del campione
 - 16.5.1. Tipologie
 - 16.5.2. Metodologia
 - 16.5.3. Dimensioni del campione
- 16.6. Capacità dei processi
 - 16.6.1. Statistica associata
 - 16.6.2. Variabilità
 - 16.6.3. Indici Cp
- 16.7. Six Sigma: Metodologia e strategie
 - 16.7.1. Definizione di Six Sigma
 - 16.7.2. Metodologia di Six Sigma
 - 16.7.3. Struttura di Six Sigma
- 16.8. Costi di qualità
 - 16.8.1. Tipologie di studio di viabilità
 - 16.8.2. Studi di viabilità tecnica
 - 16.8.3. Casistica di uso

- 16.9. Sistemi di informazione
 - 16.9.1. Implementazione qualità nella ERP
 - 16.9.2. Controllo della qualità in eventi
 - 16.9.3. Controlli periodici

Modulo 17. Progettazione strategica e gestione dei progetti IT

- 17.1. Mappa globale dei sistemi IT (I): ERP, MRP, SGA, MES
 - 17.1.1. Descrizione di ogni sistema
 - 17.1.2. Opzioni di mercato
 - 17.1.3. Processi di impianto
- 17.2. Mappa globale dei sistemi IT (II): e-Commerce, web corporativa, BI, Simulazione, *Machine Learning* e GMAO
 - 17.2.1. Descrizione di ogni sistema
 - 17.2.2. Opzioni di mercato
 - 17.2.3. Processi di impianto
- 17.3. Sistemi IT: alta disponibilità, sicurezza e manutenzione
 - 17.3.1. Aspetti da considerare
 - 17.3.2. Opzioni di mercato
 - 17.3.3. Processi di implementazione
- 17.4. Pianificazione strategica SI
 - 17.4.1. Aspetti da considerare
 - 17.4.2. Gestione di risorse tecnologiche
 - 17.4.3. Processi adiacenti: *reporting* e valutazione
- 17.5. Gestione dei progetti di IT
 - 17.5.1. Metodologia generale
 - 17.5.2. Manifesto Agile
 - 17.5.3. SRUM
- 17.6. Responsabilità Sociale Corporativa nei progetti di IT
- 17.7. Finanze e investimenti responsabili dei progetti IT
- 17.8. Azienda e medio ambiente nei progetti IT
- 17.9. Sistemi e strumenti di gestione responsabile in IT
- 17.10. Etica d'impresa nei progetti IT

Modulo 18. Financial supply chain management

- 18.1. Contesto economico globale
 - 18.1.1. Fondamenti dell'economia globale
 - 18.1.2. La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari
 - 18.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
 - 18.1.4. Sistema monetario internazionale
- 18.2. Contabilità finanziaria nella gestione della catena di approvvigionamento
 - 18.2.1. Equilibrio della situazione
 - 18.2.2. Perdite e profitti
 - 18.2.3. Interpretazione dei rapporti
- 18.3. Contabilità della gestione nei servizi di approvvigionamento
 - 18.3.1. Misurabili: produttività
 - 18.3.2. Efficienza e redditività
 - 18.3.3. Rapporti e gestione
- 18.4. Analisi e pianificazione finanziaria della catena di approvvigionamento
 - 18.4.1. Definizioni
 - 18.4.2. Pianificazione
 - 18.4.3. Esempi di pianificazione finanziaria
- 18.5. Diagnostico finanziario
 - 18.5.1. Indicatori per l'analisi degli statti finanziari
 - 18.5.2. Analisi di rendimento
 - 18.5.3. Rendimento economico e finanziario di un'impresa
- 18.6. Analisi economica delle decisioni
 - 18.6.1. Controllo del bilancio
 - 18.6.2. Analisi della concorrenza: Analisi aziendale
 - 18.6.3. Processo decisionale: Investimento o disinvestimento imprenditoriale
- 18.7. Aspetti finanziari chiave nella gestione delle operazioni nella catena di approvvigionamento
 - 18.7.1. Introduzione alla gestione di operazioni
 - 18.7.2. Aspetti chiave
 - 18.7.3. Interpretazione dei rapporti

- 18.8. Strumenti per la gestione di operazioni della catena di approvvigionamento in tempi di crisi
 - 18.8.1. Definizione di strumenti e benefici
 - 18.8.2. Strumenti di gestione
 - 18.8.3. Operazioni di mercato
- 18.9. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPI
 - 18.9.1. Redditività ed efficacia delle mediazioni
 - 18.9.2. Indicatori generali delle catene logistiche
 - 18.9.3. Indicatori specifici

Modulo 19. Strategia operativa e metodologie di gestione LEAN

- 19.1. *Lean Management*
 - 19.1.1. Principi base del Lean Management
 - 19.1.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
 - 19.1.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità
- 19.2. Impianto della metodologia Lean globale
 - 19.2.1. La metodologia Lean
 - 19.2.2. Processi di implementazione
 - 19.2.3. Miglioramento continuo
- 19.3. Tecniche di miglioramento dei processi e fabbricazione della risposta rapida (QRM)
 - 19.3.1. Localizzazione dei punti di miglioramento
 - 19.3.2. BPM, simulazione e gemello digitale
 - 19.3.3. Selezione degli strumenti necessari
- 19.4. Innovazione e ingegneria del prodotto di logistica: Organizzazioni e sviluppo del prodotto
 - 19.4.1. Aspetti da considerare
 - 19.4.2. Organizzazioni e sviluppo del mercato
 - 19.4.3. Opzioni di mercato
- 19.5. Gestione della qualità totale e gestione avanzata dei progetti di logistica
 - 19.5.1. Valutazione della qualità totale
 - 19.5.2. Localizzazione dei punti di miglioramento
 - 19.5.3. Gestione avanzata di progetti

- 19.6. Valutazione delle tendenze del mercato in logistica
 - 19.6.1. Valutazione di tendenze
 - 19.6.2. Linee di azione
 - 19.6.3. Opzioni di mercato
- 19.7. Valutazione delle tendenze SI
 - 19.7.1. Valutazione delle nuove tendenze SI
 - 19.7.2. Strumenti
 - 19.7.3. Opzioni di mercato



Trarrai lezioni utili attraverso la risoluzione di casi reali in ambienti di apprendimento simulati. Iscriviti subito!"

04

Obiettivi didattici

Attraverso questo Master Specialistico in Senior Logistics Management di TECH, i professionisti svilupperanno competenze di leadership avanzate che consentiranno loro di ottimizzare notevolmente la catena di approvvigionamento. In questo senso, gli studenti guideranno la trasformazione digitale delle istituzioni per incorporare strumenti tecnologici all'avanguardia come i Big Data o l'Internet of Things. Gli studenti saranno quindi in grado di gestire i rischi durante i diversi processi logistici in modo precoce e allocare le risorse disponibili con la massima efficienza.



“

Creerai strategie all'avanguardia per ridurre l'impatto ambientale delle operazioni logistiche e assicurerai la conformità alle normative relative alla Responsabilità Sociale d'Impresa"



Obiettivi generali

- ♦ Definire le politiche di acquisto e di approvvigionamento nel quadro della Logistica integrata
- ♦ Sviluppare una visione internazionale della catena di approvvigionamento
- ♦ Aumentare il tasso di occupazione degli studenti
- ♦ Migliorare la conoscenza delle aree complementari alla gestione dei progetti: la strategia aziendale e la gestione finanziaria
- ♦ Definire le politiche, le pratiche e le leve che modellano la gestione degli acquisti, così come le relazioni cliente-fornitore
- ♦ Utilizzare gli strumenti di acquisto più appropriati per la selezione e la valutazione dei migliori fornitori
- ♦ Strutturare le necessità nell'ambito degli acquisti
- ♦ Implementare un piano di miglioramento della produttività e di riduzione dei costi
- ♦ Valutare e misurare i risultati attraverso l'identificazione delle chiavi
- ♦ Sviluppare strategie di negoziazione che generano relazioni stabili e positive con i fornitori
- ♦ Eseguire e gestire le prestazioni e la revisione contabile
- ♦ Sviluppare strategie per ottimizzare il servizio al cliente e migliorare la redditività dell'azienda nel mercato internazionale
- ♦ Applicare i concetti di Lean Management in tutta la catena di approvvigionamento
- ♦ Descrivere gli ultimi progressi dell'area grazie alla collaborazione del settore internazionale pubblico e privato aziendale
- ♦ Implementare le tecniche per sviluppare l'interazione tra negozio e logistica, gestione del catalogo, acquisti e approvvigionamenti, operazioni di immagazzinaggio, trasporto e distribuzione, servizio al cliente, ecc.
- ♦ Implementare strumenti per il controllo operativo ed economico
- ♦ Descrivere le procedure per stabilire criteri di decisione per l'esternalizzazione dei processi, petizioni di offerta e firma di contratti dei servizi logistici
- ♦ Descrivere in profondità i meccanismi di creazione di valore della catena di approvvigionamento
- ♦ Spiegare le interazioni e l'impatto delle decisioni operative nel resto delle funzioni aziendali
- ♦ Competere grazie all'innovazione nei processi
- ♦ Passare dalla parte della gestione tecnica alla parte manageriale all'interno delle organizzazioni
- ♦ Migliorare la gestione di risorse umane e team di alto rendimento
- ♦ Sapere come gestire le aziende, il lavoro e le persone in ambienti ad alta incertezza
- ♦ Avere una visione orizzontale e verticale delle organizzazioni
- ♦ Migliorare la capacità di esecuzione
- ♦ Sapere come lavorare in modo più efficace, agile e in linea con le nuove tecnologie e strumenti attuali



Obiettivi specifici

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

- ♦ Sviluppare capacità di leadership che integrano i principi etici nel processo decisionale aziendale
- ♦ Applicare modelli etici nella risoluzione dei dilemmi aziendali e nella promozione di pratiche sostenibili

Modulo 2. Direzione strategica e management direzionale

- ♦ Acquisire competenze avanzate per formulare e attuare strategie a livello aziendale
- ♦ Approfondire l'analisi degli ambienti aziendali per prendere decisioni strategiche informate

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

- ♦ Implementare strategie di gestione del talento all'avanguardia per massimizzare le prestazioni del personale
- ♦ Promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e motivante per migliorare sia la produttività che il benessere dei dipendenti

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

- ♦ Acquisire competenze nel processo decisionale economico per ottimizzare risorse finanziarie
- ♦ Implementare strumenti sofisticati per la valutazione di fattibilità e redditività delle operazioni

Modulo 5. Gestione di operazioni e logistica

- ♦ Essere in grado di progettare e controllare processi logistici efficienti e redditizi
- ♦ Migliorare la produzione e la distribuzione di beni e servizi, garantendo sia la qualità che il rispetto delle scadenze



Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

- ♦ Sviluppare strategie per l'uso efficace della tecnologia nel processo decisionale e nel supporto aziendale
- ♦ Implementare tecnologie dell'informazione che migliorano l'efficienza operativa e la competitività organizzativa

Modulo 7. Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa

- ♦ Gestire efficacemente la comunicazione aziendale per rafforzare l'immagine del brand
- ♦ Applicare i principi di Marketing strategico per migliorare la competitività aziendale

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

- ♦ Applicare tecniche pubblicitarie efficaci per promuovere prodotti e servizi in diversi mercati
- ♦ Dirigere e gestire attività commerciali che rispondono alle richieste del mercato

Modulo 9. Innovazione e gestione di progetti

- ♦ Gestire i progetti in modo efficiente, assicurando il loro allineamento con la strategia aziendale
- ♦ Applicare strumenti per la pianificazione e l'esecuzione di progetti innovativi che promuovano la crescita delle imprese

Modulo 10. Management direttivo

- ♦ Migliorare le capacità di comunicazione e leadership nel contesto organizzativo
- ♦ Sviluppare competenze decisionali e di gestione delle risorse a livello dirigenziale

Modulo 11. Visione aziendale

- ♦ Approfondire le dinamiche aziendali e il loro impatto nella strategia globale
- ♦ Implementare azioni basate sull'anticipazione delle tendenze del mercato e la competitività

Modulo 12. Organizzazione della produzione, degli acquisti e dei magazzini

- ♦ Ottimizzare la gestione di inventari e magazzini per migliorare l'efficienza operativa
- ♦ Implementare strategie di miglioramento continuo per garantire qualità e disponibilità di prodotti

Modulo 13. Direzione delle operazioni I: pianificazione, produzione e magazzino

- ♦ Gestire i magazzini e i processi di produzione con un approccio basato su efficienza o riduzione dei costi
- ♦ Migliorare l'efficienza dei processi di produzione e ottimizzare la distribuzione delle risorse

Modulo 14. Direzione delle operazioni II: SCM logistica

- ♦ Ottimizzare l'efficienza nella distribuzione dei prodotti, dalla produzione al consumatore finale
- ♦ Implementare pratiche logistiche che aumentano la competitività e la soddisfazione del cliente

Modulo 15. Direzione delle operazioni III: gestione strategica degli acquisti

- ♦ Sviluppare competenze per la negoziazione efficace con i fornitori e il processo decisionale strategico
- ♦ Implementare politiche e procedure che migliorano l'efficienza delle acquisizioni di materiali e servizi

Modulo 16. Direzione delle operazioni IV: qualità

- ♦ Garantire il rispetto degli standard di qualità per migliorare la soddisfazione del cliente
- ♦ Implementare tecniche di miglioramento continuo per aumentare l'efficacia e ridurre errori nella produzione

Modulo 17. Progettazione strategica e gestione dei progetti IT

- ♦ Applicare metodologie agili e strumenti di gestione per garantire il successo dei progetti IT
- ♦ Sviluppare capacità nella gestione di progetti tecnologici che ottimizzano le prestazioni aziendali

Modulo 18. *Financial supply chain management*

- ♦ Integrare la gestione finanziaria con le operazioni logistiche per garantire l'efficienza globale della catena del valore
- ♦ Applicare tecniche finanziarie per migliorare i profitti e ridurre i rischi all'interno della catena di approvvigionamento

Modulo 19. Strategia operativa e metodologie di gestione LEAN

- ♦ Acquisire competenze nella riduzione degli sprechi e nell'ottimizzazione delle risorse nei processi operativi
- ♦ Applicare strumenti LEAN per migliorare la qualità, ridurre i costi e aumentare la competitività organizzativa



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

05

Opportunità professionali

Al termine di questo Master Specialistico in Senior Logistics Management, i professionisti avranno una solida conoscenza delle strategie logistiche più efficaci per ottimizzare la catena di approvvigionamento e gestire le operazioni globali. Allo stesso tempo, gli studenti progetteranno e implementeranno soluzioni innovative che migliorano l'efficienza e riducono i costi. In questo modo, gli esperti miglioreranno le loro prospettive di carriera e assumeranno ruoli specializzati come Direttore della Logistica.





“

*Sarai Direttore della logistica, assicurando
l'ottimizzazione della catena di fornitura e
l'efficienza nella distribuzione dei prodotti"*

Profilo dello studente

Lo studente del Master Specialistico in Senior Logistics Management è un professionista altamente qualificato per gestire e ottimizzare le catene di fornitura e le operazioni logistiche complesse. Inoltre, ha una profonda conoscenza delle strategie logistiche, tecnologie avanzate e metodologie di miglioramento continuo necessarie per aumentare l'efficienza e ridurre i costi. Inoltre, è preparato per progettare e implementare soluzioni logistiche personalizzate, collaborare con team multidisciplinari e coordinare tra fornitori, clienti e partner strategici, promuovendo una logistica efficiente e sostenibile che favorisca il successo organizzativo.

*Supervisionerai tutte le fasi della logistica,
dall'acquisto delle materie prime alla
consegna dei beni ai clienti.*

- ♦ **Pensiero Critico e Problem Solving:** I professionisti sviluppano la capacità di applicare il pensiero critico per analizzare situazioni logistiche, identificare problemi e generare soluzioni creative
- ♦ **Gestione dei Progetti e del Tempo:** Una competenza cruciale è la capacità di gestire progetti logistici in modo efficace, che include la gestione del tempo, l'organizzazione delle risorse e la risoluzione dei conflitti
- ♦ **Competenze Digitali:** Nel contesto attuale, è fondamentale che i professionisti gestiscano strumenti digitali per ottimizzare la gestione logistica, dall'utilizzo di software specializzati all'implementazione di tecnologie emergenti come l'Intelligenza Artificiale e l'Internet of Things
- ♦ **Pensiero Strategico:** Sviluppano la capacità di progettare e implementare strategie logistiche allineate con gli obiettivi aziendali, promuovendo la crescita e la competitività dell'organizzazione



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

- 1. Direttore di Logistica:** Esperto nella gestione delle operazioni logistiche di un'azienda, ottimizzando la catena di fornitura e assicurando l'efficienza nella distribuzione dei prodotti.
- 2. Responsabile della Catena di Approvvigionamento:** Professionista incaricato di supervisionare e coordinare tutte le fasi della catena di approvvigionamento, dall'acquisto delle materie prime fino alla consegna del prodotto finale al cliente.
- 3. Coordinatore delle Operazioni Logistiche:** Responsabile del coordinamento delle attività logistiche quotidiane, garantendo il rispetto dei tempi e l'ottimizzazione delle risorse disponibili.
- 4. Analista di Logistica:** Specialista nell'analisi dei processi logistici, individuazione delle aree di miglioramento e proposta di soluzioni innovative per aumentare l'efficienza.
- 5. Responsabile dei Trasporti:** Responsabile della gestione e della supervisione delle operazioni di trasporto, garantendo la conformità alle normative e l'ottimizzazione dei percorsi.
- 6. Consulente della Logistica:** Assiste le aziende nell'ottimizzazione dei processi logistici, nell'implementazione di nuove tecnologie e nel miglioramento della catena di fornitura.
- 7. Specialista in Commercio Internazionale:** Responsabile della gestione e dell'ottimizzazione della logistica nelle operazioni di commercio internazionale, compreso il coordinamento delle importazioni e delle esportazioni.
- 8. Responsabile del Magazzino:** Responsabile di gestione efficiente del magazzino, controllo di inventario e monitoraggio delle operazioni di stoccaggio o distribuzione di prodotti.
- 9. Responsabile degli Acquisti e dell'Approvvigionamento :** Responsabile della gestione degli acquisti e dell'approvvigionamento dei materiali necessari per l'azienda, negoziando con i fornitori e garantendo sia la qualità che il costo adeguato degli input.
- 10. Responsabile dei Progetti Logistici:** Responsabile di pianificazione, esecuzione e supervisione di specifici progetti logistici, garantendo il rispetto gli obiettivi di tempo, costo e qualità.



Consiglierai le organizzazioni nel miglioramento dei loro processi logistici e implementerai tecnologie emergenti per automatizzare i lavori più noiosi"

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 ripetere 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.

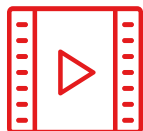
La valutazione degli studenti sulla qualità dell'insegnamento, la qualità dei materiali, la struttura del corso e i suoi obiettivi è eccellente. A conferma di ciò, l'istituto è diventato il migliore valutato dai suoi studenti sulla piattaforma di recensioni Global Score, ottenendo un punteggio di 4,9 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

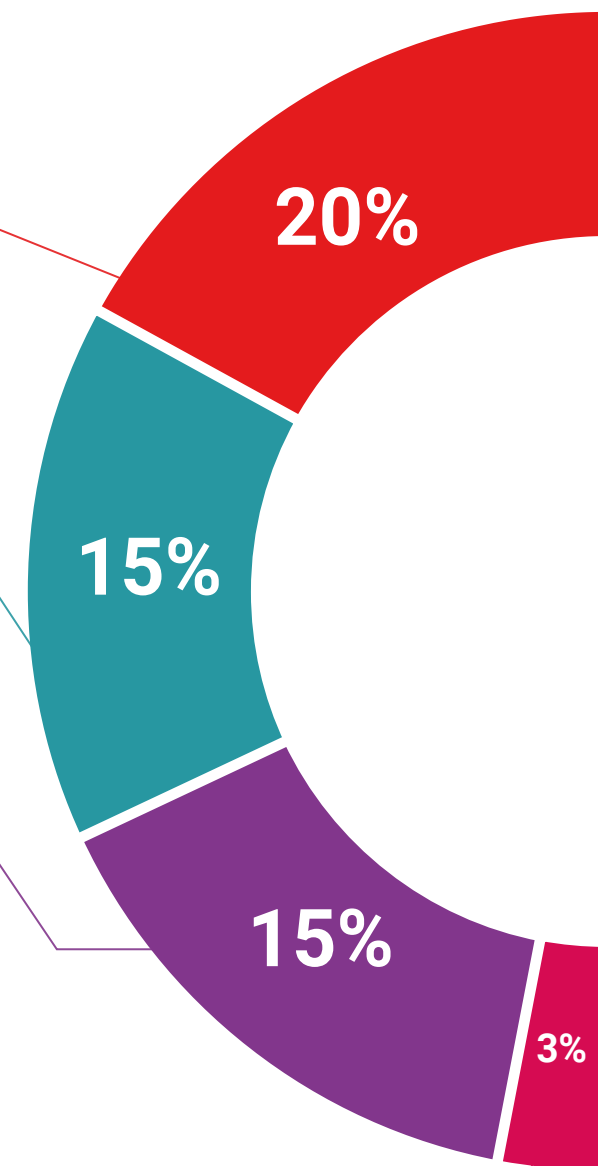
Presentiamo i contenuti in modo accattivante e dinamico tramite strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

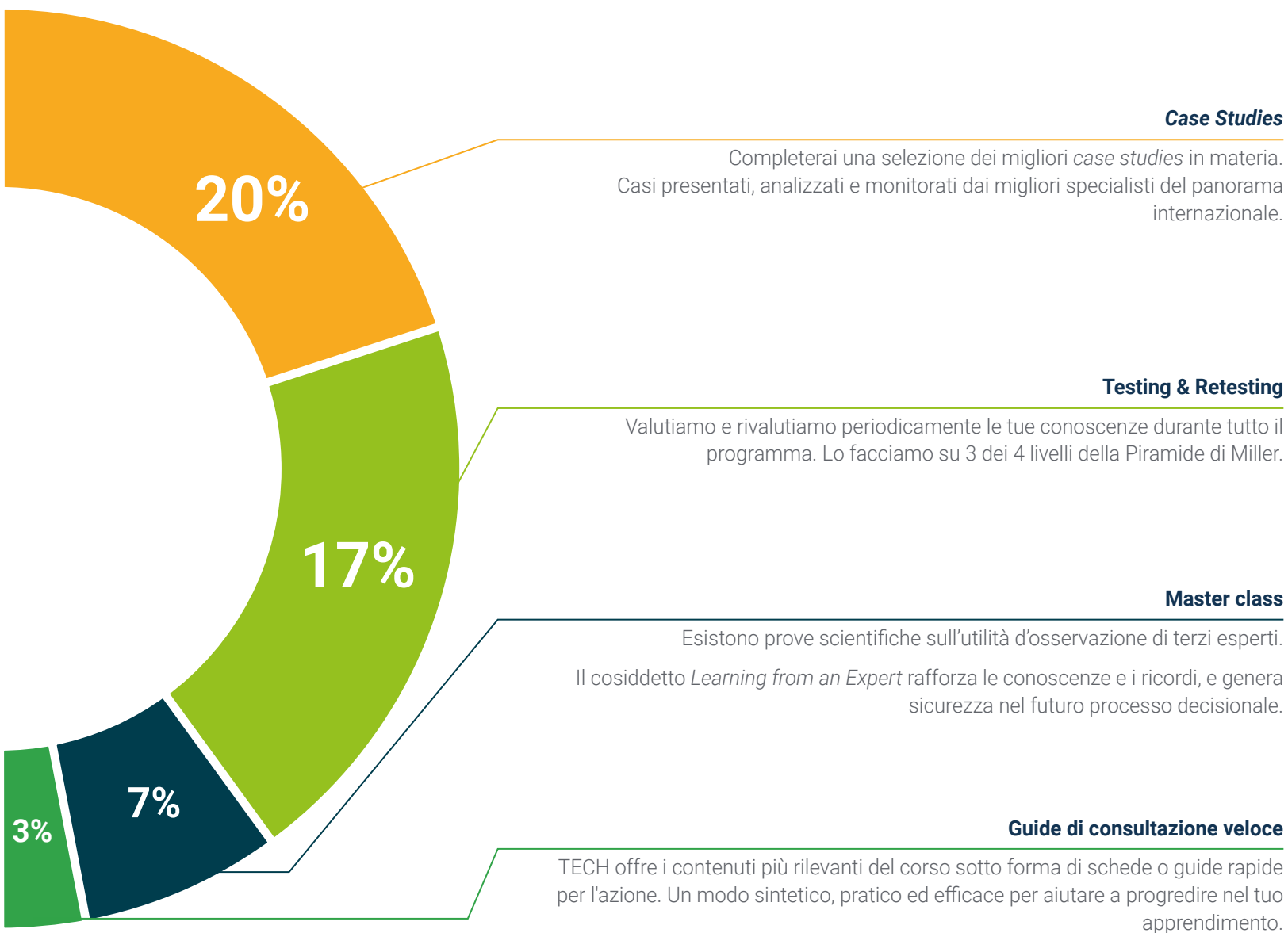
Questo esclusivo sistema di preparazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





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. Lo facciamo su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.



Master class

Esistono prove scientifiche sull'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 sotto forma di schede o guide rapide per l'azione. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare a progredire nel tuo apprendimento.



07

Personale docente

La priorità di TECH è mettere a disposizione di tutti i programmi universitari più completi e rinnovati del mercato accademico. A questo proposito, seleziona con rigore il suo personale docente. Per questo Master Specialistico ha riunito i migliori specialisti nel settore del Senior Logistics Management. Questi professionisti hanno un ampio background, dove hanno sviluppato soluzioni innovative per ottimizzare la catena di approvvigionamento di più organizzazioni. Grazie a questo, gli studenti potranno godere di un'esperienza intensiva che permetterà loro di fare un salto qualitativo notevole nei loro percorsi professionali.



“

Godrai della consulenza personalizzata del personale docente, formato da professionisti con una vasta esperienza nel Senior Logistics Management"

Direttore Ospite Internazionale

Mahmoud Shama è un dirigente con una **lunga esperienza in direzione e gestione della catena di fornitura**. La sua esperienza è **riconosciuta a livello internazionale** per la capacità di implementare **strategie complete** che **ottimizzano i costi**, **promuovono l'efficienza**, garantiscono la **conformità normativa** e offrono un elevato livello di qualità nel servizio e soddisfazione del cliente.

Nel suo percorso professionale dedicato al settore della Logistica, ha svolto diversi compiti. Tra queste spiccano la pianificazione della **domanda e dell'offerta**, anche nell'applicazione delle **chiavi del S&OP**, **controllo dell'inventario**, **acquisti**, **stoccaggio**, **analisi di rete**, ecc. Allo stesso tempo, questo esperto è caratterizzato da una capacità di **leadership** e **motivazione** incontestabile dei dipendenti a sua carico. Così, è diventato un punto di riferimento per le più importanti **multinazionali** del mondo.

Presso la **società Red Bull**, Mahmoud Shama ha ricoperto diversi ruoli, principalmente come **Senior Director della Supply Chain**. In particolare, si è dedicato a migliorare l'accuratezza delle **previsioni** e **ridurre al minimo gli sprechi**. Allo stesso tempo, ha assicurato lo sviluppo di una **gestione rigorosa delle scorte**.

Un'altra delle aziende in cui ha lavorato questo specialista è **Mondelēz International**, come **Direttore della Pianificazione della Domanda** per il Nord America e come **Senior Manager del Servizio Clienti e della Logistica**. Da queste posizioni ha guidato la **strategia globale di XC&L**, supervisionando anche la produzione esterna di alcuni dei prodotti più distintivi del brand. Inoltre, il suo passaggio attraverso altri brand come **Johnson & Johnson**, **Kraft Foods Group**, **Cadbury** o **PepsiCo**, gli ha permesso di accumulare conoscenze e prospettive dirette sulle diverse metodologie e tecnologie che promuovono ambienti operativi più produttivi e organizzati. Inoltre, questo dirigente possiede un **MBA in Business** che, insieme alla sua esperienza tecnica, rafforza la sua acutezza imprenditoriale.



Dott. Shama, Mahmoud

- Senior Supply Chain Manager presso Red Bull, California, USA
- Direttore della Pianificazione della Domanda per il Nord America presso Mondelēz International
- Direttore della Pianificazione e S&OP globale presso Johnson & Johnson
- Direttore del Servizio Clienti e della Logistica presso Mondelēz International
- Direttore della Fornitura di Prodotti e Leader S&OP presso Kraft Foods Group
- Direttore di Pianificazione, S&OP e Progetti MENA presso Cadbury
- Responsabile della Pianificazione dei Materiali e degli Acquisti presso PepsiCo
- MBA in Business presso la Scuola di Amministrazione di Maastricht
- Laurea in Ingegneria Meccanica presso l'Università Americana del Cairo



*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

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

“

Un'esperienza di formazione unica, chiave e decisiva per promuovere 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

operazioni del gigante tecnologico, come l'**integrità dei dati master**, gli **aggiornamenti dati dei fornitori** e la loro **prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi sui costi.

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

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

08 Titolo

Il Master Specialistico in Senior Logistics Management 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 Senior Logistics Management** 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 Senior Logistics Management**

Modalità: **online**

Durata: **2 anni**



Master Specialistico in Senior Logistics Management							
Distribuzione generale del Programma							
Corso	Insegnamento	Ore	Codice	Corso	Insegnamento	Ore	Codice
1 ^a	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa	200	OB	2 ^a	Direzione delle operazioni I: pianificazione, produzione e magazzino	150	OB
1 ^a	Direzione strategica e management direzionale	200	OB	2 ^a	Direzione delle operazioni II: SCM logistica	150	OB
1 ^a	Direzione del personale e gestione del talento	200	OB	2 ^a	Direzione delle operazioni III: gestione strategica degli acquisti	150	OB
1 ^a	Direzione economico-finanziaria	150	OB	2 ^a	Direzione delle operazioni IV: qualità	150	OB
1 ^a	Gestione di operazioni e logistica	150	OB	2 ^a	Progettazione strategica e gestione dei progetti IT	150	OB
1 ^a	Direzione di sistemi informativi	150	OB	2 ^a	Financial supply chain management	150	OB
1 ^a	Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa	150	OB	2 ^a	Strategia operativa e metodologie di gestione LEAN	150	OB
1 ^a	Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale	150	OB				
1 ^a	Innovazione e gestione di progetti	150	OB				
1 ^a	Management direttivo	150	OB				
1 ^a	Visione aziendale	150	OB				
1 ^a	Organizzazione della produzione, degli acquisti e dei magazzini	150	OB				

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



Master Specialistico Senior Logistics Management

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

Master Specialistico

Senior Logistics Management

