

Master Specialistico

MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale

G M M B A G P T I



tech global
university



Master Specialistico

MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 120 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-mba-gestione-porti-transporto-intermodale



Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro
programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 22

06

Struttura e contenuti

pag. 28

07

Metodologia

pag. 50

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 58

09

Direzione del corso

pag. 62

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 84

11

Benefici per la tua azienda

pag. 88

12

Titolo

pag. 92

01

Benvenuto

La Gestione di Porti e Trasporto Intermodale presenta una serie di vantaggi significativi, che aumentano l'efficienza e la sinergia nella catena logistica globale. In primo luogo, facilita il trasferimento fluido di merci tra diversi modi di trasporto, ottimizzando i tempi e riducendo i costi operativi. Promuove inoltre l'integrazione dei sistemi logistici, migliorando la visibilità e il controllo sulle operazioni di trasporto. La pianificazione intermodale consente un'allocazione più efficace delle risorse, riducendo al minimo le emissioni di gas a effetto serra e la congestione. Promuove la sicurezza e la trasparenza delle operazioni, rafforzando la resilienza della catena di approvvigionamento. Per questo, TECH ha ideato questo programma 100% online e flessibile, basato sulla rivoluzionaria metodologia *Relearning*.



Master Specialistico MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale
TECH Global University

66

Gli approcci intermodali non solo migliorano la competitività dei porti, ma contribuiscono anche allo sviluppo sostenibile e all'efficienza economica a livello regionale e globale. Iscriviti subito!"

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera al 100% in modalità online.

Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



66

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

In TECH Global University



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

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



Analisi

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



Eccellenza accademica

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



Economia di scala

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

Impara con i migliori

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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



03

Perchè scegliere il nostro programma?

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

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

“

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

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

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

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

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

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

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

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

05

Accesso a un'importante rete di contatti

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

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorare le soft skills e le competenze direttive

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

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

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

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

04

Obiettivi

Questo Master Specialistico si propone di formare professionisti nella gestione efficiente e strategica delle operazioni portuali e del trasporto intermodale. Tra i suoi principali obiettivi spicca la comprensione dei principi fondamentali della logistica e del trasporto, nonché le ultime tendenze e tecnologie nel settore. Inoltre, svilupperanno capacità di leadership e gestione necessarie per guidare team e prendere decisioni efficaci in ambienti logistici complessi e dinamici. Il programma promuoverà anche l'analisi e la risoluzione dei problemi, preparando gli studenti ad affrontare le sfide operative, economiche e ambientali inerenti alla Gestione di Porti e Trasporto Intermodale.

66

Grazie a questo programma 100% online, collaborerai
in modo efficace con diversi attori e ottimizzerai il
flusso di merci a livello nazionale e internazionale"

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti

Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il **MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale** prepara lo studente a:

01

Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto del contesto globalizzato che regola i criteri relativi al settore della direzione superiore

02

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

03

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

04

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

05

Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale



06

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



07

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

08

Definire il modo migliore per gestire le Risorse Umane dell'azienda, ottenendo un maggiore rendimento delle stesse

09

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

10

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

11

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

12

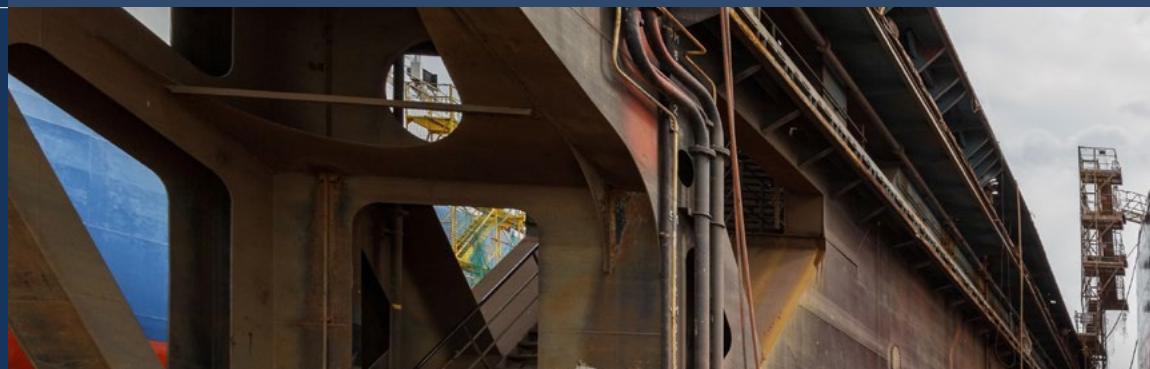
Attuare una strategia di Marketing che permetta di far conoscere il proprio prodotto ai potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata dell'azienda

13

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un Idea Aziendale: progetto, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

14

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



15

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti

16

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



17

Definire concettualmente i processi che la compongono e che danno origine ai diversi tipi di logistica

18

Comprendere in cosa consiste ciascuno di questi processi e lo scopo per cui sono stati concepiti

19

Aggiornare le conoscenze nel campo del trasporto multimodale

20

Sostenere l'importanza del trasporto marittimo nella globalizzazione

21

Analizzare in cosa consiste la multimodalità e il suo ruolo nella catena logistica

22

Esaminare i principali traffici marittimi e le navi da trasporto

23

Descrivere la legislazione internazionale sul trasporto marittimo

24

Approfondire le caratteristiche e le funzioni tradizionali dei porti e la loro evoluzione storica



25

Esaminare l'alternativa della specializzazione delle infrastrutture portuali come modalità di adattamento alle richieste delle catene logistiche

26

Definire i diversi modelli di governance dei porti



27

Esaminare l'evoluzione della governance portuale in relazione al grado di sviluppo dei Paesi

28

Definire un modello portuale per il futuro in un contesto di profonda e globale trasformazione

29

Analizzare con la massima obiettività queste aspirazioni, da un punto di vista tecnico

30

Identificare l'importanza del consenso, della comunicazione, della trasparenza nel processo di formulazione della strategia di un sistema portuale

05

Competenze

Con questo MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale, il professionista svilupperà competenze multidisciplinari cruciali per il successo nel settore logistico globale. In questo modo, acquisirà solide competenze nella pianificazione strategica e nella gestione operativa, nonché nell'analisi finanziaria e nel processo decisionale aziendale. Inoltre, sarà in grado di guidare i team di lavoro in ambienti multifunzionali, dimostrando capacità di comunicazione efficace e risoluzione dei conflitti. Sarà importante anche la capacità di applicare tecnologie emergenti, nell'ottimizzazione dei processi logistici e nella valutazione e mitigazione dei rischi della catena di approvvigionamento.



“

Un programma 100% online che amplificherà il tuo curriculum professionale con un triplo titolo universitario, se soddisfi i requisiti di accesso ufficiali”

01

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

02

Appicare le metodologie di gestione *Lean*

03

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

04

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

05

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



06

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



07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

08

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

09

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

10

Elaborare e condurre piani di marketing

11

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

12

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

13

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

14

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

15

Generare una strategia per un sistema portuale che risponda alle aspirazioni della società nel suo complesso, ossia all'interesse generale del pubblico

16

Sviluppare la capacità di risposta alle crisi e emergenze nell'ambiente portuale, progettando piani d'azione efficaci

17

Sviluppare in dettaglio l'operatività di ciascuno dei servizi portuali con obblighi di servizio pubblico nei porti

18

Analizzare le minacce e le vulnerabilità specifiche degli ambienti portuali, identificando i possibili scenari di rischio e valutando il loro potenziale impatto

19

Pianificare e coordinare le risorse umane all'interno di un'entità portuale

20

Stabilire strategie di sicurezza portuale complete, comprese misure fisiche, tecnologiche e gestionali

21

Applicare le normative e gli standard internazionali relativi alla sicurezza portuale, garantendo la conformità alle normative vigenti

22

Attuare la strategia attraverso un piano aziendale del porto basato sul modello strategico di un sistema portuale

06

Struttura e contenuti

Il programma universitario comprenderà moduli su logistica e supply chain, gestione portuale, trasporto marittimo, ferroviario e stradale, nonché aspetti legali e normativi relativi al commercio internazionale e alla gestione dei porti. Inoltre, saranno trattati argomenti come le tecnologie dell'informazione applicate a logistica, gestione ambientale e sostenibilità nel trasporto, senza dimenticare le strategie di Marketing e la gestione finanziaria specifiche per il settore.



“

Approfondirai argomenti fondamentali, come la pianificazione e l'efficiente funzionamento dei porti, attraverso una vasta libreria con le risorse multimediali più innovative”

Piano di studi

LMBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali a livello internazionale. Il suo contenuto è pensato per favorire lo sviluppo delle competenze direttive che consentono un processo decisionale più rigoroso in contesti incerti.

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

Questo programma tratta in profondità i principali fondamenti della gestione dei porti e del trasporto intermodale, progettato per consentire ai manager di comprendere la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per gli studenti, focalizzato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo della gestione aziendale applicata a quella dei porti e del trasporto intermodale. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda offrendoti un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze, supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, capace di fornirti le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Modulo 1	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 2	Direzione strategica e <i>Management</i> Direttivo
Modulo 3	Direzione del personale e gestione del talento
Modulo 4	Direzione economico-finanziaria
Modulo 5	Direzione di operazioni e logistica
Modulo 6	Direzione dei sistemi informativi
Modulo 7	Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa
Modulo 8	Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale
Modulo 9	Innovazione e Direzione di Progetti
Modulo 10	<i>Management</i> Direttivo

Modulo 11	Logistica e Operatori Logistici
Modulo 12	Trasporto Multimodale, Intermodalità e Piattaforme Logistiche
Modulo 13	Trasporto Marittimo
Modulo 14	Porti e Terminal portuali
Modulo 15	Modello di Governance Portuale
Modulo 16	Pianificazione Strategica Portuale
Modulo 17	Piano Aziendale di un Porto e Gestione delle Risorse Umane
Modulo 18	Logistica Marittimo-Portuale e Servizi Portuali
Modulo 19	Pianificazione e Sviluppo delle Infrastrutture e Sostenibilità Ambientale
Modulo 20	Sicurezza e Protezione Portuale

Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di sviluppare questo MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale in modo completamente online. Durante i 24 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, permettendogli di gestire autonomamente il suo tempo di studio.

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

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

1.1. Globalizzazione e Governance	1.2. Leadership	1.3. Cross Cultural Management	1.4. Sviluppo manageriale e leadership
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	1.2.1. Leadership: Un approccio concettuale 1.2.2. Leadership nelle imprese 1.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese	1.3.1. Concetto di Cross Cultural Management 1.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali 1.3.3. Gestione della Diversità	1.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo 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	1.6. Sostenibilità	1.7. Responsabilità Sociale d'Impresa	1.8. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile
1.5.1. Etica e Morale 1.5.2. Etica Aziendale 1.5.3. Leadership ed etica nelle imprese	1.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile 1.6.2. Agenda 2030 1.6.3. Le imprese sostenibili	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	1.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa 1.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile 1.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa 1.8.4. Strumenti e standard della RSC
1.9. Multinazionali e diritti umani	1.10. Ambiente legale e Corporate Governance		
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	1.10.1. 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 progettazione organizzativa	2.2. Strategia corporativa	2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica	2.4. Pensieri strategici
2.1.1. Quadro Concettuale	2.2.1. Strategia aziendale competitivi	2.3.1. Quadro Concettuale	2.4.1. L'impresa come sistema
2.1.2. Fattori chiave nella progettazione organizzativa	2.2.2. Strategie di crescita Tipologie	2.3.2. Elementi della Pianificazione Strategica	2.4.2. Concetto di organizzazione
2.1.3. Modelli organizzativi di base	2.2.3. Quadro concettuale	2.3.3. Formulazione Strategica: Processo della pianificazione strategica	
2.1.4. Progettazione organizzativa Tipologie			
2.5. Diagnosi Finanziaria	2.6. Pianificazione e Strategia	2.7. Modelli e Schemi Strategici	2.8. Strategia Competitiva
2.5.1. Concetto di Diagnosi Finanziaria	2.6.1. Il Piano Strategico	2.7.1. Quadro Concettuale	2.8.1. Il Vantaggio Competitivo
2.5.2. Fasi della Diagnosi Finanziaria	2.6.2. Posizionamento Strategico	2.7.2. Modelli Strategici	2.8.2. Scelta di una Strategia Competitiva
2.5.3. Metodi di Valutazione per la Diagnosi Finanziaria	2.6.3. La Strategia nell'Impresa	2.7.3. Modelli Strategici: Le Cinque P della Strategia	2.8.3. Strategie secondo il Modello dell'Orologio Strategico
			2.8.4. Tipi di Strategia secondo il ciclo di vita del settore industriale
2.9. Direzione strategica	2.10. Implementazione della Strategia	2.11. Management Direttivo	2.12. Comunicazione Strategica
2.9.1. Il concetto di strategia	2.10.1. Sistema di Indicatori e Approccio mediante Processi	2.11.1. Quadro concettuale del <i>Management Direttivo</i>	2.12.1. Comunicazione interpersonale
2.9.2. Il processo di direzione strategica	2.10.2. Mappa Strategica	2.11.2. <i>Management Direttivo</i> . Il Ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance	2.12.2. Capacità di comunicazione e influenza
2.9.3. Approcci della direzione strategica	2.10.3. Allineamento Strategico		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	3.2. Le persone nelle organizzazioni	3.3. Direzione Strategica di persone	3.4. Evoluzione delle Risorse: Una visione d'insieme
3.1.1. Comportamento Organizzativo: Quadro Concettuale 3.1.2. Principali fattori del comportamento organizzativo	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	3.3.1. Direzione Strategica e risorse umane 3.3.2. Management strategico del personale	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.	3.6. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze	3.7. Valutazione e gestione del rendimento lavorativo	3.8. Gestione della formazione
3.5.1. Approccio al reclutamento e alla selezione 3.5.2. Il reclutamento 3.5.3. Il processo di selezione	3.6.1. Analisi del potenziale 3.6.2. Politiche di retribuzione 3.6.3. Piani di avanzamento di carriera/successione	3.7.1. Gestione del rendimento 3.7.2. Gestione della prestazione lavorativa: Obiettivi e processo	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	3.10. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale	3.11. Motivazione	3.12. Employer Branding
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	3.10.1. 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	3.11.1. La natura della motivazione 3.11.2. Teoria delle aspettative 3.11.3. Teoria dei bisogni 3.11.4. Motivazione e compensazione economica	3.12.1. Employer Branding per le Risorse Umane 3.12.2. Personal Branding per il personale delle Risorse Umane
3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni	3.14. Sviluppo delle competenze manageriali	3.15. Gestione del tempo	3.16. Gestione del cambiamento
3.13.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti 3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni	3.14.1. Cosa sono le competenze manageriali? 3.14.2. Elementi delle competenze 3.14.3. Conoscenza 3.14.4. Capacità di direzione 3.14.5. Atteggiamenti e valori nei dirigenti 3.14.6. Abilità manageriali	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	3.16.1. Gestione del cambiamento 3.16.2. Tipi di processi di gestione del cambiamento 3.16.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento
3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti	3.18. Comunicazione direttiva	3.19. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali	3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento
3.17.1. Negoziazione 3.17.2. Gestione dei Conflitti 3.17.3. Gestione delle Crisi	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	3.19.1. Gestione delle risorse umane e dei team 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro	3.20.1. La produttività 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria	3.22. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale II	3.23. Gestione della conoscenza e del talento	3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale
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	3.22.1. 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	3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza	3.24.1. Il contesto socioeconomico 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale 3.24.3. Nuove metodologie

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

4.1. Contesto economico	4.2. Il finanziamento dell'azienda	4.3. Contabilità direttiva	4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi
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	4.2.1. Fonti di finanziamento 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento	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	4.4.1. 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	4.6. Bilancio e controllo di gestione	4.7. Gestione della tesoreria	4.8. Responsabilità fiscale delle imprese
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	4.6.1. Il modello di bilancio 4.6.2. Bilancio di Capitale 4.6.3. Bilancio di Gestione 4.6.4. Bilancio del Tesoro 4.6.5. Controllo del bilancio	4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di Manovra Necessario 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi 4.7.3. Credit Management	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	4.10. Direzione finanziaria	4.11. Pianificazione Finanziaria	4.12. Strategia Finanziaria d'Impresa
4.9.1. Analisi dei rendiconti finanziari 4.9.2. Il Bilancio aziendale 4.9.3. Il Conto di Perdite e Profitti 4.9.4. Lo Stato del Flusso di Cassa 4.9.5. Analisi di Ratio	4.10.1. 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	4.11.1. 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	4.12.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento 4.12.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale
4.13. Contesto macroeconomico	4.14. Finanziamento strategico	4.15. Mercati monetari e di capitali	4.16. Analisi e pianificazione finanziaria
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	4.14.1. Autofinanziamento 4.14.2. Aumento dei fondi propri 4.14.3. Risorse ibride 4.14.4. Finanziamenti tramite intermediari finanziari	4.15.1. Il mercato monetario 4.15.2. Mercato a Reddito Fisso 4.15.3. Mercato a Reddito Variabile 4.15.4. Mercato Valutario 4.15.5. Mercati dei Derivati	4.16.1. Analisi dello Stato Patrimoniale 4.16.2. Analisi del Conto Economico 4.16.3. Analisi del Rendimento

4.17. Analisi e risoluzione di casi/problems

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 Operazioni	5.2. Organizzazione industriale e logistica	5.3. Struttura e tipi di produzione (MTS, MTO, ATO, ETO , ecc.)	5.4. Struttura e tipi di approvvigionamento
5.1.1. La funzione delle operazioni 5.1.2. L'impatto delle operazioni sulla gestione delle imprese 5.1.3. Introduzione alla strategia di operazioni 5.1.4. La direzione delle operazioni	5.2.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale 5.2.2. Dipartimento di logistica	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	5.4.1. 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	5.6. Controllo delle operazioni di magazzinaggio	5.7. Gestione strategica degli acquisti	5.8. Tipologie della Catena di Fornitura (SCM)
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	5.6.1. Controllo dell'inventario 5.6.2. Sistema di localizzazione 5.6.3. Tecniche di gestione dello stock 5.6.4. Sistemi di stoccaggio	5.7.1. Strategia aziendale 5.7.2. Pianificazione strategica 5.7.3. Strategia degli acquisti	5.8.1. Catena di approvvigionamento 5.8.2. Benefici della gestione della catena approvvigionamento 5.8.3. Gestione logistica della catena di approvvigionamento
5.9. Supply Chain Management	5.10. Interazioni della SCM con tutte le aree	5.11. Costi della Logistica	5.12. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPIs
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	5.10.1. Interazione della SCM 5.10.2. Interazione della SCM: Integrazione per parti 5.10.3. Problemi di integrazione della SCM 5.10.4. Catena di approvvigionamento 4.0	5.11.1. Costi logistici 5.11.2. Problemi dei costi logistici 5.11.3. Ottimizzazione dei costi logistici	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	5.14. Distribuzione e logistica di trasporto	5.15. Logistica e clienti	5.16. Logistica internazionale
5.13.1. La gestione dei processi 5.13.2. Approccio basato sul processo: Mappa dei processi 5.13.3. Miglioramenti nella gestione dei processi	5.14.1. Distribuzione della SCM 5.14.2. Logistica dei Trasporti 5.14.3. Sistemi di informazione geografica a supporto della logistica	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)	5.16.1. 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	5.18. Competitività nelle operazioni	5.19. Gestione della qualità	
5.17.1. Gestione delle operazioni e Outsourcing 5.17.2. Attuazione dell'outsourcing in ambienti logistici	5.18.1. Gestione delle Operazioni 5.18.2. Competitività operativa 5.18.3. Strategia delle operazioni e vantaggi competitivi	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	6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda	6.3. Strategia aziendale e tecnologica	6.4. Direzione di Sistemi Informativi
6.1.1. Tecnologia e globalizzazione 6.1.2. Ambiente economico e tecnologia 6.1.3. Ambiente tecnologico e il suo impatto nelle imprese	6.2.1. Evoluzione del modello di IT 6.2.2. Organizzazione e dipartimento IT 6.2.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico	6.3.1. 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	6.4.1. Corporate governance della tecnologia e i sistemi di informazione 6.4.2. Gestione dei sistemi informativi nelle imprese 6.4.3. Dirigenti esperti di sistema di informazione: Ruoli e funzioni
6.5. Pianificazione strategica delle tecnologie d'informazione	6.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale	6.7. Esplorando le informazioni	6.8. / Business Intelligence Aziendale
6.5.1. Sistemi di informazione e strategia aziendale 6.5.2. Pianificazione strategica dei sistemi di informazioni 6.5.3. Fasi della pianificazione strategica dei sistemi informativi	6.6.1. <i>Business Intelligence</i> 6.6.2. <i>Data Warehouse</i> 6.6.3. BSC o Scheda di valutazione bilanciata	6.7.1. SQL Database relazionali: Concetti di base 6.7.2. Reti e comunicazioni 6.7.3. Sistema operativo: Modello di dati standardizzati 6.7.4. Sistema strategico: OLAP, modello multidimensionale e dashboard grafico 6.7.5. Analisi strategica di database e reporting	6.8.1. Il mondo del dato 6.8.2. Concetti rilevanti 6.8.3. Principali caratteristiche 6.8.4. Soluzioni nel mercato di oggi 6.8.5. Architettura globale di una soluzione BI 6.8.6. Sicurezza informatica in BI e Data Science
6.9. Nuovo concetto aziendale	6.10. Strumenti e soluzioni di BI	6.11. Pianificazione e direzione di un Progetto BI	6.12. Applicazioni di gestione aziendale
6.9.1. Perché BI? 6.9.2. Ottenere informazioni 6.9.3. BI nei diversi reparti dell'azienda 6.9.4. Ragioni per investire in BI	6.10.1. Come scegliere lo strumento migliore? 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview 6.10.4. Prometheus	6.11.1. Primi passi nella definire un progetto di BI 6.11.2. Soluzione BI per l'azienda 6.11.3. Requisiti e obiettivi	6.12.1. 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	6.14. Tecnologie e tendenze	6.15. Outsourcing di TI	
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	6.14.1. Principali tendenze nel settore della tecnologia che stanno cambiando i modelli di business 6.14.2. Analisi delle principali tecnologie emergenti	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	7.2. Marketing	7.3. Gestione strategica del Marketing	7.4. Marketing online ed e-commerce
7.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale	7.2.1. Concetto di Marketing	7.3.1. Concetto di Marketing strategico	7.4.1. Realizzare strategie di Marketing Digitale e di e-commerce
7.1.2. Strategia e pianificazione aziendale	7.2.2. Elementi base del Marketing	7.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing	7.4.2. Marketing digitale e media che utilizzano E-commerce: Contesto generale
7.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali	7.2.3. Attività di Marketing aziendale	7.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di Marketing	7.4.3. Categorie dell'e-commerce
			7.4.4. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale
7.5. Managing Digital Business	7.6. Marketing digitale per rafforzare il marchio	7.7. Strategia di Marketing digitale	7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti
7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media	7.6.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio	7.7.1. Definire la strategia del Digital Marketing	7.8.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale	7.6.2. <i>Branded Content & Storytelling</i>	7.7.2. Creazione di una strategia di Marketing Digitale	7.8.2. <i>Visitor Relationship Management</i>
7.5.3. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale			7.8.3. Ipersegmentazione
7.9. Gestione delle campagne digitali	7.10. Piano di Marteking Online	7.11. Blended Marketing	7.12. Strategie di vendita
7.9.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?	7.10.1. Che cos'è un piano di Marketing Online?	7.11.1. Cos'è il <i>Blended Marketing</i> ?	7.12.1. Strategie di vendita
7.9.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online	7.10.2. Step per creare un piano di Marketing Online	7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline	7.12.2. Metodi di vendite
7.9.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali	7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing Online	7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di <i>Blended Marketing</i>	
		7.11.4. Caratteristiche di una strategia di <i>Blended Marketing</i>	
		7.11.5. Raccomandazioni in <i>Blended Marketing</i>	
		7.11.6. Vantaggi del <i>Blended Marketing</i>	
7.13. Comunicazione corporativa	7.14. Strategia di comunicazione corporativa	7.15. Comunicazione e reputazione online	
7.13.1. Concetto	7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane	7.15.1. La reputazione online	
7.13.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione	7.14.2. Strumenti e di comunicazione interna	7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?	
7.13.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione	7.14.3. Il piano di comunicazione interna	7.15.3. Strumenti di reputazione online	
7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione		7.15.4. Rapporto sulla reputazione online	
7.13.5. Elementi della comunicazione		7.15.5. <i>Branding online</i>	
7.13.6. Problemi di comunicazione			
7.13.7. Scenari di comunicazione			

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

8.1. Ricerche di mercato	8.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa	8.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa	8.4. Segmentazione dei mercati
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	8.2.1. Dimensione del campione 8.2.2. Campioni 8.2.3. Tipi di tecnica quantitativa	8.3.1. Tipi di ricerca qualitativa 8.3.2. Tecniche di ricerca qualitativa	8.4.1. Concetto di segmentazione del mercato 8.4.2. Utilità e requisiti della segmentazione 8.4.3. Segmentazione dei mercati di consumo 8.4.4. Segmentazione dei mercati industriali 8.4.5. Strategie di segmentazione 8.4.6. Segmentazione in base ai criteri del marketing - mix 8.4.7. Metodologia di segmentazione del mercato
8.5. Gestione di progetti di ricerca	8.6. La ricerca di mercati internazionali	8.7. Studi di fattibilità	8.8. Pubblicità
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	8.6.1. 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	8.7.1. Concetto e utilità 8.7.2. Schema di studio di fattibilità 8.7.3. Sviluppo di studio di fattibilità	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	8.10. Strategie di promozione e merchandising	8.11. Pianificazione dei media	8.12. Fondamenti di direzione commerciale
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	8.10.1. Comunicazione di marketing integrato 8.10.2. Piano di comunicazione pubblicitaria 8.10.3. Il <i>Merchandising</i> come tecnica di Comunicazione	8.11.1. Origine ed evoluzione della pianificazione dei media 8.11.2. Mezzi di comunicazione 8.11.3. Piano dei media	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	8.14. Processo decisionale nella gestione commerciale	8.15. Direzione e gestione della rete di vendite	8.16. Attuazione della funzione 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	8.14.1. 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	8.15.1. <i>Sales Management</i> : 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	8.16.1. 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. Il 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. Controllo di gestione e piano annuale delle vendite Controllo di gestione e del piano annuale di vendite
- 8.18.3. Impatto finanziario delle decisioni strategiche commerciali
- 8.18.4. Gestione del ciclo, rotazioni, redditività e liquidità
- 8.18.5. Conto dei risultati

Modulo 9. Innovazione e Direzione dei Progetti

9.1. Innovazione

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

9.2. Strategia di innovazione

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

9.3. Project Management nelle 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. Pianificazione e verifica del modello di business

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

9.5. Direzione e gestione di progetti

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

9.6. La gestione del cambiamento nell'industria: gestire l'aggiornamento professionale del personale

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

9.7. Gestione della comunicazione di progetti

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

9.8. Metodologie tradizionali e innovative

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

9.9. Creazione di una startup

- 9.3.1. Creazione di una startup
- 9.3.2. Organizzazione e cultura
- 9.3.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le startup
- 9.3.4. 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	10.2. Il direttivo e le sue funzioni: la cultura organizzativa e i suoi approcci	10.3. Direzione di operazioni	10.4. Oratoria e preparazione dei portavoce
10.1.1. Concetto di General Management 10.1.2. L'azione del Manager generale 10.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni 10.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione	10.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci	10.3.1. Importanza della direzione 10.3.2. La catena di valore 10.3.3. Gestione della qualità	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	10.6. Comunicazione in situazioni di crisi	10.7. Preparazione di un piano di crisi	10.8. Intelligenza emotiva
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	10.6.1. Crisi 10.6.2. Fasi della crisi 10.6.3. Messaggi: Contenuti e momenti	10.7.1. Analisi dei potenziali problemi 10.7.2. Pianificazione 10.7.3. Adeguatezza del personale	10.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione 10.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo 10.8.3. Autostima e comunicazione emotiva
10.9. Branding personale	10.10. Leadership e gestione di team		
10.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale 10.9.2. Leggi del branding personale 10.9.3. Strumenti per la costruzione di brand personali	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 multiculturale		

Modulo 11. Logistica e Operatori Logistici

11.1. La logistica	11.2. Aree e tipologie logistiche	11.3. Operazioni logistiche	11.4. La logistica adattata alle attuali esigenze del mercato
11.1.1. La logistica Ruolo nel flusso economico odierno 11.1.2. Logistica e catena di approvvigionamento Differenze 11.1.3. La Logistica in azienda Importanza	11.2.1. Aree della logistica 11.2.2. Logistica interna vs logistica esterna 11.2.3. Elementi chiave della logistica	11.3.1. Operazioni delle società di logistica 11.3.2. Il processo logistico e i suoi elementi 11.3.3. Le fasi della catena logistica 11.3.4. Problemi che sorgono negli ambienti logistici	11.4.1. La logistica nell'e-commerce. Logistica di distribuzione 11.4.2. Logistica inversa 11.4.3. Indicatori logistici 11.4.4. Logistica attuale
11.5. Nuove tecnologie applicate alla logistica	11.6. Logistica del futuro	11.7. Gli operatori logistici	11.8. Gli operatori logistici e il Contratto di Outsourcing
11.5.1. Robotica e magazzini automatizzati 11.5.2. Automazione dei processi 11.5.3. Sistemi di informazione applicati alla logistica 11.5.4. Blockchain e Machine Learning	11.6.1. Sfide e problematiche della logistica 11.6.2. La logistica verde 11.6.3. Nuove tendenze nel campo della logistica	11.7.1. Logistica Globale 11.7.2. Figura degli operatori logistici 11.7.3. Evoluzione degli operatori logistici fino ai giorni nostri 11.7.4. Operatore logistico: Requisiti	11.8.1. Contratto di Outsourcing: Clausole, SLA 11.8.2. Servizi forniti dagli operatori logistici 11.8.3. Vantaggi offerti dagli operatori logistici

11.9. Gli operatori logistici: funzioni e tipologia

- 11.9.1. Funzioni degli operatori logistici
- 11.9.2. I Party Logistics (PL): Utilità
- 11.9.3. Tipologie di operatori logistici: servizi e infrastrutture
- 11.9.4. Il futuro dei PL: da 6 PL a 10PL

11.10. Spedizioniere (*freight forwarder*) vs. Operatore logistico

- 11.10.1. Spedizioniere vs Operatore logistico Differenze e analogie
- 11.10.2. Evoluzione dello Spedizioniere verso la figura dell'Operatore Logistico
- 11.10.3. Spedizioniere e il sistema di PLS: Accessibilità dei servizi

Modulo 12. Trasporto Multimodale, Intermodalità e Piattaforme Logistiche

12.1. Il magazzino

- 12.1.1. Fasi dell'attività logistica: ruolo del magazzino nella catena logistica
- 12.1.2. Attività di magazzino
- 12.1.3. Tipi di magazzini
- 12.1.4. Alternative di stoccaggio

12.2. Piattaforme logistiche

- 12.2.1. Magazzino Vs Piattaforma logistica. Elementi di differenziazione
- 12.2.2. Tipologie di piattaforme logistiche
- 12.2.3. Funzionamento di una piattaforma logistica. Infrastrutture, organizzazione dello spazio e delle risorse umane e meccaniche

12.3. Le piattaforme logistiche come elemento integratore della catena intermodale

- 12.3.1. Tipi di piattaforme logistiche
- 12.3.2. La localizzazione come elemento di differenziazione delle piattaforme logistiche: Magazzini HUB
- 12.3.3. Micro piattaforme logistiche: SLP urbani

12.4. Trasporto interno di merci su strada

- 12.4.1. Trasporto internazionale di merci via terra. Infrastrutture primarie e quadro giuridico internazionale
- 12.4.2. Tipi di trasporto merci su strada
- 12.4.3. Elementi chiave per la Gestione delle imprese di trasporto su strada
- 12.4.4. Trasformazione digitale delle aziende di trasporto via terra Sistemi di gestione

12.5. Trasporto ferroviario di merci

- 12.5.1. Trasporto ferroviario: Situazione delle reti ferroviarie internazionali per il trasporto merci
- 12.5.2. Funzionamento ferroviario
- 12.5.3. Tipi di trasporto ferroviario

12.6. Trasporto marittimo di merci

- 12.6.1. Organismi di regolamentazione internazionali
- 12.6.2. Legislazione pertinente
- 12.6.3. Trasporto marittimo a lunga distanza
- 12.6.4. Lo *short sea shipping* e le autostrade del mare
- 12.6.5. Trasporto merci per vie d'acqua interne
- 12.6.6. Trasporto marittimo. Aspetti fondamentali

12.7. Trasporto aereo di merci

- 12.7.1. Organismi di regolamentazione internazionali
- 12.7.2. Quadro giuridico internazionale
- 12.7.3. Infrastrutture essenziali
- 12.7.4. L'aereo: Tipologie
- 12.7.5. Trasporto Aereo: Aspetti fondamentali

12.8. Distribuzione capillare delle merci

- 12.8.1. La distribuzione capillare, l'ultimo anello della catena logistica
- 12.8.2. Funzionamento della distribuzione capillare
- 12.8.3. Logistica dell'ultimo miglio: Funzione

12.9. Trasporto multimodale e combinato

- 12.9.1. Trasporto multimodale e combinato
- 12.9.2. Multimodalità Vs. Intermodalità
- 12.9.3. Ruolo degli operatori del trasporto multimodale (MTO)

12.10. Trasporto Intermodale

- 12.10.1. Trasporto Intermodale
- 12.10.2. Tipi di intermodalità
- 12.10.3. Ruolo del magazzino nell'intermodalità: il crossdocking
- 12.10.4. L'operatore di trasporto intermodale
- 12.10.5. Sistemi intermodali di trasporto
- 12.10.6. Trasporto Intermodale: vantaggi, problemi e sfide

Modulo 13. Trasporto Marittimo

13.1. Trasporto Marittimo e Commercio Internazionale	13.2. Tipi di Navi nel Trasporto Marittimo	13.3. Mercato del Trasporto Marittimo	13.4. Costi del Trasporto Marittimo
13.1.1. Trasporto marittimo 13.1.2. Commercio internazionale 13.1.3. Traffico marittimo 13.1.4. Traffico TRAMP e linee regolari	13.2.1. Tipi di Navi nel trasporto marittimo in base al loro carico 13.2.2. Evoluzione delle navi nel trasporto marittimo 13.2.3. Il contentore 13.2.3.1. Tipi di container marittimi	13.3.1. Mercato del Trasporto Marittimo 13.3.2. Flotta mondiale 13.3.3. Requisiti di Trasporto marittimo Mondiale	13.4.1. Ripartizione dei costi 13.4.2. Costi fissi 13.4.3. Costi variabili 13.4.4. Costi di carico/scarico 13.4.5. Fattori di costo
13.5. Comerci Marittimi	13.6. Diritto Marittimo	13.7. Contratti per l'Uso della Nave	13.8. Mercato del trasporto merci
13.5.1. Commercio di petrolio 13.5.2. Commercio di rinfuse solide 13.5.3. Carico generale	13.6.1. Privilegi marittimi 13.6.2. Ipoteca sulla nave 13.6.3. Regolamenti e convenzioni marittime internazionali	13.7.1. Gestione economica della nave 13.7.2. Noleggio a scafo nudo 13.7.3. Noleggio 13.7.4. Contratto passeggeri	13.8.1. Mercato del trasporto merci: Evoluzione 13.8.2. Periodi 13.8.3. Domanda/Offerta
13.9. Incidenti e Assicurazione Marittima	13.10. Emissioni. Normativa internazionale		
13.9.1. Incidenti in mare 13.9.2. Tipi di danni 13.9.3. Assicurazione marittima	13.10.1. Emissioni del trasporto marittimo 13.10.2. Normativa internazionale 13.10.3. Mezzi per la conformità ai regolamenti 13.10.4. Riduzione delle emissioni di CO ₂		

Modulo 14. Porti e Terminal portuali

14.1. Il Porto Commerciale: funzioni	14.2. Modelli portuali in base ai flussi di merci	14.3. Terminal portuali	14.4. Gru e mezzi meccanici
14.1.1. Funzioni di un porto commerciale 14.1.2. I porti e la catena di approvvigionamento 14.1.3. I porti nel XXI secolo	14.2.1. I porti come nodi essenziali delle catene logistiche 14.2.2. Tipologie portuali in base ai flussi di merci 14.2.2.1. Porti di importazione/esportazione 14.2.2.2. Porti hub 14.2.3. Adattamento alle mutevoli tendenze dei flussi di merci	14.3.1. Specializzazione portuale 14.3.2. Struttura e zone di un terminal portuale 14.3.3. Tipologia di terminal portuali	14.4.1. Gru per il carico e lo scarico della nave 14.4.2. Mezzi per il trasporto del carico in un terminale 14.4.3. Mezzi per la movimentazione del carico in cantiere
14.5. Terminal multifunzione e terminal per container	14.6. Terminal per rinfuse	14.7. Terminal ro-ro	14.8. Terminal passeggeri e altri tipi di terminal specializzati
14.5.1. Terminal polivalenti o multiuso 14.5.2. Terminal per container 14.5.3. Flusso di carico e scarico in un terminal container	14.6.1. Terminal per rinfuse solide 14.6.2. Terminal per rinfuse liquide 14.6.3. Impianti speciali	14.7.1. Terminal ro-ro 14.7.2. Contenitori su piattaforme gommate 14.7.3. Automobili	14.8.1. Terminali passeggeri 14.8.2. Porti sportivi 14.8.3. Terminal per la pesca

14.9. Porti intelligenti e Automazione

- 14.9.1. Porti intelligenti (*Smart Ports*)
- 14.9.2. Digitalizzazione
- 14.9.3. Automazione delle operazioni

14.10. Ultime tendenze dell'innovazione portuale

- 14.10.1. Intelligenza Artificiale e la sua applicazione ai porti
- 14.10.2. Formazione basata sulla simulazione (SBT)
- 14.10.3. Digital Twins portuali

Modulo 15. Modello di Governance Portuale

15.1. Governance portuale

- 15.1.1. La Governance Portuale
- 15.1.2. Evoluzione della governance portuale
- 15.1.3. Governance portuale e sviluppo economico

15.2. Modello di Governance Portuale

- 15.2.1. Porti pubblici e privati
- 15.2.2. I *tool ports*
- 15.2.3. Il modello *landlord port*

15.3. Tendenze nella governance portuale

- 15.3.1. Stabilizzazione del modello di governance: Verso un *landlord sfumato*
- 15.3.2. Integrazione verticale e orizzontale
- 15.3.3. Attività di controllo e monitoraggio della concorrenza

15.4. Il modello *landlord* e il demanio pubblico

- 15.4.1. La gestione del demanio portuale
- 15.4.2. Entrate relative alle tasse
- 15.4.3. Entrate relative alle tariffe

15.5. Esempi di modelli di governance portuale

- 15.5.1. Porti privati nel Regno Unito
- 15.5.2. Il modello *landlord* nell'Europa continentale
- 15.5.3. Sud America: Modelli in transizione

15.6. Il regime dei servizi portuali

- 15.6.1. Natura del servizio (pubblico, privato): Requisiti per la fornitura del servizio
- 15.6.2. Vincolo amministrativo/contratto, licenza
- 15.6.3. Forma o requisiti per l'accesso alla fornitura del servizio: Concorrenza e Limitazione del numero di fornitori

15.7. Coordinamento dei sistemi portuali

- 15.7.1. Sistemi centralizzati
- 15.7.2. Sistemi decentralizzati
- 15.7.3. Sistemi misti

15.8. Governance intra-portuale

- 15.8.1. La gestione di un porto
- 15.8.2. Modello di organigramma e aree funzionali
- 15.8.3. Aree operative e di pianificazione portuale

15.9. Amministrazione portuale

- 15.9.1. La gestione economico-finanziaria
- 15.9.2. La gestione delle risorse umane
- 15.9.3. Sicurezza industriale e prevenzione dei rischi professionali

15.10. Relazioni tra il porto e il suo ambiente

- 15.10.1. Interrelazioni porto-città
- 15.10.2. Il tessuto urbano-portuale: considerazioni urbanistiche
- 15.10.3. Attività istituzionali e collaborazione con l'ambiente

Modulo 16. Pianificazione Strategica Portuale

16.1. Il Sistema Portuale

- 16.1.1. Le autorità portuali. Coordinamento
- 16.1.2. Prospettiva economica
- 16.1.3. Prospettiva ambientale
- 16.1.4. Prospettiva sociale
- 16.1.5. Criteri di prestazione

16.2. Porti economicamente redditizi

- 16.2.1. Finanziamento
- 16.2.2. Bilancio
- 16.2.3. Prezzi associati alla realtà portuale
- 16.2.4. Ridistribuzione delle risorse tra i porti

16.3. Gestione dello spazio portuale

- 16.3.1. Rendimento dello spazio portuale
- 16.3.2. Spazio portuale al servizio dell'interesse generale
- 16.3.3. Digitalizzazione dello spazio portuale

16.4. Infrastrutture e Investimenti orientati alla domanda

- 16.4.1. Sfruttamento degli investimenti infrastrutturali
- 16.4.2. Infrastrutture economicamente e socialmente redditizie
- 16.4.3. Connattività delle infrastrutture
- 16.4.4. Rispetto dell'ambiente

16.5. Fornitura di servizi orientati ai clienti e alla società nel suo complesso

- 16.5.1. Servizi competitivi al servizio dell'interesse generale
- 16.5.2. Efficienza nella fornitura di servizi
- 16.5.3. Monitoraggio della fornitura di servizi
- 16.5.4. Semplificazione delle procedure burocratiche
 - 16.5.4.1. Controlli e ispezioni alle frontiere
 - 16.5.4.2. Snellimento delle procedure

16.6. Innovazione e digitalizzazione dei porti

- 16.6.1. Amministrazione elettronica
- 16.6.2. Porti digitali
- 16.6.3. Impulso all'innovazione
- 16.6.4. Innovazione al servizio dell'interesse comune

16.7. Proiezione internazionale

- 16.7.1. Relazioni internazionali
- 16.7.2. Immagine del marchio
- 16.7.3. La competitività dei porti nel contesto internazionale

16.8. Sostenibilità ambientale

- 16.8.1. Gestione ambientale
- 16.8.2. Qualità e misurazioni ambientali
- 16.8.3. Consumi e gestione dei rifiuti
- 16.8.4. Mobilità sostenibile
- 16.8.5. Il cambiamento climatico
- 16.8.6. Il porto e il cittadino

16.9. Sicurezza

- 16.9.1. Sicurezza industriale
- 16.9.2. Sicurezza portuale
- 16.9.3. Cibersicurezza

16.10. Cultura etica aziendale e capitale umano

- 16.10.1. Codice etico
- 16.10.2. Supervisione e controllo
- 16.10.3. Trasparenza
- 16.10.4. Strutture organizzative
- 16.10.5. Uguaglianza
- 16.10.6. Formazione e sviluppo della carriera
- 16.10.7. Comunicazione e partecipazione

Modulo 17. Piano Aziendale di un Porto e Gestione delle Risorse Umane

17.1. Il Piano Aziendale di un Porto come Strumento di Pianificazione	17.2. Prospettive del Piano Aziendale di un Porto	17.3. Controllo di gestione attraverso il Piano Aziendale	17.4. Capitale umano
17.1.1. Il Piano Aziendale come concretizzazione della strategia globale di un sistema portuale 17.1.2. Il Piano Aziendale come elemento di coordinamento della pianificazione 17.1.3. SWOT 17.1.4. Mappa strategica 17.1.5. Altri strumenti di pianificazione del Porto	17.2.1. Traffico portuale 17.2.2. Investimenti 17.2.3. Economico-finanziario 17.2.4. Risorse umane 17.2.5. Ambiente e sostenibilità	17.3.1. Monitoraggio degli obiettivi 17.3.2. Evoluzione degli indici di gestione 17.3.3. Misure correttive	17.4.1. Contesto socio-lavorativo dei porti 17.4.2. Pianificazione delle risorse umane nell'ambito della strategia globale e portuale 17.4.3. I rapporti di lavoro e la negoziazione
17.5. La necessità del cambiamento: Professionalizzazione dei Porti	17.6. La gestione delle competenze come fattore di cambiamento	17.7. I posti di lavoro	17.8. Piano educativo
17.5.1. Resistenza al cambiamento 17.5.2. Come gestire il cambiamento 17.5.3. Professionalizzare i Porti 17.5.4. Trasparenza e comunicazione	17.6.1. Competenze di conoscenza 17.6.2. Competenze "soft" 17.6.3. I diversi aspetti della gestione delle competenze	17.7.1. Specificazione dei posti di lavoro 17.7.2. Valutazione dei posti di lavoro 17.7.3. Classificazione delle mansioni e struttura organizzativa	17.8.1. Piano di formazione del sistema portuale 17.8.2. Piano di formazione a livello portuale 17.8.3. "L'università aziendale" 17.8.4. L'aula virtuale
17.9. Sistema retributivo	17.10. Prevenzione dei rischi sul lavoro		
17.9.1. Il Sistema retributivo 17.9.2. La Struttura retributiva 17.9.3. Valutazione delle prestazioni e remunerazione variabile	17.10.1. Rapporti sulla prevenzione: Strategia di prevenzione 17.10.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro in un porto 17.10.3. Rischi psicosociali		

Modulo 18. Logistica Marittimo-Portuale e Servizi Portuali

18.1. Comunità Portuale

- 18.1.1. Comunità Portuale
- 18.1.2. Principali Attori della Comunità Portuale
- 18.1.3. Sistemi di Gestione della Qualità applicati alla Comunità Portuale

18.2. Operazioni portuali

- 18.2.1. Operazioni portuali e attività portuali
- 18.2.2. Sistemi informativi nelle operazioni portuali
- 18.2.3. Flussi informativi nelle operazioni portuali

18.3. Logistica portuale

- 18.3.1. La Logistica portuale
- 18.3.2. I porti come nodi logistici della catena logistica globale
- 18.3.3. La logistica nel trasporto dei container

18.4. Gestione generale del porto

- 18.4.1. Organizzazione generale dei traffici marittimi e terrestri in un porto
- 18.4.2. Ingresso delle navi nel porto
- 18.4.3. Assegnazione di ancoraggi e posti barca
- 18.4.4. Sosta delle navi e movimenti interni
- 18.4.5. Movimento di veicoli e persone nel porto
- 18.4.6. Passeggeri e merci

18.5. Gestione del terminal portuale

- 18.5.1. Livelli di analisi
- 18.5.2. Pianificazione del terminal portuale
- 18.5.3. Indicatori di produttività

18.6. Servizi portuali

- 18.6.1. Regolazione dei servizi portuali
- 18.6.2. Obblighi del servizio pubblico
- 18.6.3. Tipi di servizi portuali

18.7. Servizi tecnico-nautici

- 18.7.1. Ormeggi
- 18.7.2. Rimorchio portuale
- 18.7.3. Pilotaggio

18.8. Servizi di ricezione merci, passeggeri e rifiuti

- 18.8.1. Servizi di movimentazione merci
 - 18.8.1.1. Attività di carico e stivaggio
 - 18.8.1.2. Attività di svuotamento e scarico
 - 18.8.1.3. Eventuali operazioni di stivaggio e svuotamento esentate
- 18.8.2. Servizio di raccolta dei rifiuti prodotti dalle navi
- 18.8.3. Servizio passeggeri

18.9. Servizi commerciali per le navi

- 18.9.1. Fornitura di vettovagliamento
- 18.9.2. Bunkeraggio
- 18.9.3. Fornitura di GNL
- 18.9.4. Fornitura di energia elettrica alle navi

18.10. Servizio di segnalamento marittimo

- 18.10.1. Tipi di Supporti alla navigazione
- 18.10.2. Supporti visivi
- 18.10.3. Supporti acustici
- 18.10.4. Supporti radio
- 18.10.5. VTS
- 18.10.6. Il Sistema di Radiofari Marittimi IALA

Modulo 19. Pianificazione e Sviluppo delle Infrastrutture e Sostenibilità Ambientale

19.1. Pianificazione portuale Sostenibile	19.2. Strumenti di pianificazione portuale e adattamento alla nuova realtà climatica	19.3. Valutazione ambientale degli strumenti di pianificazione portuale	19.4. Finanziamento di progetti di sviluppo di infrastrutture portuali sostenibili
19.1.1. Normativa: <i>Fit for 55</i> e EU ETS 19.1.2. Relazioni con gli altri continenti 19.1.3. Relazioni con l'Organizzazione Marittima Internazionale (IMO)	19.2.1. <i>Master Plans</i> 19.2.2. Strumenti di Pianificazione per lo sviluppo delle infrastrutture 19.2.3. Progettazione e riprogettazione dei terminal portuali: Piani di elettrificazione 19.2.4. Relazioni porto-città sostenibili: Cambiamento climatico e progettazione degli spazi "porto-città"	19.3.1. Programmi di sviluppo delle Infrastrutture 19.3.2. Valutazione dei piani di sviluppo delle infrastrutture 19.3.3. Valutazione dei Progetti infrastrutturali	19.4.1. La Banca Europea per gli Investimenti 19.4.2. La Banca Mondiale 19.4.3. La Banca Interamericana di Sviluppo 19.4.4. Fondi d'investimento internazionali 19.4.5. Emissione di Obbligazioni verdi
19.5. Porti ed erosione costiera: <i>Working with Nature</i>	19.6. Progetti di investimento in energie rinnovabili	19.7. Valutazione della redditività dei progetti di investimento	19.8. La tecnologia BIM applicata ai porti
19.5.1. Progetti di conservazione dell'estuario 19.5.2. Progetti di rigenerazione costiera 19.5.3. Progetti di riutilizzo dei sedimenti	19.6.1. Progetti di generazione di energia eolica on shore e off-shore 19.6.2. Progetti di energia fotovoltaica on-shore e off-shore 19.6.3. Altre fonti di energia rinnovabile	19.7.1. Analisi del contesto e degli obiettivi del progetto 19.7.2. Analisi delle alternative 19.7.3. Definizione del progetto 19.7.4. Analisi finanziaria 19.7.5. Analisi economica 19.7.6. Analisi di sensibilità e di rischio	19.8.1. Progettazione di terminal portuali 19.8.2. Progetti di elettrificazione delle banchine 19.8.3. Progetti di accesso alla terraferma portuale
19.9. Strumenti di monitoraggio e previsione ambientale marina	19.10. Economia Blu		
19.9.1. Reti di misurazione: maremotori e radar ad alta frequenza 19.9.2. Elementi per la previsione del clima marittimo e scenari di cambiamento 19.9.3. Progetti	19.10.1. Economia Blu: Dimensioni 19.10.2. Progetti per la conservazione degli ecosistemi marini 19.10.3. Porti e centri di ricerca sul clima e sul mare: Verso una relazione a lungo termine		

Modulo 20. Sicurezza e Protezione Portuale**20.1. Sicurezza Portuale**

- 20.1.1. Sicurezza nei Porti
- 20.1.2. Sicurezza e protezione
- 20.1.3. Norme, regolamenti e standard internazionali

20.2. Sicurezza Tecnologica e Industriale nei Porti

- 20.2.1. Gestione delle merci pericolose
- 20.2.2. Prevenzione degli incidenti Industriale
- 20.2.3. Procedure di sicurezza per la movimentazione e il trasporto di merci

20.3. Sicurezza portuale: Pianificazione della sicurezza

- 20.3.1. Identificazione delle minacce e dei punti deboli
- 20.3.2. Analisi dei rischi e valutazione della sicurezza
- 20.3.3. Strategie di mitigazione del rischio: Piani di protezione

20.4. Protezione fisica ed elettronica

- 20.4.1. Progettazione di sistemi di protezione fisica
- 20.4.2. Controllo e monitoraggio degli accessi
- 20.4.3. Tecnologie di sicurezza portuale

20.5. Sicurezza logica e informatica nei porti

- 20.5.1. Cyber specifiche minacce e vulnerabilità
- 20.5.2. Strategie di cybersecurity portuale
- 20.5.3. Risposta agli incidenti informatici

20.6. Gestione di Crisi ed Emergenze

- 20.6.1. Pianificazione della risposta alle emergenze
- 20.6.2. Coordinamento con le agenzie di pubblica sicurezza
- 20.6.3. Esercitazioni e prove di risposta

20.7. Relazioni con la Comunità e Comunicazione di Crisi

- 20.7.1. Importanza della comunicazione con la comunità
- 20.7.2. Strategie di comunicazione in situazioni di crisi
- 20.7.3. Responsabilità sociale aziendale nei porti

20.8. Gestione di un Dipartimento di Sicurezza

- 20.8.1. Gestione della sicurezza pubblica e privata
- 20.8.2. Pianificazione della sicurezza
- 20.8.2. Risorse materiali
- 20.8.3. Gestione delle risorse umane e formazione

20.9. Prevenzione e protezione

- 20.9.1. Raccomandazioni contro i rischi di natura antisociale
- 20.9.2. Raccomandazioni contro il rischio di incendio
- 20.9.3. Raccomandazioni contro i rischi professionali

20.10. Innovazione e Futuro della Sicurezza Portuale

- 20.10.1. Tendenze tecnologiche nella sicurezza portuale
- 20.10.2. Intelligenza artificiale e analisi dei dati
- 20.10.3. Prepararsi alle sfide future

07

Metodologia

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

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



66

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

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

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

“

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

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

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

Metodologia Relearning

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

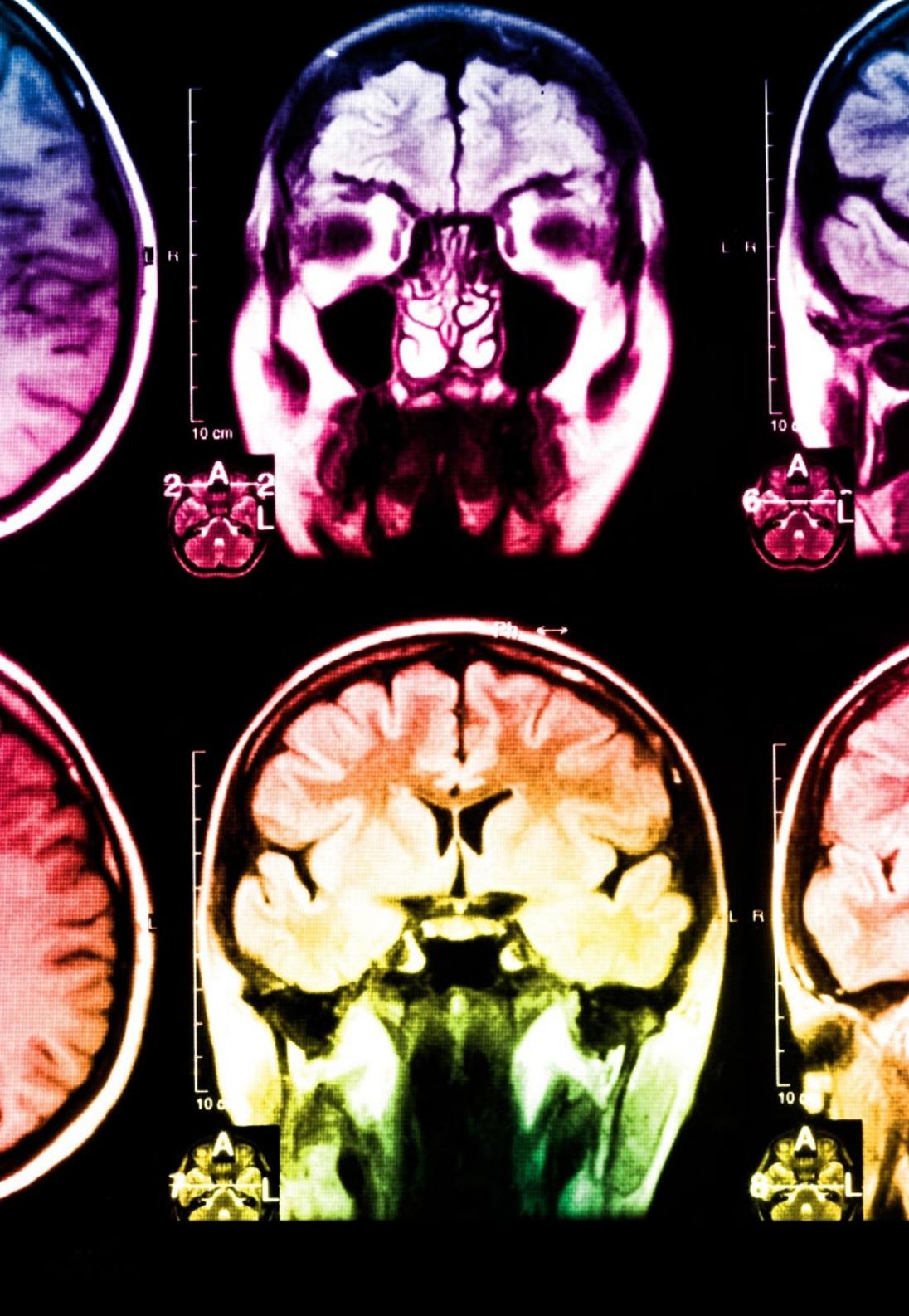
Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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



Materiale di studio

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

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



Master class

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

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



Stage di competenze manageriali

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



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri.

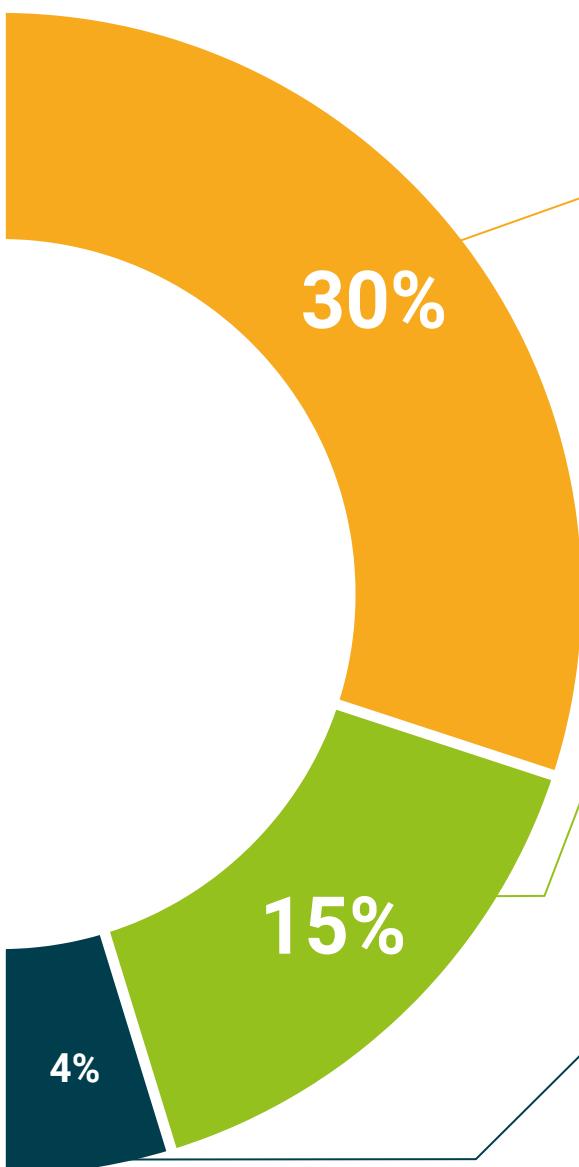
Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.

30%

10%

8%

3%



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



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



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

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



08

Profilo dei nostri studenti

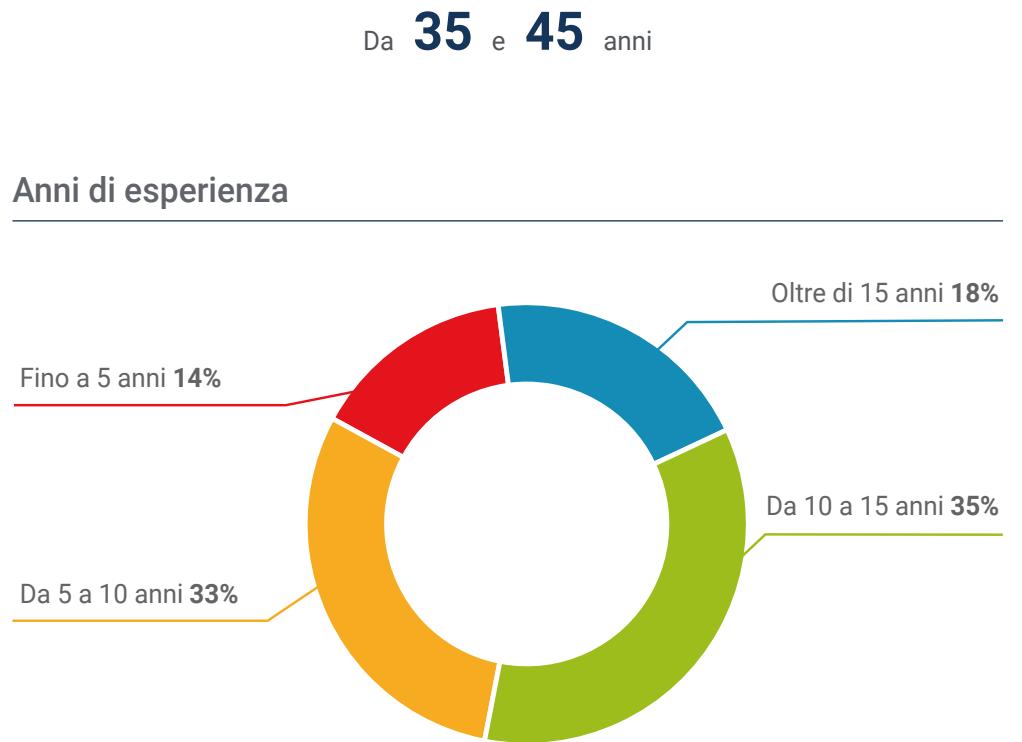
Il profilo degli studenti è vario e multidisciplinare. Questi studenti provengono da diversi background accademici e professionali e hanno un forte interesse per la gestione strategica e operativa della catena di approvvigionamento globale, nonché l'ottimizzazione delle operazioni portuali e del trasporto intermodale. Inoltre, apprezzano la collaborazione interdisciplinare e si impegnano per l'apprendimento continuo e l'adattamento alle nuove tendenze e tecnologie nel campo della logistica e dei trasporti.



66

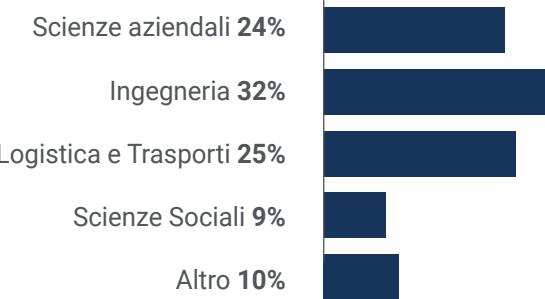
Questo programma è rivolto a individui motivati,
con capacità analitiche e capacità di risolvere
problemi complessi in ambienti dinamici"

Età media

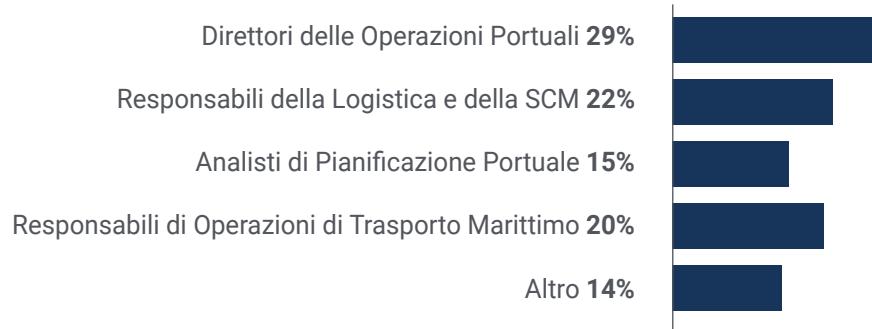


Anni di esperienza

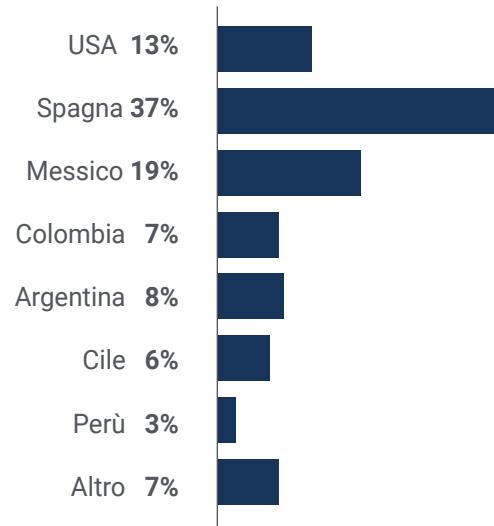
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Joaquín Hernández

Analista di Pianificazione Portuale

"La mia esperienza in questo Master Specialistico è stata incredibile! Non solo ho acquisito una grande conoscenza della gestione dei porti e del trasporto intermodale, ma ho anche avuto l'opportunità di mettermi in contatto con altri professionisti del settore. Le lezioni erano super pratiche e rilevanti, e gli insegnanti erano davvero preparati. Questa fase formativa ha dato impulso alla mia carriera, perché ho imparato in un modo che non avrei mai immaginato. Altamente consigliato per tutti gli appassionati di logistica e trasporto!"

09

Direzione del corso

Gli insegnanti sono esperti altamente qualificati ed esperti in vari aspetti del settore logistico e portuale. In effetti, provengono da diversi background professionali e sono impegnati nell'eccellenza accademica e nell'applicazione pratica delle conoscenze, offrendo agli studenti una combinazione unica di teoria ed esperienza reale nel settore. Inoltre, non solo hanno un solido background accademico, ma hanno anche svolto ruoli di riferimento in questo campo.



“

Il personale docente sarà aggiornato sulle ultime tendenze e gli sviluppi nel settore, che consentirà loro di fornire agli studenti come te una formazione aggiornata e pertinente”

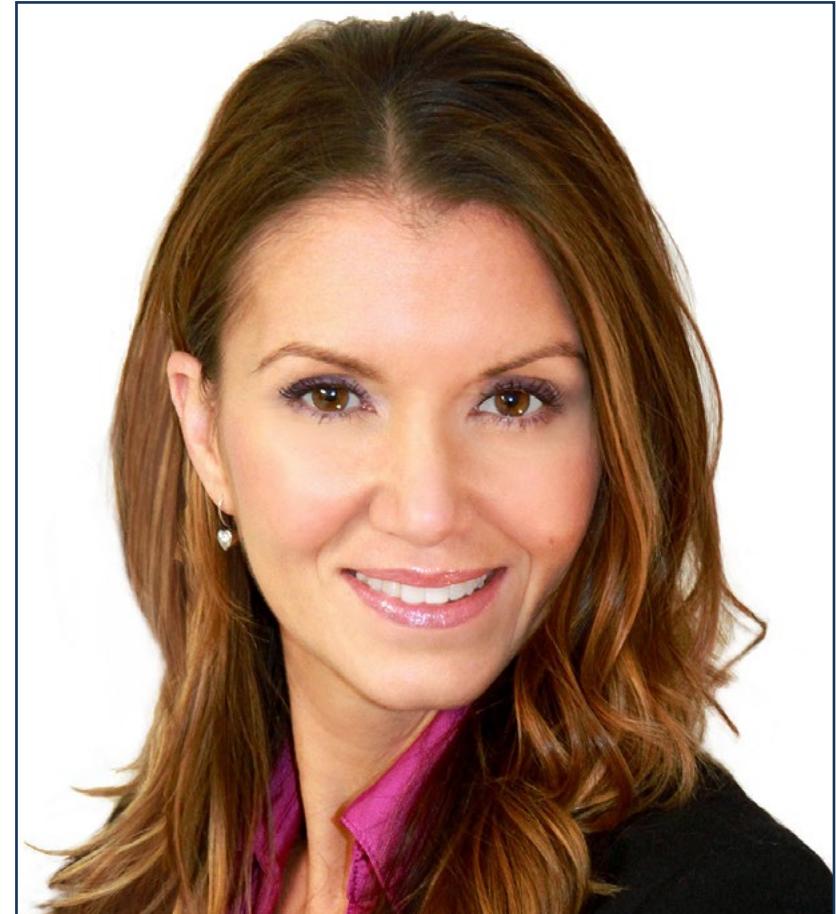
Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali per l'acquisizione di talenti, Jennifer Dove è un'esperta in assunzioni e strategia tecnologica. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni di leadership in diverse organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende *Fortune 50*, tra cui NBCUniversal e Comcast. La sua esperienza gli ha permesso di distinguersi in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di Vice Presidentessa per l'Acquisizione dei Talenti presso Mastercard, è responsabile della supervisione della strategia e dell'esecuzione del processo di assunzione dei talenti, collaborare con i leader aziendali e i responsabili delle Risorse Umane per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, il suo obiettivo è **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 attrarre e trattenere i migliori professionisti da tutto il mondo. Inoltre, si occupa di **amplificare il marchio del datore di lavoro** e la proposta di valore di Mastercard attraverso pubblicazioni, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipare attivamente alle reti di professionisti delle Risorse Umane e contribuire all'inserimento di numerosi lavoratori in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto incarichi dirigenziali nella selezione del personale in aziende di diversi settori.

D'altra parte, 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 per le sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato in modo significativo la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

- Vice presidentessa per l'Acquisizione di Talenti alla Mastercard, New York, Stati Uniti
- Direttrice Acquisizione di Talenti in NBCUniversal, New York, Stati Uniti
- Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- Direttrice del Reclutamento presso Rite Hire Advisory
- Vice Presidentessa Esecutiva della Divisione Vendite di Ardor NY Real Estate
- Direttrice del Personale presso Valerie August & Associates
- Responsabile dei Conti presso BNC
- Responsabile dei Conti presso Vault
- Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un leader e responsabile di team con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di impegno 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. Il suo percorso in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica 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 ad alto impatto, con notevoli capacità per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore Regionale di IT in Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile dei programmi senior in Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria produttiva in Microsoft
- Laureato in Sicurezza Informatica presso la Western Governors University
- Certificato Tecnico in *Commercial Diving* per Divers Institute of Technology
- Studi Ambientali presso l'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 esperto internazionale di fama con oltre due decenni di esperienza in Digital Transformation, Marketing, Strategia e Consulenza. In questo lungo percorso ha assunto diversi rischi ed è un sostenitore costante dell'innovazione e del cambiamento nella congiuntura aziendale. Con questa esperienza, ha collaborato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. Ha contribuito a rendere aziende come la Shell Energy leader nel mercato, focalizzate sui clienti e sul mondo digitale.

Le strategie ideate 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 misurabile attraverso metriche tangibili come CSAT, l'impegno dei dipendenti presso le 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 di trasformazione. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione redditizia" e rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione dei processi, Dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale, argomento in cui ha conseguito un master 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 Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti Alla Shell Energy Corporation
- Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti 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 fama internazionale"

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens è il responsabile globale degli acquisti nella divisione di Google per le infrastrutture tecniche e i data center, la sua carriera professionale si è svolta in un'azienda dove ha svolto la maggior parte della sua attività. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati di riferimento, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro priorizzazione. Ha guidato la pianificazione della supply chain del data center e la valutazione dei rischi del fornitore, generando miglioramenti nel processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a risparmi significativi 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 diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il Premio per la leadership BIM, il Leadership Search Award, il Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione e Best Sales Model EMEA.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questa posizione, 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** di settore ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti a supporto dell'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**, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo impegno a superare continuamente le aspettative costruendo relazioni preziose con i clienti e lavorando senza problemi con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, compresi gli stakeholder, la gestione, i membri del team e i 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 nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Responsabile degli Acquisti Globali in Google, Mountain View, USA
- Senior Analyst e Technology B2B presso Google, Stati Uniti
- Direttore delle Vendite presso Google, Irlanda
- Analista Industriale Senior presso Google, Germania
- Account Manager presso Google, Irlanda
- Accounts Payable in Eaton, Regno Unito
- Responsabile della Catena di Somministrazione in Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale nel settore"

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 svolto diversi compiti relativi a **Prodott**, **Merchandising** e **Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani**, **Dolce&Gabbana**, **Calvin Klein**, ecc.

I risultati di questo leader internazionale di alto profilo **internazionale** sono stati legati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare le informazioni** in quadri chiari e di attuare **azioni concrete** allineate a specifici **obiettivi aziendali**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività** e **adattamento** ad un **ritmo accelerato** di lavoro. A tutto questo, un esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale**, **visione del mercato** e una vera **passione per i prodotti**.

In qualità di **Global Brand and Merchandising Director** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di marketing** per abbigliamento e accessori. Inoltre, le loro tattiche sono state focalizzate nel settore della **vendita al dettaglio** e delle **esigenze e del comportamento dei consumatori**. Da questo in qualità di responsabile della commercializzazione dei prodotti nei diversi mercati, ha lavorato come **team leader** nei reparti di **Design**, **Comunicazione** e **Vendite**.

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato 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. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione i termini, costi, processi e tempi di consegna di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei **leader aziendali** più importanti e qualificati nel settore della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con la quale è riuscito a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di diversi marchi e ridefinire i suoi indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- Direttore Globale del Marchio e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- Direttore del Merchandising di Calvin Klein
- Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Direttore del marchio presso Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di Mercato presso Fastweb
- Laurea in Economia e Commercio presso l'Università del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano in TECH per offrirti un insegnamento di primo 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 è noto per la sua visione **nell'identificare le tecnologie emergenti** che, a lungo termine, hanno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che semplificano set complessi, rendendoli accessibili e facilitanti nel processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, rendendolo un bene desiderabile per molte organizzazioni che puntavano a **raccogliere informazioni e generare azioni** concrete da loro.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree 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 di Walmart Luminate per gli insight di Buyer e Channel.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea presso prestigiosi centri come l'**Università di Berkeley**, negli Stati Uniti, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. In questo modo, è diventato un **leader nato** della nuova economia mondiale, incentrata sull'impulso dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di *Business Intelligence* e analisi in Red Bull, Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* per Walmart Data Cafe
- Consulente indipendente di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Analista Capo in Nordea
- Consulente Capo di *Bussiness Intelligence* per SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning in UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en 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

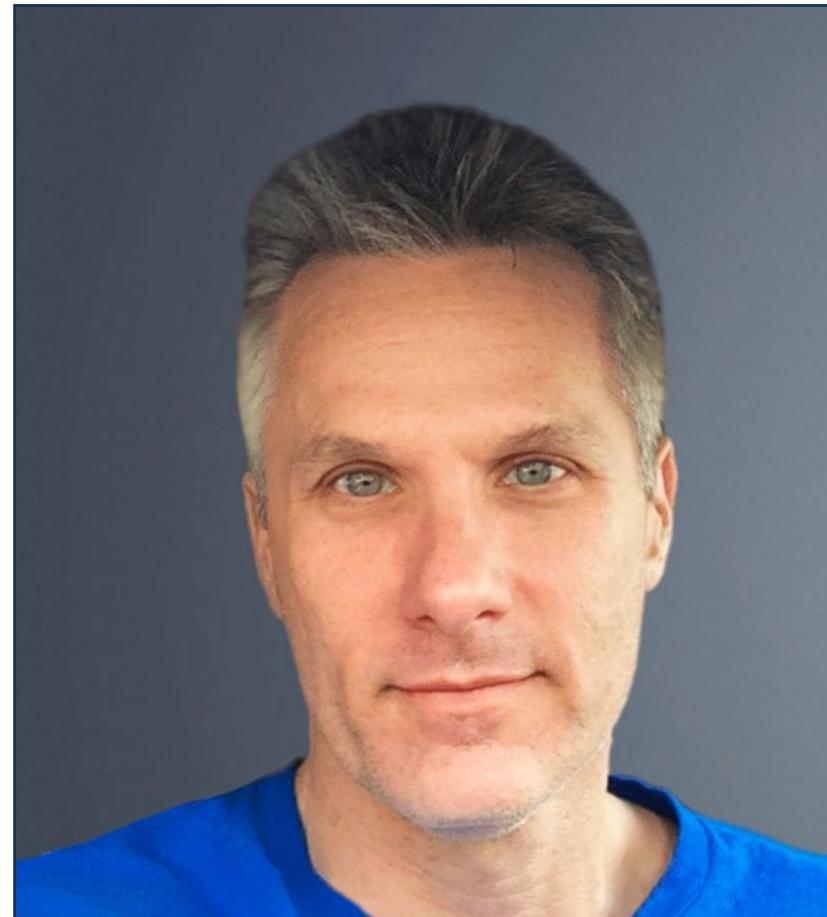
Scott Stevenson è un illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **Warner Bros.**

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 le **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, alla finalizzazione e alla consegna di contenuti audio e immagini per spot televisivi e *trailer*.

D'altra parte, l'esperto ha una laurea in Telecomunicazioni dall'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa dalla University of California, che dimostra le sue abilità nella comunicazione e nella narrazione. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso dell'Intelligenza Artificiale nel business. Così, il suo profilo professionale si erge come uno dei più importanti nel campo del Marketing e dei Media Digitali.



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale di Warner Bros Discovery, Burbank, Stati Uniti
- 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 del mondo! I docenti di questo MBA ti guideranno attraverso l'intero processo di apprendistato"

Direttore Ospite Internazionale

Il Dottor Eric Nyquist è un importante professionista nel campo dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua leadership strategica e la sua capacità di promuovere il cambiamento e l'innovazione nelle organizzazioni sportive di primo livello.

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

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

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



Dott. Nyquist, Eric

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

“

Grazie a questo titolo universitario, 100% online, potrai conciliare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, insieme ai maggiori esperti internazionali nel campo che ti interessa. Iscriviti subito!"

Direzione

**Dott. López Rodríguez, Armando**

- Responsabile dell'area di consulenza tecnica dell'Ufficio del Presidente di Puertos del Estado
- Responsabile dell'Area di Pianificazione Strategica di Puertos del Estado
- Responsabile del Progetto di Puertos del Estado
- Responsabile dell'Area Risorse e Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione di Puertos del Estado
- Responsabile dell'Area di Sviluppo di Puertos del Estado
- Responsabile dell'Area di Relazioni Aziendali di Puertos del Estado
- Responsabile dell'Area di Pianificazione Strategica di Puertos del Estado
- Professore Associato presso la Scuola di Organizzazione Industriale
- Professore associato presso AENOR
- Professore associato presso il Laboratorio UBT
- Ingegnere delle telecomunicazioni presso l'Università Politecnica di Madrid
- Laurea in Storia presso l'Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)
- Dottorato di ricerca in Storia presso l'Università Nazionale di Educazione a Distanza (UNED)
- Master in Metodi e Tecniche Avanzate di Ricerca Storica, Artistica e Geografica presso l'Università Nazionale di Educazione a Distanza (UNED)
- Programma di Sviluppo della Gestione (PDD) presso lo IESE dell'Università di Navarra

Personale docente

Dott. López Ansorena, César

- Esperto in direzione e gestione portuale
- Addetto alla sicurezza degli Impianti Portuali, riconosciuto dall'autorità competente in materia di sicurezza marittima
- Direttore della Sicurezza Privata riconosciuto dal Ministero degli Interni
- Dottorato in Sistemi di ingegneria civile (programma territorio e ambiente) Cum Laude presso l'Università Politecnica di Madrid
- Ingegnere Civile per le Strade, i Canali e i Porti, presso l'Università Politecnica di Madrid
- Master professionale in Analisi dell'Intelligence

Dott. Martín Gasull, Emilio

- Direttore Divisione Trasporti Refrigerati presso Zanotti Appliance
- Direttore Generale presso HI Logistics Group
- Direttore Regionale dell'area Este in ETRANSIT
- Branch Manager dell'area Este presso Agencia Fernández de Sola
- Direttore Divisione Trasporto Intermodale presso Kuehne & Nagel Spain
- Direttore Divisione Marittima Spagna e Portogallo presso DHL Global Forwarding
- Direttore Divisione Trasporto Intermodale presso DHL Global Forwarding
- Direttore Tecnico Regionale presso JF Hillebrand Spain
- Responsabile della Logistica Marittima e Terrestre presso Evergreen Shipping Spain
- Responsabile della Logistica Marittima e Interna presso Evergreen Shipping Spain
- Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Valencia
- Commissario di Avaria presso il Collegio degli Ufficiali della Marina Mercantile

Dott. Muriante Núñez, Carlos

- Ingegnere Navale e Oceanico presso Alten Spain
- Laurea in Architettura Navale conseguita presso l'Università Politecnica di Madrid
- Master Abilitante in Ingegneria Navale e Oceanica conseguito presso l'Università Politecnica di Madrid
- Master in Energie Rinnovabili presso TECH Università Tecnologica
- Corso Universitario in Materiali del Futuro nell'Industria, nell'Edilizia e nella Tecnologia presso l'Università Politecnica di Madrid

Dott.ssa García, Ana María

- Consigliere Capo della Presidenza dell'ESPO
- Responsabile dell'Area Pianificazione dei Puertos del Estado
- Responsabile dell'Area Sviluppo delle Risorse Umane presso Puertos del Estado
- Responsabile dello Sviluppo Commerciale dei Trasporti e dell'Industria presso Indra
- Responsabile dell'Ufficio Tecnico Commerciale e Marketing di Puertos del Estado
- Docente del Master in Gestione e Pianificazione Portuale e Intermodalità
- Laurea in Psicologia, con specializzazione in Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni, presso l'Università Pontificia di Comillas (ICAI-ICADE) e Università Complutense di Madrid
- Master in Gestione e Amministrazione d'Impresa, IESE, presso l'Università di Navarra
- Programma di Leadership in Gestione Pubblica, IESE, presso l'Università di Navarra
- Membro di: Comitato di Governance Portuale e membro del Consiglio di Amministrazione Generale dello Stato nelle Autorità Portuali di Motril, Vigo, Gijón, La Coruña, Alicante, Tenerife e Cartagine

Dott. Martín Santodomingo, Francisco Javier

- ◆ Vicedirettore Aggiunto delle Operazioni e degli Aiuti alla Navigazione presso Puertos del Estado
- ◆ Responsabile della Divisione Progetti di Opere Marittime del Gruppo Dragados y Construcciones
- ◆ Docente nel Master in Gestione e Pianificazione Portuale e Intermodalità presso Puertos del Estado, Università Politecnica di Madrid, Università di Oviedo, Università di Cadice e Università de La Coruña
- ◆ Ingegneria Civile con specializzazione in Trasporti presso l'Università Politecnica
- ◆ Master in Unione Europea presso l'Università Politecnica di Madrid
- ◆ Master in Gestione Portuale e Trasporto Intermodale dell'ICADE presso l'Università Pontificia di Comilla

Dott. Barroso Martín, Santiago

- ◆ Consulente legale presso Paralegal in Vicox Legal di
- ◆ Redattore di contenuti legali presso Ingeniería e Integración Avanzada S.A/BABEL
- ◆ Amministrativo Legale presso l'Illustre Colegio de Abogados de Málaga
- ◆ Consulente legale presso Garcia de la Vega Abogados
- ◆ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Malaga
- ◆ Master in Consulenza Legale per le Imprese (MAJE) conseguito dell'Università Aziendale
- ◆ Master Esperto in Consulenza del Lavoro, Fiscale e Contabile presso Ayuda T Pyme

Dott. Lubián García, José Miguel

- ◆ Esperto in gestione delle Risorse Umane nel settore portuale
- ◆ Consulente per le Risorse Umane
- ◆ Direttore e coordinatore del Master in Gestione Portuale di Puertos del Estado
- ◆ Docente presso INAP, IIR e EOI
- ◆ Vice direttore degli Studi Portuali
- ◆ Vice direttore dei Piani Aziendali
- ◆ Vice direttore delle Risorse Umane
- ◆ Responsabile dell'area Organizzazione e Pianificazione delle Risorse Umane
- ◆ Laurea in Economia e Commercio presso l'Università Autonoma di Madrid
- ◆ Master in Gestione delle Risorse Umane presso la Escuela de Negocios
- ◆ Executive Master in Gestione del Settore Portuale presso l'IESE
- ◆ Membro di: Consiglio di Amministrazione delle Autorità Portuali di Castellón, Tarragona, La Coruña, Almeria e Pasaje



10

Impatto sulla tua carriera

Questo programma di TECH avrà un impatto significativo sulla carriera dei suoi studenti, fornendo loro un vantaggio competitivo distintivo nel mercato del lavoro. Infatti, i professionisti che completano questa formazione acquisiranno una solida base di conoscenze in settori chiave come la gestione portuale, la logistica e il trasporto intermodale, che consentirà loro di accedere a un'ampia gamma di opportunità nelle imprese multinazionali, agenzie governative e organizzazioni internazionali che si occupano di commercio e logistica. Inoltre, lo sviluppo di capacità di leadership, pensiero strategico e risoluzione dei problemi complessi consentirà loro di avanzare e assumere ruoli più responsabili.



66

*Accederai a una rete di contatti professionali e
opportunità di collaborazione con esperti del settore,
grazie a questo Master Specialistico 100% online"*

La combinazione di competenze nelle operazioni portuali, nel trasporto intermodale e nella catena di approvvigionamento globale ti metterà in una posizione strategica per occupare ruoli di leadership.

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

L'MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali a livello internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la crescita personale e professionale. Per aiutarli a raggiungere il successo.

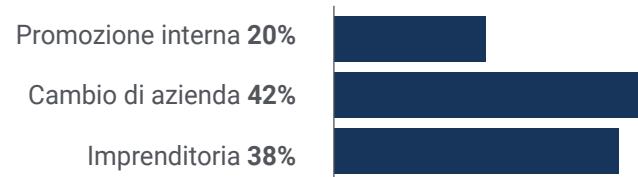
Per questo, chi vuole superare se stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e relazionarsi con i migliori, troverà il suo posto in TECH.

Svilupperai un'elevata capacità di adattamento ai cambiamenti nell'ambiente aziendale, affrontando con successo le sfide di un settore in continua evoluzione.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



Benefici per la tua azienda

Questo titolo accademico offrirà una serie di vantaggi tangibili, in primo luogo, per gli studenti, che acquisiranno competenze e conoscenze specialistiche che possono essere applicate direttamente nel miglioramento delle operazioni portuali e di trasporto. Ma sarà anche vantaggioso per l'azienda, in quanto si tradurrà in una maggiore efficienza operativa, una gestione più efficace della supply chain e una migliore capacità di affrontare le sfide logistiche in un ambiente globalizzato.



66

Una profonda comprensione delle ultime tendenze e tecnologie nel settore consentirà alle aziende di rimanere all'avanguardia dell'innovazione e adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato"

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



Benefici per la tua azienda | 91 **tech**

05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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

12

Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale rilasciato da TECH Global University, la più grande università digitale del mondo.



66

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 **MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University, è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.



Questo titolo privato di **TECH Global University**, è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: Master Specialistico MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale

Modalità: online

Durata: 2 anni

Accreditamento: 120 ECTS



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



Master Specialistico MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 120 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Master Specialistico

MBA in Gestione di Porti e Trasporto Intermodale