

# Master Privato

## MBA International

M B A I



**tech** global  
university



## Master Privato MBA International

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: laureati e professionisti con esperienza dimostrabile in Management

Accesso al sito web: [www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-international](http://www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-international)



# Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro  
programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 24

07

Metodologia

pag. 40

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 48

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 52

10

Benefici per la tua azienda

pag. 56

11

Titolo

pag. 60

01

# Benvenuto

La globalizzazione ha portato alla creazione di diversi mercati altamente competitivi. Le aziende devono adattarsi ai nuovi ambienti e scommettere sull'internazionalizzazione, affermandosi sui mercati esteri, con l'obiettivo di espandere la loro attività. A tal fine, è necessario sviluppare le competenze adeguate per una corretta gestione aziendale. Con questo programma avrai l'opportunità di imparare a gestire con successo la gestione aziendale e padroneggerai i cambiamenti nella sfera finanziaria e strategica delle aziende in via di internazionalizzazione.



MBA International  
TECH Global University

66

*Le aziende internazionalizzate si muovono in ambienti altamente competitivi, quindi è necessario che i professionisti siano adeguatamente qualificati per la loro gestione"*

02

# Perché studiare in TECH?

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



“

*TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che mette tutte le sue risorse a disposizione degli studenti per aiutarli 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.



## 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”*

Perché studiare in TECH? | 09 

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.

03

# Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito della gestione aziendale.

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

66

*Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo sul 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 programma è progettato per rafforzare le capacità manageriali e di leadership degli studenti, oltre a sviluppare nuove competenze e competenze che saranno indispensabili nel loro sviluppo professionale. Al termine del programma, sarai in grado di prendere decisioni di carattere globale con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.

66

*Raggiungi i tuoi obiettivi a livello lavorativo  
grazie alle conoscenze avanzate che potrai  
acquisire con questo programma"*

**TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti**

**Lavoriamo insieme per raggiungerli**

L' MBA International consentirà allo studente di:

**01**

Definire gli elementi chiave che compongono la finanza aziendale, analizzando le variabili coinvolte nelle decisioni di investimento al fine di massimizzare il valore economico dell'organizzazione

**02**

Spiegare l'importanza del bilancio dell'impresa, interpretando la politica di pagamento dei dividendi, i tassi di debito, i tassi di autofinanziamento

**03**

Stabilire le relazioni che riflettono il loro status con la Corporate Governance e la finanza d'impresa internazionali





04

Definire gli elementi della strategia come fondamento principale della gestione strategica a livello internazionale

05

Analizzare il comportamento strategico delle operazioni a diversi livelli

06

Descrivere la logica del processo di gestione strategica e il significato di ciascuna delle sue fasi

**07**

Definire le relazioni fondamentali dell'azienda con l'ambiente circostante

**08**

Analizzare l'influenza degli Stakeholder sull'azienda

**09**

Sviluppare la capacità di individuazione, analisi e problem solving





10

Identificare i diversi percorsi di crescita che le aziende possono scegliere di seguire

11

Descrivere le caratteristiche, i problemi e le implicazioni umane, economiche, politico-legali e organizzative delle diverse modalità di sviluppo strategico

12

Conoscere tutti gli strumenti derivati per la copertura di possibili fluttuazioni del prezzo delle materie prime

05

# Competenze

Dopo aver superato le valutazioni dell'MBA International, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per sviluppare una prassi di qualità e aggiornata sulla base della metodologia didattica più innovativa.



66

*Acquisisci le competenze necessarie per crescere con successo sul mercato internazionale e competere con i migliori"*

**01**

Gestire strategicamente ambienti globalizzati,  
raggiungendo il successo a livello aziendale

**02**

Gestire con successo un'azienda internazionale e le  
sue risorse umane

**03**

Puntare sull'innovazione e sulla creazione per la  
progettazione di nuovi prodotti

**04**

Conoscere a fondo la distribuzione e l'organizzazione  
di una multinazionale

**05**

Effettuare investimenti internazionali che sono di  
grande valore per raggiungere i profitti della società



06

Gestire dirigere correttamente tutti i reparti dell'azienda



07

Conoscere la tassazione internazionale che sarà applicata all'impresa a causa della sua partecipazione a mercati globalizzati

08

Sviluppare il Digital Marketing e l'e-commerce come parte indispensabile dell'azienda

09

Gestire tutti i processi aziendali per controllare i livelli di qualità reparto

10

Conoscere a fondo le normative internazionali che devono essere prese in considerazione nello svolgimento delle attività internazionali

06

# Struttura e contenuti

L'MBA International è un programma su misura, in modalità 100% online che ti consente di scegliere il luogo e il momento che si adatta alla tua disponibilità, orari ed interessi.

Un programma si svolge per 12 mesi e vuole essere un'esperienza unica e stimolante che getta le basi per il tuo successo come International Business Manager.



66

*Un piano di studi completo progettato per essere in grado di autoguidare il tuo studio, acquisendo le competenze più rilevanti per muoversi con successo nel mondo degli affari internazionali"*

## Piano di studi

L'MBA International di TECH Global University è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare le decisioni nella gestione aziendale. I suoi contenuti sono pensati per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Nel corso di 1.500 ore di studio, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, che gli permetterà di intraprendere un apprendimento più approfondito che sarà di grande utilità per la sua pratica quotidiana. Si tratta pertanto di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Questo programma approfondisce le principali aree dell'azienda ed è stato ideato affinché i professionisti comprendano la direzione di affari internazionali da una prospettiva strategica e innovativa.

Un piano pensato per il professionista, focalizzato sul suo miglioramento professionale e che lo prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo della direzione e della gestione aziendale. 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, che ti fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Master Privato ha una durata di 12 mesi ed è suddiviso in 12 moduli:

<b>Modulo 1</b>	Abilità manageriali
<b>Modulo 2</b>	Organizzazione, Persone e Cultura Organizzativa
<b>Modulo 3</b>	Finanza aziendale I
<b>Modulo 4</b>	Finanza aziendale II
<b>Modulo 5</b>	Finanza internazionale
<b>Modulo 6</b>	Gestione internazionale delle persone e della diversità
<b>Modulo 7</b>	Gestione delle operazioni internazionali
<b>Modulo 8</b>	Marketing e vendite internazionali
<b>Modulo 9</b>	Marketing Internazionale
<b>Modulo 10</b>	Fiscalità internazionale
<b>Modulo 11</b>	Pianificazione di progetti
<b>Modulo 12</b>	Business & International Strategy
<b>Modulo 13</b>	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
<b>Modulo 14</b>	Management del personale e gestione del talento
<b>Modulo 15</b>	Direzione Commerciale e Marketing Strategico
<b>Modulo 16</b>	Executive Management



### Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo MBA International completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

*Un'esperienza educativa unica, fondamentale e decisiva per potenziare il proprio sviluppo professionale e fare il salto definitivo.*

**Modulo 1. Abilità manageriali**

<b>1.1. Oratoria e preparazione dei portavoce</b>	<b>1.2. Comunicazione e leadership</b>	<b>1.3. Branding personale</b>	<b>1.4. Gestione del team</b>
1.1.1. Comunicazione interpersonale 1.1.2. Capacità di comunicazione e influenza 1.1.3. Barriere della comunicazione	1.2.1. Leadership e stile di leadership 1.2.2. Motivazione 1.2.3. Capacità e abilità di leader 2.0	1.3.1. Strategie per sviluppare il brand personale 1.3.2. Leggi del branding personale 1.3.3. Strumenti per la costruzione di brand personali	1.4.1. Team di lavoro e gestione delle riunioni 1.4.2. Gestione dei processi di cambiamento 1.4.3. Gestione di team multiculturale 1.4.4. Coaching
<b>1.5. Negoziazione e risoluzione di conflitti</b>	<b>1.6. Intelligenza emotiva</b>	<b>1.7. Capitale relazionale: Coworking</b>	<b>1.8. Gestione del tempo</b>
1.5.1. Tecniche di negoziazione efficace 1.5.2. Conflitti interpersonali 1.5.3. Negoziazione interculturale	1.6.1. Intelligenza emotiva e comunicazione 1.6.2. Assertività, empatia e ascolto attivo 1.6.3. Autostima e linguaggio emozionale	1.7.1. Gestione del Capitale Umano 1.7.2. Analisi del rendimento 1.7.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità 1.7.4. Innovazione nella gestione del personale	1.8.1. Pianificazione, organizzazione e controllo 1.8.2. Metodologia della gestione del tempo 1.8.3. Piani d'azione 1.8.4. Strumenti per la gestione efficace del tempo
<b>1.9. Teoria dei giochi</b>	<b>1.10. Gestione del cambiamento strategico</b>		

**Modulo 2. Organizzazione, Persone e Cultura Organizzativa**

<b>2.1. Le organizzazioni, tipologia e aspetti cruciali</b>	<b>2.2. La funzione delle Risorse Umane</b>	<b>2.3. Dipartimenti Interni</b>	<b>2.4. Inquadramento dei dipartimenti</b>
2.1.1. Tassonomia delle organizzazioni in base alla dimensione/scala e alle funzioni. Grandi corporazioni vs Medie imprese 2.1.2. Caso particolare: Start Up	2.2.1. Posizione all'interno dell'organizzazione 2.2.2. Principali condizionamenti della divisione di Risorse Umane 2.2.2.1. Legali 2.2.2.2. Organizzativi 2.2.2.3. Talento 2.2.3. Principali attributi	2.3.1. Gestione del talento 2.3.2. Gestione del rendimento 2.3.3. Preparazione e crescita 2.3.4. Cultura aziendale	2.4.1. Catena di valore 2.4.2. Analisi del gap persone - posti di lavoro 2.4.3. Volume di lavoro e inquadramento 2.4.4. Leve di efficienza 2.4.4.1. Ridefinizione del catalogo dei servizi 2.4.4.2. Consolidamento 2.4.4.3. Automatizzazione 2.4.4.4. Outsourcing
<b>2.5. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento</b>	<b>2.6. Compensazione monetaria vs. Non monetaria</b>	<b>2.7. Cultura aziendale</b>	<b>2.8. Gestione del cambiamento</b>
2.5.1. La produttività 2.5.2. Leve per la produttività 2.5.3. Leve di attrazione, mantenimento e attivazione del talento	2.6.1. Modelli di categorie salariali 2.6.2. Modelli di compensazione non monetaria 2.6.2.1. Modelli di lavoro 2.6.2.2. Comunità aziendale 2.6.2.3. Immagine dell'impresa 2.6.3. Compensazione monetaria vs. Non monetaria	2.7.1. Allineamento della cultura e obiettivi strategici 2.7.2. Struttura di un progetto tipo 2.7.3. La Cultura Aziendale e la sua implementazione	2.8.1. Componenti dell'analisi nella gestione del cambiamento 2.8.2. Importanza della gestione del cambiamento nei progetti complessi 2.8.3. Struttura di un progetto tipo
<b>2.9. Trasformazioni in ambienti aziendali complessi</b>	<b>2.10. Trasformazione vs Gestione del cambiamento</b>		
2.9.1. Trasformazione 2.9.2. Struttura di un progetto tipo 2.9.3. Abilitatori della trasformazione	2.10.1. Principali differenze nel progetto 2.10.2. Ruolo del gestore del cambiamento vs Gestore della trasformazione 2.10.3. Strumenti di gestione		

### Modulo 3. Finanza aziendale I

#### 3.1. Introduzione alla Finanza Aziendale

- 3.1.1. Il contesto finanziario dell'azienda
  - 3.1.1.1. L'obiettivo finanziario dell'azienda
  - 3.1.1.2. Le esigenze finanziarie dell'azienda
- 3.1.2. Il ruolo della gestione finanziaria

#### 3.2. L'investimento in azienda

- 3.2.1. Classificazione degli investimenti nella società
- 3.2.2. Fasi di analisi degli investimenti

#### 3.3. Valutazione degli investimenti

- 3.3.1. Valutazione degli investimenti: VAN, TIR e Recupero
  - 3.3.1.1. Il criterio del Valore Annuale Netto (VAN)
  - 3.3.1.2. Il criterio del Tasso Interno di Rendimento (TIR)
  - 3.3.1.3. Accettazione e gestione di progetti di investimento secondo i criteri del VAN e del TIR
  - 3.3.1.4. Il criterio del periodo di recupero (Recupero)

#### 3.4. Analisi delle variabili coinvolte nelle decisioni di investimento

- 3.4.1. Criteri per la determinazione dei flussi di cassa
  - 3.4.1.1. Criteri per la costruzione dei flussi di cassa
  - 3.4.1.2. Struttura generale per la costruzione dei flussi di cassa
  - 3.4.1.3. Classificazione dei flussi di cassa
  - 3.4.1.4. Valore residuo o di rottamazione

#### 3.5. Il finanziamento dell'azienda

- 3.5.1. Fonti di finanziamento
- 3.5.2. Tassi di costo del finanziamento
  - 3.5.2.1. Il costo del capitale proprio
  - 3.5.2.2. Il costo del debito
  - 3.5.2.3. Il costo medio ponderato del capitale (WACC) nella valutazione dei progetti di investimento

#### 3.6. La struttura del capitale

- 3.6.1. Capitale ottimale, azionisti e tasse
  - 3.6.1.1. La struttura del capitale: teorie e concetti
  - 3.6.1.2. Massimizzazione del valore aziendale e massimizzazione degli interessi degli azionisti
  - 3.6.1.3. L'influenza della tassazione sulla decisione di struttura del capitale
  - 3.6.1.4. Limiti al ricorso al debito

#### 3.7. Valutazione delle obbligazioni

- 3.7.1. Strategie di investimento obbligazionario
  - 3.7.1.1. Concetti, classificazione e strategie di investimento in obbligazioni
  - 3.7.1.2. Comportamento dei tassi di interesse di mercato
  - 3.7.1.3. Modello base di valutazione delle obbligazioni
  - 3.7.1.4. Misurare il rendimento e gli utili

#### 3.8. Valutazione delle azioni

- 3.8.1. Mercato dei titoli
- 3.8.2. Valutazione delle azioni

#### 3.9. Investimenti a rischio

- 3.9.1. Classificazione del rischio
- 3.9.2. Il portafoglio di investimento ottimale di Markowitz
- 3.9.3. Rischio e redditività. Il modello CAPM

**Modulo 4.** Finanza aziendale II

<b>4.1. La visione strategica della finanza d'impresa</b>	<b>4.2. Politica di pagamento dei dividendi</b>	<b>4.3. Tipologie di debito</b>	<b>4.4. Bilanci e uso degli indici finanziari</b>
4.1.1. Strategie di finanza di impresa in un mondo globalizzato	4.2.1. Politica dei dividendi	4.3.1. Finanziamento interno <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1.1. A breve termine</li> <li>4.3.1.2. A lungo termine</li> </ul>	4.4.1. Importanza dei bilanci <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1.1. Il rapporto degli azionisti</li> <li>4.4.1.2. L'uso degli indici finanziari               <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1.2.1. Indici di liquidità</li> <li>4.4.1.2.2. Indici di attività</li> <li>4.4.1.2.3. Indici del debito</li> <li>4.4.1.2.4. Indici di redditività</li> <li>4.4.1.2.5. Indici di mercato</li> </ul> </li> </ul>
4.1.2. Leva operativa e finanziaria <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1.2.1. Leva operativa</li> <li>4.1.2.2. Leva finanziaria</li> </ul>		4.3.2. Finanziamento esterno <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.2.1. A breve termine</li> <li>4.3.2.2. A lungo termine</li> </ul>	
<b>4.5. Investimenti a rischio</b>	<b>4.6. Fusioni e acquisizioni</b>	<b>4.7. La governance aziendale</b>	<b>4.8. Finanza aziendale internazionale</b>
4.5.1. Classificazione del rischio <ul style="list-style-type: none"> <li>4.5.1.1. Misura e classificazione del rischio</li> <li>4.5.1.2. La beta</li> <li>4.5.1.3. La teoria dei portafogli di Markowitz</li> <li>4.5.1.4. L'indice di Sharpe</li> <li>4.5.1.5. Rischio e redditività: Il modello CAPM</li> </ul>	4.6.1. Motivazioni delle fusioni e delle acquisizioni <ul style="list-style-type: none"> <li>4.6.2. Formule finanziarie per l'acquisizione di aziende               <ul style="list-style-type: none"> <li>4.6.2.1. Il processo di acquisizione</li> <li>4.6.2.2. Il processo di fusione</li> </ul> </li> </ul>	4.7.1. Obiettivo e funzioni della governance aziendale <ul style="list-style-type: none"> <li>4.7.1.1. Governance aziendale e costi di agenzia</li> <li>4.7.1.2. Supervisione da parte del consiglio di amministrazione</li> <li>4.7.1.3. Politiche retributive</li> <li>4.7.1.4. Gestione dei conflitti di agenzia</li> </ul>	4.8.1. Mercati dei capitali <ul style="list-style-type: none"> <li>4.8.1.1. Integrati a livello internazionale</li> <li>4.8.1.2. Segmentati a livello internazionale</li> <li>4.8.2. Il rischio di cambio</li> </ul>
<b>4.9. Valutazione e prelievi internazionali</b>	<b>4.10. Autofinanziamento</b>		

## Modulo 5. Finanza internazionale

<b>5.1. Business &amp; International Strategy</b>	<b>5.2. Mercato valutario</b>	<b>5.3. Metodi di pagamento e riscossione internazionali</b>	<b>5.4. Finanziamento delle operazioni nei mercati internazionali</b>
5.1.1. Internazionalizzazione 5.1.2. Globalizzazione 5.1.3. <i>Growth &amp; Development in Emerging Markets</i> 5.1.4. Sistema monetario internazionale	5.2.1. Operazioni con valute 5.2.2. Il mercato valutario anticipato 5.2.3. Strumenti derivati per la copertura del rischio di cambio e di tasso d'interesse 5.2.4. Apprezzamento e svalutazione della valuta	5.3.1. Banconote, assegni personali e bancari 5.3.2. Bonifico, ordine di pagamento 5.3.3. Clausole documentarie e crediti documentari 5.3.4. Factoring, swap internazionale e altri mezzi	5.4.1. Incoterms 5.4.2. Strumenti derivati per la copertura di possibili fluttuazioni del prezzo delle materie prime 5.4.3. Crediti di esportazione sostenuti ufficialmente 5.4.4. Copertura di swap 5.4.5. Il consenso dell'OCSE
<b>5.5. Istituzioni finanziarie internazionali</b>	<b>5.6. Formazione dei tassi di cambio</b>	<b>5.7. Programmi di conversione del debito</b>	<b>5.8. Mercato azionario internazionale</b>
5.5.1. Il fondo per l'internazionalizzazione dell'azienda 5.5.2. Il gruppo della Banca Mondiale 5.5.3. La Banca Interamericana di Sviluppo 5.5.4. La banca dello Sviluppo dei Caraibi	5.6.1. Teoria della parità dei tassi di cambio 5.6.2. La teoria delle aspettative del tasso di cambio 5.6.3. Teoria della parità di potere d'acquisto (PPP) 5.6.4. Equilibrio del mercato dei capitali	5.7.1. Quadro legale 5.7.2. Funzionamento 5.7.3. Conversione del debito in investimenti pubblici 5.7.4. Conversione del debito in investimenti privati	5.8.1. Mercato di Wall Street (New York) 5.8.2. Mercato dell'oro 5.8.3. Debito estero mondiale 5.8.4. Club di Parigi 5.8.5. Mercato dei titoli ADR e GDR

## Modulo 6. Gestione internazionale delle persone e della diversità

<b>6.1. Leadership strategica</b>	<b>6.2. Audit e controllo della gestione delle risorse umane</b>	<b>6.3. Gestione del talento in aziende internazionali</b>	<b>6.4. Gestione delle carriere internazionali</b>
		6.3.1. Panoramica della gestione dei talenti 6.3.2. Mappa dei talenti dell'organizzazione 6.3.3. Tendenze culturali e di internazionalizzazione 6.3.4. Panoramica della gestione dei talenti	6.4.1. Il profilo del professionista internazionale 6.4.2. Global Mobility 6.4.3. Gestione degli espatriati
<b>6.5. Gestione della diversità</b>	<b>6.6. Nuovo quadro di relazioni professionali</b>	<b>6.7. HR Marketing: una visione internazionale</b>	<b>6.8. Multinazionali e diritti umani</b>
6.5.1. Lavorare con la diversità 6.5.2. Diversità, RSI e Coaching 6.5.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità 6.5.4. Gestione di team multiculturale	6.6.1. Riforma del Lavoro 6.6.2. La negoziazione del contratto collettivo 6.6.3. Relazioni strategiche con i sindacati 6.6.4. Relazioni professionali e ristrutturazioni aziendali	6.7.1. Employer Branding 6.7.2. HR Customer Experience	6.8.1. Globalizzazione, diritti umani e aziende multinazionali 6.8.2. Multinazionali di fronte al diritto internazionale 6.8.3. Strumenti giuridici specifici
<b>6.9. Gestione dell'espatrio</b>	<b>6.10. Pacchetto retributivo per gli espatriati. Principali integratori e benefici</b>		
6.9.1. Gestione del processo di espatrio 6.9.2. Rimpatrio 6.9.3. Competenze individuali per il successo nelle missioni internazionali	6.10.1. Retribuzione economica 6.10.2. Luogo e valuta di pagamento 6.10.3. Politiche fiscali		

**Modulo 7. Gestione delle operazioni internazionali**

7.1. Visione generale: Commercio Internazionale	7.2. Analisi dei mercati internazionali	7.3. Focus sulla presenza nei mercati esteri e sull'e-commerce	7.4. Protezionismo commerciale: dogane
7.5. Cooperazione internazionale sulle misure non tariffarie	7.6. Formule contrattuali	7.7. Flussi di investimenti all'estero	7.8. Analisi degli INCOTERMS della CCI
7.9. Gestione della catena logistica Internazionale	<b>7.10. Marketing Internazionale</b>		

**Modulo 8. Marketing e vendite internazionali**

8.1. La funzione del Marketing e delle Vendite nel Business Consulting 8.1.1. Marketing e posizionamento 8.1.2. Relazione tra Marketing e vendite 8.1.3. La vendita nel Business Consulting	8.2. Convertire un'idea in una proposta per il mercato 8.2.1. Il processo 8.2.2. L'offerta 8.2.3. Validazione e viabilità 8.2.4. Dimensioni del mercato: TAM, SAM, SOM 8.2.5. Il cliente target 8.2.6. Caso di mercato	8.3. Strutturando il processo di vendita 8.3.1. La struttura generale nel processo di vendita 8.3.2. L'ambito di vendita 8.3.3. Fasi e passaggi di ogni parte del processo	8.4. Il processo di origination 8.4.1. Fonti di origination 8.4.2. L'opportunità 8.4.3. Step successivi
8.5. Qualificare le opportunità 8.5.1. Il business del tuo cliente 8.5.2. Qualificare le opportunità: processo e criteri 8.5.3. L'importanza di generare valore aggiunto	8.6. Interazione con i vari stakeholder 8.6.1. L'acquirente e il resto dei partecipanti 8.6.2. Interazione tra loro: strategie 8.6.3. Profili di interazione umani: l'importanza di regolare il messaggio all'audience	8.7. Componenti chiavi di una proposta 8.7.1. Struttura e contenuto minimo 8.7.2. Sommario esecutivo 8.7.3. Gestione dei risultati e dei rischi	8.8. L'importanza di generare valore aggiunto ad una proposta di mercato 8.8.1. Come parlare del valore 8.8.2. Differenza tra prezzo e valore 8.8.3. Modelli di prezzo distinti: implicazioni e rischi
8.9. Processo di negoziazione e chiusura 8.9.1. Passi tipici di una negoziazione 8.9.2. L'importanza di generare alternative 8.9.3. Gestione dei rischi e gestione contrattuale	<b>8.10. Leadership del processo di vendita</b> 8.10.1. Durata e gestione del processo di vendita 8.10.2. Tecnologia nel processo di vendita 8.10.3. Monitoraggio del processo 8.10.4. L'importanza del feedback		

## Modulo 9. Marketing Internazionale

<b>9.1. La ricerca di mercati internazionali</b>	<b>9.2. Segmentazione internazionale</b>	<b>9.3. Posizionamento internazionale</b>	<b>9.4. Strategie di prodotto nei mercati internazionali</b>
9.1.1. Emerging Markets Marketing 9.1.2. Analisi del PES 9.1.3. Cosa, come e dove esportare? 9.1.4. Strategie di marketing-mix internazionale	9.2.1. Criteri per la segmentazione di mercati a livello internazionale 9.2.2. Nicchie di mercato 9.2.3. Strategie di segmentazione internazionale.	9.3.1. Branding in mercati internazionali 9.3.2. Strategie di posizionamento nei mercati internazionali 9.3.3. Marche globali, regionali e locali	9.4.1. Modificazione, adattamento e diversificazione dei prodotti 9.4.2. Prodotti standardizzati globali 9.4.3. Il portafoglio prodotti
<b>9.5. Prezzi ed esportazione</b>	<b>9.6. Qualità nel marketing internazionale</b>	<b>9.7. Promozione e livello internazionale</b>	<b>9.8. Distribuzione mediante canali internazionali</b>
9.5.1. Calcolo dei prezzi di esportazione 9.5.2. Incoterms 9.5.3. Strategia internazionale del prezzo	9.6.1. Qualità e marketing internazionale 9.6.2. Le Norme e i Certificati 9.6.3. Il marchio CE	9.7.1. Il MIX di promozione internazionale 9.7.3. Advertising e pubblicità 9.7.4. Fiere internazionali 9.7.5. Marchio del Paese	9.8.1. Channel & Trade Marketing 9.8.2. Consorzi di esportazione 9.8.3. Tipo di esportazione e commercio esterno

## Modulo 10. Fiscalità internazionale

<b>10.1. Principi di base della fiscalità internazionale</b>	<b>10.2. Fonti della Fiscalità Internazionale: Trattati internazionali e convenzioni sulla doppia imposizione</b>	<b>10.3. Interpretazione delle convenzioni sulla doppia imposizione</b>
10.1.1. Introduzione alla fiscalità internazionale 10.1.2. Princípio di residenza vs Fonte 10.1.3. Doppia imposizione internazionale, concetti, classi e soluzioni	10.2.1. Fonti della Fiscalità Internazionale 10.2.2. Che cos'è un trattato internazionale? 10.2.3. Regime di doppia imposizione 10.2.4. I modelli di convenzione OCSE e ONU 10.2.5. Soft law 10.2.6. Il diritto dell'Unione Europea 10.2.7. Il diritto interno	10.3.1. Primato della convenzione sulla doppia imposizione sull'ordinamento interno 10.3.2. Interpretazione delle convenzioni sulla doppia imposizione 10.3.3. Ambiti di applicazione dei CSI

**Modulo 11. Pianificazione di progetti**

<b>11.1. Il progetto e la sua relazione con la Direzione</b>	11.1.2. Tipologie di progetti 11.1.2.1. Processi 11.1.2.2. Integrazione e Tecnologia 11.1.2.3. Strategia 11.1.3. L'organizzazione dei progetti	<b>11.2. Considerazioni importanti in materia di gestione dei progetti</b>	11.2.3. <i>Waterfall</i> 11.2.3.1. Aspetti rilevanti 11.2.3.2. Principali progetti a cui è destinata questa metodologia 11.2.3.3. Principali benefici 11.2.4. <i>AGILE</i> 11.2.4.1. Aspetti rilevanti 11.2.4.2. Principali progetti a cui è destinata questa metodologia 11.2.4.3. Principali benefici
<b>11.3. La gestione della portata e delle aspettative</b>	<b>11.4. La pianificazione del progetto</b>	11.4.2. La pianificazione del team 11.4.2.1. Tecniche e strumenti di stima delle risorse ( <i>Top-down</i> , <i>Bottom up</i> , stima Delphi, stima parametrica, ecc.) 11.4.2.2. Stima delle risorse: ruoli, responsabilità e costi 11.4.2.3. Piano di continuità del servizio 11.4.3. La pianificazione del tempo 11.4.3.1. Sequenza delle attività 11.4.3.2. Sviluppo della tabella di marcia di lavoro 11.4.3.3. Controllo della tabella di marcia di lavoro	<b>11.5. La gestione del team (Risorse Umane)</b> 11.5.1. Piano del team 11.5.1.1. Piano Persone 11.5.1.2. Selezione del team del progetto 11.5.1.3. Sistema di valutazione della performance 11.5.2. Sviluppare il team del progetto 11.5.2.1. Acquisizione del team 11.5.2.2. Assegnazione del team al progetto

<p>11.5.3. Direzione del team del progetto</p> <p>11.5.3.1. Necessità di coordinare e dirigere il team in maniera efficace</p> <p>11.5.3.2. Strumenti di gestione del lavoro dei team in maniera collaborativa</p> <p>11.5.3.3. Gestione dei conflitti</p> <p>11.5.3.4. Piano di continuità del servizio</p> <p>11.5.3.5. Feedback e valutazione del rendimento del team</p>	<p><b>11.6. La gestione dei costi</b></p> <p>11.6.1. Stima dei costi</p> <p>11.6.1.1. Piano di gestione dei costi</p> <p>11.6.1.2. Stima dei costi del progetto</p> <p>11.6.1.3. Tecniche e strumenti di gestione dei costi</p>	<p>11.6.2. Il budget</p> <p>11.6.2.1. Determinazione del budget</p> <p>11.6.2.2. Metodologia di selezione dei budget</p> <p>11.6.2.3. Tecniche e strumenti di definizione del budget</p> <p>11.6.3. Controllo dei costi</p> <p>11.6.3.1. Obiettivi del controllo dei costi</p> <p>11.6.3.2. Misurazione dei costi del progetto</p> <p>11.6.3.3. Tecniche e strumenti di controllo dei costi</p>	<p><b>11.7. Gestione delle Comunicazioni</b></p> <p>11.7.1. Individuazione dei soggetti interessati (<i>Stakeholders</i>)</p> <p>11.7.1.1. Individuazione di soggetti interessati interni ed esterni</p> <p>11.7.1.2. Individuazione delle aspettative dei soggetti interessati</p> <p>11.7.1.3. Tecniche e strumenti di identificazione degli interessati</p>
<p>11.7.2. Piano di comunicazione</p> <p>11.7.2.1. Identificazione dei messaggi principali per ogni tipo di agente</p> <p>11.7.2.2. Identificazione e definizione dei principali canali di comunicazione</p> <p>11.7.2.3. Analisi dei requisiti di comunicazione</p> <p>11.7.2.4. Tipologia di comunicazioni: verbale-scritta / formale-informale</p> <p>11.7.2.5. Tecniche e strumenti di comunicazione</p>	<p>11.7.3. Controllo delle azione di comunicazione</p> <p>11.7.3.1. Pianificazione di azioni (tabella di marcia, risorse, scadenze, risultati attesi, ecc.)</p> <p>11.7.3.2. Strumenti di controllo delle azione di comunicazione</p> <p>11.7.3.3. Misurazione dei risultati delle azioni di comunicazione</p>	<p><b>11.8. Gestione della qualità</b></p> <p>11.8.1. Analisi e controllo qualità (<i>Quality Analysis - QA</i>)</p> <p>11.8.1.1. Gestione della qualità</p> <p>11.8.1.2. I risultati sperati</p> <p>11.8.1.3. Gli indicatori (standard) di misurazione della qualità</p> <p>11.8.2. Azioni di accertamento della qualità</p> <p>11.8.2.1. Pianificazione delle attività di revisione: report mensili, annuali, ecc.</p> <p>11.8.2.2. Revisioni della qualità</p> <p>11.8.2.3. Miglioramento continuo</p>	<p>11.8.3. Controllo della qualità del progetto</p> <p>11.8.3.1. Strumenti di <i>Feedback</i> della qualità dei risultati</p> <p>11.8.3.2. Gestione della conformità o della mancata conformità dei risultati</p> <p>11.8.3.3. Il <i>Peer Review</i> e i suoi principali benefici</p> <p>11.8.3.4. Misurazione della qualità dei risultati</p>
<p><b>11.9. Gestione dei rischi</b></p> <p>11.9.1. La pianificazione dei rischi</p> <p>11.9.1.1. Pianificazione di gestione dei rischi</p> <p>11.9.1.2. Identificazione dei rischi</p> <p>11.9.1.3. Strumenti di categorizzazione dei rischi</p> <p>11.9.2. Il monitoraggio del piano di contingenza</p> <p>11.9.2.1. Analisi quantitativa e qualitativa dei rischi</p> <p>11.9.2.2. Valutazione delle probabilità e degli impatti</p> <p>11.9.2.3. Strumenti di monitoraggio</p>	<p>11.9.3. Follow up e controllo dei rischi</p> <p>11.9.3.1. Registro dei rischi: proprietari, azioni, sintomi, livelli di rischio</p> <p>11.9.3.2. Pianificazione delle azione di mitigazione</p> <p>11.9.3.3. Revisioni e Monitoraggio dei rischi</p> <p>11.9.3.4. Monitoraggio dei risultati e dei piani di azione implementati</p> <p>11.9.3.5. Ri-valutazione dei rischi</p>	<p><b>11.10. Chiusura del progetto e Gestione del cambiamento</b></p> <p>11.10.1. Gestione del cambiamento</p> <p>11.10.1.1. La Trasferimento della conoscenza</p> <p>11.10.1.2. Fasi del trasferimento della conoscenza</p> <p>11.10.1.3. La pianificazione del trasferimento delle conoscenze: preparazione, materiali, ecc.</p>	<p>11.10.2. Chiusura del progetto</p> <p>11.10.2.1. Raccolta delle informazioni</p> <p>11.10.2.2. L'analisi finale e le principali conclusioni</p> <p>11.10.2.3. La riunione di chiusura</p> <p>11.10.2.4. L'analisi dei passi successivi</p> <p>11.10.3. L'impatto del progetto</p> <p>11.10.3.1. L'importanza della misurazione degli impatti ottenuti</p> <p>11.10.3.2. L'impatto nell'organizzazione</p> <p>11.10.3.3. La gestione dell'impatto sul cliente</p>

**Modulo 12. Business & International Strategy**

<b>12.1. Business &amp; International Strategy</b>	<b>12.2. Gestione strategica del business internazionale</b>	<b>12.3. Strategie di internazionalizzazione</b>	<b>12.4. Decisioni di internazionalizzazione</b>
12.1.1. Internazionalizzazione 12.1.2. <i>Growth &amp; Development in Emerging Markets</i> 12.1.3. Sistema monetario internazionale	12.2.1. L'internazionalizzazione nel nuovo ordine mondiale 12.2.2. L'influenza della cultura sul business internazionale 12.2.3. Selezione dei mercati e dei Paesi 12.2.4. Deocalizzazione e <i>offshoring</i>	12.3.1. Motivi e requisiti per entrare nei mercati esteri 12.3.2. Alleanze strategiche nel processo di espansione internazionale 12.3.3. Modalità di ingresso in nuovi mercati internazionali	12.4.1. Ricerche di mercato e processo decisionale 12.4.2. Scelta della sede e della modalità operativa 12.4.3. Scelta della forma giuridica appropriata
<b>12.5. Fasi del processo di internazionalizzazione</b>	<b>12.6. Internazionalizzazione in base al tipo di azienda</b>	<b>12.7. Ostacoli all'internazionalizzazione</b>	<b>12.8. Cross-cultural Management</b>
12.5.1. Analisi della domanda internazionale 12.5.2. Diagnosi del potenziale di esportazione 12.5.3. Pianificazione dell'internazionalizzazione 12.5.4. Fasi dell'esportazione	12.6.1. Società di prodotti e società di servizi 12.6.2. Aziende internazionalizzate e multinazionali 12.6.3. Le PMI e il loro modello di internazionalizzazione	12.7.1. Restrizioni legali 12.7.2. Barriere logistiche, finanziarie e commerciali 12.7.3. Barriere agli investimenti diretti	12.8.1. Dimensione culturale della gestione internazionale 12.8.2. La globalizzazione nella gestione imprenditoriale 12.8.3. Leadership interculturale
<b>12.9. Diversità internazionale e rendimento</b>	<b>12.10. Diversità di prodotto e di mercato</b>		

**Modulo 13. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa**

<b>13.1. Globalizzazione e Governance</b>	<b>13.2. Etica d'impresa</b>	<b>13.3. Sostenibilità</b>	<b>13.4. Responsabilità sociale d'impresa</b>
13.1.1. Governance e Corporate Governance 13.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese 13.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance	13.2.1. Etica e Morale 13.2.2. Etica Aziendale 13.2.3. Leadership ed etica nelle imprese	13.3.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile 13.3.2. Agenda 2030 13.3.3. Le imprese sostenibili	13.4.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa 13.4.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa 13.4.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
<b>13.5. Sistemi e strumenti di gestione responsabile</b>	<b>13.6. Multinazionali e diritti umani</b>	<b>13.7. Ambiente legale e Corporate Governance</b>	
13.5.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa 13.5.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile 13.5.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa 13.5.4. Strumenti e standard della RSC	13.6.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani 13.6.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale 13.6.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani	13.7.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione 13.7.2. Proprietà intellettuale e industriale 13.7.3. Diritto internazionale del lavoro	

**Modulo 14.** Management del personale e gestione del talento

**14.1. Management strategico del personale**

- 14.1.1. Direzione strategica e risorse umane
- 14.1.2. Management strategico del personale

**14.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze**

- 14.2.1. Analisi del potenziale
- 14.2.2. Politiche di retribuzione
- 14.2.3. Piani di avanzamento di carriera/ successione

**14.3. Valutazione e gestione delle prestazioni**

- 14.3.1. Gestione del rendimento
- 14.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

**14.4. Innovazione in gestione del talento e del personale**

- 14.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 14.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 14.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 14.4.4. Proattività e innovazione

**14.5. Motivazione**

- 14.5.1. La natura della motivazione
- 14.5.2. Teoria delle aspettative
- 14.5.3. Teoria dei bisogni
- 14.5.4. Motivazione e compensazione economica

**14.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni**

- 14.6.1. Le squadre ad alte prestazioni: le squadre autogestite
- 14.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

**14.7. Comunicazione direttiva**

- 14.7.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 14.7.2. Dipartimento di comunicazione
- 14.7.3. Il responsabile di comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom

**14.8. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento**

- 14.8.1. La produttività
- 14.8.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

**Modulo 15.** Direzione Commerciale e Marketing Strategico

<b>15.1. Direzione commerciale</b> 15.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale 15.1.2. Strategia e pianificazione aziendale 15.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali	<b>15.2. Marketing</b> 15.2.1. Concetto di Marketing 15.2.2. Elementi base del marketing 15.2.3. Attività di marketing aziendale	<b>15.3. Gestione strategica del Marketing</b> 15.3.1. Concetto di Marketing strategico 15.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing 15.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di marketing	<b>15.4. Marketing online ed E-commerce</b> 15.4.1. Obiettivi di Marketing Digitale e di E-commerce 15.4.2. Marketing digitale e media che utilizzano E-commerce 15.4.3. E-commerce: Contesto generale 15.4.4. Categorie dell'E-commerce 15.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale
<b>15.5. Digital Marketing per rafforzare il marchio</b> 15.5.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio 15.5.2. <i>Branded Content &amp; Storytelling</i>	<b>15.6. Digital Marketing per captare e fidelizzare clienti</b> 15.6.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet 15.6.2. <i>Visitor Relationship Management</i> 15.6.3. Ipersegmentazione	<b>15.7. Gestione delle campagne digitali</b> 15.7.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale? 15.7.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online 15.7.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali	<b>15.8. Strategie di vendita</b> 15.8.1. Strategie di vendita 15.8.2. Metodi di vendite
<b>15.9. Comunicazione Aziendale</b> 15.9.1. Concetto 15.9.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione 15.9.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione 15.9.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione 15.9.5. Elementi della comunicazione 15.9.6. Problemi di comunicazione 15.9.7. Scenari di comunicazione	<b>15.10. Comunicazione e reputazione online</b> 15.10.1. La reputazione online 15.10.2. Come misurare la reputazione digitale? 15.10.3. Strumenti di reputazione online 15.10.4. Rapporto sulla reputazione online 15.10.5. <i>Branding</i> online		

## Modulo 16. Executive Management

### 16.1. General Management

- 16.1.1. Concetto di General Management
- 16.1.2. L'azione del General Management
- 16.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 16.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

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

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

### 16.3. Direzione di operazioni

- 16.3.1. Importanza della direzione
- 16.3.2. La catena di valore
- 16.3.3. Gestione della qualità

### 16.4. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 16.4.1. Comunicazione interpersonale
- 16.4.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
- 16.4.3. La comunicazione nelle imprese
- 16.4.4. Strumenti nelle imprese

### 16.5. Comunicazione in situazioni di crisi

- 16.5.1. Crisi
- 16.5.2. Fasi della crisi
- 16.5.3. Messaggi: contenuti e momenti

### 16.6. Preparazione di un piano di crisi

- 16.6.1. Analisi dei potenziali problemi
- 16.6.2. Pianificazione
- 16.6.3. Adeguatezza del personale

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

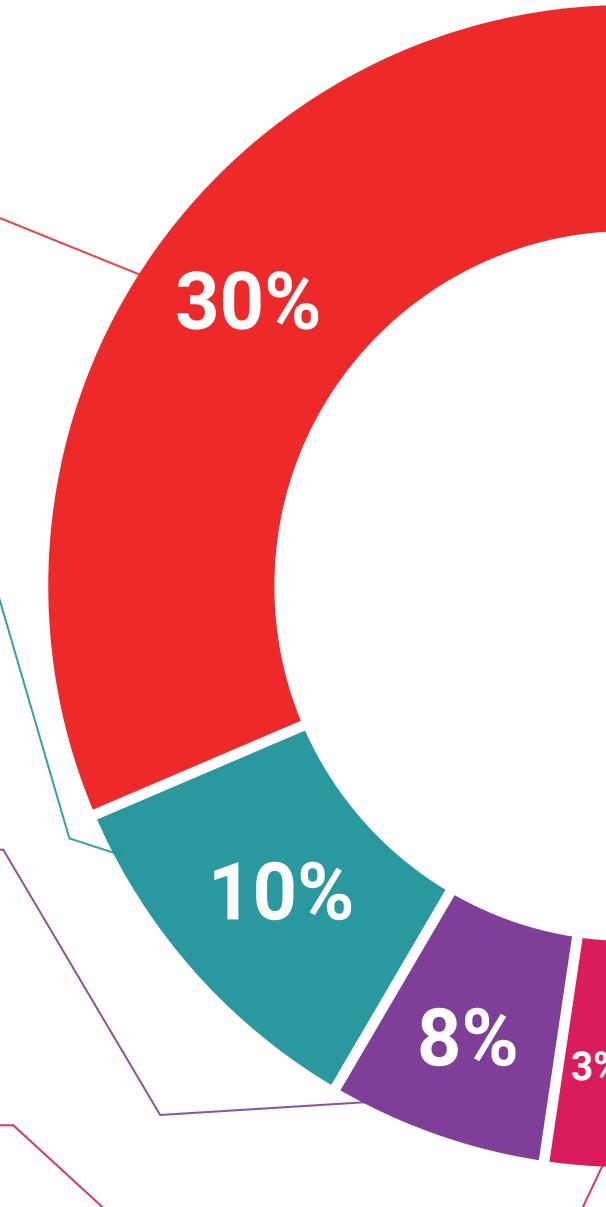
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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.

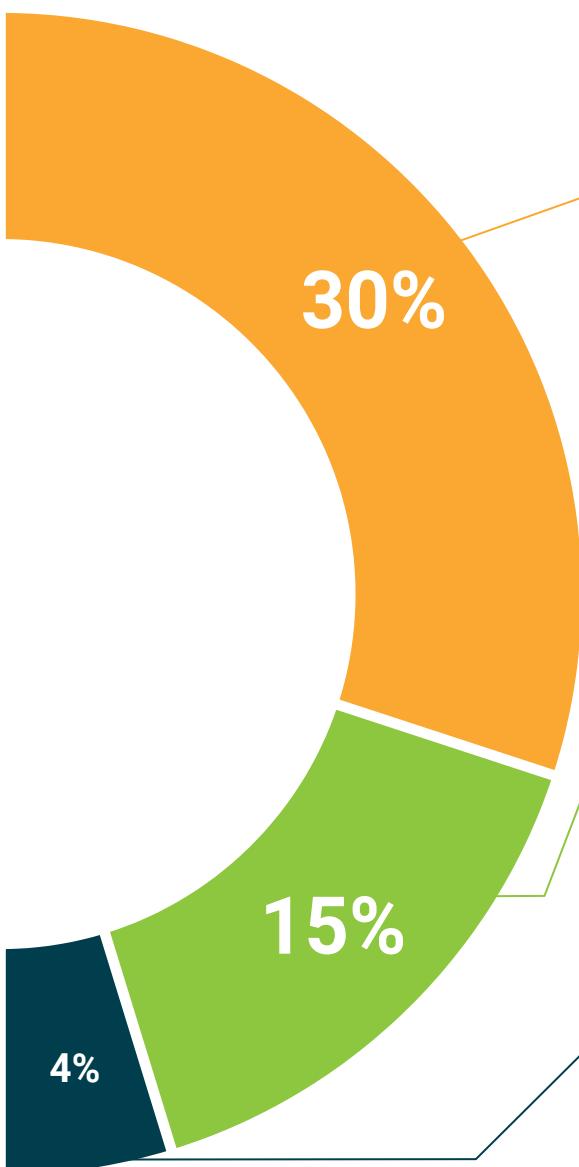


30%

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

L'MBA International è un programma rivolto a professionisti dell'area di business internazionale che vogliono aggiornare le loro conoscenze, scoprire nuovi modi di gestire e dirigere le loro aziende, e far progredire la loro carriera professionale. La diversità dei partecipanti, con vari profili accademici e di differenti nazionalità, rende veramente multidisciplinare l'approccio di questo programma.



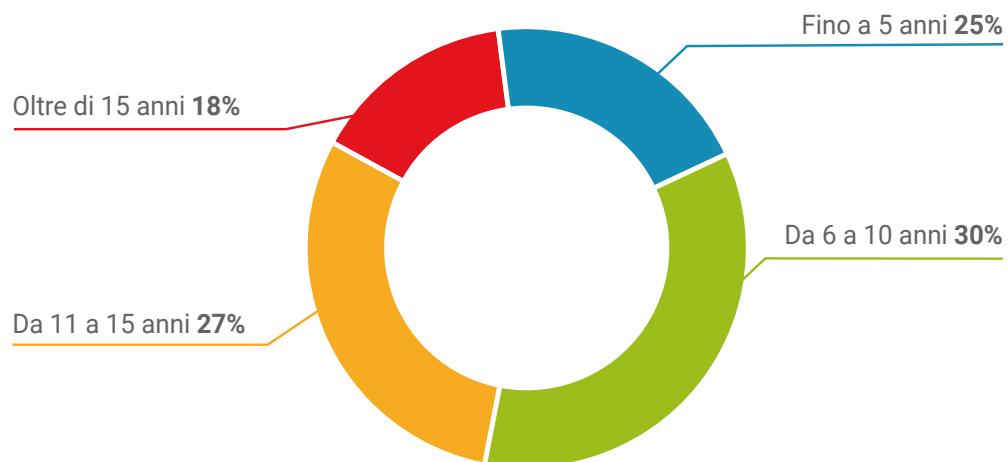
66

*I nostri studenti sono professionisti con esperienza  
alla ricerca di un miglioramento lavorativo"*

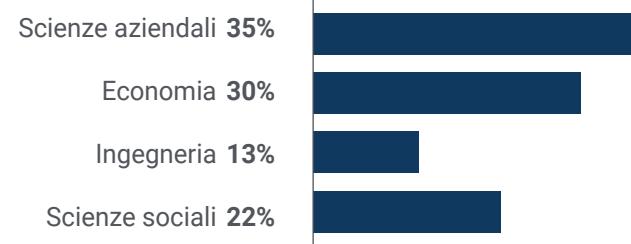
### Età media

Da **35** a **45** anni

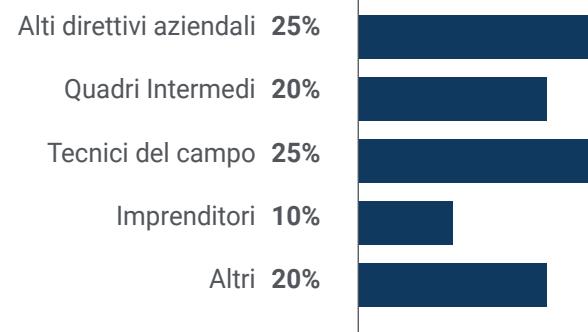
### Anni di esperienza



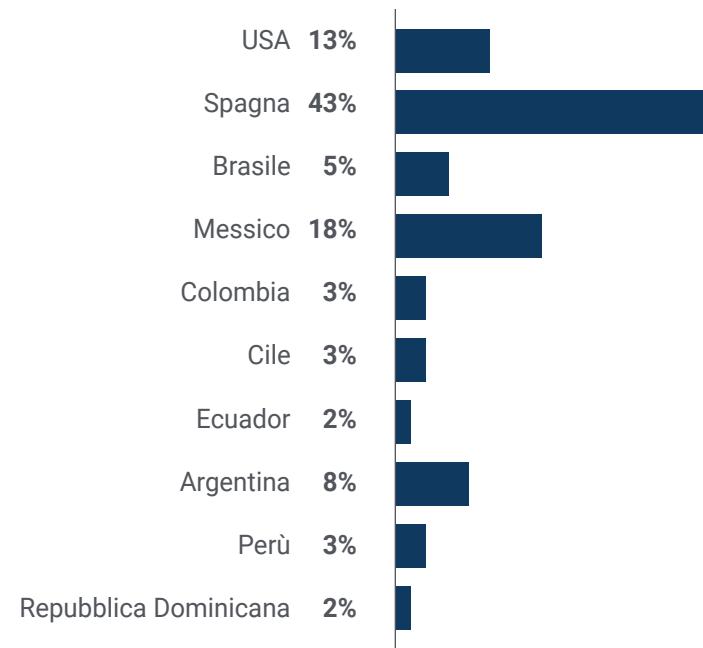
### Training



### Profilo accademico



## Distribuzione geografica



## Héctor Albereda

Business Manager USA e Asia

*"Gli affari internazionali richiedono un'ampia specializzazione e conoscenza della finanza e dei mercati globalizzati. Pertanto, l'aggiornamento delle conoscenze è indispensabile, poiché si lavora in ambienti altamente competitivi e in continua evoluzione. Fortunatamente, in TECH ho trovato questo programma che consiglio a tutti coloro che desiderano specializzarsi in questo campo"*

09

# Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di realizzare questo grande sforzo deve essere quello di riuscire a crescere professionalmente e con questo Master Privato hanno grandi possibilità di riuscirci. Pertanto, non devono perdere l'opportunità offerta da TECH di specializzarsi con il miglior team in questo settore ad alta domanda professionale.



“

*Il nostro obiettivo è quello di portare un cambiamento positivo nella tua carriera e, per questo, ci impegniamo al massimo per aiutarti a raggiungere questo obiettivo”*

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

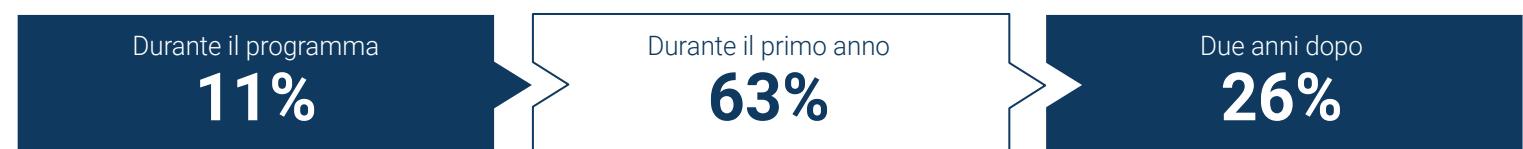
L'MBA International di TECH è un programma intensivo che prepara i suoi studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali a livello internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti ad ottenere il successo.

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

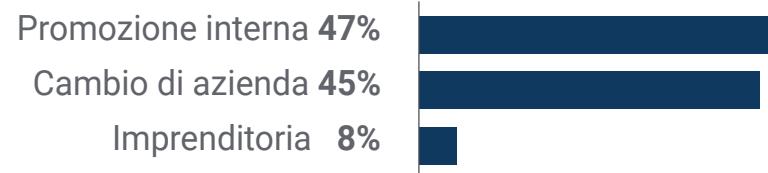
*Ottieni il cambiamento professionale che meriti con la realizzazione di questo programma molto completo.*

*Diventa abile nel business internazionale e raggiungi gli obiettivi della tua azienda.*

**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%**



10

# Benefici per la tua azienda

L'MBA International aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Partecipare a questo programma accademico rappresenta quindi un'opportunità unica per acquisire le competenze necessarie per svilupparsi nell'alta direzione, ma anche per una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.



“

*Dopo aver studiato in TECH sarai in grado di portare in azienda una nuova visione del business con la quale realizzare cambiamenti rilevanti nell'organizzazione”*

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

**01**

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

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

**02**

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

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

**03**

### **Creare agenti di cambiamento**

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

**04**

### **Incremento delle possibilità di espansione internazionale**

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



05

### Sviluppo di progetti propri

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

06

### Aumento della competitività

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

11

# Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di MBA International 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  
sostamenti o fastidiose formalità"*

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **MBA International** 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.



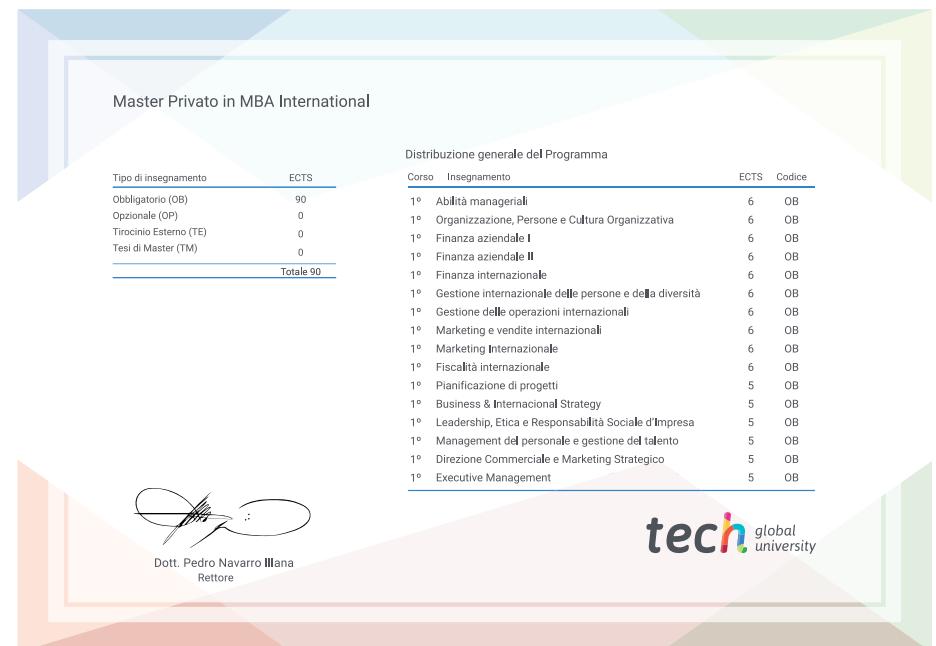
Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare. ·

**Titolo: Master Privato in MBA International**

**Modalità: online**

**Durata: 12 mesi**

**Accreditamento: 90 ECTS**





## Master Privato MBA International

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

# Master Privato

## MBA International