

# Master Semipresenziale

## Commercial and Sales Management





## Master Semipresenziale Commercial and Sales Management

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Global University

Crediti: 60 + 4 ECTS

Accesso sito web: [www.techtitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-commercial-sales-management](http://www.techtitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-commercial-sales-management)

# Indice

01

Presentazione

*pag. 4*

02

Perché iscriversi a questo  
Master Semipresenziale?

*pag. 8*

03

Obiettivi

04

Competenze

*pag. 16*

05

Pianificazione del  
programma

*pag. 20*

06

Tirocinio

07

Dove posso svolgere  
il Tirocinio?

*pag. 36*

08

Metodologia

09

Titolo

*pag. 42*

*pag. 50*

01

# Presentazione

La globalizzazione ha provocato una trasformazione importante nell'ambito commerciale. Le nuove tecnologie hanno favorito la crescita di alcuni settori, mentre altri si sono dovuti adattare velocemente alla digitalizzazione. Poiché la competitività è molto elevata, i manager responsabili dell'area commerciale e delle vendite devono tenersi al passo con i progressi nel proprio settore, così come sulle diverse strategie che oggi vengono utilizzate con successo. TECH ha progettato questo corso che fornisce da un quadro teorico 100% online e flessibile, combinato con un tirocinio di 3 settimane in un'azienda con una vasta esperienza nella realizzazione di piani commerciali digitali e offline. Tutto questo, sempre al fianco dei migliori specialisti, che aiuteranno gli studenti a progredire nel proprio ambito professionale.



66

Le aziende richiedono manager con una vasta gamma di specializzazioni e, per questo motivo, in TECH ti offriamo programmi su misura che si adattano ai tuoi interessi. Iscriviti subito"

Grazie allo sviluppo delle nuove tecnologie, il commercio ha subito cambiamenti senza precedenti. I progressi nelle comunicazioni hanno fornito alle aziende nuovi strumenti per monitorare e analizzare i prodotti in un nuovo scenario orientato alle vendite online.

Per questi motivi, il settore è alla ricerca di professionisti in grado di gestire i dipartimenti commerciali e delle vendite da una prospettiva completa e con uno sguardo globale. TECH ha progettato questo Master Semipresenziale in Commercial and Sales Management con lo scopo di sviluppare una visione strategica e globale dell'azienda, focalizzandosi sull'alta gestione aziendale per assumere nuove responsabilità in un ambiente in continua evoluzione.

Il professionista disporrà di una programma avanzato 100% online, a cui sarà possibile accedere in ogni momento e da qualsiasi dispositivo elettronico dotato di connessione a internet. In questo modo potrà approfondire le sue competenze manageriali in un ambito in evoluzione, le principali innovazioni nella logistica e nella gestione economica o l'integrazione di canali digitali nella strategia commerciale.

Una volta terminata la parte teorica, il professionista svolgerà un tirocinio di 3 settimane in cui potrà vedere *in loco* le principali strategie commerciali sviluppate da aziende specializzate con una vasta esperienza nell'area commerciale. Sempre sotto la guida di un tutor, il professionista potrà fare progressi e raggiungere i suoi obiettivi in un ambiente di primo livello.

TECH offre un'eccellente opportunità di elevare la propria carriera nell'ambito del Commercial and Sales Management, attraverso un corso che si adatta alle reali esigenze dei professionisti del settore.

Questo **Master Semipresenziale in Commercial and Sales Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di oltre 100 casi pratici presentati da esperti in Commercial and Sales Management
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni specifiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Piani completi per un'azione sistematica in campo commerciale
- ◆ Un sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per prendere decisioni riguardanti le situazioni proposte
- ◆ Guide pratiche all'utilizzo dei principali strumenti applicabili alla gestione commerciale
- ◆ Particolare enfasi sulle metodologie più innovative per l'applicazione di tecniche di leadership aziendale
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su temi controversi e lavoro di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet
- ◆ Possibilità di realizzare un tirocinio in un'azienda di rilievo nel settore



*Iscriviti ora a questo Master Semipresenziale per crescere all'interno della tua azienda e ottenere una posizione manageriale"*

“

*Questo Master Semipresenziale ti fornirà gli strumenti e le competenze necessarie per crescere nel complesso ambito della logistica produttiva e commerciale a livello globale. Imparerai al fianco di grandi professionisti del settore”*

Questo Master Semipresenziale di specializzazione è finalizzato all'aggiornamento dei professionisti che lavorano all'interno di aziende commerciali in cui è richiesto un alto livello di qualifica. I contenuti si basano sulle ultime evidenze scientifiche e sono orientati in modo didattico a integrare le conoscenze teoriche nella pratica del Commercial and Sales Management; gli elementi teorico-pratici di questo programma faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e consentiranno di prendere decisioni nella definizione di strategie commerciali.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale. La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo studente deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Impara dai migliori professionisti.  
Iscriviti a questo Master  
Semipresenziale e aumenta le tue  
opportunità lavorative nell'ambito del  
Commercial and Sales Management.*

*Grazie a questo Master  
Semipresenziale potrai specializzarti in  
Commercial and Sales Management e  
conoscere i più recenti progressi digitali  
di questo settore.*



02

## Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Negli ultimi anni, la globalizzazione ha reso la logistica commerciale molto più complessa, ma apparentemente molto più semplice per i consumatori che acquistano prodotti online: uno scenario di trasformazione che implica conoscenze avanzate di leadership, funzionamento del mercato o organizzazione commerciale. Con questo corso TECH offre una visione aggiornata, che si distingue dalle altre offerte accademiche per rispondere alle reali esigenze dei professionisti del settore. È costituito da un programma avanzato, abbinato a un tirocinio intensivo di 3 settimane in un'azienda leader nel settore commerciale. Un corso accademico teorico-pratico, dove lo studente sarà guidato da eccellenti professionisti specializzati nel campo del Commercial and Sales Management.



Perché iscriversi a questo | 09 **tech**  
Master Semipresenziale?

66

TECH è l'unica università che ti offre la possibilità di entrare a far parte di aziende che sviluppano le più potenti strategie commerciali con l'aiuto della tecnologia più avanzata"

### **1. Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili**

Lo sviluppo di nuovi dispositivi di Neurostimolazione e Neurofeedback ha permesso l'emergere di protocolli assistenziali sempre più innovativi. Per questo motivo, in questa specializzazione, lo studente avrà l'opportunità di assimilarle tutte e integrarle professionalmente nella sua attività professionale quotidiana.

### **2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti**

Durante le due fasi di apprendimento che compongono questo Master Semipresenziale, il professionista sanitario verrà supportato dai migliori esperti. Innanzitutto, disporrà di un eccellente personale docente che chiarirà dubbi e concetti di interesse nella fase teorica. Inoltre, durante il tirocinio clinico, lavorerà direttamente con illustri esperti presso i più rinomati e competitivi centri ospedalieri.

### **3. Entrare in ambienti clinici di prim'ordine**

Per il tirocinio di questo programma, TECH ha condotto un'accurata selezione delle strutture ospedaliere. In questo modo, lo specialista accederà ad ambienti di primo livello, dove lavorerà con le tecnologie più recenti. Inoltre, beneficerà della guida di prestigiosi esperti che lo aiuteranno ad aggiornare l'applicazione delle più recenti procedure in vigore per la Neuroriusabilitazione Logopedica.





Perché iscriversi a questo | 11 **tech**  
Master Semipresenziale?

#### 4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Nel corso di 3 settimane di tirocinio presenziale, presso un prestigioso centro ospedaliero, il professionista sanitario metterà in pratica tutto ciò che ha imparato nella fase teorica di questo Master Semipresenziale. Pertanto lo studente, fin dall'inizio, avrà l'opportunità di trattare casi reali di pazienti affetti da diversi disturbi del linguaggio e da patologie orofacciali. Inoltre, implementerà tecniche e strumenti per gestire dal punto di vista diagnostico e terapeutico tutte queste patologie.

#### 5. Ampliare le frontiere della conoscenza

TECH, la più grande università online del mondo, aspira a fornire a tutti i suoi studenti una preparazione accademica di prim'ordine, in linea con gli standard internazionali più aggiornati. Per questo motivo, lo studente che accederà a questo Master Semipresenziale, avrà l'opportunità di scegliere diversi centri medici, presenti sul territorio mondiale, per svolgere il proprio tirocinio.

“

*Avrai l'opportunità di svolgere  
il tirocinio all'interno di un  
centro a tua scelta”*

03

# Obiettivi

Il programma semipresenziale di questo master offre l'opportunità ai futuri manager di sviluppare le competenze fondamentali per dirigere l'area commerciale e delle vendite di un'azienda. Pertanto dovranno conoscere gli aspetti relativi alle transazioni commerciali per farsi strada in un settore competitivo. Gli studenti potranno diventare *Sales Chief*, una delle posizioni più richieste del settore.





66

*L'esperienza internazionale, l'impegno etico e la visione di business per gli affari sono alcune delle caratteristiche più ricercate per i manager nell'era digitale"*



## Obiettivo generale

- Questo programma è progettato per rafforzare le capacità di gestione e di leadership, così come per sviluppare nuove competenze e abilità che saranno essenziali nel proprio ambito professionale. Consentirà allo studente di prendere decisioni a livello globale con una prospettiva innovativa e una visione internazionale

“

*Acquisirai le competenze essenziali  
per dirigere strategicamente le attività  
commerciali delle organizzazioni più  
importanti nel panorama aziendale”*





## Obiettivi specifici

---

- ◆ Definire le ultime tendenze e novità nella gestione aziendale
- ◆ Sviluppare, guidare ed eseguire strategie di vendita più efficaci e focalizzate sul cliente che offrono proposte di valore personalizzate
- ◆ Elaborare strategie per prendere decisioni in un contesto complesso e instabile, mediante la valutazione del suo impatto sull'azienda
- ◆ Sviluppare strategie per gestire organizzazioni e team di vendita in tempi di cambiamento
- ◆ Stabilire i programmi più appropriati per selezionare, formare, incentivare, monitorare e sviluppare la forza vendita
- ◆ Sviluppare la capacità di individuazione, analisi e problem solving
- ◆ Definire l'azienda da un punto di vista globale, così come la responsabilità e il nuovo ruolo dei direttori commerciali
- ◆ Sviluppare le competenze essenziali per dirigere strategicamente l'attività commerciale dell'impresa
- ◆ Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza commerciale
- ◆ Formulare e implementare politiche commerciali come strategie di crescita che adattano l'azienda ai cambiamenti del contesto nazionale e internazionale
- ◆ Acquisire capacità di leadership per dirigere con successo team commerciali e di vendite
- ◆ Conoscere l'intero processo logistico e di stoccaggio della compagnia
- ◆ Essere in grado di organizzare e gestire il team delle vendite
- ◆ Realizzare strategie commerciali e di Marketing a livello internazionale
- ◆ Integrare diversi strumenti digitali nella strategia aziendale
- ◆ Realizzare ricerche di mercato per conoscere la concorrenza e sviluppare strategie di differenziazione

“

*Iscriviti ora e progredisci nel tuo campo di lavoro grazie ad un programma completo che ti permetterà di mettere in pratica tutto ciò che hai imparato”*

04

# Competenze

Dopo aver superato le valutazioni del Master Semipresenziale in Commercial and Sales Management, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una pratica di qualità e aggiornata, basata sulla metodologia didattica più innovativa. Questo gli consentirà di accedere con fermezza nel mondo del lavoro o di portare a termine il progetto aziendale che aveva in mente da tempo.



“

*In TECH potrai acquisire le competenze necessarie per crescere professionalmente nell'ambito della direzione commerciale”.*



## Competenze generali

- ◆ Applicare nella commercial and sales management le abilità specifiche di leadership
- ◆ Gestire adeguatamente team multculturali
- ◆ Analizzare il rendimento dei progetti di investimento e la creazione di valore
- ◆ Analizzare l'impatto finanziario delle decisioni prese nell'area direttiva
- ◆ Applicare metodi e tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa
- ◆ Avere una conoscenza approfondita delle tecniche di Marketing
- ◆ Realizzare una corretta organizzazione commerciale e strategia di vendita
- ◆ Controllo dell'attività commerciale dell'azienda
- ◆ Condurre audit commerciali
- ◆ Applicare tecniche di coaching in azioni di vendite





## Competenze specifiche

---

- ◆ Sviluppare capacità di leadership specifiche che permetteranno di gestire con successo equipe multiculturali
- ◆ Analizzare il rendimento dei progetti di investimento e la creazione di valore
- ◆ Analizzare l'impatto finanziario delle decisioni prese nell'area direttiva
- ◆ Applicare metodi e tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa
- ◆ Avere una conoscenza approfondita delle tecniche di Marketing
- ◆ Applicare le tecniche di Marketing indirizzate a un mercato internazionale
- ◆ Realizzare una corretta organizzazione commerciale e strategia di vendita
- ◆ Controllo dell'attività commerciale dell'azienda
- ◆ Condurre audit commerciali
- ◆ Applicare tecniche di *coaching* in azioni di vendite
- ◆ Realizzare la progettazione di una campagna di vendita

“

*Potenzia le tue capacità commerciali e progetta la tua prossima campagna vendita con maggior precisione, grazie a TECH”*

05

## Pianificazione del programma

Il programma sviluppato per questo Master Semipresenziale in Commercial and Sales Management riunisce tutti gli aspetti che le grandi aziende hanno iniziato a richiedere nelle loro posizioni manageriali. Il contenuto è studiato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti. Preparerà inoltre lo studente ad affrontare nuove sfide lavorative e personali.



66

*Sviluppa le competenze necessarie  
per ottenere successo nel tuo lavoro  
quotidiano e avanzare nella tua  
professione in poco tempo"*

## Modulo 1. Management e leadership

- 1.1. General management
  - 1.1.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
  - 1.1.2. Politica di Gestione e Processi
  - 1.1.3. Society and Enterprise
- 1.2. Direzione strategica
  - 1.2.1. Stabilire la posizione strategica: missione, visione e valori
  - 1.2.2. Sviluppo di nuove imprese
  - 1.2.3. Crescita e consolidamento aziendale
- 1.3. Strategia competitiva
  - 1.3.1. Analisi del mercato
  - 1.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili
  - 1.3.3. Ritorno dell'investimento
- 1.4. Strategia aziendale
  - 1.4.1. Driving Corporate Strategy
  - 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
  - 1.4.3. Framing Corporate Strategy
- 1.5. Pianificazione e strategia
  - 1.5.1. Rilevanza della direzione strategica nel processo di controllo di gestione
  - 1.5.2. Analisi del contesto e dell'organizzazione
  - 1.5.3. Lean Management
- 1.6. Gestione del talento
  - 1.6.1. Gestione del Capitale Umano
  - 1.6.2. Contesto, strategia e metrica
  - 1.6.3. Innovazione nella gestione del personale
- 1.7. Sviluppo manageriale e leadership
  - 1.7.1. Leadership e stile di leadership
  - 1.7.2. Motivazione
  - 1.7.3. Intelligenza emotiva
  - 1.7.4. Capacità e abilità di leader 2.0
  - 1.7.5. Riunioni efficaci
- 1.8. Gestione del cambiamento
  - 1.8.1. Analisi del rendimento
  - 1.8.2. Dirigere il cambiamento: Resistenza al cambiamento
  - 1.8.3. Gestione dei processi di cambiamento
  - 1.8.4. Gestione di team multiculturale

## Modulo 2. Logistica e gestione economica

- 2.1. Diagnostico finanziario
  - 2.1.1. Indicatori per l'analisi degli stati finanziari
  - 2.1.2. Analisi di rendimento
  - 2.1.3. Rendimento economico e finanziario di un'impresa
- 2.2. Analisi economica delle decisioni
  - 2.2.1. Controllo di Budget
  - 2.2.2. Analisi della concorrenza. Analisi aziendale
  - 2.2.3. Processo decisionale. Investimento o disinvestimento imprenditoriale
- 2.3. Valutazione di investimenti e portfolio management
  - 2.3.1. Renda dei progetti di investimento e creazione di valore
  - 2.3.2. Modelli per la valutazione di progetti di investimento
  - 2.3.3. Analisi di sensibilità, elaborazione di scenari e strutture decisionali
- 2.4. Direzione logistica di acquisti
  - 2.4.1. Gestione dello stock
  - 2.4.2. Gestione dei magazzini
  - 2.4.3. Gestione di acquisti e approvvigionamento

- 2.5. Supply Chain Management
  - 2.5.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
  - 2.5.2. Cambiamento nei modelli della domanda
  - 2.5.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni
- 2.6. Processi logistici
  - 2.6.1. Organizzazione e gestione mediante processi
  - 2.6.2. Approvvigionamento, produzione, distribuzione
  - 2.6.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
  - 2.6.4. Servizio post-vendita
- 2.7. Logistica e clienti
  - 2.7.1. Analisi della domanda e previsione
  - 2.7.2. Previsione e pianificazione di vendite
  - 2.7.3. Collaborative planning , forecasting and replacement
- 2.8. Logistica internazionale
  - 2.8.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
  - 2.8.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
  - 2.8.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

### Modulo 3. Direzione commerciale

- 3.1. Negoziazione commerciale
  - 3.1.1. Intelligenza emotiva nella negoziazione e nella vendita
  - 3.1.2. Motivazione personale ed empatia
  - 3.1.3. Sviluppo delle capacità di negoziazione
- 3.2. Fondamenti di direzione commerciale
  - 3.2.1. Analisi interna ed esterna. SWOT
  - 3.2.2. Analisi di settore e competitiva
  - 3.2.3. Modello CANVAS
- 3.3. Presa di decisioni nella gestione commerciale
  - 3.3.1. Strategia commerciale e strategia competitiva
  - 3.3.2. Modelli di presa di decisioni
  - 3.3.3. Analitica e strumenti per la presa di decisioni

- 3.4. Direzione e gestione della rete di vendite
  - 3.4.1. Pianificazione della campagna vendite
  - 3.4.2. Reti al servizio dell'attività commerciale
  - 3.4.3. Politiche di selezione e formazione di venditori
  - 3.4.4. Sales Management.
- 3.5. Attuazione della funzione commerciale
  - 3.5.1. Contratto commerciale.
  - 3.5.2. Controllo dell'attività commerciale
  - 3.5.3. Il codice deontologico dell'agente commerciale
- 3.6. Gestione finanziaria e di budget
  - 3.6.1. Scheda di valutazione completa
  - 3.6.2. Controllo del piano annuale di vendite
  - 3.6.3. Impatto finanziario delle decisioni strategiche

### Modulo 4. Ricerche di mercato

- 4.1. Nuovo contesto competitivo
  - 4.1.1. Innovazione tecnologica e impatto economico
  - 4.1.2. Società della conoscenza
  - 4.1.3. Il nuovo profilo del consumatore
- 4.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa
  - 4.2.1. Variabili e scale di misura
  - 4.2.2. Fonti di Informazione
  - 4.2.3. Tecniche di campionatura
  - 4.2.4. Trattamento e analisi dei dati
- 4.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa
  - 4.3.1. Tecniche dirette: Focus Group
  - 4.3.2. Tecniche antropologiche
  - 4.3.3. Tecniche indirette
  - 4.3.4. Two face mirror e metodo Delphi

- 4.4. Ricerche di mercato online
  - 4.4.1. Strumenti di ricerca quantitativa nei mercati online
  - 4.4.2. Strumenti di ricerca qualitativa e dinamiche dei clienti
  - 4.4.3. Analisi e interpretazione dei dati ottenuti
- 4.5. Segmentazione dei mercati
  - 4.5.1. Tipologia di mercato
  - 4.5.2. Concetto e analisi della domanda
  - 4.5.3. Segmentazione e criteri
  - 4.5.4. Definizione di pubblico obiettivo
- 4.6. Tipi di comportamento di acquisto
  - 4.6.1. Comportamento complesso.
  - 4.6.2. Comportamento riduttivo di discordanza
  - 4.6.3. Comportamento di ricerca varia
  - 4.6.4. Comportamento abituale di acquisto
- 4.7. Sistemi informativi nella Direzione Commerciale
  - 4.7.1. Approccio concettuale del sistema informativo nella Direzione Commerciale
  - 4.7.2. Data Warehouse and Data Mining
  - 4.7.3. Sistemi informativi geografici
- 4.8. Gestione di progetti di ricerca
  - 4.8.1. Strumenti di analisi informative
  - 4.8.2. Sviluppo del piano di gestione di prospettive
  - 4.8.3. Valutazione di affidabilità dei progetti
- 4.9. Marketing intelligence applicato alla gestione commerciale
  - 4.9.1. Big Data
  - 4.9.2. Esperienza dell'utente
  - 4.9.3. Applicazione di tecniche
- 4.10. Agenzie, mezzi e canali online
  - 4.10.1. Agenzie integrali, creative e online
  - 4.10.2. Mezzi tradizionali e nuovi mezzi
  - 4.10.3. Canali online
  - 4.10.4. Altri attori digitali



## Modulo 5. Pianificazione della campagna vendite

- 5.1. Analisi della lista clienti
  - 5.1.1. Pianificazione clienti
  - 5.1.2. Classificazione clienti
- 5.2. Segmentazione commerciale
  - 5.2.1. Analisi dei canali di distribuzione, aree di vendita e prodotti
  - 5.2.2. Preparazione di aree commerciali
  - 5.2.3. Realizzazione del piano di appuntamenti
- 5.3. Selezione dei clienti obiettivo (CRM)
  - 5.3.1. Design di un e-CRM
  - 5.3.2. Coinvolgimento e limitazioni del RGPD
  - 5.3.3. Orientamento al consumatore
  - 5.3.4. Pianificazione 1 to 1
- 5.4. Gestione dei Conti Chiave
  - 5.4.1. Identificazione dei Conti Chiave
  - 5.4.2. Benefici e Rischi del Key Account Manager
  - 5.4.3. Sales & Key Account Management
  - 5.4.4. Fasi dell'azione strategica del KAM
- 5.5. Previsione delle vendite
  - 5.5.1. Previsione aziendale e vendite
  - 5.5.2. Metodi di previsione delle vendite
  - 5.5.3. Applicazione pratiche della previsione delle vendite
- 5.6. Fissaggio di obiettivi vendita
  - 5.6.1. Coerenza di obiettivi aziendali, commerciali e di vendita
  - 5.6.2. Programmazione di obiettivi e budget dettagliati
  - 5.6.3. Distribuzione di obiettivi per unità di attività commerciale
  - 5.6.4. Obiettivi di vendita e partecipazione

- 5.7. Quota vendite e fissaggio
  - 5.7.1. Quote di attività
  - 5.7.2. Quote di volume e rendimento
  - 5.7.3. Quote di partecipazione
  - 5.7.4. Quote economiche e finanziarie
  - 5.7.5. La stagionalità e le quote
- 5.8. Piano di contingenza
  - 5.8.1. Sistemi informativi e controllo vendite
  - 5.8.2. Quadro di controllo
  - 5.8.3. Misure correttive e piani di contingenza

## Modulo 6. Organizzazione commerciale e di team di vendite

- 6.1. Organizzazione commerciale
  - 6.1.1. Introduzione all'organizzazione commerciale
  - 6.1.2. Strutture commerciali più tipiche
  - 6.1.3. Organizzazioni di delegazioni
  - 6.1.4. Sviluppo di modelli organizzativi commerciali
- 6.2. Organizzazione della rete di vendite
  - 6.2.1. Organigramma del dipartimento
  - 6.2.2. Progettazione della rete di vendite
  - 6.2.3. Contesto multicanale
- 6.3. Analisi di mercato interno
  - 6.3.1. Definizione di Catena di Servizio
  - 6.3.2. Analisi di qualità di servizio
  - 6.3.3. Benchmarking del prodotto
  - 6.3.4. Fattori chiave di successo dell'attività
- 6.4. Strategie di vendita
  - 6.4.1. Metodi di vendite
  - 6.4.2. Strategie di ricerca
  - 6.4.3. Strategie di servizi
- 6.5. Go-to-market strategy
  - 6.5.1. Channel management
  - 6.5.2. Vantaggi competitivi
  - 6.5.3. Forza vendita

- 6.6. Controllo dell'attività commerciale
  - 6.6.1. Principali rapporti e metodi di controllo
  - 6.6.2. Strumenti di supervisione
  - 6.6.3. Metodologia del Balanced Scorecard
- 6.7. Organizzazione del servizio di assistenza post-vendita
  - 6.7.1. Azioni post-vendita.
  - 6.7.2. Relazioni con il cliente
  - 6.7.3. Autoanalisi e miglioramento
- 6.8. Revisione commerciale
  - 6.8.1. Possibili linee di intervento
  - 6.8.2. Audit commerciale Express
  - 6.8.3. Valutazione strategica del team
  - 6.8.4. Valutazione della politica di marketing
- 7.5. Coaching personale e intelligenza emotzionale
  - 7.5.1. Intelligenza emotzionale applicata alle tecniche di vendita
  - 7.5.2. Autoaffermazione, empatia e ascolto attivo
  - 7.5.3. Autostima e linguaggio emotzionale
  - 7.5.4. Intelligenze multipli
- 7.6. Motivazione
  - 7.6.1. La natura della motivazione
  - 7.6.2. Teoria delle aspettative
  - 7.6.3. Teoria dei bisogni
  - 7.6.4. Motivazione e compensazione economica
- 7.7. Remunerazione delle reti vendita
  - 7.7.1. Sistemi di remunerazione
  - 7.7.2. Sistemi di incentivi e compensazione
  - 7.7.3. Distribuzione dei concetti di salario
- 7.8. Compensazione e benefici non economici
  - 7.8.1. I programmi di qualità di vita nel lavoro
  - 7.8.2. Ampliamento e arricchimento del posto di lavoro
  - 7.8.3. Flessibilità di orari e lavoro condiviso

## Modulo 7. Selezione, formazione e coaching della rete di vendite

- 7.1. Gestione del Capitale Umano
  - 7.1.1. Capitale intellettuale. Il bene immateriale della conoscenza
  - 7.1.2. Talent acquisition
  - 7.1.3. La prevenzione della perdita delle risorse umane
- 7.2. Selezione del team di vendite
  - 7.2.1. Azioni di reclutamento
  - 7.2.2. Profili di venditori
  - 7.2.3. Colloquio.
  - 7.2.4. Piano di accoglienza
- 7.3. Formazione di venditori di alto livello
  - 7.3.1. Piano educativo
  - 7.3.2. Caratteristiche e attività del venditore
  - 7.3.3. Formazione e gestione di team di alto rendimento
- 7.4. Gestione della formazione
  - 7.4.1. Le teorie di apprendimento
  - 7.4.2. Individuazione e mantenimento dei talenti
  - 7.4.3. Gamification e gestione dei talenti
  - 7.4.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale
- 8.1. Sviluppo del processo di vendita
  - 8.1.1. Metodologia nel processo di vendita
  - 8.1.2. Ricerca di attenzione e argomentazione
  - 8.1.3. Obiettivi e dimostrazione
- 8.2. Preparazione dell'appuntamento commerciale
  - 8.2.1. Studio della scheda cliente
  - 8.2.2. Introduzione di obiettivi di vendita al cliente
  - 8.2.3. Preparazione al colloquio
- 8.3. Realizzazione dell'appuntamento commerciale
  - 8.3.1. Presentazione al cliente
  - 8.3.2. Determinazione dei bisogni
  - 8.3.3. Argomentazione

## Modulo 8. Processo dell'attività commerciale

- 8.4. Psicologia e tecniche di vendita
  - 8.4.1. Nozioni di psicologia applicata alla vendita
  - 8.4.2. Tecniche per migliorare la comunicazione verbale e non verbale
  - 8.4.3. Fattori di influenza nella condotta del consumatore
- 8.5. Negoziazione e chiusura della vendita
  - 8.5.1. Fasi di negoziazione
  - 8.5.2. Tattiche di negoziazione
  - 8.5.3. Chiusura e impegno del cliente
  - 8.5.4. Analisi della visita commerciale
- 8.6. Il processo di fidelizzazione
  - 8.6.1. Conoscenza esaustiva del cliente
  - 8.6.2. Il processo commerciale da seguire con il cliente
  - 8.6.3. Il valore del cliente per l'impresa
- 9.5. Aree del CRM management
  - 9.5.1. Customer Service.
  - 9.5.2. Gestione della Forza di Vendita
  - 9.5.3. Attenzione al cliente
- 9.6. Marketing consumer centric
  - 9.6.1. Segmentazione
  - 9.6.2. Analisi di rendimento
  - 9.6.3. Strategie per fidelizzare il cliente
- 9.7. Tecniche di CRM management
  - 9.7.1. Marketing diretto.
  - 9.7.2. Integrazione multicanale
  - 9.7.3. Marketing virale
- 9.8. Vantaggio e pericoli da implementare CRM
  - 9.8.1. CRM, vendite e costi
  - 9.8.2. Soddisfazione e lealtà del cliente
  - 9.8.3. Implementazione tecnologica.
  - 9.8.4. Errori strategici e di gestione

## Modulo 9. Customer relationship management

- 9.1. Conoscenza del mercato e del consumatore
  - 9.1.1. Open innovation
  - 9.1.2. Intelligenza Competitiva
  - 9.1.3. Share economy
- 9.2. CRM e marketing relazionale
  - 9.2.1. Filosofia aziendale o orientamento strategico
  - 9.2.2. Identificazione e differenziazione del cliente
  - 9.2.3. L'impresa e i suoi stakeholders
  - 9.2.4. Clienting
- 9.3. Database marketing e customer relationship management
  - 9.3.1. Applicazioni del database marketing
  - 9.3.2. Leggi e regolamento
  - 9.3.3. Fonti di informazione, conservazione e processo
- 9.4. Psicologia e comportamento del consumatore
  - 9.4.1. Lo studio del comportamento del consumatore
  - 9.4.2. Fattori interni ed esterni del consumatore
  - 9.4.3. Processo decisionale del consumatore
  - 9.4.4. Consumismo, società, marketing ed etica

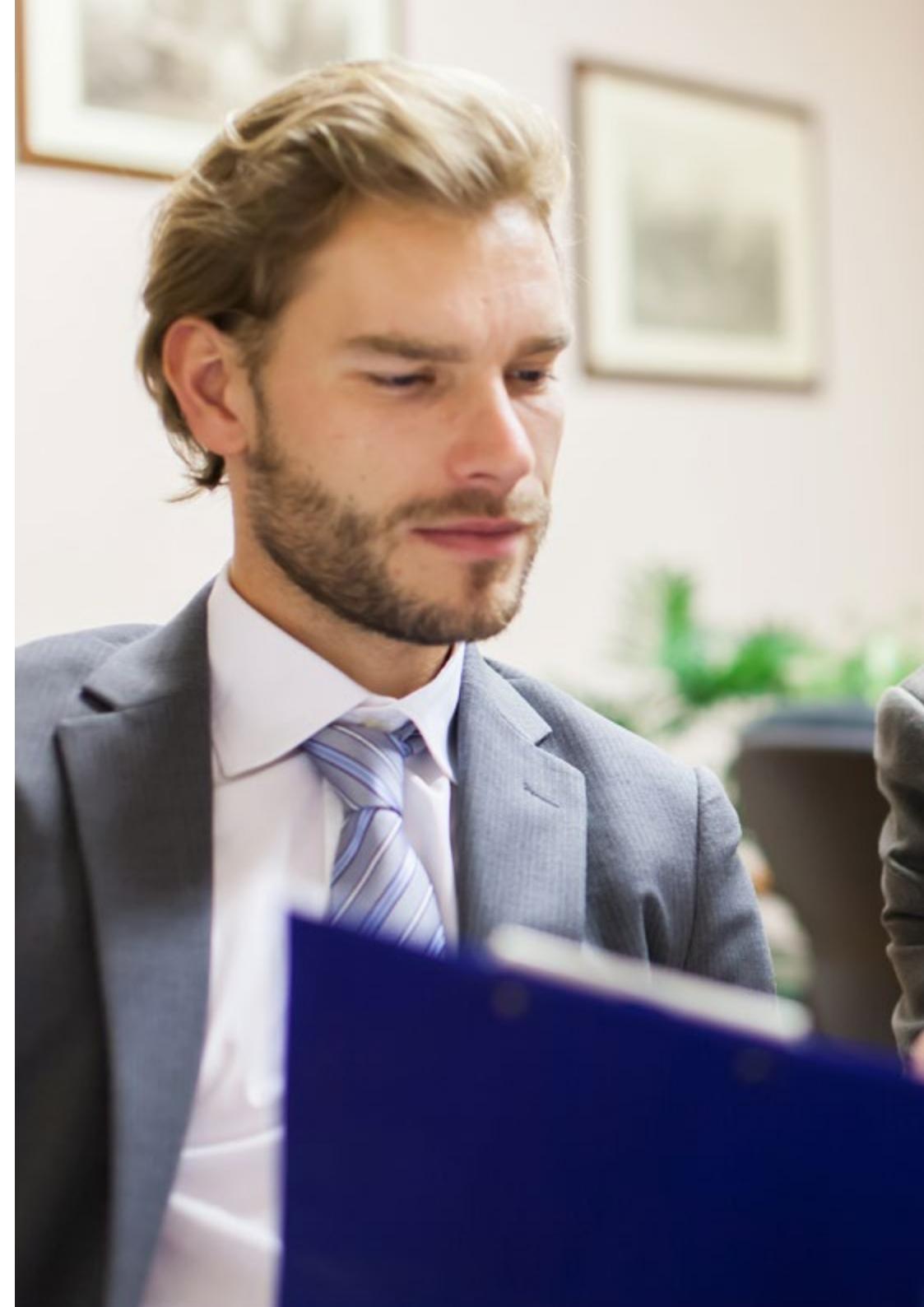
## Modulo 10. Integrazione dei canali online nella strategia commerciale

- 10.1. Digital e-commerce management
  - 10.1.1. Nuovi modelli di e-commerce
  - 10.1.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
  - 10.1.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce
- 10.2. Implementazione di tecniche ecommerce
  - 10.2.1. Social media e integrazione nell'e-commerce
  - 10.2.2. Strategia multichannel
  - 10.2.3. Personalizzazione della dashboard
- 10.3. Digital pricing
  - 10.3.1. Metodi e canali di pagamento online
  - 10.3.2. Promozioni elettroniche
  - 10.3.3. Timer digitale di prezzi
  - 10.3.4. e-auctions

- 10.4. Dall' e-commerce al m-commerce e s-commerce
  - 10.4.1. Modelli di business di e-marketplaces
  - 10.4.2. *S-Commerce ed esperienza di marchio*
  - 10.4.3. Acquisto mediante dispositivi mobili
- 10.5. *Customer intelligence: dall'e-CRM al s-CRM*
  - 10.5.1. Integrazione del consumatore nella catena di valore
  - 10.5.2. Tecniche di indagine e fidelizzazione online
  - 10.5.3. Pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente
- 10.6. Gestione di comunità virtuali: community management
  - 10.6.1. Cambi nei paradigmi di comunicazione
  - 10.6.2. Business intelligence e consumatore 2.0
  - 10.6.3. Gestione di reti e comunità
  - 10.6.4. Gestione dei contenuti nei Social Media
  - 10.6.5. Monitoraggio, analisi e risultati nei Social Media
- 10.7. Social media plan
  - 10.7.1. Progettazione di un piano di social media
  - 10.7.2. Definizione della strategia da seguire in ogni mezzo
  - 10.7.3. Protocollo di contingenza in caso di crisi
- 10.8. Web analytics e social media intelligence
  - 10.8.1. Stabilire gli obiettivi e i KPI
  - 10.8.2. ROI nel marketing online
  - 10.8.3. Visualizzazione e interpretazione di dashboard

**Modulo 11. Commercio e marketing internazionale**

- 11.1. La ricerca di mercati internazionali
  - 11.1.1. Emerging Markets Marketing
  - 11.1.2. Analisi PEST
  - 11.1.3. Cosa, come e dove esportare?
  - 11.1.4. Strategie di marketing-mix internazionale
- 11.2. Segmentazione internazionale
  - 11.2.1. Criteri per la segmentazione di mercati a livello internazionale
  - 11.2.2. Nicchie di mercato
  - 11.2.3. Strategie di segmentazione internazionale





- 11.3. Posizionamento internazionale
  - 11.3.1. Branding in mercati internazionali
  - 11.3.2. Strategie di posizionamento nei mercati internazionali
  - 11.3.3. Marche globali, regionali e locali
- 11.4. Strategie di prodotto nei mercati internazionali
  - 11.4.1. Modificazione, adattamento e diversificazione dei prodotti
  - 11.4.2. Prodotti standardizzati globali
  - 11.4.3. Il portafoglio prodotti
- 11.5. Prezzi ed esportazione
  - 11.5.1. Calcolo dei prezzi di esportazione
  - 11.5.2. Incoterms
  - 11.5.3. Strategia internazionale del prezzo
- 11.6. Qualità nel commercio internazionale
  - 11.6.1. Qualità e il commercio internazionale
  - 11.6.2. Le norme e i certificati
  - 11.6.3. Il marchio CE
- 11.7. Promozione e livello internazionale
  - 11.7.1. Il MIX di promozione internazionale
  - 11.7.2. Advertising e pubblicità
  - 11.7.3. Fiere internazionali
  - 11.7.4. Marchio del Paese
- 11.8. Distribuzione mediante canali internazionali
  - 11.8.1. Channel and Trade Marketing
  - 11.8.2. Consorzi di esportazione
  - 11.8.3. Tipo di esportazione e commercio esterno

“

*Potenzia la tua carriera professionale con un insegnamento olistico, che ti permette di progredire sia dal punto di vista teorico che pratico”*

06

# Tirocinio

Dopo aver superato la parte teorica online, il professionista sarà pronto a iniziare il tirocinio presso un'azienda di prestigio. Avrà l'opportunità di mettere alla prova le sue competenze e le sue conoscenze, preparandosi ad affrontare qualsiasi situazione futura.

66

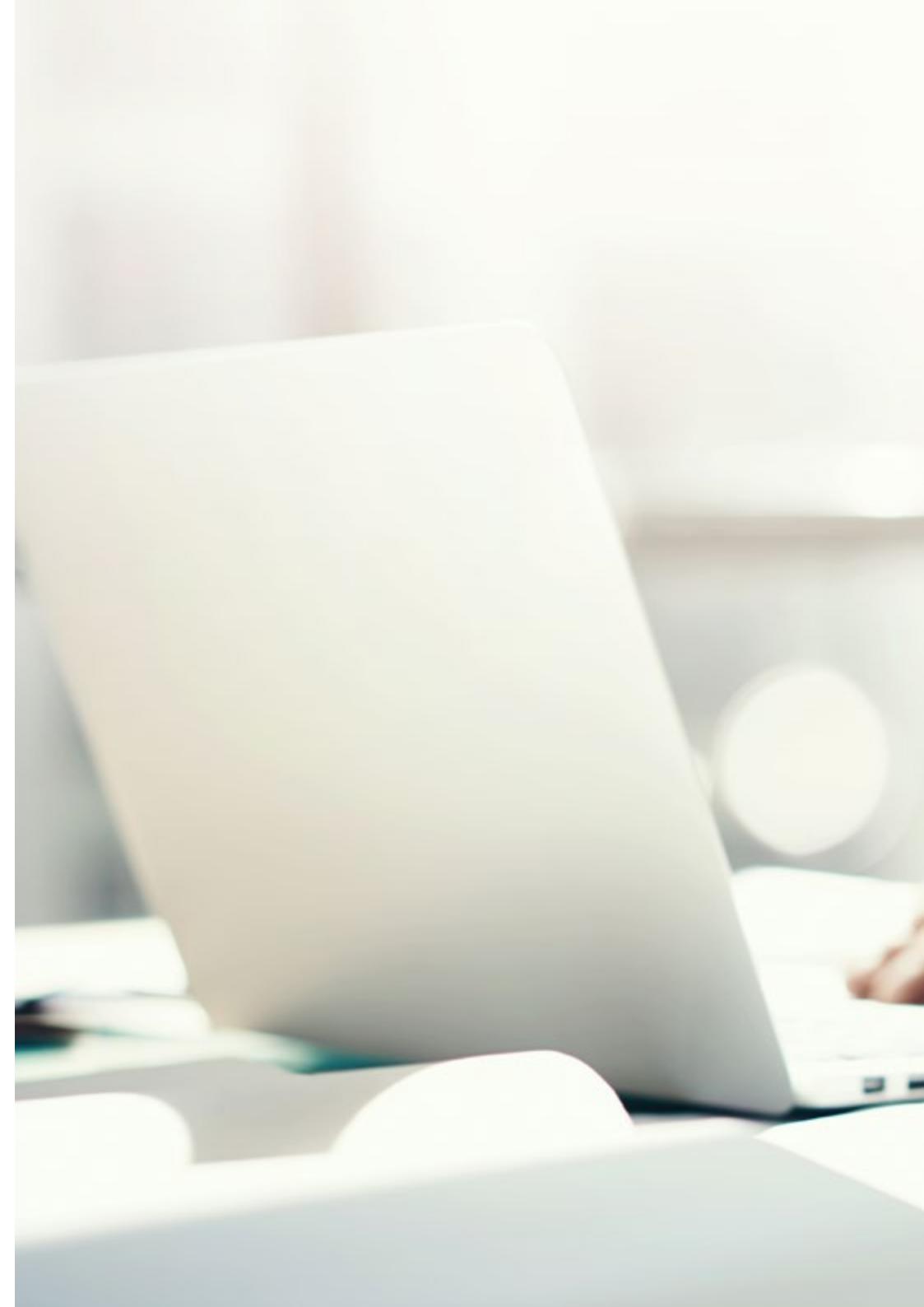
*Aggiornati sugli sviluppi nel processo  
di vendita grazie a questo Master  
Semipresenziale in Commercial and  
Sales Management”*

La fase pratica sarà senza dubbio il tocco finale di un percorso accademico che si conclude con questo tirocinio intensivo. Questo corso in Commercial and Sales Management prevede un tirocinio di 3 settimane presso un'azienda di prestigio in questo ambito. Dal lunedì al venerdì lo studente si troverà al fianco di professionisti specializzati in questo settore, per poter toccare con mano i progressi più rilevanti nella pianificazione e nell'attuazione di strategie commerciali.

Tutto questo in un contesto esclusivo, all'interno di un'azienda di primo livello e con i migliori specialisti. Il professionista avrà un ruolo attivo, collaborando nello svolgimento di attività quali sviluppare azioni incentrate sulla logistica, sulla gestione del capitale umano o sulla realizzazione di piani di visite commerciali.

TECH offre un corso efficace in risposta ai professionisti che vogliono crescere nel proprio ambito, grazie a un tirocinio in cui potranno vedere come svolgere il lavoro quotidiano del personale incaricato di dirigere l'importante gestione commerciale e delle vendite, da una prospettiva locale, nazionale e internazionale. Un nuovo modo di potenziare le competenze dei professionisti.

La fase pratica prevede la partecipazione attiva dello studente che svolgerà le attività e le procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con l'accompagnamento e la guida del personale docente e degli altri compagni di corso che facilitano il lavoro di squadra e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per l'attività di Commercial and Sales Management (imparare a essere e imparare a relazionarsi).





Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica del corso e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro dell'azienda stessa; le attività proposte sono le seguenti:

Modulo	Attività Pratica
Logistica e gestione economica	Analizzare la concorrenza con un'analisi comparativa
	Collaborare nella gestione degli stock, dei magazzini e del rifornimento, dirigendo la logistica degli acquisti
	Offrire assistenza nel servizio post-vendita
	Analizzare e prevedere la domanda per la logistica
	Contribuire nella pianificazione delle vendite
Direzione commerciale	Effettuare analisi SWOT, settoriali e competitive
	Collaborare nella progettazione della campagna vendita
	Controllare l'attività commerciale
	Offrire assistenza nel controllo del piano annuale di vendite
Organizzazione commerciale e del team di vendite	Collaborare nell'organizzazione della rete di vendite secondo l'organigramma dei dipartimenti
	Analizzare la qualità di servizio
	Applicare le strategie di reclutamento e di assistenza alle vendite
	Utilizzare strumenti di supervisione per il controllo dell'attività commerciale
	Eseguire il metodo del <i>balanced scorecard</i> e delle azioni post-vendita
Integrazione dei canali digitali nella strategia commerciale	Prendere parte all'équipe che progetta la pianificazione e lo sviluppo di un piano strategico di e-commerce
	Contribuire alla pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente
	Monitorare e analizzare i risultati della strategia commerciale nei social media
	Collaborare nella progettazione di un piano di social media
Processo dell'attività commerciale	Preparare una visita commerciale, dopo aver effettuato la ricerca del cliente e la preparazione al colloquio
	Realizzare le strategie di negoziazione e chiusura della vendita
	Applicare nozioni di psicologia nel processo della vendita
	Effettuare un'analisi finale della visita commerciale

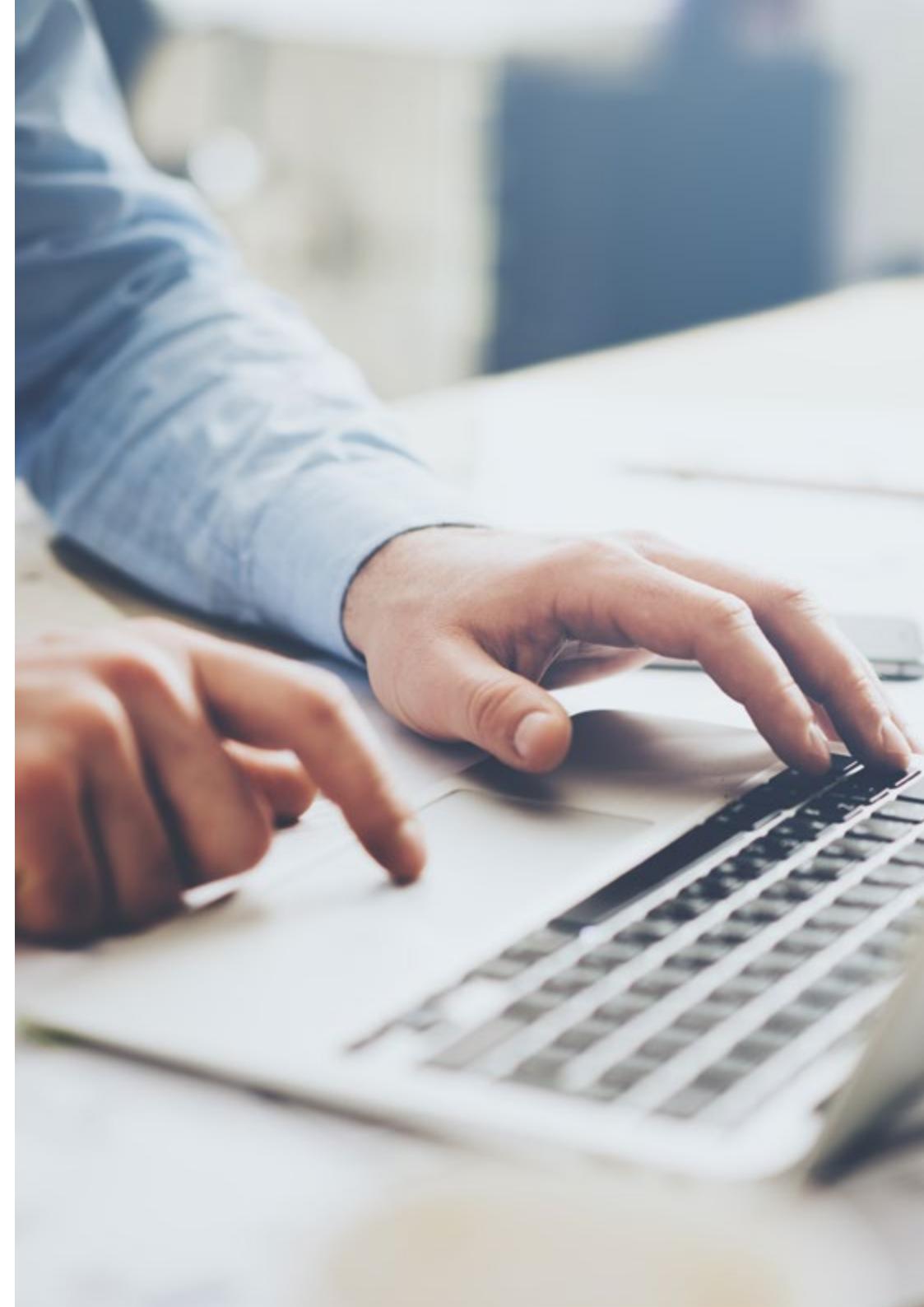
## Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda.

All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa istituzione educativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità che possa insorgere durante la permanenza presso il centro di tirocinio.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. Grazie a questa garanzia, il professionista si sentirà privo di ogni tipo di preoccupazione nel caso di eventuali situazioni impreviste che possano sorgere durante il tirocinio e potrà godere di una copertura assicurativa fino al termine dello stesso.



## Condizioni generali del tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

**1. TUTORAGGIO:** durante il Master Semipresenziale agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, allo studente verrà assegnato anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e fornendogli tutto ciò di cui potrebbe aver bisogno. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

**2. DURATA:** il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

**3. MANCATA PRESENTAZIONE:** in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Master Semipresenziale, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

**4. CERTIFICAZIONE:** lo studente che supererà il Master Semipresenziale riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

**5. RAPPORTO DI LAVORO:** il Master Semipresenziale non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo.

**6. STUDI PRECEDENTI:** alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Master Semipresenziale. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

**7. NON INCLUDE:** il Master Semipresenziale non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

07

## Dove posso svolgere il Tirocinio?

Con l'obiettivo di fornire all'alunno un'esperienza unica nello sviluppo delle sue abilità, TECH offre l'opportunità di mettere in pratica le conoscenze teoriche acquisite sul Commercial and Sales Management presso un'azienda specializzata. Avrà così modo di specializzarsi insieme a professionisti esperti, elevando la sua carriera ad alti livelli. Il nostro istituto si adatta alle esigenze e alle preferenze dello studente, permettendogli di scegliere la destinazione più adatta alle sue necessità.



66

*Impara dai migliori professionisti.  
Svolgi questo tirocinio e aumenta le  
tue possibilità occupazionali”*



Gli studenti potranno svolgere il tirocinio di questo Master Semipresenziale presso i seguenti centri:



## Dorsia Santa Engracia

Paese Città  
Spagna Madrid

Indirizzo: Calle de Sta Engracia,  
153, 28003 Madrid

Clinica specializzata in Medicina Estetica, Chirurgia Plastica  
e Riparatoria

### Ambiti pratici di competenza:

- Direzione Commerciale e Vendite
    - Medicina Estetica



OVB Donostia

Paese Città  
Spagna Gipuzko

Indirizzo: Calle Portuetxe 37, 1- Oficina 8, San Sebastián, 20018

OVB España, fondata nel 2002 si concentra su una pianificazione finanziaria completa e a lungo termine, si rivolge principalmente ai clienti privati



[ultimafiesta.com](http://ultimafiesta.com)

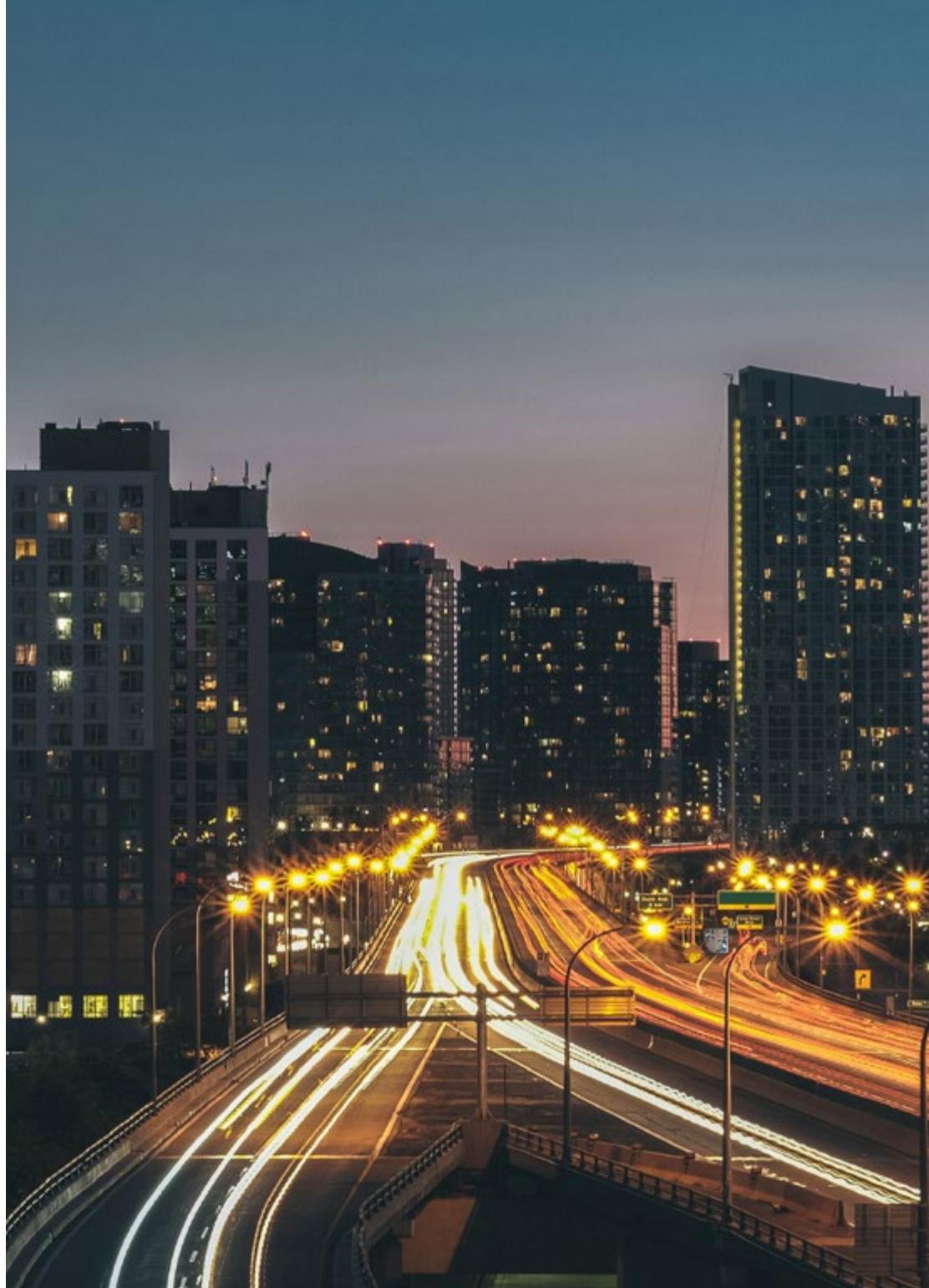
Paese Città  
Spagna León

Indirizzo: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

Persone che vogliono dare dignità e celebrare la vita  
al momento della morte

### Ambiti pratici di competenza:

- Organizzazione di Eventi
  - Direzione Commerciale e Vendite



**Business School****Innovación Gráfica**

Paese Città  
Messico Città del Messico

Indirizzo: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col Obrera, CP. 06800, CDMX

Società specializzata in marketing e architettura commerciale

**Ambiti pratici di competenza:**  
- Direzione Commerciale e Vendite  
- MBA in Marketing Digitale

**Business School****Gaming Partners**

Paese Città  
Messico Città del Messico

Indirizzo: Poniente 75 Col. 16 de septiembre Alcaldía Miguel Hidalgo

Azienda specializzata nel Gaming Marketing e sviluppo di videogiochi

**Ambiti pratici di competenza:**  
Gestione delle Risorse Umane  
- Direzione Commerciale e Vendite

**Business School****Coppel**

Paese Città  
Messico Sinaloa

Indirizzo: Repùblica 2855 Los Alamos, Col. Recursos Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Azienda specializzata in servizi finanziari e di consulenza

**Ambiti pratici di competenza:**  
- MBA in Marketing Digitale  
Disegno grafico

**Business School****CBM Innovación en Estrategias SAS**

Paese Città  
Messico Città del Messico

Indirizzo: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro, 56100 Texcoco, Edo. de Méx.

Società specializzata in promozione commerciale digitale e offline

**Ambiti pratici di competenza:**  
- MBA in Marketing Digitale  
- MBA in Business Intelligence Management

**Business School****Frsko Marketing**

Paese Città  
Messico Città del Messico

Indirizzo: Av. Marina Nacional 385-Piso 6, Oficina 610, Verónica Anzúres, Miguel Hidalgo, 11370, CDMX, México

Impresa specializzata in Digital Marketing , branding e comunicazione

**Ambiti pratici di competenza:**  
- MBA in Marketing Management (CMO, Chief Marketing Officer)  
- Direzione Commerciale e Vendite



### Veterinaria UCLE

Paese Città  
Argentina Cordoba

Indirizzo: Maestro Vidal 1600, X5001 Córdoba,  
Argentina

Centro veterinario specializzato in ricoveri ed emergenze

---

**Ambiti pratici di competenza:**

- Direzione Commerciale e Vendite
- Chirurgia Veterinaria di Animali di Piccola Taglia



### Lo Bruno Estructuras S.A.

Paese Città  
Argentina Santiago del Estero

Indirizzo: Fray L. Beltrán y 1º Teniente  
Ardiles. Parque Industrial- La Banda, Santiago  
del Estero

Azienda specializzata nella produzione di  
materiali da costruzione

---

**Ambiti pratici di competenza:**

- Direzione Commerciale e Vendite
- Ingegneria Civile e delle Infrastrutture





Dove posso svolgere il Tirocinio? | 41 **tech**



### Web Experto

Paese Città  
Argentina Santa Fe

Indirizzo: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso  
Oficina 17, Rosario, Santa Fe

Impresa di gestione digitale e orientamento web

---

**Ambiti pratici di competenza:**

- Direzione Commerciale e Vendite
- MBA in Marketing Digitale



### Business School

Paese Città  
Argentina Città Autonoma di Buenos Aires

Indirizzo: Ruiz Huidobro 4771 Saavedra,  
Ciudad de Buenos Aires

Clinica Veterinaria Panda, con 25 anni di esperienza e con 5 sedi distribuite nella Città di Buenos Aires

---

**Ambiti pratici di competenza:**

- Medicina Interna per Animali di Piccola Taglia
- Medicina Veterinaria d'Urgenza per Animali di Piccola Taglia

08

# Direzione del corso

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo deve essere quindi la crescita professionale. A questo proposito, mettiamo tutti i nostri strumenti a tua disposizione affinché tu possa acquisire la specializzazione di cui hai bisogno.



66

*Vogliamo aiutarti a raggiungere il  
cambiamento professionale che stai  
cercando e, a tal fine, ti offriamo un  
programma di qualità al miglior prezzo”*

## Direttore Ospite Internazionale

Il Dott. Aric Rindfleisch è una figura di spicco a livello internazionale nel campo del Marketing e dell'innovazione. Si dedica anche alla ricerca in settori chiave come la stampa 3D, lo sviluppo di nuovi prodotti e i valori dei consumatori.

Ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di Presidente del Marketing e CEO dell'Illinois MakerLab, il primo laboratorio di stampa 3D della Business School al mondo. Qui si è concentrato sul fornire a docenti e studenti le conoscenze e le risorse necessarie per essere all'avanguardia nell'emergente Movimento Maker, insegnando agli utenti come progettare, produrre e commercializzare oggetti fisici.

La sua carriera professionale è stata caratterizzata da un'eccezionale dedizione e da un'ampia esperienza in diversi settori. Ad esempio, ha lavorato nell'Account Management di J. Walter Thompson Japan, un'esperienza che gli ha permesso di conoscere a fondo il mondo degli affari e le dinamiche di mercato. Ha inoltre lavorato nell'amministrazione ospedaliera del Connecticut Valley Hospital, dove ha acquisito utilissime capacità di gestione e leadership.

Ma il suo contributo va oltre la ricerca, poiché ha svolto un ruolo importante nell'editoria, facendo parte del comitato editoriale e della redazione di rinomate riviste di marketing, psicologia del consumo e gestione della catena di approvvigionamento. La sua eccellenza nell'insegnamento è stata riconosciuta con diversi premi, tra cui l'inserimento nella lista dei "Top 300 Professors" d'America stilata da The Princeton Review.

Senza dubbio, il Dott. Rindfleisch ha lasciato un segno indelebile nella comunità globale. Ha infatti pubblicato numerosi articoli su riviste accademiche di fama internazionale, affrontando temi rilevanti e di attualità nel campo del Marketing.



## Dr. Rindfleisch, Aric

- Presidente del Marketing e Direttore esecutivo presso l'Illinois MakerLab, Urbana-Champaign, USA
- Assistente del responsabile della pubblicità presso J. Walter Thompson Giappone
- Assistente all'amministrazione ospedaliera presso il Connecticut Valley Hospital
- Dottorato di ricerca presso l'Università del Wisconsin-Madison
- M.B.A. presso la Cornell University
- Laurea in Scienze presso la Connecticut State University
- Editore associato a:
  - Rivista di Gestione della Catena di Fornitura
  - Rivista di Gestione dell'Innovazione di Prodotto
- Membro del Comitato Editoriale di:
  - Rivista dell'Accademia delle Scienze del Marketing
  - Rivista di Psicologia dei Consumatori
  - Rivista di Politica Pubblica e Marketing
  - Lettere di Marketing
  - Rivista dell'Accademia di Scienze del Marketing

“

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

08

# 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

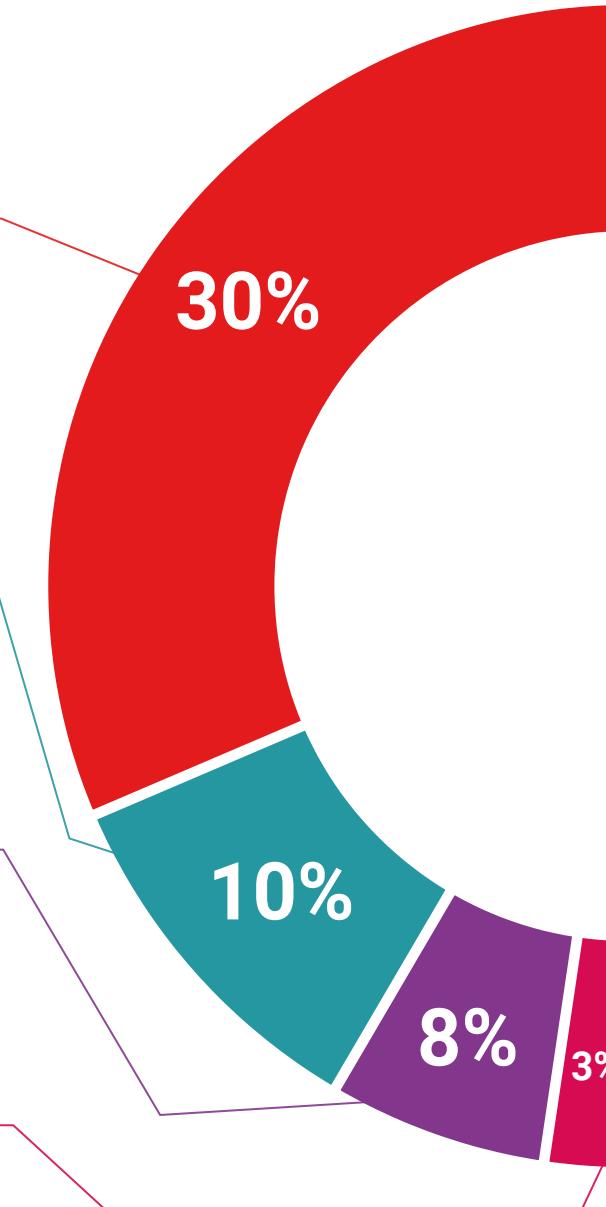
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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.

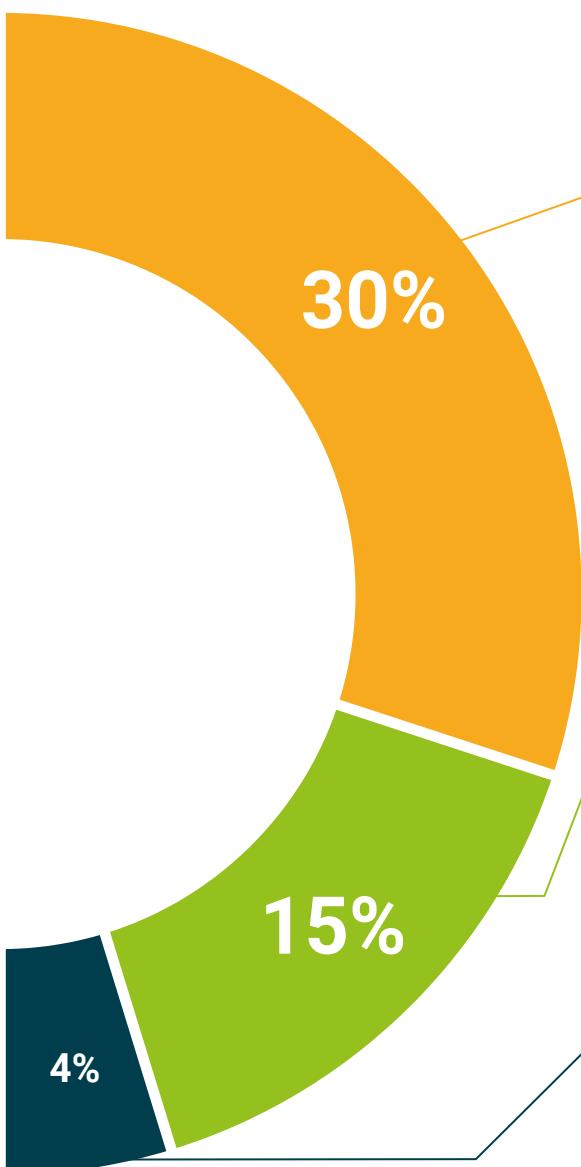


30%

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.



09

# Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in Commercial and Sales Management garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Global University.



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 di **Master Semipresenziale in Commercial and Sales Management** 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 Semipresenziale in Commercial and Sales Management**

**Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

**Durata: 12 mesi**

**Crediti: 60 + 4 ECTS**





# Master Semipresenziale

## Commercial and Sales Management

