

Master Semipresenziale

MBA in Business Intelligence Management



tech università
tecnologica

Master Semipresenziale MBA in Business Intelligence Management

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620 o.

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-mba-business-intelligence-management

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 16

05

Direzione del corso

pag. 20

06

Strutturazione
del programma

pag. 26

07

Tirocinio

pag. 36

08

Dove posso svolgere
il Tirocinio?

pag. 42

09

Metodologia

pag. 48

10

Titolo

pag. 56

01

Presentazione

L'uso efficiente dei dati attualmente presenti su internet è l'arma migliore per ottenere il massimo da un'azienda. Conoscere i diversi strumenti per estrarre queste informazioni, analizzarle, avere una visione ampia delle stesse e il coinvolgimento dei diversi dipartimenti di un'azienda saranno le basi che il professionista che desidera guidare un progetto che cerca di progredire dovrà padroneggiare. Questo programma di apprendimento misto fornisce le conoscenze più recenti in questo campo, con contenuti multimediali all'avanguardia nel mondo accademico e un tirocinio che servirà a conoscere in prima persona il lavoro svolto nelle aziende leader della *Business Intelligence*.





“

*Un programma online che ti darà
un'ampia visione dei molteplici business
che possono nascere con l'applicazione
delle tecniche dei Big Data"*

Il leader di un progetto o di una *Start-Up* è molto più che la persona che sa gestire le Risorse Umane della propria azienda, attualmente è la persona che padroneggia questo campo, ma anche i *Big Data*, ovvero il grande volume di informazioni disponibili in rete che, se ben focalizzato, è in grado di fornire un valore incalcolabile all'azienda. Per poter gestire la *Business Intelligence* in azienda è necessario acquisire conoscenze avanzate e aggiornate che possono essere raggiunte con questo Master Semipresenziale.

Questo programma, rivolto principalmente agli ingegneri informatici che desiderano riorientare il proprio lavoro verso il mondo della BI, è che desiderano approfondire le proprie conoscenze, approfondirà il tema della trasformazione aziendale guidata dai dati. L'equipe di docenti specializzati, con una vasta esperienza in aziende digitali, società di consulenza e Marketing, si occuperà di fornire le più recenti conoscenze in questo campo, dove i dati saranno i protagonisti. Verranno presentati i più recenti strumenti tecnologici e le tecniche utilizzate per la loro visualizzazione e analisi, oltre a una visione futura con usi nella realtà virtuale e aumentata e nell'intelligenza artificiale.

Questo insegnamento fornirà casi reali di simulazione che permetteranno agli studenti di trovare una relazione diretta tra il quadro teorico e l'applicazione diretta nel campo professionale. Le normative legali vigenti, le strategie di Marketing o l'ottimizzazione del capitale umano dell'azienda saranno altri dei punti affrontati in questa qualifica, che fornirà ampie conoscenze ai professionisti informatici che desiderano fare un'incursione in questo settore.

Un'ottima opportunità per gli studenti che desiderano non solo acquisire conoscenze, ma anche vivere una vera e propria esperienza professionale, dove poter applicare tutto l'apprendimento ricevuto. Al termine della prima fase del Master Semipresenziale, gli studenti effettueranno un tirocinio in un'azienda rilevante del settore, dove potranno, insieme a professionisti del settore, completare il loro sviluppo nel campo della *Business Intelligence*.

Questo **Master Semipresenziale in MBA in Business Intelligence Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di oltre 100 casi presentati da professionisti area digitale di aziende
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Prevede un modello di business dinamico per sostenere la propria crescita sulle risorse immateriali
- ♦ Analisi delle sessioni del sito web per una migliore comprensione dei tuoi clienti
- ♦ Pianificare la corretta gestione dei dati, la raccolta e la pulizia dei dati in base agli obiettivi aziendali
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Possibilità di svolgere un tirocinio all'interno di uno dei migliori centri specializzati



Questa qualifica offre la flessibilità e la comodità di un accesso 24 ore su 24 a tutti i suoi contenuti multimediali"

“

Svolgi un tirocinio intensivo di 3 settimane in un'azienda leader e vivi un'esperienza che ti farà crescere nell'area del digital business"

In questa proposta di Master Semipresenziale, di natura professionale, il programma è finalizzato all'aggiornamento dei professionisti che sviluppano le loro funzionalità in impresa o che desiderano condurre un progetto, che richiedono un elevato livello di qualificazione. I contenuti sono basati sulle ultime evidenze scientifiche orientati in modo didattico per integrare le conoscenze teoriche nella pratica manageriale, e gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e permetteranno di prendere decisioni nella gestione dei pazienti.

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

Questo Master Semipresenziale ti mostrerà gli strumenti di metrica più comunemente utilizzati oggi nel Digital Marketing.

Hai mai pensato di guidare una Start-up? Ottieni tutte le conoscenze necessarie con questo Master Semipresenziale e qualificati in 12 mesi con esperti di primo piano.



02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Risparmio di costi e di tempo, facilità di consultazione dei dati, nuove opportunità di business, migliore assistenza ai clienti e risultati più affidabili sono alcuni dei vantaggi che la *Business Intelligence* apporta all'ambiente aziendale odierno. Si tratta di una disciplina che ha preso piede negli ambienti di lavoro moderni, impegnati a migliorare le proprie procedure e la propria leadership di mercato. Questo programma semipresenziale rappresenta un'opportunità di apprendimento unica per i professionisti che desiderano andare oltre le conoscenze teoriche e applicare le proprie competenze in un ambiente di lavoro reale. Potrai lavorare per 3 settimane in un'azienda d'avanguardia, a livello nazionale o internazionale, per applicare tutto ciò che hai imparato, 100% online.



“

TECH ti offre l'opportunità unica di imparare al 100% online, ovunque tu sia e con il tuo dispositivo preferito, per poi applicarlo in un ambiente di lavoro reale per 3 settimane. Iscriviti subito e vivi questa esperienza"

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

Le aziende di tutto il mondo applicano la *Business Intelligence* alla loro struttura operativa, per cui esistono addirittura direttori di area che si occupano di guidare il processo, con la padronanza di strumenti avanzati e sistemi all'avanguardia. Questo programma TECH mira a fornire agli studenti la migliore opportunità di applicare quanto appreso nella parte teorica con le metodologie più efficaci e agili attualmente utilizzate in molte organizzazioni.

2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti

Il personale docente che accompagnerà lo specialista durante l'intero tirocinio rappresenta una garanzia di prim'ordine e una garanzia di aggiornamento senza precedenti. TECH nominerà un tutor personale, che accompagnerà lo studente durante tutto il percorso e potrà verificare in prima persona l'efficacia dei metodi implementati attraverso la *Business Intelligence* in azienda. Sarai in grado di incorporare nella tua pratica lavorativa quotidiana le procedure e gli approcci più efficaci per un solido processo decisionale.

3. Entrare in ambienti di gruppo e di prim'ordine

Per lo sviluppo del tirocinio che completa la parte teorica di questo Master Semipresenziale, TECH seleziona attraverso un'analisi esaustiva tutti i centri disponibili a livello nazionale o internazionale. Lo specialista avrà così la garanzia di accedere a un ambiente di lavoro moderno e all'avanguardia, affiancato da professionisti che gli permetteranno di sviluppare nuove competenze umane e professionali. Senza dubbio, un eccellente metodo per imparare facendo.





4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Il professionista comunemente abbandona i tirocini perché troppo densi e impossibili da rispettare, a causa di obiettivi irraggiungibili e irrealistici, o a causa dei tempi imposti e delle metodologie meno efficienti. TECH ha investito in sistemi didattici avanzati e adeguati alle esigenze del professionista di oggi. In soli 12 mesi otterrai questa qualifica che ti darà il profilo curriculare di cui hai bisogno per ottenere i miglioramenti che desideri.

5. Ampliare le frontiere della conoscenza

TECH offre la possibilità di svolgere Tirocini presso centri di importanza internazionale. Lo specialista potrà ampliare le proprie frontiere e mettersi al passo con i migliori professionisti dell'ambiente gestionale delle aziende moderne, con storie di successo grazie all'applicazione della *Business Intelligence* nella loro struttura operativa.

“

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

03

Obiettivi

Lo scopo principale di questo Master Semipresenziale è quello di garantire che il professionista sia in grado di acquisire una profonda conoscenza della *Business Intelligence*, da un punto di vista innovativo e con una visione aziendale unica. Avrai accesso a materiale didattico aggiornato e a un'equipe di docenti specializzati in questo campo che ti aiuteranno a condurre qualsiasi progetto con gli strumenti e le tecniche necessarie per raggiungere il successo.



“

Questo programma ti offre l'opportunità di aggiornare le tue conoscenze sugli strumenti e sui software utilizzati per l'analisi dei dati"



Obiettivo generale

- L'obiettivo generale Master Semipresenziale in MBA in Business *Intelligence Management* è quello di garantire che, al termine dei 12 mesi di questo corso, gli studenti raggiungano una conoscenza completa che li porti ad essere in grado di analizzare i dati esistenti su internet, applicare le tecnologie più recenti e stabilire strategie di business adeguate, in interrelazione con gli altri dipartimenti dell'azienda e nel rispetto delle normative legali vigenti. Il tutto con video riassuntivi, letture specializzate e casi di studio per aiutarti a raggiungere i tuoi obiettivi professionali

“

Questo programma ti mostrerà come gestire i progetti Big Data nel rispetto di tutte le normative legali esistenti”





Obiettivi specifici

- Progettare le possibili applicazioni della *Business Intelligence* (BI) in azienda
- Esaminare soluzioni avanzate ai problemi che possono sorgere nelle aziende, integrando tecniche e metodi studiati
- Sviluppare la visione/prospettiva dell'azienda, la direzione, la gestione, il processo decisionale
- Stabilire una base per l'esplorazione e lo sfruttamento delle informazioni dell'organizzazione (interne ed esterne)
- Analizzare il Digital Marketing, i drive e i tipi di campagne
- Stabilire le migliori pratiche nella gestione dei dati della campagna e analizzare il raggiungimento degli obiettivi della campagna
- Determinare le fasi del ciclo di vita del cliente e la loro relazione con una strategia di Digital Marketing
- Analizzare la visualizzazione dei dati, le sue tipologie e i suoi set
- Identificare i diversi tipi di rappresentazione più comunemente utilizzati nell'analisi dei dati e gli strumenti che esistono per applicarli
- Sviluppare un processo *End to End* per trarre conclusioni dallo sfruttamento delle informazioni
- Analizzare le sessioni del sito web per una migliore comprensione dei tuoi clienti
- Sviluppare competenze relative all'esplorazione e alla modellazione dei dati (con R)
- Identificare i principi che devono guidare il trattamento dei dati personali
- Verificare l'uso-elaborazione dei dati personali nei progetti di *Big Data*
- Valutare e gestire i rischi dei progetti *Big Data* che coinvolgono dati personali
- Determinare quali sono le applicazioni specifiche dell'IA in diversi settori e come vengono utilizzate
- Valutare le conseguenze e i rischi potenziali dell'implementazione delle tecnologie dell'IA
- Stabilire le linee guida appropriate per l'adattamento dell'azienda ai cambiamenti della società
- Proporre un modello di business dinamico per sostenere la propria crescita sulle risorse immateriali

04 Competenze

Dopo aver completato questo Master Semipresenziale in MBA in *Business Intelligence*, Management, il professionista informatico avrà sviluppato nuove competenze e abilità che gli saranno molto utili nella sua carriera professionale, dove sarà in grado di creare progetti da zero o di assumere la leadership di aziende *Start-Up*. Tutto questo mentre si è in grado di prendere le decisioni migliori negli ambienti di BI.





“

Un Master Semipresenziale in cui sarai in grado di gestire un progetto digitale con un'ampia conoscenza dell'analisi dei dati, senza trascurare il capitale umano"



Competenze generali

- Stabilire strategie e prassi di cambiamento per la trasformazione digitale del business attraverso l'applicazione avanzata di tecniche analitiche
- Sviluppare competenze gestionali a livello strategico, organizzativo e di progetto, dal punto di vista della proposta di valore alla progettazione di strategie di trasformazione aziendale
- Presentare un sistema di analisi delle informazioni aziendali di base
- Analizzare le fasi del *Journey* del cliente e il tipo di campagne associate a ciascuna fase
- Sviluppare metriche di raggiungimento degli obiettivi associati a una strategia di marketing digitale e analizzarli in dashboard digitali Sviluppare il concetto di redenzione
- Identificare modelli e tecniche appropriate per problemi noti nell'analisi dei dati
- Presentare il *Coaching* come metodo per migliorare le prestazioni dei nostri dipendenti





Competenze specifiche

- Sviluppare la capacità di trarre conclusioni dopo la pre-elaborazione e la modellazione di un *Dataset*
 - Determinare la migliore combinazione di tecniche per massimizzare la qualità dei risultati
 - Stabilire l'implementazione tecnica di un problema di modellazione facendo uso di linguaggi di programmazione
 - Sviluppare i concetti più importanti relativi alle metriche e alla parametrizzazione
 - Esaminare la configurazione dello strumento Google Analytics
 - Determinare la differenza tra Universal Analytics e Google Analytics 4
 - Valutare le informazioni ottenute dalla misurazione dei dati per ottimizzare la strategia di marketing: fidelizzazione, fedeltà e conversioni
- Determinare i meccanismi per garantire la disponibilità, l'integrità e la riservatezza delle informazioni
 - Analizzare strumenti e metodi per la manipolazione e il migliore utilizzo dei dati, per fornire risultati comprensibili al destinatario finale
 - Rispettare i diritti di protezione dei dati delle persone, nel loro esercizio e la loro tutela
 - Presentare un modello di leadership basato sull'accompagnamento e sul sostegno come evoluzione della tradizionale metodologia autoritaria
 - Sviluppare i concetti della PNL come abilità pratica che assicura i risultati desiderati fissando obiettivi per ogni situazione, affinando mentalmente la capacità di percepire i cambiamenti che si verificano e adattandosi per raggiungere tali risultati



Combinerai teoria e pratica professionale attraverso un approccio educativo impegnativo e gratificante"

05

Direzione del corso

TECH si impegna fedelmente a offrire agli studenti che frequentano tutte le sue qualifiche un'istruzione di qualità alla portata di tutti. Per soddisfare questa premessa, questo Master Semipresenziale ha incluso un'equipe didattica multidisciplinare, in cui il professionista informatico troverà personale docente esperto in Informatica, analista d'Impresa, Sicurezza informatica o Digital Marketing. La vicinanza del personale e le sue conoscenze in questo campo saranno di vitale importanza per i professionisti che desiderano seguire questo programma per progredire nella loro carriera.



“

Un'equipe di docenti multidisciplinari ti fornirà le conoscenze più avanzate in modo che tu sappia condurre qualsiasi progetto digitale con tutti gli strumenti a tua disposizione"

Docente ospite internazionale

Mick Gram è sinonimo di innovazione ed eccellenza nel campo della **Business Intelligence** a livello internazionale. La sua carriera di successo è legata a posizioni di leadership in multinazionali come **Walmart e Red Bull**. È noto anche per la sua visione di **identificare le tecnologie emergenti** che, a lungo termine, hanno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, il dirigente è considerato un **pioniere nell'uso di tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato insiemi complessi, rendendoli accessibili e facilitando il processo decisionale. Questa abilità è diventata il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata da molte organizzazioni che puntano sulla **raccolta di informazioni e sulla generazione di azioni concrete** basate su di esse.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande al mondo nel suo genere, ancorata al cloud per **l'analisi dei Big Data**. Inoltre, ha ricoperto la posizione di **Direttore della Business Intelligence presso Red Bull**, coprendo aree come le **Vendite, la Distribuzione, il Marketing e le Operazioni della Catena di Approvvigionamento**. Il suo team è stato recentemente premiato per la costante innovazione nell'uso della nuova API di Walmart Luminare per gli insights su Shopper e Canale.

In termini di istruzione, il dirigente ha conseguito diversi Master e diplomi post-laurea presso centri prestigiosi come **l'Università di Berkeley** negli Stati Uniti e **l'Università di Copenhagen** in Danimarca. Grazie a questo aggiornamento continuo, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. In questo modo, è stato considerato un **leader nato della nuova economia globale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* presso Walmart Data Café
- Consulente indipendente di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Analista Responsabile presso Nordea
- Consulente Responsabile di *Business Intelligence* presso SAS
- *Executive Education in IA e Machine Learning* presso il College of Engineering della UC Berkeley
- Executive MBA in e-commerce presso l'Università di Copenhagen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenhagen

“

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

Direzione



Dott. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ◆ CEO e CTO presso Prometheus Global Solutions
- ◆ CTO presso Korporate Technologies
- ◆ CTO presso AI Shephers GmbH
- ◆ Consulente e Assessore Aziendale Strategico presso Alliance Medical
- ◆ Direttore di Design e Sviluppo presso DocPath
- ◆ Dottorato in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Dottorato in Economia Aziendale e Finanza conseguito presso l'Università Camilo José Cela
- ◆ Dottorato in Psicologia presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Master in Executive MBA presso l'Università Isabel I
- ◆ Master in Direzione Commerciale e Marketing presso l'Università Isabel I
- ◆ Master in Big Data presso la Formación Hadoop
- ◆ Master in Tecnologie Informatiche Avanzate conseguito presso l'Università di Castiglia - La Mancia
- ◆ Membro: Gruppo di Ricerca SMILE

Personale docente

Dott. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ Analista EMEA presso Amazon Web Services
- ♦ Analista Aziendale per la Gestione del Valore del Cliente presso Vodafone Spagna
- ♦ Responsabile dell'Integrazione dei Servizi di Entelgy presso Telefónica Global Solutions
- ♦ Online Account Manager per i server cloni presso EDM Electronics
- ♦ Responsabile dell'Implementazione di Servizi Internazionali presso Vodafone Global Enterprise
- ♦ Consulente di Soluzioni per Spagna e Portogallo presso Telvent Global Services
- ♦ Busess Analyst nel Sud Europa presso Vodafone Global Enterprise
- ♦ Ingegnere delle Telecomunicazioni presso l'Università Europea di Madrid
- ♦ Master in Big Data e Analytics presso l'Università Internazionale di Valencia

Dott.ssa Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Esperta in Business Analytics e Gestione dei Sistemi Informativi
- ♦ *Product Manager* in Sicurezza Elettronica presso Securitas Direct
- ♦ Responsabile di Progetti dell'Area Integrazione Grandi Clienti presso Correos
- ♦ Analista di Business Intelligence presso Ricopia Technologies
- ♦ Docente di corsi universitari in psicologia
- ♦ Laurea in Ingegneria di Telecomunicazione presso l'Università di Alcalá

Dott.ssa Pedrajas Perabá, María Elena

- ♦ New Technologies and Digital Transformation Consultant en Management Solutions
- ♦ Ricercatrice presso il Dipartimento di Informatica e Analisi Numerica dell'Università di Cordoba
- ♦ Ricercatrice presso il Centro Singolare di Ricerca in Tecnologie Intelligenti di Santiago de Compostela
- ♦ Laurea in Ingegneria informatica presso l'Università di Cordoba
- ♦ Master in Data Science e Computer Engineering conseguito presso l'Università di Granada
- ♦ Master Privato in Business Consulting presso l'Universidad Pontificia Comillas

Dott. Nafría Sanz, Alfonso

- ♦ Consulente di Marketing e Sviluppo Aziendale specializzato in Pymes
- ♦ Consulente di Business Intelligence presso Korporate Technologies Group SL
- ♦ Laurea in Marketing e Ricerche Tecnica di Mercato presso l'Università CEU San Pablo
- ♦ Master in Business Intelligence e Big Data presso l' Universitat Oberta di Catalogna

Dott. Catalán Ramírez, Raúl Luis

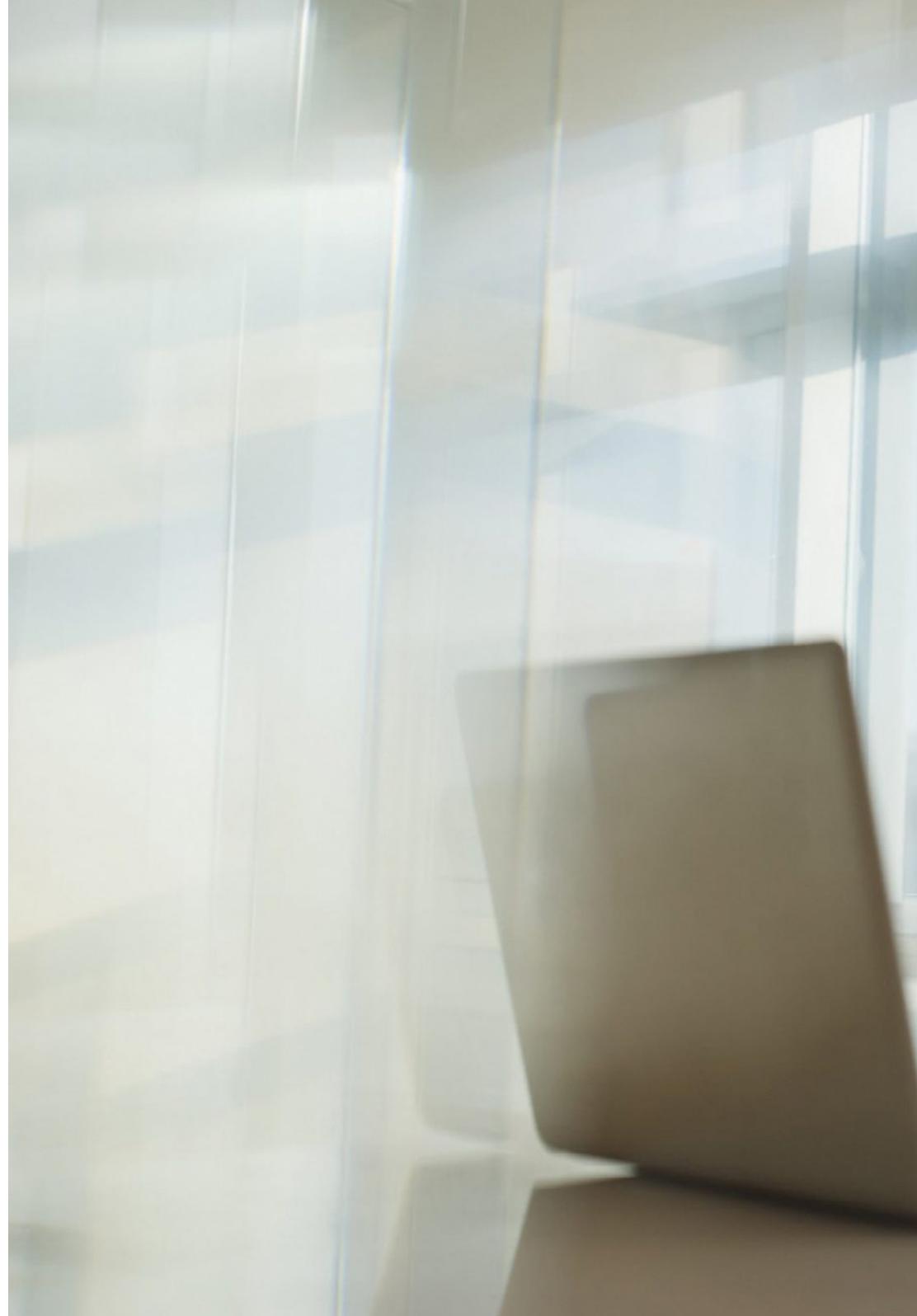
- ♦ Graphic Designer
- ♦ Progettista di interfacce e programmatore presso Prometheus Global Solutions
- ♦ Progettista presso l'Associazione Mille Cunti
- ♦ Laurea in Disegno grafico presso l'EA

Dott.ssa Palomino Dávila, Cristina

- ♦ Consulente per la Protezione dei Dati e Sicurezza delle Informazioni presso il Gruppo Oesía
- ♦ Vicedirettore della Revisione Contabile presso la Segreteria Generale della Compagnia Logistica di Idrocarburi CLH
- ♦ Consulente nell'Area delle Relazioni Legali Aziendali presso Canal de Isabel II
- ♦ Consulente e Revisore presso Helas Consultores SL
- ♦ Consulente e Revisore presso Alaro Avant
- ♦ Avvocata nell'Area delle Nuove Tecnologie presso Lorenzo Abogados
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ♦ Master in Consulenza Legale per le Imprese conseguito presso l'Istituto Aziendale
- ♦ Corso Avanzato in Direzione di Sicurezza Digitale e Gestione delle Crisi svolto presso l'Università di Alcalá e presso l'Alleanza Spagnola per la Sicurezza e le Crisi (AESYC)
- ♦ Membro: Associazione Professionale Spagnola di Privacy (APEP), ISMS Forum

Dott.ssa García La O, Marta

- ♦ Specialista in Marketing Digitale e Social Network
- ♦ Gestione, amministratrice e *Account Manager* presso Think Planificación y Desarrollo SI
- ♦ Istruttrice manageriale senior presso Think Planning and Development SI
- ♦ Specialista in Marketing presso Versas Consultores
- ♦ Diploma di Laurea in Scienze Aziendali presso l'Università di Murcia
- ♦ Master in Direzione Commerciale e Marketing presso la Fundesem Business School





Dott. García Niño, Pedro

- ◆ Specialista in Posizionamento Web e SEO
- ◆ Direttore delle vendite di servizi informatici presso Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Tecnico specialista in hardware e software presso Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Specialista in e Google Ads (PPC e SEM)
- ◆ Specialista in SEO On Page e Off Page
- ◆ Specialista in Analisi del Marketing Digitale e Misurazione delle Performance

Dott.ssa Fernández Meléndez, Galina

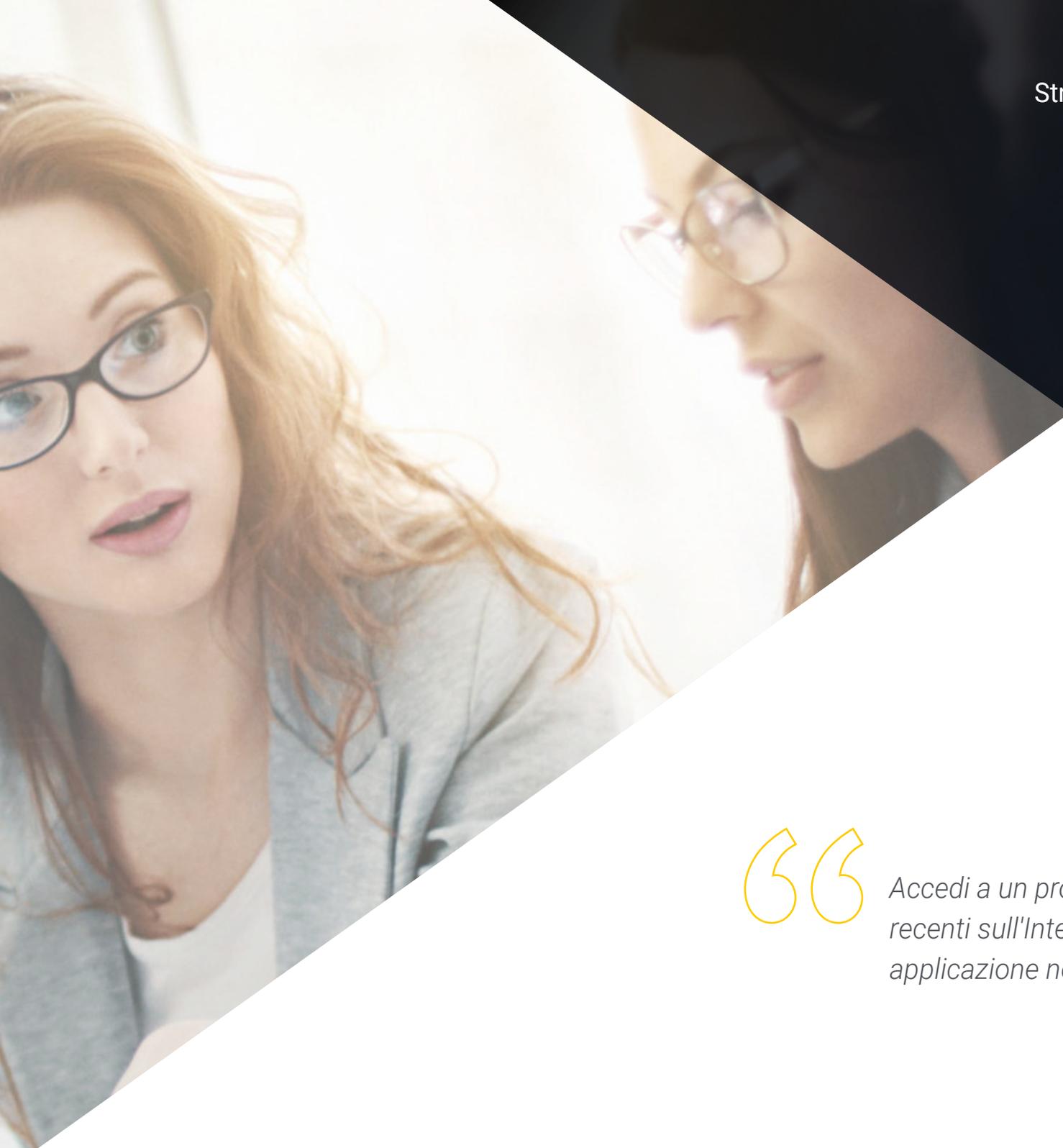
- ◆ Specialista in Big Data
- ◆ Analista dati presso Aresi Gestión de Fincas
- ◆ Data Analyst presso ADN Mobile Solution
- ◆ Laurea in Economia e Commercio presso l'Università Bicentennial di Aragua Caracas, Venezuela
- ◆ Laurea in Pianificazione e Finanza Pubblica presso la Scuola Venezuelana di Pianificazione
- ◆ Master in Data Science e Business Intelligence presso l'Università di Oviedo
- ◆ MBA in Amministrazione e Direzione Aziendale conseguito presso la Scuola di Commercio Europea di Barcellona
- ◆ Master in Big Data e Business Intelligence presso la Business School Europea di Barcellona

06

Strutturazione del programma

Il programma di questo Master Semipresenziale è stato sviluppato da un'equipe didattica specializzata e prevede l'approfondimento dei principali aspetti che compongono la *Business Intelligence* in azienda. Gli studenti potranno accedere fin dal primo giorno al programma completo di questo corso, che consiste in 10 moduli. Il professionista potrà collegarsi da qualsiasi dispositivo elettronico, in qualsiasi momento della giornata, a contenuti che potranno essere distribuiti in base alle sue esigenze. Le lunghe ore di studio saranno ridotte in questo programma grazie al sistema di *Relearning* che TECH applica a tutte le sue qualifiche.





“

Accedi a un programma con i contenuti più recenti sull'Intelligenza Artificiale e la sua applicazione nelle aziende”

Modulo 1. Business Intelligence in azienda

- 1.1. *Business Intelligence* aziendale
 - 1.1.1. Il mondo del data
 - 1.1.2. Concetti rilevanti
 - 1.1.3. Principali caratteristiche
 - 1.1.4. Soluzioni nel mercato di oggi
 - 1.1.5. Architettura complessiva di una soluzione di BI
 - 1.1.6. Cybersecurity nella BI e *Data Science*
- 1.2. Nuovo concetto aziendale
 - 1.2.1. Perché BI
 - 1.2.2. Ottenere informazioni
 - 1.2.3. BI nei diversi reparti dell'azienda
 - 1.2.4. Motivi per investire nella BI
- 1.3. Il *Data Warehouse*
 - 1.3.1. Definizione e obiettivi: *Data Warehouse* e *Data Mart*
 - 1.3.2. Architettura
 - 1.3.3. La modellazione dimensionale e i suoi tipi di diagrammi
 - 1.3.4. Processo di estrazione, trasformazione e caricamento (ETL)
 - 1.3.5. Metadata
- 1.4. *Big Data* e acquisizione dei dati
 - 1.4.1. Cattura
 - 1.4.2. Trasformazione
 - 1.4.3. Conservazione
- 1.5. *Reporting Business Intelligence* (BI)
 - 1.5.1. Strutture dei database
 - 1.5.2. Database OLTP e OLAP
 - 1.5.3. Esempi

- 1.6. I *Dashboards* o schede di valutazione bilanciate
 - 1.6.1. Quadro di controllo
 - 1.6.2. Sistemi di supporto decisionale
 - 1.6.3. Sistemi di informazione esecutivo
- 1.7. *Deep Learning*
 - 1.7.1. *Deep Learning*
 - 1.7.2. Fondamenti Matematici di *Deep Learning*
 - 1.7.3. Utilità del *Deep Learning*
- 1.8. *Machine Learning*
 - 1.8.1. *Machine Learning*
 - 1.8.2. Fondamenti Matematici di *Machine Learning*
 - 1.8.3. Utilità del *Machine Learning*
 - 1.8.4. *Deep Learning* vs *Machine Learning*
- 1.9. Strumenti e soluzioni di BI
 - 1.9.1. Selezione dei migliori strumenti
 - 1.9.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
 - 1.9.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
 - 1.9.4. Prometheus
- 1.10. Pianificazione e gestione di progetti di BI
 - 1.10.1. Primi passi per definire un progetto di BI
 - 1.10.2. Soluzione di BI per la tua azienda
 - 1.10.3. Requisiti e obiettivi

Modulo 2. Prospettiva aziendale

- 2.1. L'azienda
 - 2.1.1. Capitale, investimento e rischio
 - 2.1.2. Morfologia delle organizzazioni: dimensioni, forma, attività e settori
 - 2.1.3. Organizzazione e ricorsi
 - 2.1.4. La gestione e le sue esigenze
- 2.2. Azienda: mercato e cliente
 - 2.2.1. Mercato e clienti
 - 2.2.2. Analisi e segmentazione di mercato
 - 2.2.3. Competenza diretta e indiretta
 - 2.2.4. Vantaggi competitivi .

- 2.3. Strategia aziendale
 - 2.3.1. Strategia aziendale
 - 2.3.2. Analisi SWOT
 - 2.3.3. Obiettivi e scadenze
 - 2.3.4. Misurare i risultati: conoscere la realtà
 - 2.3.5. Indicatori chiave
- 2.4. Informazione come risorsa
 - 2.4.1. Informazione e gestione
 - 2.4.2. Ciclo di vita informazioni
 - 2.4.3. Sistema operativo e sistema strategico
- 2.5. Scheda di valutazione completa
 - 2.5.1. Scheda di valutazione: operativa, tattica e strategica
 - 2.5.2. CMI definizione
 - 2.5.3. Prospettiva finanziaria
 - 2.5.4. Prospettiva del cliente
 - 2.5.5. Prospettiva del processo interno
 - 2.5.6. Prospettiva di apprendimento e crescita
- 2.6. Analisi della produttività
 - 2.6.1. Reddito, spesa, investimenti e consumi
 - 2.6.2. Analisi e imputazione dei costi
 - 2.6.3. ROI e altri indici rilevanti
- 2.7. Distribuzione e vendita
 - 2.7.1. Rilevanza del dipartimento
 - 2.7.2. Canali e attrezzature
 - 2.7.3. Tipi di vendita e consumo
- 2.8. Altre aree comuni
 - 2.8.1. Produzione e fornitura di servizi
 - 2.8.2. Distribuzione e logistica
 - 2.8.3. Comunicazione commerciale
 - 2.8.4. Marketing *Inbound*

- 2.9. *Data Management*
 - 2.9.1. Ruoli e responsabilità
 - 2.9.2. Identificazione delle parti interessate (*Stakeholders*)
 - 2.9.3. Sistemi di gestione delle informazioni
 - 2.9.4. Tipi di sistemi operativi
 - 2.9.5. Sistemi strategica di supporto decisionale
 - 2.9.6. Piattaforme alla Informazioni: *Cloud Computing vs On Premise*
- 2.10. Esplorare le informazioni
 - 2.10.1. Introduzione all'SQL: concetti di base dei database relazionali
 - 2.10.2. Reti e comunicazioni: reti pubbliche/private, reti/subnet/router, indirizzi di rete/subnet/router e DNS Tunnel VPN e SSH
 - 2.10.3. Sistema operativo: modelli di dati standardizzati
 - 2.10.4. Sistema strategico: OLAP, modellazione multidimensionale e *Dashboards* grafici
 - 2.10.5. Analisi strategica di database e composizione del rapporto

Modulo 3. Trasformazione del business basato sui dati

- 3.1. *Big Data*
 - 3.1.1. *Big Data* nelle aziende
 - 3.1.2. Concetto di valore
 - 3.1.3. Gestione di progetti di valore
- 3.2. Digital Marketing
 - 3.2.1. Digital Marketing
 - 3.2.2. Vantaggi del Digital Marketing
- 3.3. Piani e azione
 - 3.3.1. Campagne e tipologie
 - 3.3.2. Redenzione e slancio
 - 3.3.3. Tipi di strategie
 - 3.3.4. Piano di Marketing Digitale

- 3.4. Esecuzione del piano di Marketing
 - 3.4.1. *Customer Journey* (base-campagna-campagna-redenzione-miglioramento) e Digital Marketing
 - 3.4.2. Integrazione degli strumenti di Digital Marketing nei siti web
 - 3.4.3. Strumenti di Digital Marketing
- 3.5. *Customer Journey*
 - 3.5.1. Ciclo di vita del cliente
 - 3.5.2. Associare le campagne al ciclo di vita
 - 3.5.3. Metriche della campagna
- 3.6. Gestione dei dati per le campagne
 - 3.6.1. *Data Warehouse e Data Lab*
 - 3.6.2. Strumenti per la creazione di campagna
 - 3.6.3. Metodi di guida
- 3.7. GDPR in Digital Marketing
 - 3.7.1. Anonimizzazione dei dati e manipolazione dei dati personali
 - 3.7.2. Concetto Robinson
 - 3.7.3. Elenchi di esclusione
- 3.8. Dashboard
 - 3.8.1. KPIS
 - 3.8.2. Pubblico
 - 3.8.3. Strumenti
 - 3.8.4. *Storytelling*
- 3.9. Analisi e caratterizzazione del cliente
 - 3.9.1. Visione del cliente a 360°
 - 3.9.2. Collegare l'analisi alle azioni tattiche
 - 3.9.3. Strumenti di analisi
- 3.10. Esempi di business che applicano le tecniche dei *Big Data*
 - 3.10.1. *Upselling/Cross-Selling*
 - 3.10.2. Modelli di propensione
 - 3.10.3. Modelli di rischio
 - 3.10.4. Previsione
 - 3.10.5. Elaborazione di immagini

Modulo 4. Visualizzazione dei dati

- 4.1. Visualizzazione dei dati
 - 4.1.1. Visualizzazione dei dati
 - 4.1.2. Importanza dell'analisi e della visualizzazione dei data
 - 4.1.3. Evoluzione
- 4.2. La progettazione
 - 4.2.1. Uso del colore
 - 4.2.2. Composizione e tipografia
 - 4.2.3. Raccomandazioni
- 4.3. Tipi di dati
 - 4.3.1. Qualitativi
 - 4.3.2. Quantitativi
 - 4.3.3. Dati temporanei
- 4.4. Insiemi di dati
 - 4.4.1. File
 - 4.4.2. Database
 - 4.4.3. Open data
 - 4.4.4. Dati in *Streaming*
- 4.5. Tipi di rappresentazione comuni
 - 4.5.1. Di colonne
 - 4.5.2. Di barre
 - 4.5.3. Di linee
 - 4.5.4. Di aree
 - 4.5.5. Di dispersione
- 4.6. Tipi di rappresentazione avanzata
 - 4.6.1. Circolarità
 - 4.6.2. Di anelli
 - 4.6.3. Di bolle
 - 4.6.4. Mappe
- 4.7. Implementazione per area

- 4.7.1. Scienze politiche e sociologia
- 4.7.2. Scienza
- 4.7.3. Marketing
- 4.7.4. Salute e benessere
- 4.7.5. Meteorologia
- 4.7.6. Business e finanza
- 4.8. *Storytelling*
 - 4.8.1. Importanza del *Storytelling*
 - 4.8.2. Storia del *Storytelling*
 - 4.8.3. Applicazione del *Storytelling*
- 4.9. Software per la Visualizzazione
 - 4.9.1. Commerciale
 - 4.9.2. Gratuiti
 - 4.9.3. Online
 - 4.9.4. Software libero
- 4.10. Il futuro della visualizzazione dati
 - 4.10.1. Realtà virtuale
 - 4.10.2. Realtà aumentata
 - 4.10.3. Intelligenza artificiale

Modulo 5. Programmazione per l'analisi dei dati

- 5.1. Programmazione per l'analisi dei dati
 - 5.1.1. Il linguaggio per l'analisi dei dati
 - 5.1.2. Evoluzione e caratteristiche dei principali strumenti
 - 5.1.3. Installazione e configurazione
- 5.2. Tipi di dati
 - 5.2.1. Tipi di base
 - 5.2.2. Tipi complessi
 - 5.2.3. Altre strutture

- 5.3. Strutture e operazioni
 - 5.3.1. Operazioni con i dati
 - 5.3.2. Strutture di controllo
 - 5.3.3. Operazioni con i file
- 5.4. Estrazione e analisi informazioni
 - 5.4.1. Riassunti statistici
 - 5.4.2. Analisi univariata
 - 5.4.3. Analisi multivariata
- 5.5. Visualizzazione
 - 5.5.1. Grafici univariati
 - 5.5.2. Grafici multivariati
 - 5.5.3. Altri grafici di interesse
- 5.6. Pre-elaborazione
 - 5.6.1. Importanza della qualità di elaborazione dei dati
 - 5.6.2. Rilevamento e analisi degli *Outliers*
 - 5.6.3. Altri fattori di qualità del *Dataset*
- 5.7. Pre-elaborazione avanzata
 - 5.7.1. Sottocampionamento
 - 5.7.2. Ricampionamento
 - 5.7.3. Riduzione della dimensionalità
- 5.8. Modelli di dati
 - 5.8.1. Fasi dei modelli
 - 5.8.2. Divisione dell'insieme di dati
 - 5.8.3. Metriche per la previsione

- 5.9. Modelli di dati avanzati
 - 5.9.1. Modelli non supervisionati
 - 5.9.2. Modelli supervisionati
 - 5.9.3. Librerie per la modellazione
- 5.10. Strumenti e buone pratiche
 - 5.10.1. Buone pratiche per la modellazione
 - 5.10.2. Gli strumenti di un analista di dati
 - 5.10.3. Conclusione e librerie di interesse

Modulo 6. *Digital Marketing Analytics*

- 6.1. Web analytics
 - 6.1.1. Analitica web Uso
 - 6.1.2. Storia
 - 6.1.3. Metodologia di applicazione:
- 6.2. Google Analytics
 - 6.2.1. Relazioni di Google Analytics
 - 6.2.2. Metriche vs Dimensioni
 - 6.2.3. Obiettivi di misurazione
- 6.3. Report
 - 6.3.1. Metriche di base
 - 6.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*) o metriche avanzate
 - 6.3.3. Conversioni
- 6.4. Dimensioni
 - 6.4.1. Campagna / parola chiave (*Keyword*)
 - 6.4.2. Fonte / mezzo
 - 6.4.3. Contenuto
- 6.5. Universale Analytics vs Google Analytics4
 - 6.5.1. Differenze AU vs GA4
 - 6.5.2. Vantaggi e limiti
 - 6.5.3. Utilizzo degli strumenti UA e GA4



- 6.6. Configurazione di Google Analytics
 - 6.6.1. Installazione e integrazione
 - 6.6.2. Struttura di Universal Analytics: conti, proprietà e viste
 - 6.6.3. Obiettivi e imbuto di conversione
- 6.7. Marketing nel mercato del lusso
 - 6.7.1. Analisi in tempo reale
 - 6.7.2. Analisi del pubblico
 - 6.7.3. Analisi delle acquisizioni
 - 6.7.4. Analisi comportamentale
 - 6.7.5. Analisi delle conversioni
- 6.8. Rapporti avanzati
 - 6.8.1. Pannelli
 - 6.8.2. Relazioni personalizzate
 - 6.8.3. API
- 6.9. Segmentazione
 - 6.9.1. Differenza tra segmento e filtro
 - 6.9.2. Tipi di segmenti: predefiniti / personalizzati
 - 6.9.3. Remarketing
- 6.10. Analisi digitale
 - 6.10.1. Misurazione
 - 6.10.2. Implementazione
 - 6.10.3. Conclusioni

Modulo 7. Gestione dei dati

- 7.1. Statistica
 - 7.1.1. Statistica: statistiche descrittive, inferenze statistiche
 - 7.1.2. Popolazione, campione, individuo
 - 7.1.3. Variabili: definizione, scale di misurazione
- 7.2. Tipi di dati statistici
 - 7.2.1. Secondo la tipologia
 - 7.2.1.1. Quantitativi: dati continui e discreti
 - 7.2.1.2. Qualitativi: dati binominali, nominali e ordinali
 - 7.2.2. Secondo la forma: numerica, testuale, logica
 - 7.2.3. Secondo la loro fonte: primaria, secondaria
- 7.3. Pianificazione della gestione del campo di data
 - 7.3.1. Definizione degli obiettivi
 - 7.3.2. determina di risorse disponibili
 - 7.3.3. Determinazione delle scadenze
 - 7.3.4. Struttura dei dati
- 7.4. Raccolta di dati
 - 7.4.1. Metodologia di raccolta
 - 7.4.2. Strumenti di raccolta
 - 7.4.3. Canali di raccolta
- 7.5. Pulizia del dato
 - 7.5.1. Fasi di pulizia dei dati
 - 7.5.2. Qualità del dato
 - 7.5.3. Elaborazione dei dati (con R)
- 7.6. Analisi dei dati, interpretazione e valutazione dei risultati
 - 7.6.1. Misure statistiche
 - 7.6.2. Indici di relazione
 - 7.6.3. Data Mining

- 7.7. Visualizzazione dei dati
 - 7.7.1. Visualizzazione in funzione al tipo di dato
 - 7.7.2. Considerazioni sull'utente finale
 - 7.7.3. Modelli esecutivi di presentazione dei risultati
- 7.8. Magazzino dati (*Data Warehouse*)
 - 7.8.1. Elementi che lo integrano
 - 7.8.2. Progetto
 - 7.8.3. Aspetti da considerare
- 7.9. Disponibilità del dato
 - 7.9.1. Accesso
 - 7.9.2. Utilità
 - 7.9.3. Sicurezza
- 7.10. Applicazione pratica
 - 7.10.1. Esplorazione dei dati
 - 7.10.2. Manipolazione e adattamento di schemi e strutture
 - 7.10.3. Applicazione di test e modelli

Modulo 8. *Business Intelligence* e Intelligenza Artificiale: strategie e applicazioni

- 8.1. Servizi finanziari
 - 8.1.1. Le implicazioni dell'intelligenza artificiale (AI) nei servizi finanziari Opportunità e sfide
 - 8.1.2. Casi d'uso
 - 8.1.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.1.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA
- 8.2. Implicazioni dell'intelligenza artificiale nel servizio sanitario
 - 8.2.1. Implicazioni dell'IA nel settore sanitario Opportunità e sfide
 - 8.2.2. Casi d'uso
- 8.3. Rischi legati all'uso dell'IA nel servizio sanitario
 - 8.3.1. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.3.2. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

- 8.4. *Retail*
 - 8.4.1. Implicazioni dell'IA *Retail* Opportunità e sfide
 - 8.4.2. Casi d'uso
 - 8.4.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.4.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA
- 8.5. Industria 4.0.
 - 8.5.1. Implicazioni dell'IA nell'Industria 4.0.
 - 8.5.2. Opportunità e sfide
 - 8.5.3. Casi d'uso
- 8.6. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA nell'Industria 4.0.
 - 8.6.1. Casi d'uso
 - 8.6.2. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.6.3. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA
- 8.7. Pubblica amministrazione
 - 8.7.1. Implicazioni dell'IA nella pubblica amministrazione: opportunità e sfide
 - 8.7.2. Casi d'uso
 - 8.7.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.7.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA
- 8.8. Educazione
 - 8.8.1. Implicazioni dell'IA nella Educazione: opportunità e sfide
 - 8.8.2. Casi d'uso
 - 8.8.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.8.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA
- 8.8. Silvicoltura e agricoltura
 - 8.8.1. Implicazioni dell'IA nell'a silvicoltura e nell'agricoltura Opportunità e sfide
 - 8.8.2. Casi d'uso
 - 8.8.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.8.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA
- 8.10. Risorse umane
 - 8.10.1. Implicazioni dell'IA nelle risorse umane Opportunità e sfide
 - 8.10.2. Casi d'uso
 - 8.10.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
 - 8.10.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

Modulo 9. Ottimizzazione del capitale umano in azienda

- 9.1. Capitale umano in azienda
 - 9.1.1. Valore del capitale umano nel mondo tecnologico
 - 9.1.2. Abilità manageriali
 - 9.1.3. Cambio del paradigma nei modelli di direzione
- 9.2. Competenze del direttore
 - 9.2.1. Il processo dirigenziale
 - 9.2.2. Le funzioni della direzione
 - 9.2.3. Gestione della leadership di gruppo nelle aziende (delle relazioni)
- 9.3. Comunicazione nell'impresa
 - 9.3.1. Il processo di comunicazione in azienda
 - 9.3.2. Relazioni interpersonali in azienda
 - 9.3.3. Tecniche di Comunicazione per i cambiamenti
 - 9.3.3.1. *Storytelling*
 - 9.3.3.2. Tecniche di comunicazione assertiva *Feedback*, consenso
- 9.4. *Coaching* Aziendale
 - 9.4.1. *Coaching* aziendale
 - 9.4.2. La pratica del *coaching*
 - 9.4.3. Tipi di *coaching* e *coaching* nelle organizzazioni
 - 9.4.3.1. Il *coaching* come stile di leadership
- 9.5. *Mentoring* aziendale
 - 9.5.1. Gli *Mentoring* nell'azienda
 - 9.5.2. I 4 processi di un programma di *Mentoring*
 - 9.5.3. Vantaggi di questo strumento commerciale
- 9.6. Mediazione e risoluzione di conflitti aziendali
 - 9.6.1. I conflitti
 - 9.6.2. Prevenire, affrontare e risolvere il conflitto
 - 9.6.3. Stress e motivazione lavorativa
- 9.7. Tecniche di negoziazione
 - 9.7.1. La negoziazione in ambito direttivo delle aziende tecnologiche
 - 9.7.2. Strategie e principali tipi di negoziazione
 - 9.7.2.1. La figura del soggetto negoziatore
- 9.8. Gestione del cambiamento aziendali
 - 9.8.1. Fattori del cambiamento di gruppo
 - 9.8.2. Pianificazione strategica
 - 9.8.3. Gestione del cambiamento nell'organizzazione
 - 9.8.3.1. Per i cambiamenti intangibili: team, comunicazione, cultura, leadership
 - 9.8.3.2. Per il cambiamento di base o tangibile: definizione degli obiettivi, misurazione delle prestazioni, apprendimento, riconoscimento e ricompense
- 9.9. Tecniche per migliorare il funzionamento di un team
 - 9.9.1. Tecniche di lavoro di squadra
 - 9.9.2. Delegazione nell'equipe di lavoro
- 9.9. Dinamiche di gruppo Classificazione
 - 9.9.1. Ruolo del dinamizzare
 - 9.9.2. Tecniche di dinamica di gruppo
 - 9.9.2.1. *Brainstorming*
 - 9.9.2.2. Phillips 6/6
 - 9.9.2.3. La mongolfiera D

07

Tirocinio

Una volta completata la fase teorica di questo Master Semipresenziale, gli studenti avranno accesso a un periodo di apprendimento in loco presso un'azienda leader nel campo della *Business Intelligence*. Durante questo periodo potrai mettere in pratica tutte le competenze e le abilità acquisite e sviluppare appieno il tuo potenziale a fianco di professionisti che hanno acquisito padronanza del settore tecnologico.





“

Inizia un tirocinio in cui avrai a portata di mano gli strumenti e le tecniche di analisi dei dati attualmente in uso”

Il periodo di Tirocinio di questo programma MBA in *Business Intelligence Management* dura 3 settimane, durante le quali il professionista informatico sarà presente in un'azienda digitale leader in questo settore a fianco di personale altamente specializzato. Una conoscenza che ti darà l'opportunità di crescere in un settore in cui è richiesta un'elevata e ampia conoscenza sia per intraprendere nell'area digitale che per gestirle.

Questo tirocinio permetterà quindi agli studenti di gestire database in chiave di *Business Intelligence* e di avvalersi dei principali strumenti attualmente utilizzati dalle aziende del settore per l'analisi dei dati, l'interpretazione, l'elaborazione e la definizione di piani di Digital Marketing utilizzando i *Big Data* e le informazioni raccolte dall'azienda. Un intero compendio di attività che possono essere svolte sotto la supervisione di un tutor dell'azienda in cui si svolgerà il Tirocinio e di un docente TECH che aiuterà gli studenti a raggiungere i loro obiettivi durante questo periodo.

È indubbiamente un'opportunità per imparare lavorando in un settore in cui l'innovazione è quotidiana e in cui l'intelligenza artificiale ha subito uno sviluppo spettacolare. La componente umana è sempre fondamentale in qualsiasi progetto aziendale ed è per questo che, in questo programma, ci sarà spazio anche per imparare i metodi di *Mentoring* aziendale e le tecniche per migliorare le prestazioni del team.



Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica del tirocinio e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:

Modulo	Attività Pratica
Applicazione del Business Intelligence in azienda	Gestire le banche dati in chiave di <i>Business Intelligence</i>
	Definire i requisiti, gli obiettivi e la struttura di un progetto <i>Business Intelligence</i>
	Condurre l'analisi della produttività in base a parametri quali il ROI
	Gestire i dati aziendali rilevanti per definire i ruoli, responsabilità e <i>Stakeholders</i>
	Praticare il <i>Coaching e Mentoring</i> aziendale
Applicazioni di Intelligenza Artificiale in azienda	Adattare l'uso dell'intelligenza artificiale in base al settore di riferimento
	Analizzare in tempo reale pubblico, acquisizione, comportamento e conversioni
	Utilizzare Google Analytics per generare report avanzati con le metriche di interesse e per supportare il flusso di lavoro
	Utilizzare gli strumenti di <i>Deep Learning, Machine Learning</i> e <i>Business Intelligence</i> per rispondere a problemi diversi
	Valorizzare l'uso della realtà virtuale o aumentata per una presentazione dei dati accattivante
Gestione del dato in azienda	Pianificare la corretta gestione dei dati, la raccolta e la pulizia dei dati Cono base agli obiettivi aziendali
	Progettare o perfezionare il <i>Data Warehouse</i> per l'utilizzo continuo dei dati raccolti dall'azienda
	Definire una sicurezza adeguata per tutti i dati memorizzati, con protocolli ben implementati
	Adattare i metodi di raccolta e archiviazione dei dati per conformarsi alle normative vigenti in materia di protezione dei dati
	Adottare tecniche organizzative e informatiche per il corretto trattamento dei dati
Trasformazione del business basato sui dati	Realizzare un piano di Digital Marketing utilizzando i <i>Big Data</i> e le informazioni raccolte dall'azienda.
	Analizzare il ciclo di vita del cliente e le varie metriche della campagna per individuare eventuali aree di miglioramento
	Realizzare <i>Briefings</i> o presentazioni in modo agile applicando metodi avanzati di visualizzazione dei dati.
	Applicare lo <i>Storytelling</i> e la narrazione alla consueta presentazione dei dati
	Conoscere i principali strumenti di analisi dei dati

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 entità formativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del tirocinio all'interno del centro di collocamento.

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. In questo modo, il tirocinante non dovrà preoccuparsi in caso di situazioni impreviste e avrà a disposizione una copertura fino al termine del periodo di tirocinio presso il centro.



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.

08

Dove posso svolgere il Tirocinio?

Questo programma di Master Semipresenziale prevede un Tirocinio in azienda, dove potrai sviluppare appieno il tuo potenziale nelle mani di un'equipe di professionisti specializzati con una vasta esperienza nel settore digitale, in particolare nella *Business Intelligence*. Un ente che è stato selezionato da TECH con il fermo obiettivo di offrire agli studenti un'istruzione di qualità che li aiuti a raggiungere i loro obiettivi professionali.





“

*Completa le tue conoscenze con
un Tirocinio che ti avvicina al
mondo professionale”*

tech 46 | Dove posso svolgere il Tirocinio?



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



Business School

Mecides

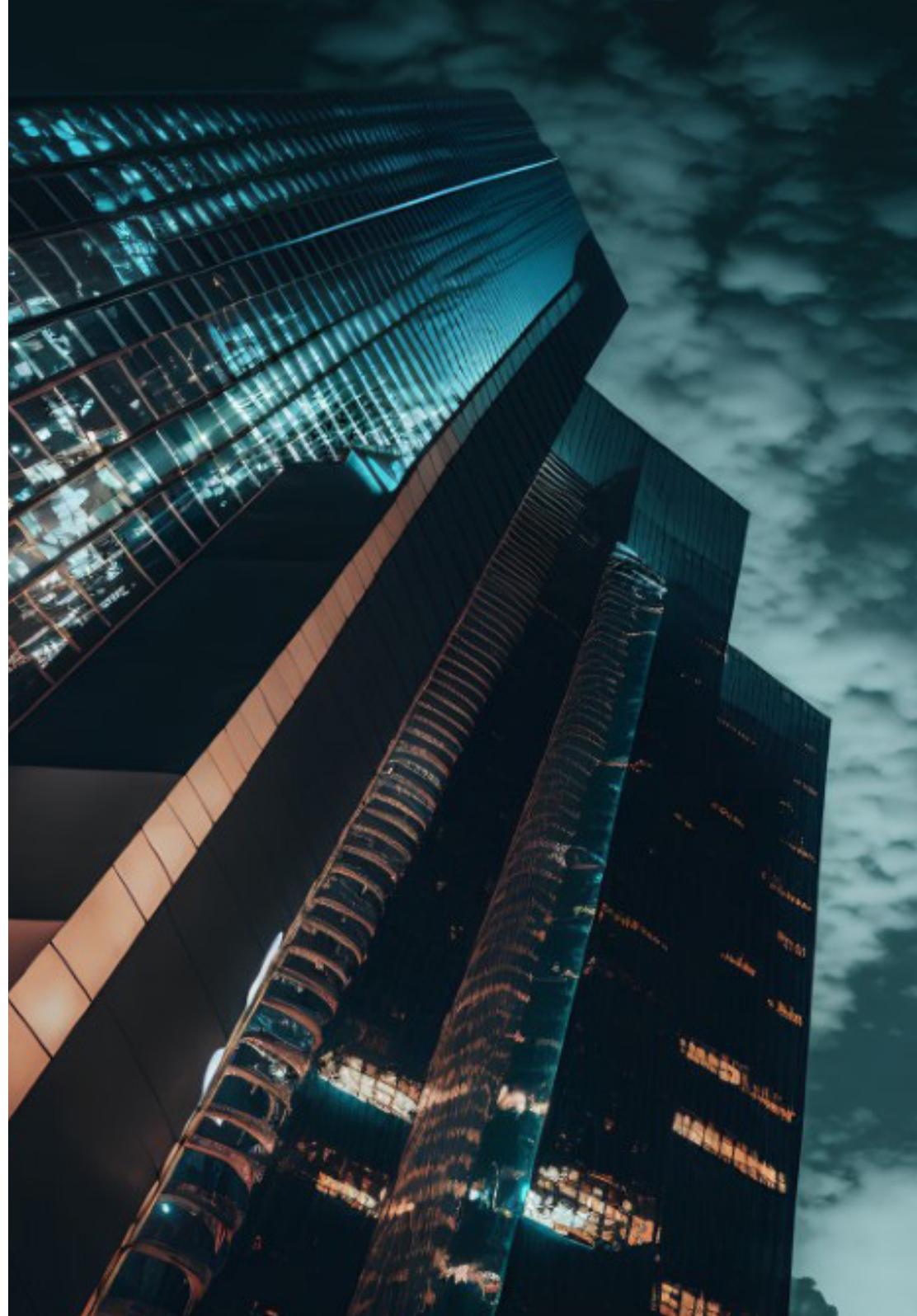
Paese	Città
Spagna	Santa Cruz de Tenerife

Indirizzo: Avenida de la Trinidad, 61, 6ª planta, of. 5 y 7, 38204. San Cristóbal de La Laguna, Tenerife

Mecides è specializzata nella promozione di progetti di I+D+i in Spagna.

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Business Intelligence Management
- Project Management





CBM Innovación en Estrategias SAS

Paese: Messico
Città: Ciudad de México

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

Ente specializzato nella promozione commerciale digitale e offline

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Digital Marketing
- MBA in Business Intelligence Management



Grupo Fórmula

Paese: Messico
Città: Ciudad de México

Indirizzo: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc, Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Azienda leader nella comunicazione multimediale e generazione di contenuti

Ambiti pratici di competenza:

- Elaborazione Grafica
- Amministrare il Personale



“

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"

09

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*.





“

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

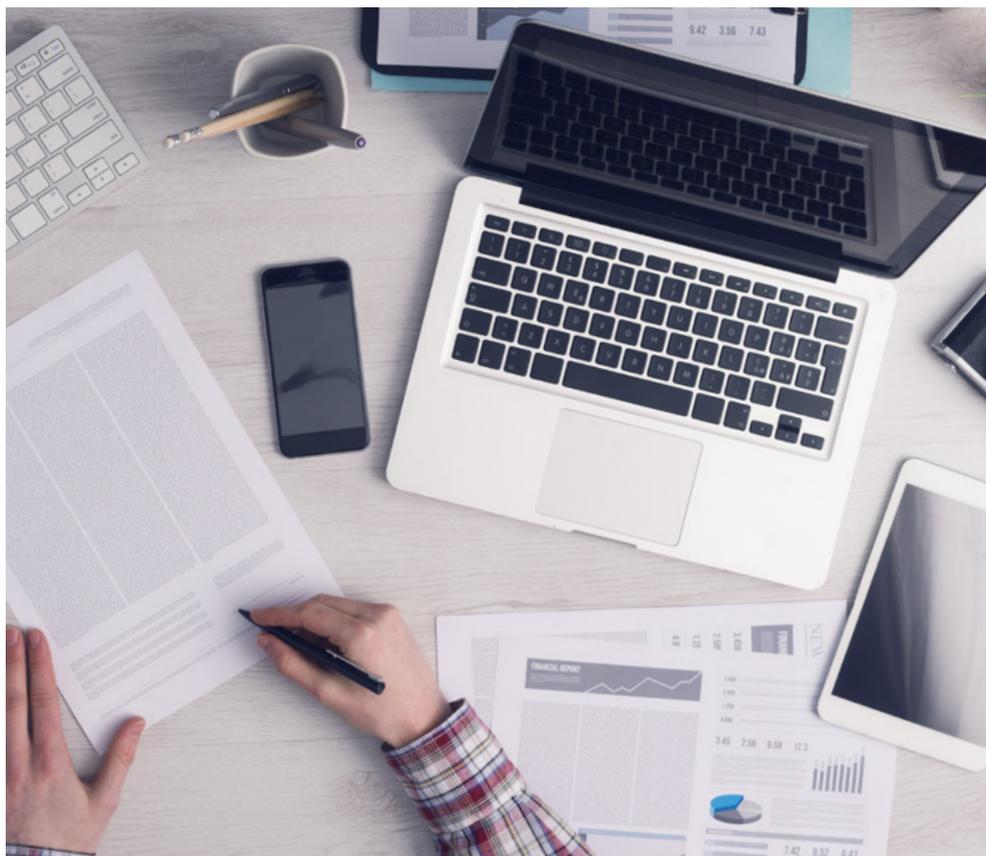
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

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:



Materiali 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.



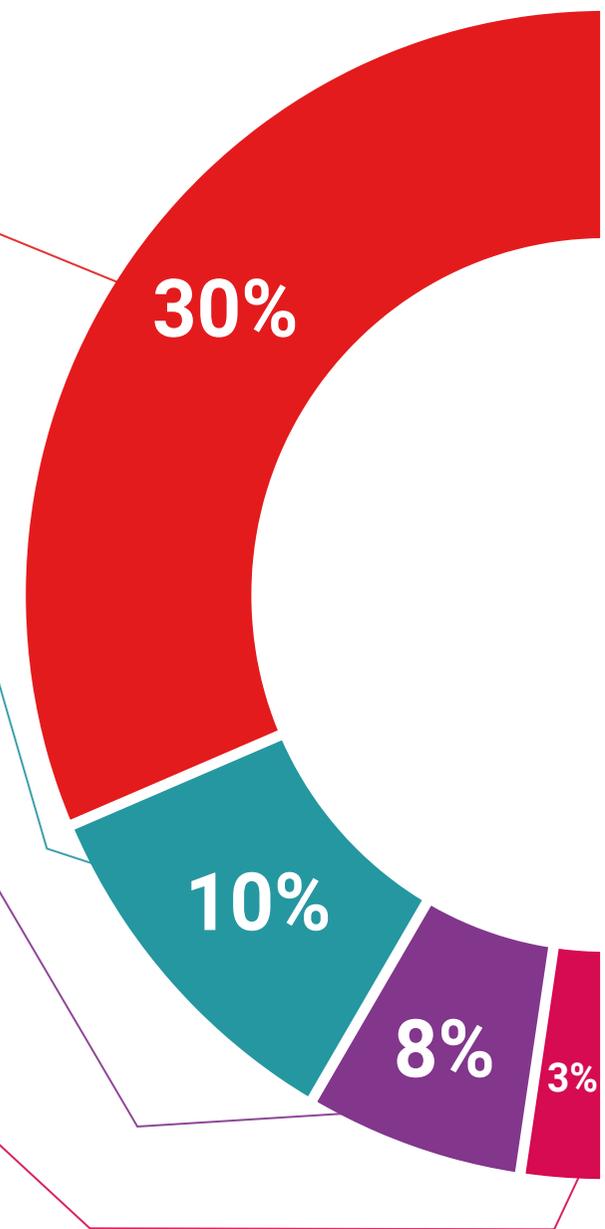
Stage di competenze manageriali

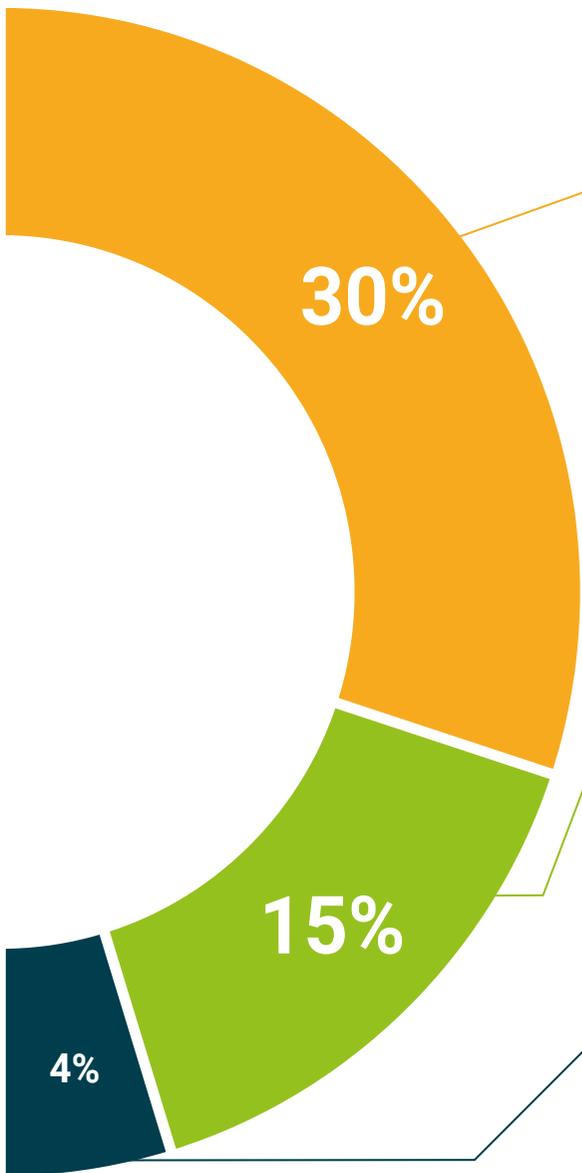
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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.





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.



10 Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in MBA in Business Intelligence Management garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica



“

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

Questo **Master Semipresenziale in Mediazione e Risoluzione di Conflitti in Aula** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.



Titolo: **Master Semipresenziale MBA in Business Intelligence Management**

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

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

N° Ore Ufficiali: **1620 o.**

Master Semipresenziale in MBA in Business Intelligence Management

Tipo di Insegnamento	Ore
Obbligatorio (OB)	1.500
Opzionale (OP)	0
Tirocinio Esterno (TE)	120
Tesi di Master (TM)	0
Totale 1.620	

Distribuzione generale del Programma			
Corso	Insegnamento	Ore	Codice
1°	Business Intelligence in azienda	125	OB
1°	Prospettiva aziendale	125	OB
1°	Trasformazione del business basato sui dati	125	OB
1°	Visualizzazione dei dati	125	OB
1°	Programmazione per l'analisi dei dati	125	OB
1°	Digital Marketing Analytics	125	OB
1°	Gestione dei dati	250	OB
1°	Business Intelligence e Intelligenza Artificiale: strategie e applicazioni	250	OB
1°	Ottimizzazione del capitale umano in azienda	250	OB

Tere Guevara Navarro
Tere Guevara Navarro
Rettrice

tech università tecnologica

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Master Semipresenziale
MBA in Business
Intelligence Management

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620 o.

Master Semipresenziale

MBA in Business Intelligence Management