

Master Specialistico

Alta Direzione di Imprese
di Videogiochi

G M A D I V



Master Specialistico Alta Direzione di Imprese di Videogiochi

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

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-alta-direzione-imprese-videogiochi

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro
programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 22

06

Struttura e contenuti

pag. 30

07

Metodologia

pag. 52

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 60

09

Direzione del corso

pag. 64

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 84

11

Benefici per la tua azienda

pag. 88

12

Titolo

pag. 92

01 Benvenuto

L'Alta Direzione di Imprese di Videogiochi guida e dà forma alla visione strategica dell'azienda in un mercato dinamico e in continua evoluzione. Il processo decisionale a livello esecutivo implica la capacità di influenzare la direzione creativa e imprenditoriale dell'azienda, nonché di promuovere l'innovazione e l'eccellenza nel settore dei videogiochi. Inoltre, fornisce accesso diretto a reti di contatti chiave, consentendo la creazione di alleanze strategiche e collaborazioni che promuovono la crescita e l'espansione globale dell'azienda. Per questo, TECH ha progettato questo programma, 100% online, basato sul *Relearning*, consistente nella ripetizione di concetti chiave per un'assimilazione ottimale dei contenuti.



Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi. TECH Global University

“

Parteciperai alla formulazione di politiche e strategie a lungo termine, contribuendo al successo sostenibile e al solido posizionamento nel mercato altamente competitivo dei videogiochi”

02

Perché studiare in TECH?

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



“

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

In TECH Global University



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

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



Analisi

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



Eccellenza accademica

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



Economia di scala

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



Impara con i migliori

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

03

Perchè scegliere il nostro programma?

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

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



“

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

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

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

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

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

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

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

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

05

Accesso a un'importante rete di contatti

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

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

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

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

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

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

04 Obiettivi

Questo programma universitario fornirà ai professionisti una comprensione completa dei principi di gestione aziendale applicati al settore dei videogiochi, dalla pianificazione strategica alla gestione finanziaria e al Marketing specializzato. Inoltre, lo sviluppo di capacità di leadership e di processo decisionale sarà incoraggiato, consentendo agli studenti di gestire con successo team multidisciplinari e navigare in un ambiente aziendale altamente competitivo e in continua evoluzione. Gli studenti acquisiranno inoltre la capacità di innovazione e l'adattabilità alle nuove tecnologie e tendenze del mercato, preparandosi a guidare con visione e creatività.



“

Acquisirai competenze specialistiche in gestione di progetti, processo decisionale strategico, Marketing e finanza applicate all'industria dei videogiochi"

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti

Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi permetterà allo studente di:

01

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

02

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

03

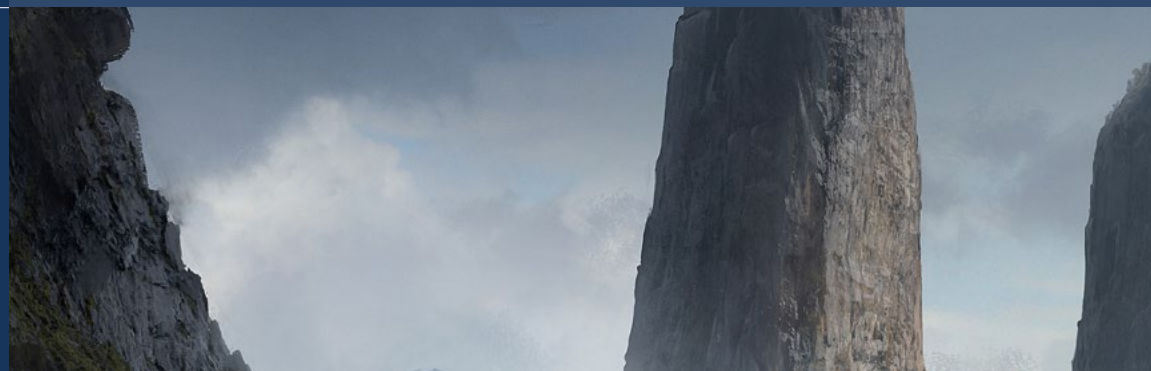
Approfondire i criteri di sostenibilità stabiliti dagli standard internazionali quando si sviluppa un piano aziendale

04

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

05

Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale



06

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

08

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

09

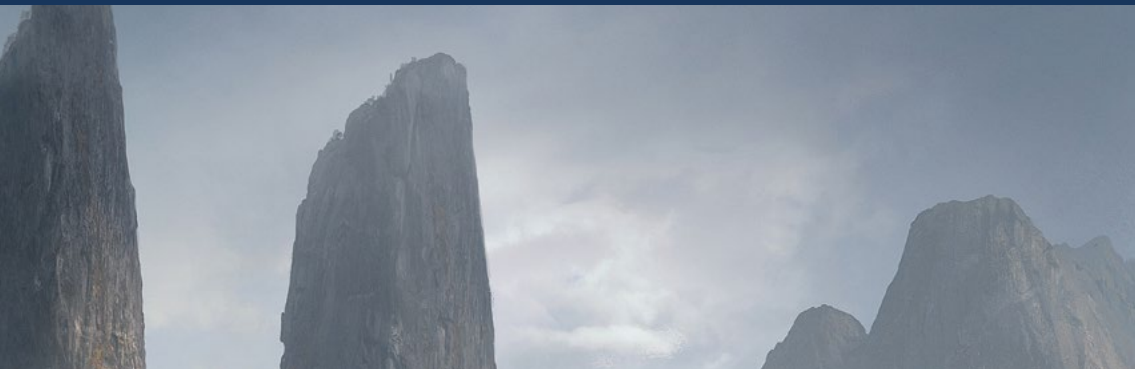
Comprendere l'ambiente economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie adeguate per anticipare i cambiamenti

07

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

10

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



11

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

12

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

13

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: progetto, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

14

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

15

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti



16

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

18

Far funzionare e gestire progetti

19

Generare strategie di business per il settore

17

Sviluppare un piano per la creazione di aziende orientate al mercato dei videogiochi

20

Approfondire il settore per elaborare progetti realistici basati sull'attuale situazione aziendale



21

Riconoscere le tecnologie e le innovazioni emergenti nel settore come opportunità di business

22

Padroneggiare le aree funzionali delle aziende del settore dei videogiochi

23

Realizzare strategie di marketing e di vendita ad elevato impatto produttivo





24

Sviluppare competenze manageriali ottimali e adeguate

25

Approfondire l'impatto positivo di una corretta gestione del progetto e di una corretta direzione del team

26

Sviluppare elevate competenze commerciali nei principali processi che consentono di aumentare la capacità di vendita e le possibilità di fare business

05 Competenze

Questo programma svilupperà competenze di gestione strategica, consentendo ai professionisti di progettare ed eseguire piani che promuovono la crescita e la competitività delle imprese in un mercato in continua evoluzione. In questo modo, gli studenti acquisiranno anche competenze avanzate nella gestione di team multidisciplinari, facilitando la collaborazione efficace tra professionisti creativi, tecnici e aziendali. Inoltre, la padronanza di strumenti e tecniche per l'analisi dei dati e delle tendenze del mercato consentirà loro di prendere decisioni informate e di anticipare opportunità e sfide nel settore dei videogiochi.



“

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

01

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

02

Applicare le metodologie di gestione *Lean*

03

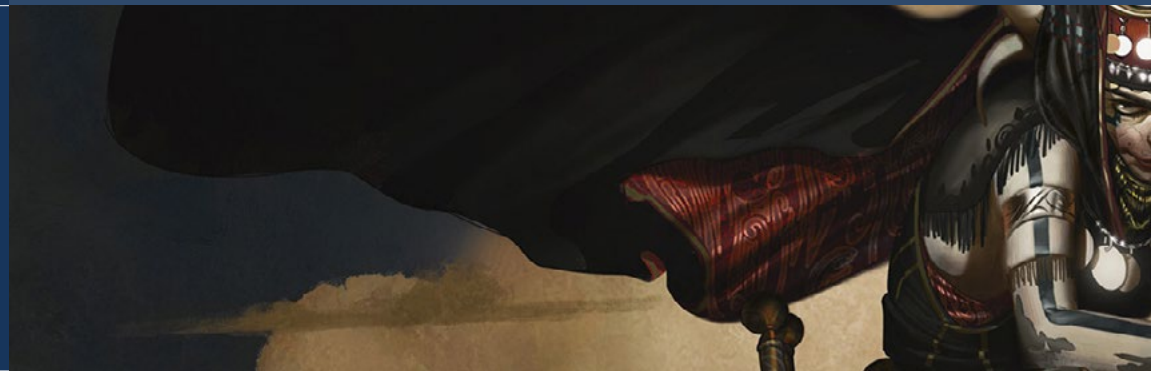
Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

04

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

05

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



06

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

08

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

09

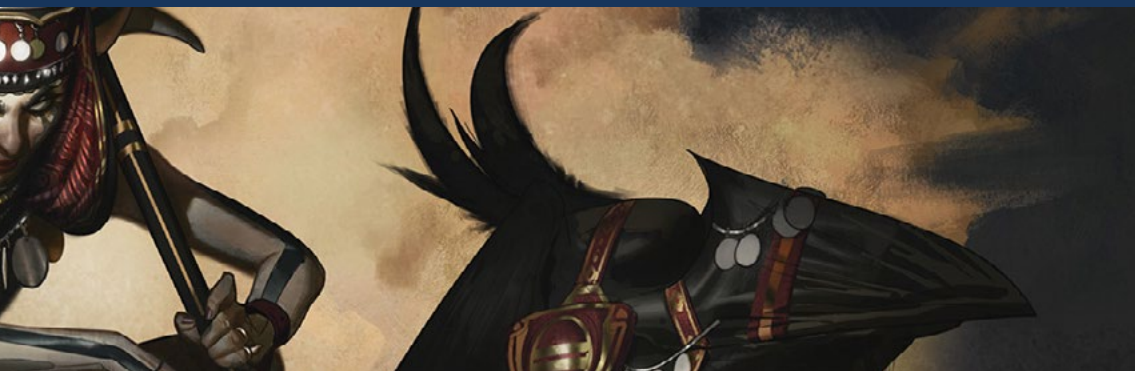
Applicare le strategie più adeguate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

Elaborare e condurre piani di marketing



11

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

12

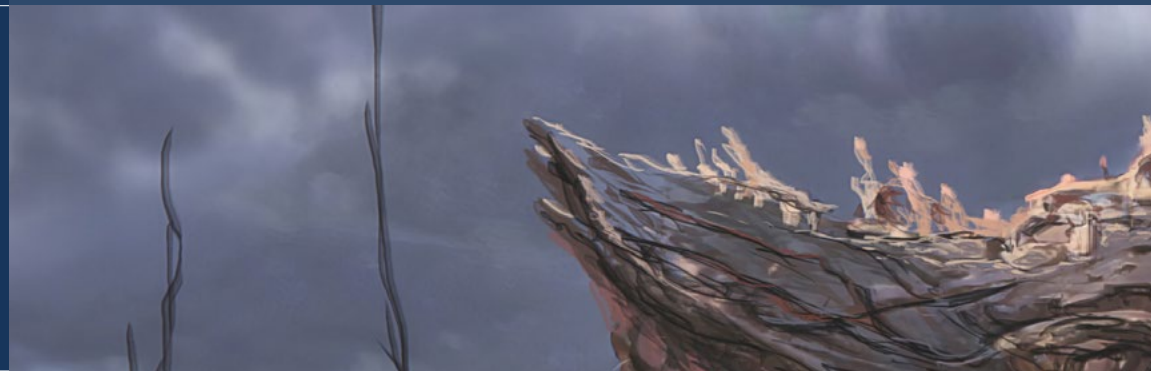
Sviluppare strategie di Business orientate alle aziende del settore digitale e dei videogiochi

13

Padroneggiare le aree di management delle aziende digitali e di videogiochi

14

Approfondire come ideare progetti di videogiochi



15

Conoscere in dettaglio l'ecosistema dell'industria dei videogiochi

16

Imparare in dettaglio e da un punto di vista commerciale le tecnologie alla base dei videogiochi

18

Comprendere in dettaglio gli aspetti principali della creazione di aziende videoludiche

19

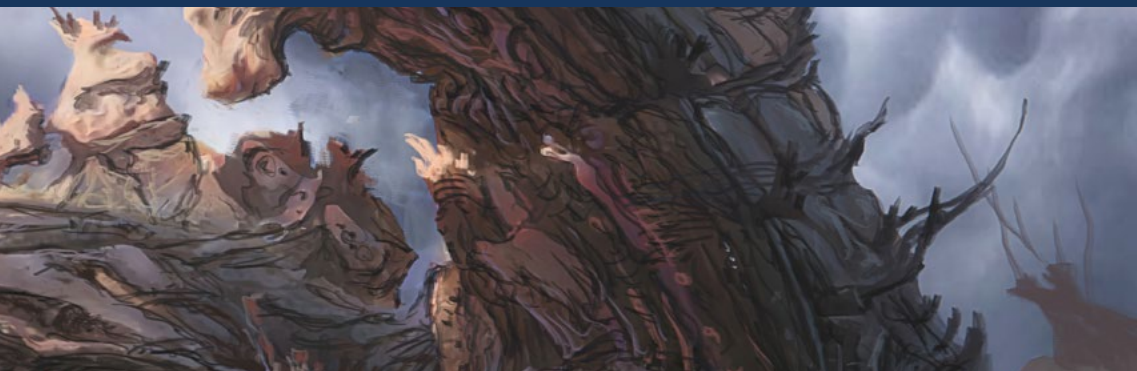
Acquisire elevati standard nelle tecnologie emergenti e nell'innovazione del settore dei videogiochi

17

Analizzare la gestione finanziaria ed economica di un'azienda videoludica

20

Acquisire le abilità e le competenze più complesse per dirigere modelli e progetti di business nel campo dei videogiochi



21

Approfondire la portata strategica delle aziende del settore digitale e dei videogiochi

24

Illustrare gli obiettivi e le funzioni del management strategico nelle aziende del settore digitale e dei videogiochi

22

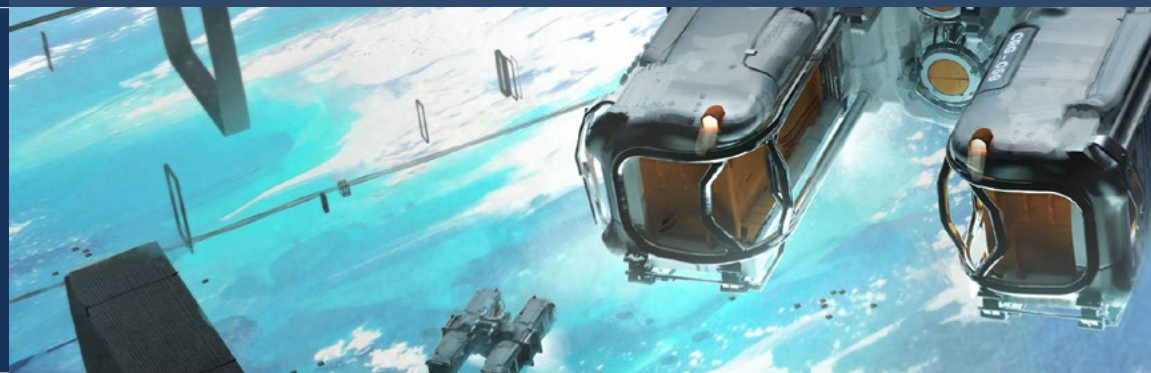
Analizzare aspetti quali il processo strategico e la necessità di valutare le diverse variabili necessarie per la formulazione strategica

23

Conoscere gli strumenti di studio per l'analisi del settore videoludico, la concorrenza e il contesto economico

25

Prendere in considerazione gli elementi che compongono la struttura del settore e la particolare catena del valore



26

Esaminare gli elementi della catena del valore dei videogiochi

28

Lavorare sui profili professionali del settore videoludico e dei club professionistici di *eSports*

29

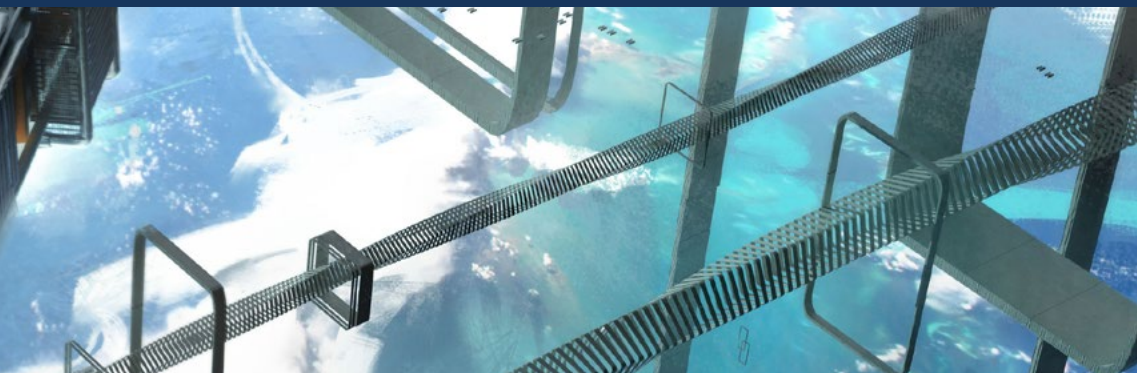
Sviluppare il design di un piano di Marketing digitale

27

Aggiungere valore in aree come l'e-commerce

30

Enfatizzare le discipline di gestione del traffico e di acquisizione del pubblico per la distribuzione di messaggi commerciali



06

Struttura e contenuti

Questo Master Specialistico affronterà una vasta gamma di contenuti, progettati per fornire agli studenti una comprensione completa del settore dei videogiochi e le competenze necessarie per guidare in esso. Il programma coprirà aspetti fondamentali come la gestione strategica nel contesto specifico dei videogiochi, comprese le analisi di mercato, la pianificazione aziendale e lo sviluppo di strategie competitive. Inoltre, verranno analizzati i temi relativi alla gestione dei progetti nel ciclo di vita dello sviluppo del gioco, la gestione dei team creativi e tecnici, nonché il finanziamento e la monetizzazione dei progetti.



“

Potrai affrontare la gestione dell'innovazione e l'adattamento alle tendenze tecnologiche emergenti, grazie ad una vasta libreria con le risorse multimediali più innovative"

Piano di studi

Il Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni imprenditoriali a livello internazionale. Il suo contenuto è pensato per favorire lo sviluppo delle competenze direttive che consentono un processo decisionale più rigoroso in contesti incerti.

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

Questo programma tratta in profondità i principali fondamenti della gestione delle aziende di videogiochi ed è progettato per consentire ai manager di comprendere la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per gli studenti, focalizzato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo della gestione delle aziende di videogiochi. Un programma che capisce le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, supportati dalla migliore metodologia educativa e da un clastro eccezionale, che conferirà loro competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma si svolge nell'arco di 24 mesi ed è suddiviso in 20 moduli:

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

Modulo 11	Strategia nelle Imprese Digitali e di Videogiochi
Modulo 12	Management di Aziende Videoludiche
Modulo 13	Marketing Digitale e Trasformazione Digitale dei Videogiochi
Modulo 14	Creazione di Imprese di Videogiochi
Modulo 15	Gestione di Progetti
Modulo 16	Innovazione
Modulo 17	Gestione Finanziaria
Modulo 18	Direzione Commerciale
Modulo 19	Gestione degli eSports
Modulo 20	Leadership e Gestione dei Talenti

Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi in modalità completamente online. Durante i 24 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, permettendogli di gestire autonomamente il suo tempo di studio.

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

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

1.1. Globalizzazione e Governance

- 1.1.1. Governance e Corporate Governance
- 1.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
- 1.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

1.2. Leadership

- 1.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 1.2.2. Leadership nelle imprese
- 1.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributi alla Conoscenza delle Culture
- 1.3.3. Gestione della Diversità

1.4. Sviluppo manageriale e leadership

- 1.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
- 1.4.2. Concetto di leadership
- 1.4.3. Teorie di leadership
- 1.4.4. Stili di leadership
- 1.4.5. L'intelligenza nella Leadership
- 1.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

1.5. Etica d'impresa

- 1.5.1. Etica e Morale
- 1.5.2. Etica Aziendale
- 1.5.3. Leadership ed etica nelle imprese

1.6. Sostenibilità

- 1.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Le imprese sostenibili

1.7. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

1.8. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 1.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 1.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 1.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della RSC
- 1.8.4. Strumenti e standard della RSC

1.9. Multinazionali e diritti umani

- 1.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 1.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 1.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

1.10. Ambiente legale e Corporate Governance

- 1.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 1.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 1.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 2. Direzione strategica e Management Direttivo**2.1. Analisi e progettazione organizzativa**

- 2.1.1. Quadro Concettuale
- 2.1.2. Fattori chiave nella progettazione organizzativa
- 2.1.3. Modelli organizzativi di base
- 2.1.4. Progettazione organizzativa: tipologie

2.2. Strategia corporativa

- 2.2.1. Strategia aziendale competitiva
- 2.2.2. Strategie di crescita: tipologie
- 2.2.3. Quadro concettuale

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Quadro Concettuale
- 2.3.2. Elementi della Pianificazione Strategica
- 2.3.3. Formulazione Strategica: Processo della pianificazione strategica

2.4. Pensieri strategici

- 2.4.1. L'impresa come sistema
- 2.4.2. Concetto di organizzazione

2.5. Diagnosi Finanziaria

- 2.5.1. Concetto di Diagnosi Finanziaria
- 2.5.2. Fasi della Diagnosi Finanziaria
- 2.5.3. Metodi di Valutazione per la Diagnosi Finanziaria

2.6. Pianificazione e Strategia

- 2.6.1. Il Piano Strategico
- 2.6.2. Posizionamento Strategico
- 2.6.3. La Strategia nell'Impresa

2.7. Modelli e Schemi Strategici

- 2.7.1. Quadro Concettuale
- 2.7.2. Modelli Strategici
- 2.7.3. Modelli Strategici: Le Cinque P della strategia

2.8. Strategia Competitiva

- 2.8.1. Il Vantaggio Competitivo
- 2.8.2. Scelta di una Strategia Competitiva
- 2.8.3. Strategie secondo il Modello dell'Orologio Strategico
- 2.8.4. Tipi di Strategia secondo il ciclo di vita del settore industriale

2.9. Direzione strategica

- 2.9.1. Il concetto di strategia
- 2.9.2. Il processo di direzione strategica
- 2.9.3. Approcci della direzione strategica

2.10. Implementazione della Strategia

- 2.10.1. Sistema di Indicatori e Approccio mediante Processi
- 2.10.2. Mappa Strategica
- 2.10.3. Allineamento Strategico

2.11. Executive Management

- 2.11.1. Quadro concettuale del management direttivo
- 2.11.2. Management Direttivo Il Ruolo del Consiglio di Amministrazione e strumenti di gestione aziendale

2.12. Comunicazione Strategica

- 2.12.1. Comunicazione interpersonale
- 2.12.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 2.12.3. La comunicazione interna
- 2.12.4. Barriere per la comunicazione aziendale

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

3.1. Comportamento Organizzativo

- 3.1.1. Comportamento Organizzativo: Quadro Concettuale
- 3.1.2. Principali fattori del comportamento organizzativo

3.2. Il personale nelle organizzazioni

- 3.2.1. Qualità di vita lavorativa e benessere psicologico
- 3.2.2. Lavoro in team e conduzione di riunioni
- 3.2.3. Coaching e gestione di team
- 3.2.4. Gestione dell'uguaglianza e della diversità

3.3. Direzione Strategica di persone

- 3.3.1. Direzione Strategica e risorse umane
- 3.3.2. Management strategico del personale

3.4. Evoluzione delle Risorse: Una visione d'insieme

- 3.4.1. L'importanza delle Risorse Umane
- 3.4.2. Un nuovo ambiente per la gestione e la direzione delle persone
- 3.4.3. Direzione strategica di Risorse Umane

3.5. Selezione, dinamiche di gruppo e assunzioni delle Risorse Umane

- 3.5.1. Approccio al reclutamento e alla selezione
- 3.5.2. Il reclutamento
- 3.5.3. Il processo di selezione

3.6. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze

- 3.6.1. Analisi del potenziale
- 3.6.2. Politiche di retribuzione
- 3.6.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

3.7. Valutazione e gestione delle prestazioni

- 3.7.1. Gestione del rendimento
- 3.7.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

3.8. Gestione della formazione

- 3.8.1. Le teorie di apprendimento
- 3.8.2. Individuazione e mantenimento dei talenti
- 3.8.3. Gamification e gestione dei talenti
- 3.8.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale

3.9. Gestione del talento

- 3.9.1. Elementi chiave della gestione positiva
- 3.9.2. Origine concettuale del talento e coinvolgimento nell'impresa
- 3.9.3. Mappa dei talenti nell'organizzazione
- 3.9.4. Costo e valore aggiunto

3.10. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale

- 3.10.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 3.10.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 3.10.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 3.10.4. Proattività e innovazione

3.11. Motivazione

- 3.11.1. La natura della motivazione
- 3.11.2. Teoria delle aspettative
- 3.11.3. Teoria dei bisogni
- 3.11.4. Motivazione e compensazione economica

3.12. Employer Branding

- 3.12.1. *Employer Branding* nelle Risorse Umane
- 3.12.2. *Personal Branding* per il personale delle Risorse Umane

3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 3.13.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
- 3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

3.14. Sviluppo delle competenze manageriali

- 3.14.1. Cosa sono le competenze manageriali?
- 3.14.2. Elementi delle competenze
- 3.14.3. Conoscenza
- 3.14.4. Capacità di direzione
- 3.14.5. Atteggiamenti e valori nei dirigenti
- 3.14.6. Abilità manageriali

3.15. Gestione del tempo

- 3.15.1. Benefici
- 3.15.2. Quali possono essere le cause di una cattiva gestione del tempo?
- 3.15.3. Tempo
- 3.15.4. Le illusioni del tempo
- 3.15.5. Attenzione e memoria
- 3.15.6. Stato mentale
- 3.15.7. Gestione del tempo
- 3.15.8. Proattività
- 3.15.9. Avere chiaro l'obiettivo
- 3.15.10. Ordine
- 3.15.11. Pianificazione

3.16. Gestione del cambiamento

- 3.16.1. Gestione del cambiamento
- 3.16.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
- 3.16.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento

3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 3.17.1. Negoziazione
- 3.17.2. Gestione dei Conflitti
- 3.17.3. Gestione delle Crisi

3.18. Comunicazione direttiva

- 3.18.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 3.18.2. Dipartimento di comunicazione
- 3.18.3. Il responsabile di comunicazione di azienda. Il profilo del Dircom

3.19. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali

- 3.19.1. Gestione delle risorse umane e dei team
- 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro

3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 3.20.1. La produttività
- 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria

- 3.21.1. Compensazione monetaria vs. non monetaria
- 3.21.2. Modelli di categorie salariali
- 3.21.3. Modelli di compensazione non monetaria
- 3.21.4. Modelli di lavoro
- 3.21.5. Comunità aziendale
- 3.21.6. Immagine dell'impresa
- 3.21.7. Retribuzione emotiva

3.22. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale II

- 3.22.1. Innovazione nelle Organizzazioni
- 3.22.2. Nuove sfide del dipartimento di Risorse Umane
- 3.22.3. Gestione dell'innovazione
- 3.22.4. Strumenti per l'Innovazione

3.23. Gestione della conoscenza e del talento

- 3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento
- 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza

3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale

- 3.24.1. Il contesto socioeconomico
- 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale
- 3.24.3. Nuove metodologie

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

4.1. Contesto Economico

- 4.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario nazionale
- 4.1.2. Istituti finanziari
- 4.1.3. Mercati finanziari
- 4.1.4. Attivi finanziari
- 4.1.5. Altri enti del settore finanziario

4.2. Il finanziamento dell'azienda

- 4.2.1. Fonti di finanziamento
- 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento

4.3. Contabilità direttiva

- 4.3.1. Concetti di base
- 4.3.2. L'Attivo aziendale
- 4.3.3. Il Passivo aziendale
- 4.3.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 4.3.5. Il Conto Economico

4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi

- 4.4.1. Elementi di calcolo dei costi
- 4.4.2. Le spese nella contabilità generale e nella contabilità dei costi
- 4.4.3. Classificazione dei costi

4.5. Sistemi di informazione e *Business Intelligence*

- 4.5.1. Concetto e classificazione
- 4.5.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 4.5.3. Scelta del centro di costi ed effetti

4.6. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 4.6.1. Il modello di bilancio
- 4.6.2. Bilancio di Capitale
- 4.6.3. Bilancio di Gestione
- 4.6.4. Bilancio del Tesoro
- 4.6.5. Controllo del bilancio

4.7. Gestione della tesoreria

- 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di di Manovra Necessario
- 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi
- 4.7.3. *Credit management*

4.8. Responsabilità fiscale delle imprese

- 4.8.1. Nozioni fiscali di base
- 4.8.2. L'imposta sulle società
- 4.8.3. L'imposta sul valore aggiunto
- 4.8.4. Altre imposte connesse con l'attività commerciale
- 4.8.5. L'impresa come facilitatore del lavoro di Stato

4.9. Sistemi di controllo delle imprese

- 4.9.1. Analisi dei rendiconti finanziari
- 4.9.2. Il Bilancio aziendale
- 4.9.3. Il Conto di Perdite e Profitti
- 4.9.4. Lo Stato del Flusso di Cassa
- 4.9.5. Analisi di Ratio

4.10. Direzione finanziaria

- 4.10.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
- 4.10.2. Dipartimento finanziario
- 4.10.3. Eccedenza di tesoreria
- 4.10.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 4.10.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

4.11. Pianificazione Finanziaria

- 4.11.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 4.11.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
- 4.11.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
- 4.11.4. La tabella *Cash Flow*
- 4.11.5. La tabella di flusso

4.12. Strategia Finanziaria d'Impresa

- 4.12.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
- 4.12.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale

4.13. Contesto Macroeconomico

- 4.13.1. Contesto macroeconomico
- 4.13.2. Indicatori economici rilevanti
- 4.13.3. Meccanismi di monitoraggio delle grandezze macroeconomiche
- 4.13.4. Cicli economici

4.14. Finanziamento strategico

- 4.14.1. Autofinanziamento
- 4.14.2. Aumento dei fondi propri
- 4.14.3. Risorse ibride
- 4.14.4. Finanziamenti tramite intermediari finanziari

4.15. Mercati monetari e di capitali

- 4.15.1. Il mercato monetario
- 4.15.2. Mercato a Reddito Fisso
- 4.15.3. Mercato a Reddito Variabile
- 4.15.4. Mercato Valutario
- 4.15.5. Mercati dei Derivati

4.16. Analisi e pianificazione finanziaria

- 4.16.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 4.16.2. Analisi del Conto Economico
- 4.16.3. Analisi del Rendimento

4.17. Analisi e risoluzione di casi/ problemi

- 4.17.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

Modulo 5. Gestione di operazioni e logistica**5.1. Direzione e Gestione Operazioni**

- 5.1.1. La funzione delle operazioni
- 5.1.2. L'impatto delle operazioni sulla gestione delle imprese
- 5.1.3. Introduzione alla strategia di operazioni
- 5.1.4. La direzione delle operazioni

5.2. Organizzazione industriale e logistica

- 5.2.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale
- 5.2.2. Dipartimento di logistica

5.3. Struttura e tipi di produzione (MTS, MTO, ATO, ETO, ecc.)

- 5.3.1. Sistemi di produzione
- 5.3.2. Strategia di produzione
- 5.3.3. Sistema di gestione di inventario
- 5.3.4. Indici di produzione

5.4. Struttura e tipi di approvvigionamento

- 5.4.1. Ruolo dell'approvvigionamento
- 5.4.2. Gestione dell'approvvigionamento
- 5.4.3. Tipi di acquisto
- 5.4.4. Gestione degli acquisti di un'azienda in modo efficiente
- 5.4.5. Fasi del processo decisionale dell'acquisto

5.5. Controllo economico degli acquisti

- 5.5.1. Influenza economica degli acquisti
- 5.5.2. Centro di costo
- 5.5.3. Bilancio
- 5.5.4. Preventivo vs spesa reale
- 5.5.5. Strumenti di controllo del preventivo

5.6. Controllo delle operazioni di magazzino

- 5.6.1. Controllo dell'inventario
- 5.6.2. Sistema di localizzazione
- 5.6.3. Tecniche di gestione dello stock
- 5.6.4. Sistemi di stoccaggio

5.7. Gestione strategica degli acquisti

- 5.7.1. Strategia aziendale
- 5.7.2. Pianificazione strategica
- 5.7.3. Strategia degli acquisti

5.8. Tipologie della Catena di Approvvigionamento (SCM)

- 5.8.1. Catena di approvvigionamento
- 5.8.2. Benefici della gestione della catena approvvigionamento
- 5.8.3. Gestione logistica della scm

5.9. Supply Chain Management

- 5.9.1. Concetto di Gestione della Catena di Approvvigionamento (SCM)
- 5.9.2. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.9.3. Modelli di Domanda
- 5.9.4. Strategia di trading e cambiamento

5.10. Interazioni della SCM con tutte le aree

- 5.10.1. Interazione della SCM
- 5.10.2. Interazione della SCM: Integrazione per parti
- 5.10.3. Problemi di integrazione della catena di approvvigionamento
- 5.10.4. Catena di approvvigionamento 4.0

5.11. Costi della Logistica

- 5.11.1. Costi logistici
- 5.11.2. Problemi dei costi logistici
- 5.11.3. Ottimizzazione dei costi logistici

5.12. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPI

- 5.12.1. Catena logistica
- 5.12.2. Redditività ed efficacia delle catene logistiche
- 5.12.3. Indici di redditività ed efficacia delle catene logistiche

5.13. Gestione dei processi

- 5.13.1. La gestione dei processi
- 5.13.2. Approccio basato sui processi: mappa dei processi
- 5.13.3. Miglioramenti nella gestione dei processi

5.14. Distribuzione e logistica di trasporto

- 5.14.1. Distribuzione della catena di approvvigionamento
- 5.14.2. Logistica dei Trasporti
- 5.14.3. Sistemi di informazione geografica a supporto della logistica

5.15. Logistica e clienti

- 5.15.1. Analisi della domanda
- 5.15.2. Previsione della domanda e delle vendite
- 5.15.3. Pianificazione delle vendite e delle operazioni
- 5.15.4. Pianificazione partecipativa, previsione e rifornimento (CPFR)

5.16. Logistica internazionale

- 5.16.1. Processi di esportazione e importazione
- 5.16.2. Dogana
- 5.16.3. Modalità e Metodi di Pagamento Internazionali
- 5.16.4. Piattaforme logistiche a livello internazionale

5.17. Outsourcing delle operazioni

- 5.17.1. Gestione delle operazioni e *Outsourcing*
- 5.17.2. Attuazione dell'outsourcing in ambienti logistici

5.18. Competitività nelle operazioni

- 5.18.1. Gestione delle Operazioni
- 5.18.2. Competitività operativa
- 5.18.3. Strategia delle operazioni e vantaggi competitivi

5.19. Gestione della qualità

- 5.19.1. Cliente interno e cliente esterno
- 5.19.2. Costi di qualità
- 5.19.3. Il miglioramento continuo e la filosofia di *Deming*

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Ambienti tecnologici

- 6.1.1. Tecnologia e globalizzazione
- 6.1.2. Ambiente economico e tecnologia
- 6.1.3. Ambiente tecnologico e suo impatto nelle imprese

6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione in azienda

- 6.2.1. Evoluzione del modello di IT
- 6.2.2. Organizzazione e dipartimento IT
- 6.2.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico

6.3. Strategia aziendale e tecnologica

- 6.3.1. Creazione di valore per clienti e azionisti
- 6.3.2. Decisioni strategiche di SI/TI
- 6.3.3. Strategia aziendale vs strategia tecnologica e digitale

6.4. Direzione dei Sistemi Informativi

- 6.4.1. Corporate governance della tecnologia e i sistemi di informazione
- 6.4.2. Direzione dei sistemi di informazione nelle imprese
- 6.4.3. Dirigenti esperti di sistema di informazione: ruoli e funzioni

6.5. Pianificazione strategica dei sistemi di informazione

- 6.5.1. Sistemi di informazione e strategia aziendale
- 6.5.2. Pianificazione strategica dei sistemi di informazioni
- 6.5.3. Fasi della pianificazione strategica dei sistemi informativi

6.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale

- 6.6.1. *Business Intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Scheda di Valutazione Integrale

6.7. Esplorando le informazioni

- 6.7.1. SQL: database relazionali: Concetti di base
- 6.7.2. Reti e comunicazioni
- 6.7.3. Sistema operativo: modelli di dati standard
- 6.7.4. Sistema strategico: OLAP, modello multidimensionale e *dashboards* grafico
- 6.7.5. Analisi strategica del Database e composizione di rapporti

6.8. *Business Intelligence* Aziendale

- 6.8.1. Il mondo del dato
- 6.8.2. Concetti rilevanti
- 6.8.3. Principali caratteristiche
- 6.8.4. Soluzioni nel mercato di oggi
- 6.8.5. Architettura globale di una soluzione BI
- 6.8.6. Sicurezza informatica in BI e Data Science

6.9. Nuovo concetto aziendale

- 6.9.1. Perché BI?
- 6.9.2. Ottenere informazioni
- 6.9.3. BI nei diversi reparti dell'azienda
- 6.9.4. Ragioni per investire in BI

6.10. Strumenti e soluzioni di BI

- 6.10.1. Come scegliere lo strumento migliore?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
- 6.10.4. Prometheus

6.11. Pianificazione e direzione di un Progetto BI

- 6.11.1. Primi passi nella definire un progetto di BI
- 6.11.2. Soluzione BI per l'azienda
- 6.11.3. Requisiti e obiettivi

6.12. Applicazioni di gestione aziendale

- 6.12.1. Sistemi di informazione e gestione aziendale
- 6.12.2. Applicazioni per la gestione aziendale
- 6.12.3. Sistemi *Enterprise Resource Planning* o ERP

6.13. Trasformazione Digitale

- 6.13.1. Quadro concettuale della trasformazione digitale
- 6.13.2. Trasformazione digitale: elementi chiave, vantaggi e svantaggi
- 6.13.3. Trasformazione digitale nelle aziende

6.14. Tecnologie e tendenze

- 6.14.1. Principali tendenze nel settore della tecnologia che stanno cambiando i modelli di business
- 6.14.2. Analisi delle principali tecnologie emergenti

6.15. *Outsourcing* di TI

- 6.15.1. Quadro concettuale di *outsourcing*
- 6.15.2. L'*Outsourcing* IT e il suo impatto sul business
- 6.15.3. Chiavi per l'implementazione di progetti aziendali di *outsourcing* IT

Modulo 7. Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa**7.1. Direzione commerciale**

- 7.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
- 7.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 7.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

7.2. Marketing

- 7.2.1. Concetto di Marketing
- 7.2.2. Elementi base del marketing
- 7.2.3. Attività di marketing aziendale

7.3. Gestione Strategica di Marketing

- 7.3.1. Concetto di Marketing strategico
- 7.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing
- 7.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di marketing

7.4. Marketing online e E-commerce

- 7.4.1. Obiettivi di Marketing digitale e E-commerce
- 7.4.2. Marketing Digitale e media che utilizza
- 7.4.3. E-commerce: Contesto generale
- 7.4.4. Categorie dell'E-commerce
- 7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale

7.5. Managing digital business

- 7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media
- 7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale
- 7.5.3. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale

7.6. Marketing digitale per rafforzare il marchio

- 7.6.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

7.7. Strategia di Marketing Digitale

- 7.7.1. Definire la strategia del Marketing Digitale
- 7.7.2. Creazione di una strategia di Marketing Digitale

7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti

- 7.8.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Ipersegmentazione

7.9. Gestione delle campagne digitali

- 7.9.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 7.9.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
- 7.9.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

7.10. Piano di marketing online

- 7.10.1. Che cos'è un piano di Marketing Online?
- 7.10.2. Step per creare un piano di Marketing Online
- 7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing Online

7.11. Blended marketing

- 7.11.1. Cos'è il *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline
- 7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di *Blended Marketing*
- 7.11.4. Caratteristiche di una strategia di *Blended Marketing*
- 7.11.5. Raccomandazioni in *Blended Marketing*
- 7.11.6. Vantaggi del *Blended Marketing*

7.12. Strategie di vendita

- 7.12.1. Strategie di vendita
- 7.12.2. Metodi di vendite

7.13. Comunicazione aziendale

- 7.13.1. Concetto
- 7.13.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
- 7.13.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
- 7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
- 7.13.5. Elementi della comunicazione
- 7.13.6. Problemi di comunicazione
- 7.13.7. Scenari di comunicazione

7.14. Strategia di Comunicazione Aziendale

- 7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane
- 7.14.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna
- 7.14.3. Il piano di comunicazione interna

7.15. Comunicazione e reputazione online

- 7.15.1. La reputazione online
- 7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 7.15.3. Strumenti di reputazione online
- 7.15.4. Rapporto sulla reputazione online
- 7.15.5. Branding online

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

8.1. Ricerche di Mercato

- 8.1.1. Ricerche di mercato: origine storica
- 8.1.2. Analisi ed evoluzione del quadro concettuale della ricerca di mercato
- 8.1.3. Elementi chiave e apporto di valore della ricerca di mercato

8.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

- 8.2.1. Dimensione del campione
- 8.2.2. Campioni
- 8.2.3. Tipi di Tecniche Quantitative

8.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

- 8.3.1. Tipi di ricerca qualitativa
- 8.3.2. Tecniche di ricerca qualitativa

8.4. Segmentazione dei mercati

- 8.4.1. Concetto di segmentazione del mercato
- 8.4.2. Utilità e requisiti della segmentazione
- 8.4.3. Segmentazione dei mercati di consumo
- 8.4.4. Segmentazione dei mercati industriali
- 8.4.5. Strategie di segmentazione
- 8.4.6. Segmentazione in base ai criteri del marketing - mix
- 8.4.7. Metodologia di segmentazione del mercato

8.5. Gestione di progetti di ricerca

- 8.5.1. La ricerca di mercato come processo
- 8.5.2. Le fasi di pianificazione della ricerca di marketing
- 8.5.3. Fasi di esecuzione della ricerca di marketing
- 8.5.4. Gestione di un progetto di ricerca

8.6. La ricerca di mercati internazionali

- 8.6.1. Ricerca di Mercati Internazionali
- 8.6.2. Processo di Ricerca di Mercati Internazionali
- 8.6.3. L'importanza delle fonti secondarie nelle Ricerche di Mercato internazionale

8.7. Studi di fattibilità

- 8.7.1. Concetto e utilità
- 8.7.2. Schema di studio di fattibilità
- 8.7.3. Sviluppo di studio di fattibilità

8.8. Pubblicità

- 8.8.1. Contesto storico della pubblicità
- 8.8.2. Quadro concettuale della pubblicità; principi, concetto di briefing e posizionamento
- 8.8.3. Agenzie pubblicitarie, agenzie di media e professionisti della pubblicità
- 8.8.4. Importanza della pubblicità nel mondo degli affari
- 8.8.5. Tendenze e sfide della pubblicità

8.9. Sviluppo del piano di marketing

- 8.9.1. Concetto del Piano di Marketing
- 8.9.2. Analisi e diagnosi della situazione
- 8.9.3. Decisioni strategiche di marketing
- 8.9.4. Decisioni operative di marketing

8.10. Strategie di promozione e Merchandising

- 8.10.1. Comunicazione di marketing integrato
- 8.10.2. Piano di comunicazione pubblicitaria
- 8.10.3. Il Merchandising come tecnica di Comunicazione

8.11. Pianificazione dei media

- 8.11.1. Origine ed evoluzione della pianificazione dei media
- 8.11.2. Mezzi di comunicazione
- 8.11.3. Piano dei media

8.12. Fondamenti di direzione commerciale

- 8.12.1. Il ruolo della direzione commerciale
- 8.12.2. Sistemi di analisi della situazione concorrenziale commerciale impresa/mercato
- 8.12.3. Sistemi di pianificazione aziendale dell'azienda
- 8.12.4. Principali strategie competitive

8.13. Negoziazione commerciale

- 8.13.1. Negoziazione commerciale
- 8.13.2. Le questioni psicologiche della negoziazione
- 8.13.3. Principali metodi di negoziazione
- 8.13.4. Il processo di negoziazione

8.14. Processo decisionale nella gestione commerciale

- 8.14.1. Strategia commerciale e strategia competitiva
- 8.14.2. Modelli di processo decisionale
- 8.14.3. Analitica e strumenti per il processo decisionale
- 8.14.4. Comportamento umano nel processo decisionale

8.15. Direzione e gestione della rete di vendite

- 8.15.1. Sales Management: Direzione delle vendite
- 8.15.2. Reti al servizio dell'attività commerciale
- 8.15.3. Politiche di selezione e formazione di venditori
- 8.15.4. Sistemi di remunerazione delle reti commerciali interne ed esterne
- 8.15.5. Gestione del processo commerciale: Controllo e assistenza alle attività di marketing sulla base delle informazioni

8.16. Attuazione della funzione commerciale

- 8.16.1. Contrattazione di imprese proprie e agenti commerciali
- 8.16.2. Controllo dell'attività commerciale
- 8.16.3. Il codice deontologico del personale commerciale
- 8.16.4. Adempimento Normativo
- 8.16.5. Norme commerciali generalmente accettate

8.17. Gestione dei conti chiave

- 8.17.1. Concetto di gestione dei conti chiave
- 8.17.2. Il *Key Account Manager*
- 8.17.3. Strategia di Gestione dei Conti Chiave

8.18. Gestione finanziaria e di budget

- 8.18.1. Il punto di pareggio
- 8.18.2. Controllo di gestione e piano annuale delle vendite
- 8.18.3. Impatto finanziario delle decisioni strategiche commerciali
- 8.18.4. Gestione del ciclo, rotazioni, redditività e liquidità
- 8.18.5. Conto dei risultati

Modulo 9. Innovazione e Direzione dei Progetti**9.1. Innovazione**

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

9.2. Strategia di innovazione

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

9.3. Project Management nelle Startup

- 9.3.1. Concetto di *startup*
- 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
- 9.3.3. Fasi dello sviluppo di una *startup*
- 9.3.4. Il ruolo di un project manager in una *startup*

9.4. Pianificazione e verifica del modello di business

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

9.5. Direzione e Gestione di Progetti

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

9.6. Gestione del cambiamento nei progetti: gestione della formazione

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

9.7. Gestione della comunicazione di progetti

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

9.8. Metodologie tradizionali e innovative

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

9.9. Creazione di una startup

- 9.9.1. Creazione di una *startup*
- 9.9.2. Organizzazione e cultura
- 9.9.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le *startup*
- 9.9.4. Aspetti legali

9.10. Pianificazione della gestione dei rischi nei progetti

- 9.10.1. Pianificazione dei rischi
- 9.10.2. Elementi per creare un piano di gestione dei rischi
- 9.10.3. Strumenti per creare un piano di gestione di rischi
- 9.10.4. Contenuto del piano di gestione dei rischi

Modulo 10. Management Direttivo

10.1. General Management

- 10.1.1. Concetto di General Management
- 10.1.2. L'azione del Manager generale
- 10.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 10.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

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

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

10.3. Direzione di operazioni

- 10.3.1. Importanza della direzione
- 10.3.2. La catena di valore
- 10.3.3. Gestione della qualità

10.4. Oratoria e preparazione del portavoce

- 10.4.1. Comunicazione interpersonale
- 10.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 10.4.3. Barriere nella comunicazione

10.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 10.5.1. Comunicazione interpersonale
- 10.5.2. Strumenti di comunicazione interpersonale
- 10.5.3. La comunicazione nelle imprese
- 10.5.4. Strumenti nelle imprese

10.6. Comunicazione in situazioni di crisi

- 10.6.1. Crisi
- 10.6.2. Fasi della crisi
- 10.6.3. Messaggi: contenuti e momenti

10.7. Preparazione di un piano di crisi

- 10.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 10.7.2. Pianificazione
- 10.7.3. Adeguatezza del personale

10.8. Intelligenza emotiva

- 10.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 10.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 10.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

10.9. Branding personale

- 10.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 10.9.2. Leggi del branding personale
- 10.9.3. Strumenti per la costruzione del brand personale

10.10. Leadership e gestione di team

- 10.10.1. Leadership e stile di leadership
- 10.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 10.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 10.10.4. Gestione di Team Multiculturali

Modulo 11. Strategia nelle Imprese Digitali e di Videogiochi**11.1. Aziende Digitali e Videoludiche**

- 11.1.1. Componenti della strategia
- 11.1.2. Ecosistema digitale e videoludico
- 11.1.3. Posizionamento strategico

11.2. Il Processo Strategico

- 11.2.1. Analisi strategica
- 11.2.2. Selezione delle alternative strategiche
- 11.2.3. Attuazione della strategia

11.3. Analisi strategica

- 11.3.1. Interna
- 11.3.2. Esterna
- 11.3.3. Matrice SWOT e CAME

11.4. Analisi del Settore Videoludico

- 11.4.1. Modello delle 5 forze di Porter
- 11.4.2. Analisi PESTEL
- 11.4.3. Segmentazione Settoriale

11.5. Analisi del posizionamento competitivo

- 11.5.1. Creare e monetizzare il valore strategico
- 11.5.2. Ricerca di nicchia e Segmentazione del Mercato
- 11.5.3. Sostenibilità del posizionamento competitivo

11.6. Analisi del contesto economico

- 11.6.1. Globalizzazione e internazionalizzazione
- 11.6.2. Investimento e risparmio
- 11.6.3. Indicatori di produzione, produttività e occupazione

11.7. Direzione strategica

- 11.7.1. Un quadro di riferimento per l'analisi della strategia
- 11.7.2. Analisi dell'ambiente, delle risorse e delle capacità del settore
- 11.7.3. Attuazione della strategia

11.8. Formulare la strategia

- 11.8.1. Strategie aziendali
- 11.8.2. Strategie generiche
- 11.8.3. Strategie per il cliente

11.9. Implementazione della strategia

- 11.9.1. Pianificazione strategica
- 11.9.2. Comunicazione e schema di partecipazione aziendale
- 11.9.3. Gestione del cambiamento

11.10. I Nuovi Business strategici

- 11.10.1. Gli oceani blu
- 11.10.2. L'esaurimento dei miglioramenti crescenti nella curva del valore
- 11.10.3. Attività a costo marginale zero

Modulo 12. Management di Aziende Videoludiche**12.1. Settore e catena del valore**

- 12.1.1. Valore nel settore dell'intrattenimento
- 12.1.2. Elementi della catena del valore
- 12.1.3. Relazione tra i singoli elementi della catena del valore

12.2. Sviluppatori di videogiochi

- 12.2.1. La proposta concettuale
- 12.2.2. Progettazione creativa e trama del videogioco
- 12.2.3. Tecnologie applicabili allo sviluppo di videogiochi

12.3. Produttori di console

- 12.3.1. Componenti
- 12.3.2. Tipologia e produttori
- 12.3.3. Generazione di console

12.4. Publisher

- 12.4.1. Selezione
- 12.4.2. Gestione dello sviluppo
- 12.4.3. Generazione di prodotti e servizi

12.5. Distributori

- 12.5.1. Accordi con i distributori
- 12.5.2. Modelli di distribuzione
- 12.5.3. Logistica di distribuzione

12.6. Venditori al dettaglio

- 12.6.1. Venditori al dettaglio
- 12.6.2. Orientamento e impegno dei consumatori
- 12.6.3. Servizi di consulenza

12.7. Produttori di accessori

- 12.7.1. Accessori per il *gaming*
- 12.7.2. Mercato
- 12.7.3. Tendenze

12.8. Sviluppatori di *middleware*

- 12.8.1. *Middleware* nell'industria videoludica
- 12.8.2. Sviluppo di *middleware*
- 12.8.3. *Middleware*: Tipologia

12.9. Profili professionali nel settore dei videogiochi

- 12.9.1. *Game Designer* e Programmatori
- 12.9.2. Modellatori e texturisti
- 12.9.3. Animatori e illustratori

12.10. Club professionisti di sport

- 12.10.1. L'area amministrativa
- 12.10.2. L'area sportiva
- 12.10.3. L'area di comunicazione

Modulo 13. Marketing Digitale e Trasformazione Digitale dei Videogiochi

13.1. Strategia in Marketing Digitale

- 13.1.1. *Customer Centric*
- 13.1.2. *Customer Journey e Funnel di Marketing*
- 13.1.3. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale

13.2. Risorse digitali

- 13.2.1. Architettura e web design
- 13.2.2. Esperienza Utente-CX
- 13.2.3. *Mobile marketing*

13.3. Mezzi digitali

- 13.3.1. Strategia e Pianificazione dei Media
- 13.3.2. *Display* e programmatica pubblicitaria
- 13.3.3. Digital TV

13.4. Search

- 13.4.1. Sviluppo e implementazione di una strategia *search*
- 13.4.2. SEO
- 13.4.3. SEM

13.5. Social Media

- 13.5.1. Progettazione, pianificazione e analisi in una strategia dei *Social Media*
- 13.5.2. Tecniche di Marketing sui social network orizzontali
- 13.5.3. Tecniche di Marketing sui social network verticali

13.6. Inbound Marketing

- 13.6.1. *Funnel* dell' *Inbound Marketing*
- 13.6.2. Generazione di *Content Marketing*
- 13.6.3. Creazione e Gestione di *Leads*

13.7. Account Based Marketing

- 13.7.1. Strategia di marketing B2B
- 13.7.2. Decision Maker e mappa dei contatti
- 13.7.3. Piano di *Account Based Marketing*

13.8. Email Marketing e Landing Pages

- 13.8.1. Caratteristiche dell' *Email Marketing*
- 13.8.2. Creatività e *Landing Pages*
- 13.8.3. Campagne e azioni di *Email Marketing*

13.9. Automatizzazione del Marketing

- 13.9.1. *Marketing Automation*
- 13.9.2. *Big Data* e AI applicati al Marketing
- 13.9.3. Principali soluzioni di *Marketing Automation*

13.10. Metriche, KPI e ROI

- 13.10.1. Metriche chiave e KPI per il Marketing Digitale
- 13.10.2. Soluzioni e strumenti di misura
- 13.10.3. Calcolo e monitoraggio del ROI

Modulo 14. Creazione di Imprese di Videogiochi

14.1. Imprenditorialità

- 14.1.1. Strategia imprenditoriale
- 14.1.2. Il Progetto imprenditoriale
- 14.1.3. Metodologie di imprenditorialità agile

14.2. Innovazioni tecnologiche nei videogiochi

- 14.2.1. Innovazioni nelle console e nelle periferiche
- 14.2.2. Innovazione in *Motion Capture* e *Live Dealer*
- 14.2.3. Innovazione nella grafica e nel software

14.3. Business plan

- 14.3.1. Segmenti e Proposta di Valore
- 14.3.2. Processi chiave, risorse e partnership
- 14.3.3. Relazioni con i clienti e canali di interazione

14.4. Investimento

- 14.4.1. Investimenti nell'industria dei videogiochi
- 14.4.2. Aspetti critici per l'acquisizione di investimenti
- 14.4.3. Finanziamento delle *Startup*

14.5. Finanze

- 14.5.1. Ricavi ed efficienza
- 14.5.2. Spese Operative e di Capitale
- 14.5.3. Conto economico e bilancio

14.6. Produzione di videogiochi

- 14.6.1. Strumenti di Simulazione della Produzione
- 14.6.2. Gestione della produzione programmata
- 14.6.3. Gestione del controllo di produzione

14.7. Gestione delle Operazioni

- 14.7.1. Progettazione, Ubicazione e Manutenzione
- 14.7.2. Gestione della qualità
- 14.7.3. Gestione dell'inventario e della catena di approvvigionamento

14.8. Nuovi modelli di distribuzione online

- 14.8.1. Modelli di logistica online
- 14.8.2. Consegna diretta online e SaaS
- 14.8.3. *Dropshipping*

14.9. Sostenibilità

- 14.9.1. Creazione di valore sostenibile
- 14.9.2. Impegno ambientale, sociale e di governance (ESG)
- 14.9.3. La sostenibilità nella strategia

14.10. Aspetti legali

- 14.10.1. Proprietà intellettuale
- 14.10.2. Proprietà industriale
- 14.10.3. GDPR

Modulo 15. Gestione di Progetti**15.1. Ciclo di vita di un progetto videoludico**

- 15.1.1. Fase di ideazione e pre-produzione
- 15.1.2. Produzione e fasi finali
- 15.1.3. Fase di post-produzione

15.2. Progetti per videogiochi

- 15.2.1. Generi
- 15.2.2. *Serious Games*
- 15.2.3. Sottogeneri e nuovi generi

15.3. Struttura di un progetto videoludico

- 15.3.1. Architettura interna
- 15.3.2. Rapporto tra elementi
- 15.3.3. Visione olistica dei videogiochi

15.4. Videogiochi

- 15.4.1. Aspetti ludici dei videogiochi
- 15.4.2. Progettazione di videogiochi
- 15.4.3. Gamificazione

15.5. Tecnologia per videogiochi

- 15.5.1. Elementi interni
- 15.5.2. Motori grafici per videogiochi
- 15.5.3. Influenza della tecnologia e del marketing sulla progettazione

15.6. Ideazione, lancio e realizzazione di progetti

- 15.6.1. Sviluppo preliminare
- 15.6.2. Fasi di sviluppo dei videogiochi
- 15.6.3. Il coinvolgimento dei consumatori nello sviluppo

15.7. Gestire l'organizzazione di un progetto di videogiochi

- 15.7.1. Il team di sviluppo e il *publisher*
- 15.7.2. Area operativa
- 15.7.3. Team vendite e Marketing

15.8. Manuale per lo sviluppo dei videogiochi

- 15.8.1. Manuale di Progettazione e Tecniche dei Videogiochi
- 15.8.2. Manuale dello sviluppatore di videogiochi
- 15.8.3. Manuale dei requisiti e delle specifiche tecniche

15.9. Pubblicazione e Marketing di videogiochi

- 15.9.1. Preparazione al *Kick Off* del Videogioco
- 15.9.2. Canali di comunicazione digitale
- 15.9.3. *Delivery*, progresso e monitoraggio del risultato

15.10. Metodologie agili applicabili a progetti di videogiochi

- 15.10.1. *Design and Visual Thinking*
- 15.10.2. *Lean Startup*
- 15.10.3. *Scrum Development and Sales*

Modulo 16. Innovazione**16.1. Strategia e innovazione**

- 16.1.1. Innovazione nei videogiochi
- 16.1.2. Gestione dell'innovazione nei videogiochi
- 16.1.3. Modelli di innovazione

16.2. Talento innovativo

- 16.2.1. Implementare la cultura dell'innovazione nelle organizzazioni
- 16.2.2. Talento
- 16.2.3. Mappa della cultura dell'innovazione

16.3. Guida e gestione dei talenti nell'economia digitale

- 16.3.1. Ciclo di vita del talento
- 16.3.2. Reclutamento - Condizionamenti generazionali
- 16.3.3. Ritenzione: *Engagement*, fidelizzazione, clienti

16.4. Modelli di business nell'innovazione dei videogiochi

- 16.4.1. Innovazione nei modelli di business
- 16.4.2. Strumenti per l'innovazione aziendale
- 16.4.3. *Business Model Navigator*

16.5. Gestione di progetti di innovazione

- 16.5.1. Cliente e processo di innovazione
- 16.5.2. Progettazione della Proposta di Valore
- 16.5.3. Organizzazioni esponenziali

16.6. Metodologie agili per l'innovazione

- 16.6.1. Metodologia *Design Thinking* e *Lean Startup*
- 16.6.2. Modelli agili per la gestione dei progetti: Kanban e Scrum
- 16.6.3. *Lean Canvas*

16.7. Gestire la convalida dell'innovazione

- 16.7.1. Prototipazione (PMV)
- 16.7.2. Validazione del Cliente
- 16.7.3. Orientare o preservare

16.8. Innovazione di Processo

- 16.8.1. Opportunità di innovazione nei processi
- 16.8.2. *Time-to-Market*, riduzione delle attività non a valore aggiunto ed eliminazione dei difetti
- 16.8.3. Strumenti metodologici per l'innovazione nei processi

16.9. Tecnologie dirompenti

- 16.9.1. Tecnologie di ibridazione fisico-digitale
- 16.9.2. Tecnologie di Comunicazione ed Elaborazione Dati
- 16.9.3. Tecnologie Applicate alla Gestione

16.10. Il ritorno dell'investimento nell'innovazione

- 16.10.1. Strategie di monetizzazione dei dati e asset di innovazione
- 16.10.2. Il ROI dell'innovazione: Linee guida generali
- 16.10.3. Funnel

Modulo 17. Gestione Finanziaria

17.1. Contabilità

- 17.1.1. Contabilità
- 17.1.2. Conti annuali e altri rapporti
- 17.1.3. Immobili materiali, investimenti immobiliari e immobili immateriali

17.2. Gestione finanziaria

- 17.2.1. Strumenti finanziari
- 17.2.2. Finanza aziendale e gestione finanziaria
- 17.2.3. Finanza per imprenditori

17.3. Analisi dei bilanci

- 17.3.1. Analisi dei rendiconti finanziari
- 17.3.2. Analisi della liquidità e della solvibilità
- 17.3.3. Gestione della tesoreria

17.4. Operazioni finanziarie

- 17.4.1. Operazioni finanziarie
- 17.4.2. Gestione degli investimenti
- 17.4.3. Criteri per scegliere investimenti sicuri

17.5. Sistema finanziario

- 17.5.1. Sistema finanziario
- 17.5.2. Struttura e funzionamento del sistema finanziario
- 17.5.3. Il mercato azionario

17.6. Controllo di gestione

- 17.6.1. Controllo di gestione
- 17.6.2. Centri di responsabilità
- 17.6.3. Sistemi dei costi

17.7. Controllo del bilancio

- 17.7.1. Il processo di bilancio
- 17.7.2. Organizzazione e gestione del bilancio
- 17.7.3. Controllo del bilancio

17.8. Gestione della tesoreria

- 17.8.1. Cash Management e bilancio del tesoro
- 17.8.2. Riscossione di transazioni commerciali
- 17.8.3. Pagamento di transazioni commerciali

17.9. Finanziamenti aziendali

- 17.9.1. Vantaggi, inconvenienti e implicazioni del debito
- 17.9.2. Scelta della struttura del capitale dell'azienda
- 17.9.3. Variazione della struttura del capitale

17.10. Valutazione di imprese

- 17.10.1. Metodi contabili e valore aziendale
- 17.10.2. Cespiti e debiti
- 17.10.3. Diagnosi della valutazione dell'azienda e presentazione agli investitori

Modulo 18. Commercial Management

18.1. Modelli di organizzazione commerciale

- 18.1.1. Dipartimento Commerciale
- 18.1.2. Strumenti del dipartimento commerciale
- 18.1.3. La forza vendita

18.2. Obiettivi commerciali

- 18.2.1. Pianificazione commerciale
- 18.2.2. Previsioni e bilanci
- 18.2.3. Bilancio commerciale

18.3. Previsione commerciale

- 18.3.1. Redditività del Dipartimento Commerciale
- 18.3.2. Previsione delle vendite
- 18.3.3. Controllo dell'attività commerciale

18.4. Nuovi modelli relazionali

- 18.4.1. Il marketing nei nuovi modelli di business
- 18.4.2. La personalizzazione come principale driver della relazione con i clienti
- 18.4.3. Lo sviluppo della customer experience

18.5. Vendita consultiva

- 18.5.1. Psicologia della vendita
- 18.5.2. La comunicazione persuasiva
- 18.5.3. Introduzione ed evoluzione dei metodi di vendita

18.6. Modalità di vendita

- 18.6.1. Vendita al *dettaglio* o B2C
- 18.6.2. Vendita esterna B2B
- 18.6.3. Vendite OnLine

18.7. Digital Social Selling

- 18.7.1. *Social Selling*
- 18.7.2. L'atteggiamento sociale: Rete dei contatti
- 18.7.3. Processo di acquisizione di nuovi clienti tramite i *Social Media*

18.8. Metodologie di Digital Sales

- 18.8.1. Principali metodologie agili nelle *Digital Sales*
- 18.8.2. *Scrum Sales*, *Neat Selling*, *Snap Selling*, *Spin Selling*, ecc.
- 18.8.3. *Inbound Sales B2B* e *Account Based Marketing*

18.9. Supporto al Marketing nell'area commerciale

- 18.9.1. Gestione del Marketing
- 18.9.2. Il valore del Marketing Digitale (B2C/B2B)
- 18.9.3. Gestione del Marketing Mix nell'area commerciale

18.10. Organizzazione e pianificazione del lavoro dell'addetto alle vendite

- 18.10.1. Aree di vendita e percorsi
- 18.10.2. Gestione del tempo e delle riunioni
- 18.10.3. Analisi e processo decisionale

Modulo 19. Gestione degli *eSports***19.1. L'industria degli *eSports***

- 19.1.1. *Sport*
- 19.1.2. Soggetti del settore *eSports*
- 19.1.3. Il modello di business e il mercato degli *eSports*

19.2. La gestione dei club *eSports*

- 19.2.1. L'importanza dei Club di *eSports*
- 19.2.2. Creazione di club
- 19.2.3. Amministrazione e gestione di club di *eSports*

19.3. Il rapporto con gli *eGamers*

- 19.3.1. Il ruolo del giocatore
- 19.3.2. Capacità e competenze del giocatore
- 19.3.3. I giocatori come ambasciatori del marchio

19.4. Competizioni ed eventi

- 19.4.1. Il *delivery* negli *eSports*: Competizioni ed eventi
- 19.4.2. La gestione dell'evento e dei campionati
- 19.4.3. Principali campionati

19.5. Gestione delle sponsorizzazioni negli *eSports*

- 19.5.1. Gestione delle sponsorizzazioni negli *eSports*
- 19.5.2. Tipi di sponsorizzazione negli *eSports*
- 19.5.3. Il contratto di sponsorizzazione degli *eSports*

19.6. Gestione della pubblicità negli *eSports*

- 19.6.1. *Advergaming* Nuovo formato pubblicitario
- 19.6.2. Il *Branded Content* negli *eSports*
- 19.6.3. Gli *eSports* come Strategia di Comunicazione

19.7. Marketing nella gestione degli *eSports*

- 19.7.1. La gestione degli *Owned Media*
- 19.7.2. La gestione dei *Paid Media*
- 19.7.3. Un focus speciale sui *Social Media*

19.8. *Influencer marketing*

- 19.8.1. *Marketing Influencer*
- 19.8.2. La gestione del pubblico di riferimento e il suo impatto sugli *esports*
- 19.8.3. Modelli di business nell'*influencer Marketing*

19.9. *Merchant*

- 19.9.1. Vendita di servizi e prodotti associati
- 19.9.2. Il *Merchandising*
- 19.9.3. Commercio elettronico e *Market Places*

19.10. Metriche e KPI di *eSport*

- 19.10.1. Parametri
- 19.10.2. KPI per i progressi e il successo
- 19.10.3. Mappa strategica degli obiettivi e degli indicatori

Modulo 20. Leadership e Gestione dei Talenti

20.1. Aziende, Organizzazione e Risorse Umane

- 20.1.1. Organizzazione e struttura organizzativa
- 20.1.2. Direzione strategica
- 20.1.3. Analisi e organizzazione del lavoro

20.2. Gestione delle risorse umane in azienda

- 20.2.1. Organizzazione nelle risorse umane
- 20.2.2. Canali di assunzione
- 20.2.3. Candidature nel settore dei videogiochi

20.3. Leadership personale e professionale

- 20.3.1. Leader e processi di leadership
- 20.3.2. L'autorità della comunicazione
- 20.3.3. Negoziare con il successo e il fallimento

20.4. Gestione della conoscenza e gestione del talento

- 20.4.1. Gestione strategica del talento
- 20.4.2. Tecnologie applicate alla Gestione delle Risorse Umane
- 20.4.3. Modelli di innovazione in Risorse Umane

20.5. La gestione della conoscenza come elemento chiave per la crescita aziendale

- 20.5.1. Obiettivi generali della gestione della conoscenza
- 20.5.2. Struttura dei sistemi e dei flussi di gestione della conoscenza
- 20.5.3. Processi di gestione della conoscenza

20.6. Coaching e Mentoring

- 20.6.1. PNL
- 20.6.2. Coaching e Mentoring
- 20.6.3. Processi

20.7. Nuove forme di leadership in ambienti VUCA

- 20.7.1. Gestione individuale del cambiamento
- 20.7.2. Gestione del cambiamento organizzativo
- 20.7.3. Strumenti

20.8. Gestione della diversità

- 20.8.1. Incorporare le nuove generazioni nella leadership
- 20.8.2. Leadership femminile
- 20.8.3. Gestione del multiculturalismo

20.9. Il Coach leader

- 20.9.1. Le abilità del leader coach
- 20.9.2. Feedback e Feedforward
- 20.9.3. Il riconoscimento

20.10. Adattamento alle nuove tecnologie

- 20.10.1. Attitudine
- 20.10.2. Conoscenza
- 20.10.3. Sicurezza



“

Questo Master Specialistico 100% online ti offrirà una combinazione equilibrata di conoscenze teoriche e pratiche, preparandoti ad affrontare il futuro in questa industria emozionante e competitiva"

07

Metodologia

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

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



“

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.



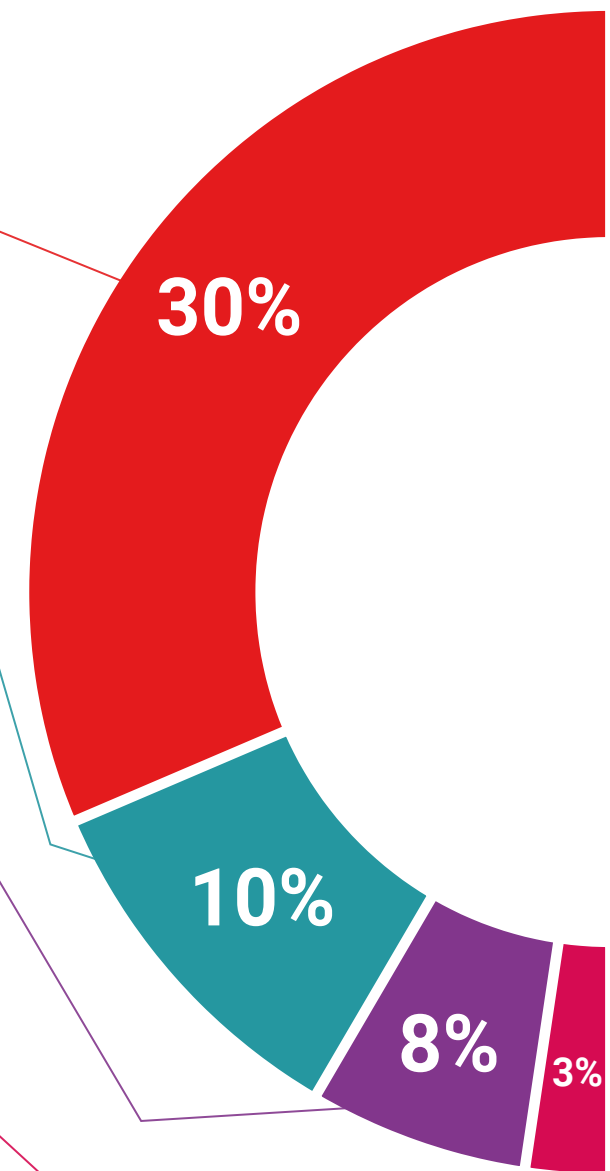
Stage di competenze manageriali

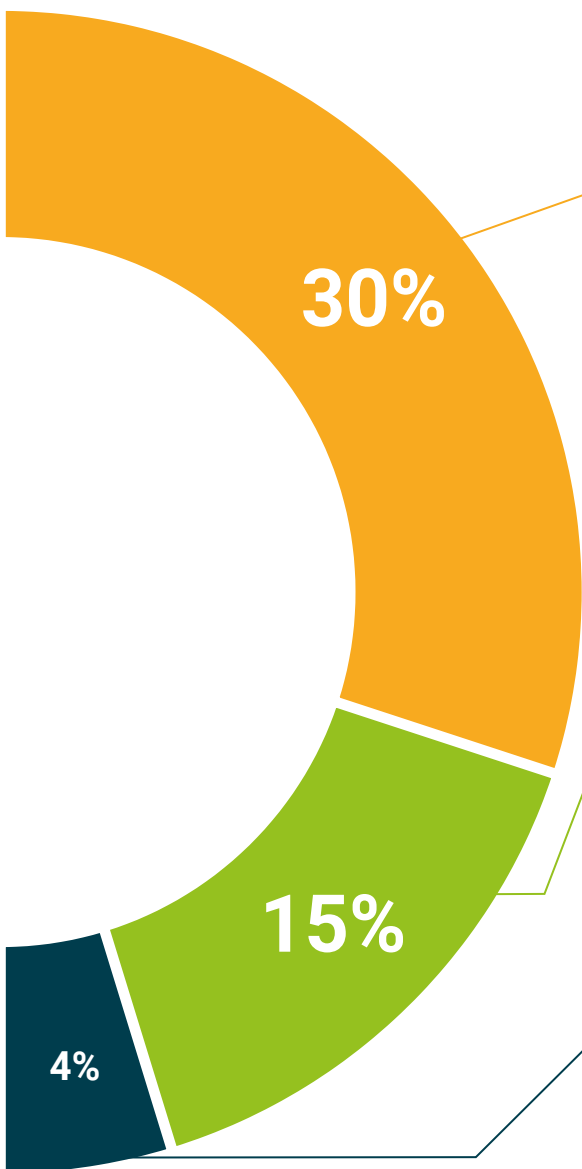
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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.





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

La maggior parte degli studenti di questo programma sono professionisti appassionati dell'industria dei videogiochi, con esperienza in settori correlati come lo sviluppo di videogiochi, la gestione aziendale, il Marketing digitale o la tecnologia. Inoltre, sono persone creative, innovative e con una mentalità imprenditoriale, pronte ad affrontare le sfide e le opportunità che il mercato dei videogiochi presenta. Molti di loro cercano infatti di acquisire specifiche capacità manageriali e strategiche, per avanzare nelle loro carriere o intraprendere i propri progetti nel settore.



“

Questo programma è rivolto a persone motivate e impegnate al successo in un settore dinamico e altamente competitivo come quello dei videogiochi”

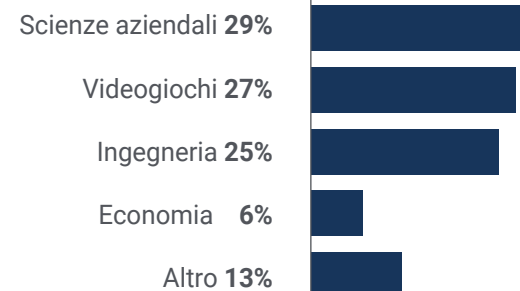
Età media

Da **35** e **45** anni

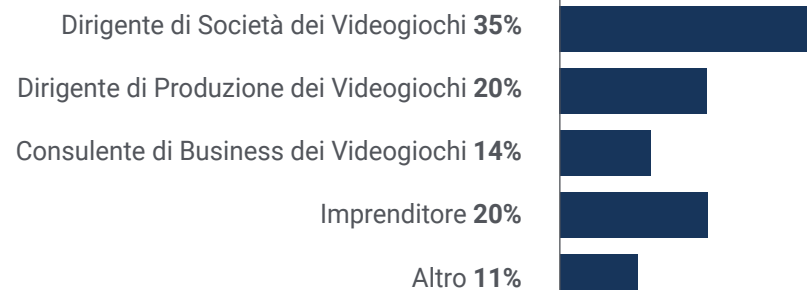
Anni di esperienza



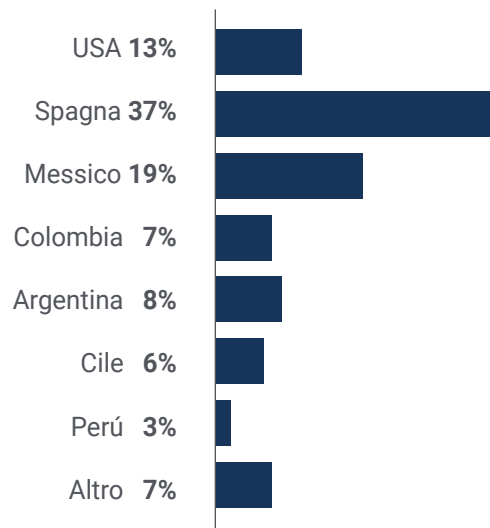
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



María López

Sviluppatrice di Videogiochi

"Il Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi è stato, senza dubbio, una scelta saggia per lo sviluppo della mia carriera. Era come essere immersi nel mondo dei videogiochi 24 ore al giorno. Dalla progettazione di giochi alla gestione delle squadre e alla monetizzazione, ho assorbito molte conoscenze utili e strategie brillanti. Sono entusiasta di poter applicare tutto ciò che ho imparato per portare il nostro business dei videogiochi a nuovi livelli"

09

Direzione del corso

Il personale docente è composto da esperti altamente qualificati ed esperti aspetti chiave dell'Industria. Questi professionisti hanno una profonda conoscenza teorica e pratica in settori come la gestione aziendale, la strategia aziendale e la tecnologia dei videogiochi, e hanno una vasta esperienza in ruoli esecutivi e di leadership in aziende leader del settore. La loro esperienza pratica consente di offrire agli studenti una visione realistica e pratica delle sfide e delle opportunità delle aziende videoludiche



“

Gli insegnanti saranno la chiave per offrirti un'istruzione di alta qualità, preparandoti a guidare con successo in un settore sempre più competitivo"

Direttrice Ospite Internazionale

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

In qualità di **Vice Presidentessa per l'Acquisizione dei Talenti** presso **Mastercard**, è responsabile della supervisione della strategia e dell'esecuzione del processo di assunzione dei talenti, collaborare con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, il suo obiettivo è **creare team diversificati, inclusivi** e ad **alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attrarre e trattenere i migliori professionisti da tutto il mondo. Inoltre, si occupa di **promuovere il marchio del datore** di lavoro e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso pubblicazioni, eventi e social media.

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

D'altra parte, è stata riconosciuta per la sua capacità di guidare le trasformazioni organizzative, **integrare le tecnologie** nei **processi di reclutamento** e sviluppare programmi di leadership che preparano le istituzioni per le sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato in modo significativo la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un leader e responsabile di team con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di impegno tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. Il suo percorso in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come un manager ad alto impatto, con notevoli capacità per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore Regionale di IT in Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile dei programmi senior in Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria produttiva in Microsoft
- Laureato in Sicurezza Informatica presso la Western Governors University
- Certificato Tecnico in *Commercial Diving* per Divers Institute of Technology
- Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

*Cogli l'occasione per conoscere
gli ultimi sviluppi in questo
campo e applicarli alla tua pratica
quotidiana"*

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto internazionale di fama con oltre due decenni di esperienza in **Digital Transformation, Marketing, Strategia e Consulenza**. In questo lungo percorso ha assunto diversi rischi ed è un sostenitore **costante dell'innovazione** e del **cambiamento** nella congiuntura aziendale. Con questa esperienza, ha collaborato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. Ha contribuito a rendere aziende come la Shell Energy **leader nel mercato**, focalizzate sui **clienti** e sul **mondo digitale**.

Le strategie ideate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di **migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti**. Il successo di questo esperto è misurabile attraverso metriche tangibili come **CSAT, l'impegno dei dipendenti** presso le istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'**indicatore finanziario EBITDA** in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e **guidato team ad alte prestazioni che hanno anche ricevuto riconoscimenti** per il loro **potenziale di trasformazione**. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse **richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici**. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione dei processi, Dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale**, argomento in cui ha conseguito un master presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT e Salesforce**.



Dott. Arman, Romi

- Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso la Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti alla Shell Energy Corporation
- Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti IMD

“

Vuoi aggiornare le tue conoscenze con la massima qualità educativa? TECH ti offre i contenuti più aggiornati del mercato accademico, progettati da autentici esperti di fama internazionale"

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens è il **responsabile globale degli acquisti** nella divisione di Google per le infrastrutture tecniche e i data center, la sua carriera professionale si è svolta in un'azienda dove ha svolto la maggior parte della sua attività. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come **l'integrità dei dati di riferimento, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain del data center e la valutazione dei rischi del fornitore, generando miglioramenti nel processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a risparmi significativi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing, analisi dei media, misurazione e attribuzione**. Ha ricevuto diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **Premio per la leadership BIM, il Leadership Search Award, il Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione e Best Sales Model EMEA**.

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

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton, Airbus e Siemens**, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo impegno a superare continuamente le aspettative **costruendo relazioni preziose con i clienti** e lavorando senza problemi con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, **compresi gli stakeholder, la gestione, i membri del team e i clienti**. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente del Marketing i cui progetti hanno avuto un impatto significativo sull'ambiente della Moda. Nel corso della sua carriera di successo ha svolto diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

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

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

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato progetti per promuovere la **struttura**, lo **sviluppo** e la **commercializzazione di diverse collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di **creare calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

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



Dott. La Sala, Andrea

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

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano in TECH per offrirti un insegnamento di primo livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti ad iscriverti?"

Direttore Ospite Internazionale

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

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

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree quali **vendite, distribuzione, marketing e supply chain operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API di Walmart Luminate per gli insight di Buyer e Channel.

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



Dott. Gram, Mick

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

“

Studia nella migliore università Online del mondo secondo Forbes! In questo MBA avrai accesso a una vasta libreria di risorse multimediali, elaborate da docenti riconosciuti di rilevanza internazionale"

Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **Warner Bros. Discovery**. In questo ruolo, è stato determinante nella **supervisione della logistica** e dei flussi di lavoro creativi su diverse piattaforme digitali, tra cui social media, ricerca, display e media lineari.

La sua leadership è stata cruciale nel guidare le **strategie di produzione dei media a pagamento**, che hanno portato a un netto **miglioramento** dei tassi di conversione **dell'azienda**. Allo stesso tempo, ha assunto altri ruoli, come quello di Direttore dei Servizi di Marketing e di Responsabile del Traffico presso la stessa multinazionale durante il suo precedente mandato dirigenziale.

Stevenson si è occupato anche della distribuzione globale di videogiochi e di **campagne immobiliari digitali**. È stato anche responsabile dell'introduzione di **strategie operative relative alla creazione, alla finalizzazione e alla consegna di contenuti audio e immagini per spot televisivi e trailer**.

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



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale di Warner Bros Discovery, Burbank, Stati Uniti
- Responsabile del Traffico della Warner Bros Entertainment
- Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California
- Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida

“

Raggiungi i tuoi obiettivi accademici e professionali con gli esperti più qualificati del mondo! I docenti di questo MBA ti guideranno attraverso l'intero processo di apprendistato"

Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

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



Dott. Nyquist, Eric

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

“

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

Direzione



Dott. Sánchez Mateos, Daniel

- ♦ Direttore delle operazioni, dello sviluppo commerciale e di I&S presso Gamera Nest
- ♦ Direttore del programma PS Talents presso PlayStation Iberia
- ♦ Socio/Direttore di produzione, marketing e operazioni presso ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- ♦ Socio/Direttore di produzione e operazioni/Disegnatore di prodotti presso DIGITAL JOKERS/MAYHEM PROJECT
- ♦ Gestione online nel reparto marketing presso AURUM PRODUCCIONES
- ♦ Membro del dipartimento di design e licenze presso LA FACTORÍA DE IDEAS
- ♦ Assistente alle operazioni presso DISTRIMAGEN SL., Madrid
- ♦ Laurea in Scienze della Comunicazione presso l'Università Complutense di Madrid
- ♦ Master Universitario in Gestione, Marketing e Comunicazione presso l'Università Camilo José Cela, Madrid
- ♦ Master in Produzione Televisiva presso l'IMEFE in collaborazione con l'Unione Europea

Personale docente

Dott. Ochoa Fernández, Carlos J.

- Specialista in Innovazione Tecnologica, Marketing Digitale e Imprenditorialità
- Fondatore e CEO di ONE Digital Consulting
- Manager e Consulente in aziende come SIEMENS, Sagentia, Altran e Eptron
- Esperto valutatore per la Commissione Europea
- Valutatore indipendente per Alberta Innovates (Canada)
- Mentore della Fondazione Nazionale Svizzera per la Scienza (SNSF)
- Ingegnere presso l'Università Politecnica di Madrid
- MBA internazionale in Imprenditorialità presso il Babson College
- Presidente della sezione di Madrid/Spagna dell'Associazione VR/AR
- Co-presidente del Comitato di Educazione VR/AR
- Membro di: Immersive Learning, ICICLE X-Reality Group per l'Apprendimento e il Miglioramento delle Prestazioni, Metaverso Standards Forum

Dott. Montero García, José Carlos

- Rappresentante internazionale di PlayStation Talents
- Direttore creativo e fondatore di TRT Labs, Berlino
- Vincitore del premio ITB Berlin, grazie al progetto TimeRiftTours
- Artista 3D presso Telvent Global Services
- Artista 3D presso Matchmind
- Artista 3D presso Nectar Estudio
- Laurea in Analisi e Controllo presso l'Istituto Politecnico Monte de Conxo, Santiago de Compostela
- Master CGMasterAcademy sul Game Design con Emilia Schatz di Naughty Dog
- Master CGMasterAcademy sulla creazione di personaggi per i giochi con Epic Games
- Master in 3D Imaging, Animazione e Tecnologia Interattiva, Trazos
- Master in Rendering con Vray per Infoarchitettura

- Master in Animazione e montaggio non lineare presso la Scuola di Nuove Tecnologie CICE

Dott. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- Direttore commerciale e finanziario Progetti R&S presso Kaudal
- CEO presso Reta al Alzheimer
- CEO presso Pyxel Arts
- Direttore di Prodotti e Servizi presso Arquimea Ingeniería
- Key Account Manager presso Cota Soluciones
- Direttore della Qualità di Software presso Franco Gaming
- Direttore Nazionale IT presso Credit Agricole Cheuvreux
- Project manager ADSL & Consultor Impiantazioni presso Telefónica España
- Tecnico di Rete e Telefonia presso l'Università Carlos III di Madrid
- Ingegnere Tecnico Industriale: Elettronica Industriale presso l'Università Carlos III Madrid
- Master in Business Strategy and Corp. Communications presso l'Università Rey Juan Carlos I
- Master in Intelligenza Artificiale e Innovazione presso FOUNDERZ
- Master internazionale in Business Administration presso LUIS BUSINESS SCHOOL

Dott. García Fernández, Juan Carlos

- Produttore di Videogiochi presso PlayStation Talents
- Tester QA di Giochi Elettronici presso PlayStation Talents
- Laurea in Progettazione e Sviluppo di Videogiochi presso l'Università UDIT

10

Impatto sulla tua carriera

Questo titolo accademico offrirà ai professionisti una combinazione unica di competenze specialistiche e capacità manageriali, molto apprezzate nell'industria dei videogiochi. Al termine, gli studenti avranno gli strumenti per guidare con successo team e progetti e prendere decisioni strategiche informate nel contesto del settore. Inoltre, il prestigio e la rete di contatti che ne risulteranno apriranno le porte a opportunità di lavoro e collaborazione sia in aziende consolidate che in start-up del settore.



“

Non solo rafforzerai le tue competenze di gestione aziendale nell'ambito dei videogiochi, ma otterrai anche le competenze manageriali essenziali"

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

Il Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni imprenditoriali a livello internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Per aiutarli a raggiungere il successo.

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

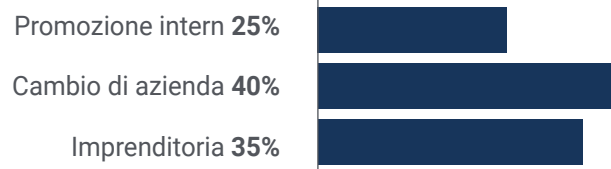
Questo Master Specialistico non solo promuoverà la tua crescita professionale, ma ti permetterà anche di eccellere in un campo appassionante e in continua evoluzione.

Approfondirai gli aspetti legali ed etici, il Marketing e la comunicazione, specializzandoti per l'industria dei videogiochi.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



Benefici per la tua azienda

Questo programma è stato progettato pensando alle esigenze dei professionisti del business nella direzione di aziende di videogiochi, ma anche a ciò che gli studenti possono apportare alle aziende. Questi studenti saranno dotati di una combinazione unica di competenze manageriali, conoscenze specialistiche nel settore dei videogiochi e una mentalità innovativa che consente loro di apportare un valore immediato e tangibile all'azienda. Inoltre, la loro formazione consentirà loro di guidare strategicamente in un ambiente competitivo e in continua evoluzione, identificando opportunità di crescita, progettando ed eseguendo piani efficaci e gestendo team multidisciplinari con efficienza.



“

Dotare le aziende in cui lavori della tua capacità di anticipare e adattarsi alle tendenze del mercato, nonché di stimolare l'innovazione"

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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

12 Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi rilasciato da TECH Global University, la più grande università digitale del mondo.



“

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 Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

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

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

Titolo: **Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi**

Modalità: **online**

Durata: **2 anni**

Accreditamento: **120 ECTS**



Dott./Dott.ssa _____ con documento d'identità _____ ha superato
con successo e ottenuto il titolo di:

Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi

Si tratta di un titolo di studio privato corrispondente a 3.600 ore di durata equivalente a 120 ECTS,
con data di inizio dd/mm/aaaa e data di fine dd/mm/aaaa.

TECH Global University è un'università riconosciuta ufficialmente dal Governo di Andorra il 31 de
gennaio 2024, appartenente allo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA).

In Andorra la Vella, 28 febbraio 2024


Dott. Pedro Navarro Illana
Rettore

código único TECH: APWOR235 | techinstitute.com/titulos



Master Specialistico in Alta Direzione di Imprese di Videogiochi

Distribuzione generale del Programma

Corso	Insegnamento	ECTS	Codice	Corso	Insegnamento	ECTS	Codice
1º	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa	6	OB	2º	Strategia nelle Imprese Digitali e di Videogiochi	6	OB
1º	Direzione strategica e Management Direttivo	6	OB	2º	Management di Aziende Videoludiche	6	OB
1º	Direzione di persone e gestione del talento	6	OB	2º	Marketing Digitale e Trasformazione Digitale	6	OB
1º	Direzione economico-finanziaria	6	OB		dei Videogiochi		
1º	Direzione di operazioni e logistica	6	OB	2º	Creazione di Imprese di Videogiochi	6	OB
1º	Direzione dei sistemi informativi	6	OB	2º	Gestione di Progetti	6	OB
1º	Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Aziendale	6	OB	2º	Innovazione	6	OB
1º	Ricerca di mercato, pubblicità e direzione commerciale	6	OB	2º	Gestione Finanziaria	6	OB
1º	Innovazione e Direzione di Progetti	6	OB	2º	Direzione Commerciale	6	OB
1º	Management Direttivo	6	OB	2º	Gestione degli esports	6	OB
				2º	Leadership e Gestione dei Talenti	6	OB


Dott. Pedro Navarro Illana
Rettore

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



Master Specialistico

Alta Direzione di Imprese di Videogiochi

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

Master Specialistico

Alta Direzione di Imprese
di Videogiochi

