



Master Specialistico Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale

» Modalità: online

» Durata: 2 anni

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 120 ECTS

» Orario: a tua scelta

» Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-alta-direzione-sostenibilita-aziendale

Indice

Benvenuto

Perché studiare in TECH?

Perché scegliere il nostro programma?

Obiettivi

pag. 4

pag. 6

pag. 10

pag. 14

Competenze

pag. 22

Struttura e contenuti

pag. 30

Metodologia

pag. 56

80

Profilo dei nostri studenti

pag. 64

Direzione del corso

pag. 68

Impatto sulla tua carriera

pag. 90

Benefici per la tua azienda

Titolo

01 **Benvenuto**

L'Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale comporta benefici significativi. Innanzitutto, questa pratica assicura che la sostenibilità diventi un elemento centrale della strategia aziendale, il che non solo rafforza la reputazione dell'azienda, ma contribuisce anche a mitigare i rischi e ad accedere a nuovi mercati e opportunità. Inoltre, allineando gli obiettivi aziendali con i principi etici e ambientali, promuove un impegno più forte. Per questo motivo, TECH ha concepito questo programma 100% online, facilitando in modo significativo il processo di apprendimento e che conta sulla partecipazione di un prestigioso esperto internazionale di sostenibilità, che impartirà 10 *Master class* esclusive e complementari.

Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale.

TECH Global University







tech 08 | Perché studiare in TECH?

In TECH Università Tecnologica



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

+200

manager specializzati ogni anno

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.



Impara con i migliori

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

Perché studiare in TECH? | 09 tech

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.





tech 12 | Perché scegliere il nostro programma?

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



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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 Università Tecnologica.

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





tech 16 | Obiettivi

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale permetterà allo studente di:



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



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



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





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



Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale



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



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



09

Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del proprio messaggio da parte dei membri del gruppo a cui appartiene



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



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



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



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



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



13

Applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda



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



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



Costruire un piano di sviluppo e miglioramento delle competenze personali e manageriali



19

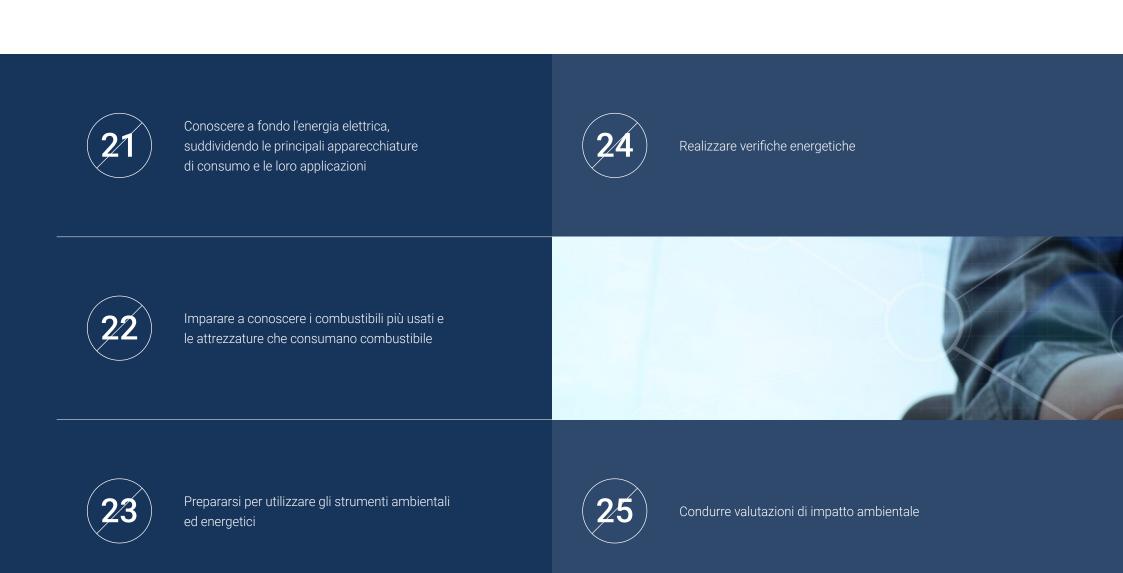
Approfondire l'organizzazione aziendale e le strategie di mitigazione del cambiamento climatico



Proporre un modello aziendale dinamico che supporti la loro crescita nelle risorse immateriali



Raggiungere una solida conoscenza delle principali fonti energetiche utilizzate a livello globale e delle innovazioni nel settore energetico





Svolgere una scomposizione approfondita della gestione dell'acqua e dei rifiuti per realizzare piani di gestione e miglioramenti operativi



Effettuare l'analisi del ciclo di vita del prodotto



29

Ottenere una solida conoscenza delle certificazioni energetiche e ambientali



Effettuare il calcolo dell'impronta di carbonio e dell'acqua di diverse strutture



Sviluppare e implementare un sistema di gestione ambientale secondo la ISO







Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori



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



Applicare le metodologie di gestione Lean



03

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



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



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



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



Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi



Elaborare e condurre piani di marketing



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



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



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



13

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



Conoscere il quadro normativo applicabile in riferimento alla gestione dell'energia, dell'ambiente e della sostenibilità





Considerare il quadro energetico europeo nella gestione delle organizzazioni

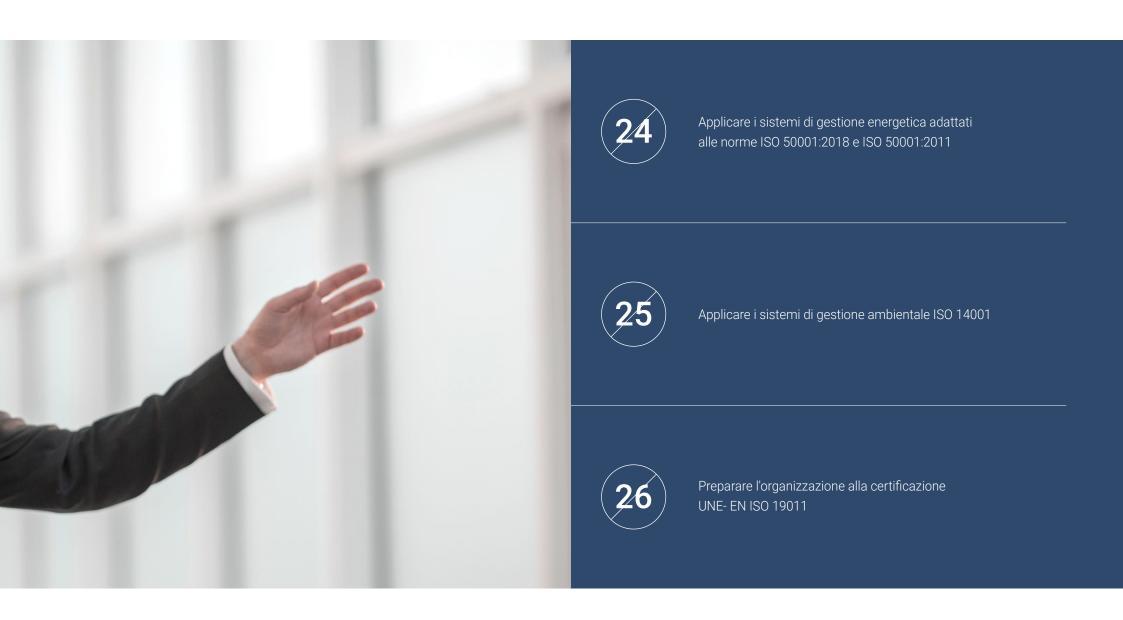


Saper applicare le strategie di adattamento ai cambiamenti climatici dal punto di vista dell'impatto ambientale in base allo standard e alla situazione attuale



Lavorare per ridurre l'inquinamento attraverso una corretta gestione dell'acqua e dei rifiuti









tech 32 | Struttura e contenuti

Piano di studi

Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale 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 3.600 ore di 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 esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Questo programma tratta in profondità le principali aree di sostenibilità dell'alta dirigenza 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 nella gestione della sostenibilità delle organizzazioni. Un programma che capisce le sue esigenze e quelle dell'azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, supportati dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che conferirà loro competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma si sviluppa su 2 anni ed è diviso in 20 moduli:

Modulo 1	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 2	Direzione strategica e Management 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	Management Direttivo

Modulo 11	Gestione ambientale ed energetica delle organizzazioni
Modulo 12	Fonti di energia
Modulo 13	Energia elettrica
Modulo 14	Strumenti di gestione dell'energia
Modulo 15	Valutazione dell'impatto ambientale e delle strategie di adattamento al cambiamento climatico
Modulo 16	Inquinamento, gestione delle acque e dei rifiuti
Modulo 17	Strumenti di gestione ambientale
Modulo 18	Sistemi di gestione dell'energia
Modulo 19	Sistemi di gestione ambientale
Modulo 20	Audit dei sistemi di gestione

Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale in modalità completamente online. Durante i 2 anni di specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti del programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

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

tech 34 | Struttura e contenuti

materia di diritti umani

Modulo 1. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa							
1.1. 1.1.1. 1.1.2. 1.1.3.	Globalizzazione e Governance Governance e Corporate Governance Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance	1.2. 1.2.1. 1.2.2. 1.2.3.	Leadership Leadership: Un approccio concettuale Leadership nelle imprese L'importanza del leader nella direzione di imprese	1.3. 1.3.1. 1.3.2. 1.3.3.	Cross Cultural Management Concetto di Cross Cultural Management Contributi alla Conoscenza delle Culture Nazionali Gestione della Diversità	1.4.1. 1.4.2. 1.4.3. 1.4.4. 1.4.5. 1.4.6.	Concetto di leadership Teorie di leadership Stili di leadership
1.5. 1.5.1. 1.5.2. 1.5.3.	Etica d'impresa Etica e Morale Etica Aziendale Leadership ed etica nelle imprese	1.6. 1.6.1. 1.6.2. 1.6.3.	Sostenibilità Sostenibilità e sviluppo sostenibile Agenda 2030 Le imprese sostenibili	1.7. 1.7.1. 1.7.2. 1.7.3.	Responsabilità Sociale d'Impresa Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa	1.8.2. 1.8.3.	Sistemi e strumenti di gestione responsabile RSC: Responsabilità sociale corporativa Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa Strumenti e standard della RSC
1.9. 1.9.1. 1.9.2. 1.9.3.	Multinazionali e diritti umani Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani	1.10.1 1.10.2	Ambiente legale e Corporate Governance Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione Proprietà intellettuale e industriale Diritto internazionale del lavoro				

2.1. 2.1.1. 2.1.2. 2.1.3. 2.1.4.	Fattori chiave nella progettazione organizzativa Modelli organizzativi di base	2.2. 2.2.1. 2.2.2. 2.2.3.	1 3	2.3.1. 2.3.2. 2.3.3.	Pianificazione e Formulazione Strategica Quadro Concettuale Elementi della Pianificazione Strategica Formulazione Strategica: Processo della pianificazione strategica	2.4. 2.4.1. 2.4.2.	L'impresa come sistema
2.5. 2.5.1. 2.5.2. 2.5.3.	9	2.6. 2.6.1. 2.6.2. 2.6.3.	Pianificazione e Strategia Il Piano Strategico Posizionamento Strategico La Strategia nell'Impresa	2.7. 2.7.1. 2.7.2. 2.7.3.	9	2.8.1. 2.8.2. 2.8.3. 2.8.4.	Scelta di una Strategia Competitiva Strategie secondo il Modello dell'Orologio Strategico
2.9. 2.9.1. 2.9.2. 2.9.3.	1	2.10.1 2.10.2	Implementazione della Strategia Sistema di Indicatori e Approccio mediante Processi Mappa Strategica Allineamento Strategico	2.11.1	Executive Management Quadro concettuale del management direttivo Management Direttivo II Ruolo del Consiglio di Amministrazione e strumenti di gestione aziendale	2.12.1 2.12.2 2.12.3	Comunicazione Strategica Comunicazione interpersonale Abilità di comunicazione e influenza La comunicazione interna Barriere per la comunicazione aziendale

tech 36 | Struttura e contenuti

Modulo 3. Direzione del personale e gestion	ne 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 persone3.3.1. Direzione Strategica e risorse umane3.3.2. 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 per le Risorse Umane 3.12.2. Personal Branding per il personale delle Risorse Umane
3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni 3.13.1. I team ad alte prestazioni: I 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 strumentazione
- 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

Мос	dulo 4. Direzione economico-finanziaria			
4.1.1. 4.1.2. 4.1.3. 4.1.4.	Contesto Economico Contesto macroeconomico e sistema finanziario Istituti finanziari Mercati finanziari Attivi finanziari Altri enti del settore finanziario	4.2. Il finanziamento dell'azienda4.2.1. Fonti di finanziamento4.2.2. 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
4.5.1. 4.5.2.	Sistemi di informazione e Business Intelligence Concetto e classificazione Fasi e metodi della ripartizione dei costi 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 4.6.5. Bilancio del Tesoro 4.6.6. Controllo del bilancio 	 4.7. Gestione della tesoreria 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di Manovra Necessario 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi 4.7.3. Credit management 	 4.8. 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
4.9.1. 4.9.2. 4.9.3. 4.9.4.	Sistemi di controllo delle imprese Analisi dei rendiconti finanziari Il Bilancio aziendale Il Conto di Perdite e Profitti Lo Stato del Flusso di Cassa 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. 4.13. 4.13.	2. Contesto Macroeconomico 1. Contesto macroeconomico 2. Indicatori economici rilevanti 3. Meccanismi di monitoraggio delle grandezze macroeconomiche 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
	/. Analisi e risoluzione di casi/ problemi 1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)			

Modulo 5. Gestione di operazioni e logistica	i de la companya de		
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 logistica5.2.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale 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 magazzinaggio 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 acquisti5.7.1. Strategia aziendale5.7.2. Pianificazione strategica5.7.3. 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 catena di approvvigionamento
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 catena di approvvigionamento 5.10.2. Interazione della catena di approvvigionamento. 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 <i>Deming</i> 	

tech 40 | Struttura e contenuti

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 dashboard 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. Prometeus	 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 <i>Enterpise Resource Planning</i> 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, Marketin	g 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. Marketing7.2.1. Concetto di Marketing7.2.2. Elementi base del marketing7.2.3. Attività di marketing aziendale	 7.3. Gestione strategica del 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 Digitale7.7.1. Definire la strategia del Marketing Digitale7.7.2. 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
 7.9.1. 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 marteking 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'azienda 7.13.3 Tipo di comunicazione nell'azienda 7.13.4 Funzioni della comunicazione nell'azienda 7.13.5. Elementi della comunicazione 7.13.6. Problemi della comunicazione 7.13.7. Scenari della 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 	

tech 42 | Struttura e contenuti

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e	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 qualitativa8.3.1. Tipi di ricerca qualitativa8.3.2. Tecniche di ricerca qualitativa	 8.4.1 Concetto di segmentazione del mercato 8.4.2 Utilità e requisiti della segmentazione 8.4.3 Segmentazione dei mercati di consumo 8.4.4 Segmentazione dei mercati industriali 8.4.5 Strategie di segmentazione 8.4.6 Segmentazione in base ai criteri del marketing - mix 8.4.7 Metodologia di segmentazione del mercato
 8.5. Gestione di progetti di ricerca 8.5.1. 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

8.18.3. 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 9.2. Strategia di innovazione 9.3. Project Management nelle Startup 9.4. Pianificazione e verifica del modello di business 9.1.1. Introduzione all'innovazione 9.2.1. Intelligenza strategica dell'innovazione 9.3.1. Concetto di startup 9.1.2. Innovazione nell'ecosistema delle imprese 9.2.2. Strategia di innovazione 9.3.2. Filosofia Lean Startup 9.4.1. Marco concettuale di un modello di business 9.1.3. Strumenti per il processo di innovazione 9.3.3. Fasi dello sviluppo di una startup 9.4.2. Progettazione della valutazione del modello aziendale 9.3.4. Il ruolo di un project manager in una startup aziendale 9.6. Gestione del cambiamento nei 9.5. Direzione e Gestione di Progetti 9.7. Gestione della comunicazione di 9.8. Metodologie tradizionali e progetti: gestione della formazione innovative progetti 9.5.1. Gestione e Project Management: identificazione delle opportunità per 9.7.1. Gestione della comunicazione di progetti 9.8.1. Metodologie di innovazione 9.6.1. Concetto di gestione del cambiamento sviluppare progetti aziendali di innovazione 9.6.2. Processi di gestione del cambiamento 9.7.2. Concetti chiave per la gestione della 9.8.2. Principi di base dello Scrum 9.5.2. Fasi principali o fasi di direzione e gestione di 9.6.3. Implementazione del cambiamento 9.8.3. Differenze tra gli aspetti principali dello Scrum comunicazione progetti innovativi 9.7.3. Tendenze emergenti e delle metodologie tradizionali 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 9.10. Pianificazione della gestione dei 9.9. Creazione di una startup 9.9.1. Creazione di una startup rischi nei progetti 9.9.2. Organizzazione e cultura 9.10.1. Pianificazione dei rischi 9.9.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le 9.10.2. Elementi per creare un piano di gestione dei startup 9.9.4. Aspetti legali 9.10.3. Strumenti per creare un piano di gestione di 9.10.4. Contenuto del piano di gestione dei rischi

8.18. Gestione finanziaria e di budget

8.18.2. Controllo di gestione e piano annuale delle

vendite Controllo di gestione e del piano annuale

8.18.1. Il punto di pareggio

8.17. Gestione dei conti chiave

8.17.2. Il Key Account Manager

8.17.1. Concetto di gestione dei conti chiave

8.17.3. Strategia di Gestione dei Conti Chiave

tech 44 | Struttura e contenuti

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 dei 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		

 11.1. Fondamenti organizzativi e aziendali 11.1.1. Gestione dell'organizzazione 11.1.2. Tipi e struttura di un'organizzazione 11.1.3. Standardizzazione della gestione aziendale 	 11.2. Sviluppo sostenibile: impresa ed ambiente 11.2.1. Sviluppo sostenibile: Obiettivi e finalità 11.2.2. L'attività economica e il suo impatto sull'ambiente 11.2.3. Responsabilità sociale d'impresa 	 11.3. Questioni ambientali ed energetiche: Ambito di riferimento e quadro attuale 11.3.1. Principali problemi ambientali attuali: Rifiuti, acqua, cibo 11.3.2. Questioni energetiche: Domanda, distribuzione dei consumi e delle fonti 11.3.3. Proiezione energetica attuale 	 11.4. Competenze e quadro normativo 11.4.1. Quadro Legale: i cinque livelli di produzione delle normative ambientali 11.4.2. Quadro di competenze: la distribuzione delle competenze in materia ambientale 11.4.3. Interventi pubblici e competenze nel campo dell'ambiente e della regolamentazione delle attività classificate
11.5. I vertici europei e l'accordo di Parigi 11.5.1. Obiettivi climatici dell'UE 11.5.2. Vertici europei 11.5.3. L'Accordo di Parigi	 11.6. Agenda 2030 e obiettivi di sviluppo sostenibile 11.6.1. Agenda 2030 Contesto, processo di approvazione e contenuto 11.6.2. I 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) 11.6.3. Guida SGD Compass 	 11.7. Tabella di Marcia 2050 11.7.1. Obiettivi della Tabella di Marcia per il 2050. Punti chiave 11.7.2. Transizione economica, industriale e sociale 11.7.3. Strategia per la riduzione delle emissioni inquinant:. Piani di decarbonizzazione 	 11.8. Economia Circolare 11.8.1. L'Economia Circolare 11.8.2. Legislazione e strategie a supporto dell'Economia Circolare 11.8.3. Diagrammi di sistema dell'Economia Circolare

11.9.2. Il processo di rendicontazione di sostenibilità del GRI

tech 46 | Struttura e contenuti

Modulo 12. Fonti di energia			
12.1. Combustibili fossili 12.1.1. Carbone 12.1.2. Gas naturale 12.1.3. Petrolio	12.2. Elettricità 12.2.1. L'elettricità 12.2.2. Generazione di energia elettrica 12.2.3. Usi dell'elettricità	12.3. Energia nucleare 12.3.1. L'energia nucleare 12.3.2. Centrali nucleari 12.3.3. Opportunità ambientali 12.3.4. Rischi ambientali 12.3.5. Trattamento dei rifiuti nucleari	12.4. Energia solare 12.4.1. Generazione di energia elettrica 12.4.2. Generazione di energia termica 12.4.3. Impianti di energia solare 12.4.4. Rischi e opportunità
12.5. Energia eolica 12.5.1. Impianti eolici 12.5.2. Vantaggi e svantaggi 12.5.3. Microgenerazione	12.6. Biomassa 12.6.1. Metodi termochimici e biochimici 12.6.2. Mercato della biomassa 12.6.3. Vantaggi e svantaggi	12.7. Geotermia 12.7.1. Giacimenti geotermici 12.7.2. Generazione di energia elettrica 12.7.3. Vantaggi e svantaggi	12.8. Altre energie rinnovabili 12.8.1. Energia idrica 12.8.2. Energia delle maree 12.8.3. Energia delle onde
12.9. Fonti energetiche in via di sviluppo 12.9.1. Idrogeno verde 12.9.2. Energia mareotermica 12.9.3. Biogas e biometano	12.10. Fonti di energia per la mobilità 12.10.1. Mobilità elettrica 12.10.2. Veicoli a metano 12.10.3. Altre alternative per la mobilità sostenibile		

Modulo 13. Energia elettrica 13.1. Energia elettrica: Tensione, 13.2. Trasformazione energetica 13.3. Sistemi di consumo di energia 13.4. Altri sistemi di consumo di energia intensità di corrente, potenza ed elettrica: Motori elettrici elettrica 13.2.1. Trasformatori di potenza 13.2.2. Trasporto elettrico energia 13.4.1. Effetto Joule 13.3.1. Applicazioni, pompe, ventilatori e 13.2.3. Distribuzione di energia elettrica compressori 13.4.2. Illuminazione 13.1.1. Tensione e intensità di corrente 13.4.3. Sistemi alimentati in corrente continua 13.3.2. Convertitori di freguenza 13.1.2. Energia attiva, reattiva e apparente 13.3.3. Sistemi di consumo basati sul motore: 13.1.3. Potenza elettrica: Curve di carico Climatizzazione a pompa di calore 13.8. Caldaie 13.5. Fatturazione elettrica 13.6. Unità di misura del consumo di 13.7. Sistemi di combustione ed elementi combustibile e trasformazione in combustibili 13.5.1. Legislazione 13.8.1. Calcolo del rendimento della caldaia con 13.5.2. Tariffe elettriche metodo diretto e indiretto unità di energia 13.7.1. Efficienza della combustione 13.5.3. Termine di fatturazione elettrica 13.8.2. Tipi di fluidi per il trasferimento di calore 13.7.2. Combustibili 13.6.1. Energia prodotta dalla combustione: PCI e 13.8.3. Caldaie a vapore 13.7.3. Trasferimento di calore 13.6.2. Misure volumetriche di liquidi combustibili 13.6.3. Misure volumetriche dei gas combustibili. Definizione e calcolo delle condizioni normali 13.9. Altre apparecchiature che 13.10. Fatturazione di combustibili consumano combustibili 13.10.1. Tariffe del gas naturale 13.10.2. Termini di fatturazione del gas naturale 13.9.1. Forni 13.9.2. Motori 13.9.3. Gruppi elettrogeni

tech 48 | Struttura e contenuti

Modulo 14. Strumenti di gestione dell'energia					
14.1. Quadro normativo dell'energia 14.1.1. Direttiva Europea sull'Efficienza Energetica	14.2. Ispezioni regolamentari 14.2.1. Ispezioni di climatizzazione 14.2.2. Ispezioni per Alta/Bassa Tensione 14.2.3. Altre ispezioni regolamentari	 14.3. Revisioni energetiche 14.3.1. Realizzazione di una revisione energetica: Identificare le opportunità di miglioramento 14.3.2. UNE EN 16247-1:2012 	 14.4. Strumenti di simulazione energetica 14.4.1. Simulazioni luminose 14.4.2. Simulazioni di climatizzazione 14.4.3. Simulazioni della domanda energetica negli edifici 		
 14.5. Gestione delle risorse:	14.6. Servizi energetici 14.6.1. Servizi energetici 14.6.2. Società di Servizi Energetici 14.6.3. Tipologia di contratti	 14.7. IPMVP 14.7.1. Calcolo del risparmio. Modelli di costo evitato e di risparmio standardizzato 14.7.2. Opzioni A, B, C e D 14.7.3. Stabilire le linee guida 	 14.8. Piani regolatori di efficienza energetica 14.8.1. Metodologia per l'elaborazione di un Piano Regolatore 14.8.2. Modelli di gestione 14.8.3. Efficienza energetica all'interno di un Piano Generale 		
14.9. Gestione delle risorse 14.9.1. In cosa consiste il risparmio gestito? 14.9.2. La norma ISO 55001 sul risparmio gestito 14.9.4. Vantaggi di implementare il risparmio gestito	14.10. Sovvenzioni e sussidi14.10.1. Sovvenzioni e sussidi europei				

Modulo 15. Valutazione dell'impatto ambientale e delle strategie di adattamento al cambiamento climatico

15.1. Strategie aziendali per il cambiamento climatico

- 15.1.1. Effetto serra e cambiamento climatico: Cause e conseguenze
- 15.1.2. Previsioni sul cambiamento climatico
- 15.1.3. Intervento aziendale sui cambiamenti climatici. Tabella di marcia per l'integrazione del cambiamento climatico nelle imprese

15.2. Valutazione dell'impatto ambientale

- 15.2.1. Valutazione dell'impatto ambientale
- 15.2.2. Procedura amministrativa di valutazione dell'impatto ambientale
- 15.2.3. Progetti soggetti a Valutazione Ambientale

15.3. Identificazione e classificazione dei fattori ambientali

- 15.3.1. Catalogo ambientale: Variabili ambientali
- 15.3.2. Ricerca di informazioni e inventario ambientale
- 15.3.3. Valutazione dell'inventario

15.4. Valutazione e verifica degli impatti ambientali di un progetto

- 15.4.1. Analisi ambientale di un progetto
- 15.4.2. Situazione pre-operativa
- 15.4.3. Fase di costruzione, utilizzo e abbandono
- 15.4.4. Metodi quantitativi

15.5. Misure preventive e correttive

- 15.5.1. Azioni preventive
- 15.5.2. Azioni correttive
- 15.5.3. Azioni di compensazione

15.6. Programma di monitoraggio ambientale

- 1561 MA
- 15.6.2. Obiettivi e struttura di un programma di MA
- 15.6.3. Fasi di sviluppo di un programma di MA

15.7. Valutazione ambientale strategica

- 15.7.1. Contesto normativo europeo (direttiva 2001/42/CE)
- 15.7.2. Modalità di integrazione della dimensione ambientale
- 15.7.3. Valutazione ambientale nelle fasi del programma

15.8. Analisi dei rischi e delle opportunità legati al cambiamento climatico

- 15.8.1. Regolamenti relativi ai rischi ambientali
- 15.8.2. Analisi e valutazione dei rischi ambientali
- 15.8.3. Gestione del rischio

15.9. Sviluppo di piani di adattamento ai cambiamenti climatici per le organizzazioni

- 15.9.1. Adattamento al cambio climatico
- 15.9.2. Valutazione della vulnerabilità ai cambiamenti climatici
- 15.9.3. Metodologia per definire le priorità delle misure di adattamento ai cambiamenti climatici

tech 50 | Struttura e contenuti

Modulo 16. Inquinamento, gestione delle acque e dei rifiuti					
 16.1. Gestione e inquinamento dell'acqua 16.1.1. Gestione dell'acqua 16.1.2. Ciclo idrologico dell'acqua 16.1.3. Diagnosi dell'acqua 16.1.4. Caratterizzazione delle acque reflue 16.1.5. DWTP, SWTP e WWTP: Definizione e schemi tipici di funzionamento 	16.2. Quadro normativo sull'acqua 16.2.1. Carta Europea dell'Acqua 16.2.2. Gestione di un caso disciplinare	 16.3. Distribuzione degli usi e della domanda di acqua 16.3.1. Gestione della domanda 16.3.2. Tipi di usi o domande 16.3.3. Dotazione: Indici di dotazione 16.3.4. Costo dell'acqua e dell'energia ricavata dal suo riscaldamento per l'ACS 	 16.4. Misure per un uso e una gestione efficienti dell'acqua 16.4.1. Criterio "ecologico": Fattore di consumo (Fco e Fcr), fattore di correzione ecologica (Fce) e livello di efficienza (Ne) 16.4.2. Gestione e ottimizzazione delle strutture 		
 16.5. Piano di gestione sostenibile delle acque 16.5.1. Origine del Piano Sostenibile delle Acque. Scopo e ambiti di applicazione 16.5.2. Parti da includere in un PGSA 16.5.3. Organizzazione e programmazione 16.5.4. Implementazione del PGSA 16.5.5. Controlli e azioni correttive 	16.6. Gestione dei rifiuti solidi 16.6.1. Rifiuto e sottoprodotto 16.6.2. Tipologie di residui 16.6.3. Tappe di gestione dei rifiuti	16.7. Quadro normativo sui rifiuti 16.7.1. Strategie di gestione dei rifiuti dell'UE 16.7.2. Strategie nazionali di gestione dei rifiuti 16.7.3. La futura politica di gestione dei rifiuti	 16.8. Rifiuti solidi urbani e industriali 16.8.1. Produzione di RSU 16.8.2. Sistemi di gestione dei RSU 16.8.3. Caratterizzazione e classificazione dei rifiuti industriali 16.8.4. Sistemi di gestione dei rifiuti industriali 		
16.9. Valorizzazione energetica dei rifiuti 16.9.1. Metodi di valorizzazione 16.9.2. Fattibilità della valorizzazione 16.9.3. Tecniche di recupero	16.10. Zero Waste 16.10.1. Rifiuti zero 16.10.2. Requisiti e metodologia rifiuti zero 16.10.3. Le 5R: Rifiutare, Ridurre, Riutilizzare, Reincorporare e Riciclare				

17.1. Mercati del carbonio 17.1.1. Meccanismi di flessibilità del PK 17.1.2. Schemi <i>CAP and Trade</i> e Fondi di Carbonio 17.1.3. Mercati volontari del carbonio	 17.2. Impronta di carbonio dell'organizzazione 17.2.1. Standard metodologici di riferimento 17.2.2. Obiettivi per l'impronta di carbonio dell'organizzazione 17.2.3. Processo di calcolo 	 17.3. Impronta di carbonio dei prodotti e degli eventi 17.3.1. Standard metodologici di riferimento 17.3.2. Obiettivi per l'impronta di carbonio dei prodotti 17.3.3. Obiettivi per l'impronta di carbonio degli eventi 	17.4. Strumenti di mitigazione dei cambiamenti climatici17.4.1. Riduzione e limitazione delle emissioni17.4.2. Compensazione delle emissioni17.4.3. Vantaggi aziendali: Certificazioni
17.5. Impronta idrica 17.5.1. Fasi e unità 17.5.2. Differenziazione dell'acqua per i calcoli 17.5.3. L'Impronta Idrica per le aziende	17.6. Analisi del ciclo di vita 17.6.1. Differenziazione degli approcci 17.6.2. Processo del LCA 17.6.3. Strumenti informatici per il LCA	 17.7. Progettazione ed etichettatura ecologiche 17.7.1. Standardizzazione dell'ecodesign 17.7.2. Tipi di etichettatura ecologica 17.7.3. Processo di etichettatura ecologica 	17.8. LEED e BREEAM 17.8.1. Il valore della certificazione degli edifici sostenibili 17.8.2. Approcci relativi a entrambe le certificazioni 17.8.3. Confronto tecnico tra le due certificazioni
17.9. Altre certificazioni per l'edilizia sostenibile 17.9.1. Passive House 17.9.2. Well 17.9.3. VERDE	17.10. Certificazione energetica degli edifici 17.10.1. Efficienza energetica negli edifici 17.10.2. Condizioni e procedure tecniche 17.10.3. Principali programmi di calcolo		

tech 52 | Struttura e contenuti

18.9.3. Miglioramento continuo delle prestazioni

energetiche

Modulo 18. Sistemi di gestione dell'energia 18.1. Sistemi di gestione: ISO 50001 18.3. Valutazione energetica 18.4. Linee di riferimento e indicatori di 18.2. Contesto organizzativo e leadership prestazione energetica 18.1.1. Standard di riferimento e altri standard 18.3.1. Identificazione delle fonti energetiche 18.3.2. Identificazione degli usi energetici 18.2.1. Raggiungimento associati 18.4.1. Definizione del periodo di riferimento 18.1.2. Approccio al rendimento energetico significativi 18.2.2. Politica energetica 18.4.2. Definizione degli indicatori di prestazione 18.3.3. Identificazione delle variabili e dei fattori 18.1.3. Corrispondenza tra ISO 50001:2018 e ISO 18.2.3. Identificazione delle parti interessate e energetica 50001: 2011 valutazione dei rischi e delle opportunità 18.4.3. Monitoraggio dei consumi, linee guida e 18.3.4. Calcolo del rendimento energetico indicatori 18.3.5. Stima dei consumi futuri 18.3.6. Identificare le opportunità di miglioramento 18.6. Operazione: manutenzione e 18.7. Operazione: disegno di impianti 18.8. Valutazione delle prestazioni 18.5. Supporti efficienti operazioni 18.5.1. Esigenze educative nell'ambito del SGE 18.8.1. Valutazione della conformità ai requisiti legali 18.5.2. Comunicazioni all'interno del SGE 18.8.2. La revisione interna come strumento 18.6.1. Stabilire i criteri operativi più efficienti 18.7.1. Acquisto di attrezzature per il consumo di 18.5.3. Controllo della documentazione fondamentale 18.6.2. Stabilire le gamme di manutenzione più 18.8.3. Controlli da parte della direzione: Obiettivi e efficienti 18.7.2. Progettazione di nuovi impianti termici questioni da affrontare 18.6.3. Risparmio energetico mediante la 18.7.3. Progettazione di nuovi impianti di manutenzione preventiva illuminazione 18.9. Miglioramento 18.10. Sensibilizzazione all'efficienza energetica 18.9.1. Non conformità e azioni correttive 18.9.2. Miglioramento continuo del SGE 18.10.1. Gli utenti delle strutture come personale

chiave del SGE

18.10.3. Caso di studio

18.10.2. Modelli di campagne di sensibilizzazione

Modulo 19. Sistemi di gestione ambientale			
19.1. Sistemi di gestione: ISO 14001 19.1.1. Sistemi di gestione ambientale 19.1.2. Vantaggi del sistema di gestione ambientale 19.1.3. Fasi di attuazione di un SGA	 19.2. Contesto organizzativo e leadership 19.2.1. Comprensione dell'organizzazione, del suo contesto e delle parti interessate 19.2.2. Ambito di applicazione del sistema 19.2.3. Politica ambientale 19.2.4. Ruoli e responsabilità 	 19.3. Pianificazione: aspetti e impatti ambientali 19.3.1. Aspetti e impatti ambientali: relazione causaeffetto 19.3.2. Identificazione degli aspetti ambientali 19.3.3. Valutazione degli aspetti ambientali 	 19.4. Pianificazione: obiettivi, rischi e opportunità 19.4.1. Interventi per affrontare i rischi e le opportunità 19.4.2. Requisiti giuridici 19.4.3. Obiettivi ambientali e pianificazione per raggiungerli
19.5. Supporto: risorse, competenza e consapevolezza19.5.1. Risorse19.5.2. Concorrenza19.5.3. Consapevolezza	 19.6. Supporto: comunicazione e informazioni documentate 19.6.1. Comunicazione ambientale interna ed esterna 19.6.2. Informazioni documentate 19.6.3. Controllo della documentazione 	19.7. Operazione 19.7.1. Pianificazione e controllo operativo 19.7.2. Prospettiva dell'analisi del ciclo di vita 19.7.3. Preparazione e risposta alle emergenze	 19.8. Valutazione delle prestazioni 19.8.1. Monitoraggio, misurazione, analisi e valutazione 19.8.2. Revisione interna 19.8.3. Controlli da parte della direzione
19.9. Miglioramento 19.9.1. Non conformità e azioni correttive 19.9.2. Miglioramento continuo del SGA 19.9.3. Miglioramento continuo delle prestazioni ambientali	19.10. Transizione da ISO 14001 a EMAS 19.10.1. Il regolamento EMAS 19.10.2. Transizione da ISO 14001 a EMAS 19.10.3. ISO 14001 e EMAS		

tech 54 | Struttura e contenuti

Modulo 20. Audit dei sistemi di gestione			
 20.1. Audit di sistemi di gestione 20.1.1. Caratteristiche degli audit dei sistemi di gestione 20.1.2. Tipi di audit del sistema di gestione 20.1.3. Principi di audit per i sistemi di gestione 	20.2. Standard e organismi coinvolti 20.2.1. Soggetti e organismi coinvolti 20.2.2. Processo di Certificazione 20.2.3. UNE- EN ISO 19011	20.3. Gestire un programma di audit20.3.1. Programma di audit20.3.2. Definizione degli obiettivi del programma di audit20.3.3. Rischi e opportunità del programma di audit	20.4. Realizzare un audit 20.4.1. Avvio dell'audit e preparazione delle attività 20.4.2. Svolgimento delle attività di audit 20.4.3. Conclusioni e chiusura degli audit
 20.5. Competenza e valutazione di chi si occupa degli audit 20.5.1. Responsabilità e funzioni di chi si occupa degli audit 20.5.2. Determinazione della competenza di chi si occupa degli audit e dei soggetti sottoposti 20.5.3. Selezione del team di audit 	20.6. Strumenti e tecniche di applicazione: aviluppo dell'audit 20.6.1. Tecniche di colloquio 20.6.2. Liste di controllo o verifica 20.6.3. Modelli di liste di verifica	20.7. Strumenti e tecniche di applicazione: rapporto finale 20.7.1. Preparazione del rapporto di audit 20.7.2. Distribuzione dei rapporti di audit 20.7.3. Modelli di rapporti di audit	20.8. Strumenti e tecniche di applicazione: trattamento dei risultati 20.8.1. Generazione di risultati di audit 20.8.2. Trattamento dei risultati dell'audit 20.8.3. Piani d'azione correttivi
 20.9. Aspetti particolari degli audit dei sistemi di gestione ambientale 20.9.1. Verifica delle metodologie per l'individuazione e la valutazione degli aspetti ambientali 20.9.2. Criteri specifici per la validazione degli aspetti ambientali 20.9.3. Visita in loco durante il processo di audit 	 20.10. Aspetti particolari degli audit dei sistemi di gestione dell'energia 20.10.1. Verifica delle metodologie di raccolta dei consumi energetici 20.10.2. Criteri per la validazione della prestazione energetica 20.10.3. Visita in loco durante il processo di audit 		



Rafforzerai le tue capacità di comunicazione e negoziazione, permettendoti di influenzare diversi stakeholder e promuovere un cambiamento positivo nella cultura aziendale"





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*.



tech 58 | Metodologia

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 scuoten 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.

tech 60 | Metodologia

Metodologia Relearning

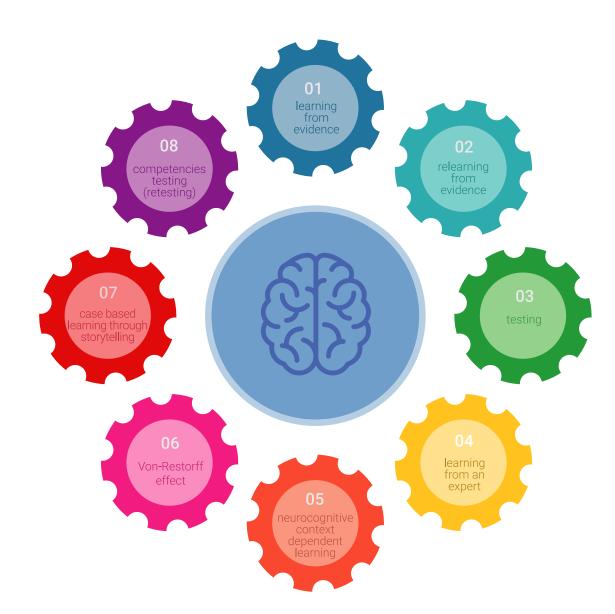
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

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.



Metodologia | 61 tech

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.

tech 62 | Metodologia

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.



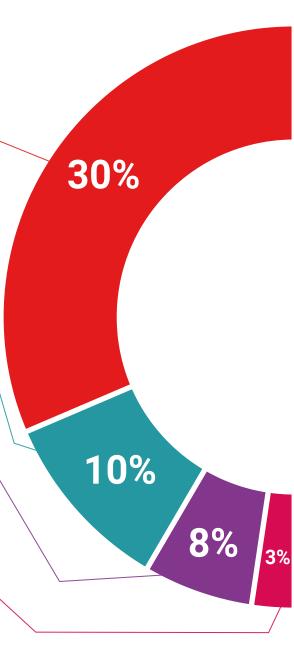
Stage di competenze manageriali

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



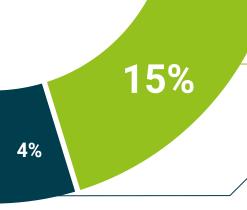
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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.

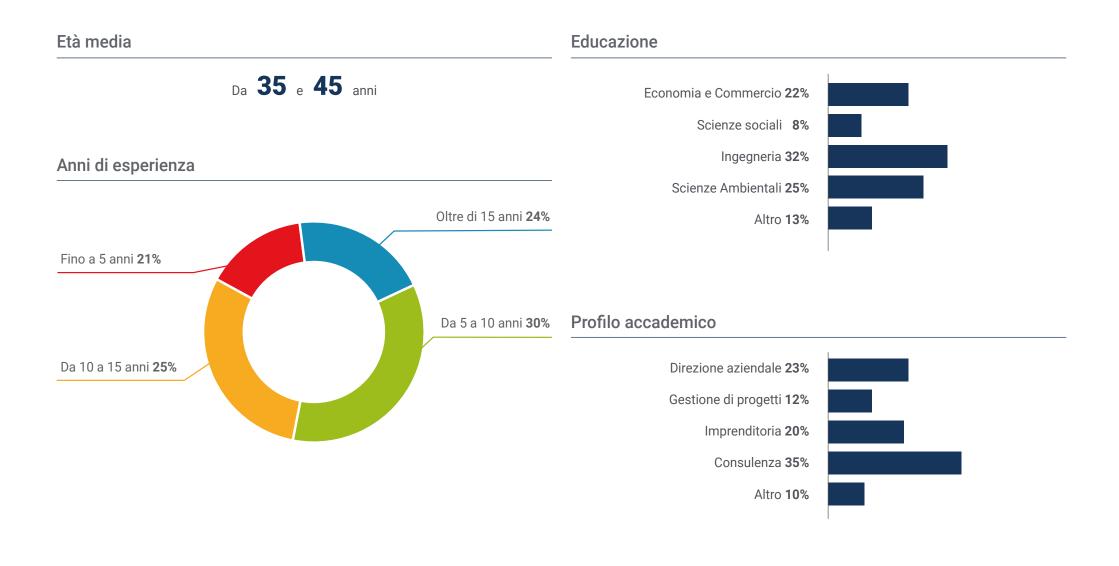


30%

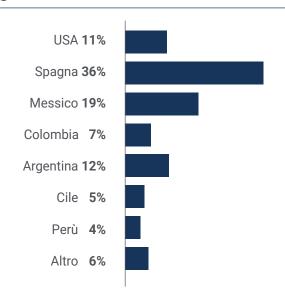




tech 66 | Profilo dei nostri studenti



Distribuzione geografica





Rodrigo Gutiérrez

Direttore di azienda

"Ho fatto un incredibile viaggio nel mondo della Sostenibilità Aziendale! Il completamento di questo programma in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale è stato un impulso per l'innovazione e il successo della mia azienda a lungo termine. Ora, mi sento pronto a portare questa nuova mentalità verde nel mondo aziendale e rendere la mia azienda un luogo in cui il pianeta e le imprese prosperano insieme"





Direttrice Ospite Internazionale

Con una carriera eccezionale, Sarah Carson ha concentrato le sue ricerche nel rispetto delle normative ambientali e della sostenibilità e nell'istruzione superiore. Per oltre 3 decenni ha fatto parte del team di studio della Cornell University, incaricato di implementare e analizzare l'impatto delle politiche sulla cura delle risorse naturali. Grazie alla sua esperienza in questo settore di specializzazione, è stata scelta per guidare l'Ufficio per la Sostenibilità del Campus di tale istituzione.

In questo modo, l'esperto dirige i progetti di fornitura di elettricità, destinati a ridurre l'impronta di carbonio nel centro di istruzione superiore. Ha innovato con tecnologie che aiutano, ad esempio, a mantenere le temperature elevate durante l'inverno nelle strutture scolastiche. In particolare, il suo team ha puntato sull'implementazione di una fonte di calore geotermico rinnovabile chiamata "calore da fonte terrestre" i cui risultati vantaggiosi sono già stati in diverse relazioni di impatto globale.

Allo stesso tempo, ha partecipato attivamente alla politica energetica di New York, relativa alla produzione di energia rinnovabile. Per questo ha collaborato al programma di volontariato per l'Iniziativa Regionale sui Gas a Effetto Serra nel suddetto stato nordamericano. Quest'ultima si basa sul modello Tope y Comercio, che consente all'istituto universitario, al governo locale e ad altri partecipanti di richiedere crediti per energia rinnovabile.

Per quanto riguarda la sua vita accademica, Carson si è laureato in **Gestione e Politica delle Risorse**Naturali presso la North Carolina State University. Inoltre, si è laureato in **Scienze e Politiche**Ambientali presso la facoltà di scienze ambientali e silvicoltura della State University di New York.



Dott.ssa Carson, Sarah

- Direttrice dell'Ufficio per la Sostenibilità della Cornell University, New York, Stati Uniti
- Responsabile dell'Azione Climatica del Campus della Cornell University
- Specialista in Gestione Ambientale della Cornell University
- Responsabile delle Informazioni Ambientali della Cornell University
- Laurea in Gestione e Politica delle Risorse Naturali presso la North Carolina State University
- Laurea in Scienze Ambientali e Politiche presso la New York State University



TECH dispone di un gruppo distinto e specializzato di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership nelle aziende più all'avanguardia del mercato globale

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



TECH ha un gruppo distinto e specializzato di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership nelle aziende più all'avanguardia del mercato globale"

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'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana"

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"

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

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

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

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



Dott. Arens, Manuel

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

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**, tra gli altri.

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

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

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

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



Dott. La Sala, Andrea

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



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

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

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

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

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



Dott. Gram, Mick

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



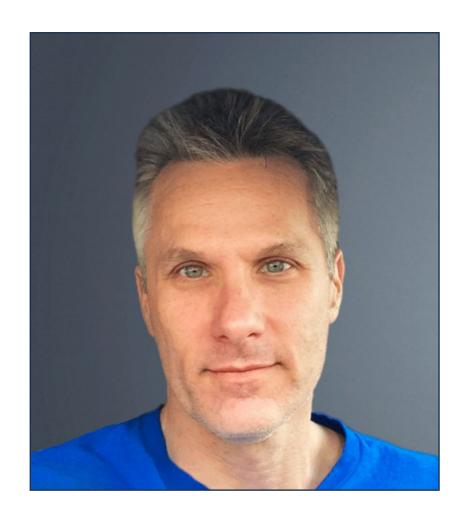
Studia nella migliore università
Online del mondo secondo Forbes!
In questo Master Specialistico avrai
accesso a una vasta libreria di risorse
multimediali, elaborate da docenti
riconosciuti di rilevanza internazionale"

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 Master Specialistico ti guideranno attraverso l'intero processo di apprendistato"

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

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

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

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



Dott. Nyquist, Eric

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



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

Direzione



Dott. Abreu Acosta, Guzmán

- Tecnico di Pianificazione Territoriale e Ambientale nelle Isole Canarie S.A.
- Auditor di Pervenzione dei Pericoli sul Lavoro, Specializzazione in OSHAS 180001
- Avvocato presso il proprio Studio Legale, specializzato in Diritto Urbanistico e Ambientale

Personale docente

Dott. Bueno Márquez, Pedro

- Tecnico della Direzione Generale della Istruzione Professionale, Dipartimento dell'Educazione e dello Sport
- Professore Tecnico di Formazione Professionale presso il Ministero della Pubblica Istruzione e dello Sport
- Tecnico dell'Agenzia Andalusa per l'Energia
- Ingegnere di Progetto in Aldesa Engineering e Servizi
- Ingegnere di Progetto presso il Gruppo Andaluz de Estudios, Grande SL
- Ingegneria Chimico presso l'Università di Huelva
- Post-laurea in Gestione e Sviluppo delle Energie Rinnovabili presso l'Università Cattolica di Avila

Dott.ssa Granell García, Lilia

- Manager presso Cercan, consulente in materia di energie rinnovabili delle Canarie
- Responsabile e Amministratrice di ReCap Solar
- Coordinatrice di Consulenza presso Progetti energetici 40, S.L.
- Consulente scientifica per il Comune di La Laguna
- Responsabile tecnica e commerciale del Gruppo SEIFERMANN e SOTEC
- Dottorato in Fisica e Fisica Nucleare presso l'Università Statale M.V. Lomonosov di Mosca
- Laurea in Fisica, con specializzazione in Fisica Fondamentale presso l'Università di La Laguna

Dott. Contreras Acuña, Manuel

- Ricercatore a Contratto Dipartimento: Chimica e Scienze dei Materiali
- Dottorato in Scienze Chimiche, Facoltà di Scienze Sperimentali, Università di Huelva
- Master in Tecniche Strumentali in Chimica, Facoltà di Scienze Sperimentali, Università di Huelva
- Master in Prevenzione dei Rischi sul Lavoro, Gestione della Qualità e dell'Ambiente
- Professore Supplente ad Interim Dipartimento: Chimica e Scienze dei Materiali

Dott.ssa De Aspe Doldán, Ana María

- Tecnico Sostenibilità ed Ecomanager
- Esperta di Efficienza Energetica da Femxa
- Esperta in Calcolo dell'Impronta di Carbonio dal Centro de Formação Ingeoexpert
- Specialista in Sostenibilità, ESG e Comunicazione generale presso l'Università della Coruña
- Laurea in Acqua, Igiene e Risanamento in Cooperazione Internazionale presso l'Università di Alcalá
- Laurea in Chimica presso l'Università di Santiago de Compostela

Dott. Palanco Yanque, César

- Direttore Generale di INTENSA PROMILAB
- Specialista Indipendente in Servizi di Ingegneria
- Tecnico di Impianti presso TOGOGAS Huelva SL
- Production Manager in AZVI in Siviglia e Bucarest
- Project Manager in SACONSA
- Ingegnere Industriale specializzazione in in elettromeccanica presso l'Università di Huelva

Dott. Espinosa, César

- Giurista specializzato in Gestione Ambientale
- Coordinatore legale del Ministero degli Affari Rurali e Marini e dell'Ambiente presso il Consiglio Insulare di El Hierro
- Responsabile del Servizio Ambientale del Comune di Arona
- Responsabile tecnico del Geoparco Globale presso l'UNESCO a El Hierro
- Responsabile tecnico della Riserva Mondiale della Biosfera presso El Hierro
- Laurea in Giurisprudenza

Dott. Díaz Perdomo, Alberto

- Tecnico di Amministrazione Generale presso il Comune di San Cristóbal de La Laguna
- Consulente e Auditor di Sistemi di Gestione della Qualità, Ambiente e PRL e piani aziendali presso Internas Asesores SL
- Master in Qualità e ambiente dalla Scuola Europea di Business
- Laurea in Economia presso l'Università di La Laguna

Dott.ssa De los Reyes Flores, Marta

- Architetto Building Information Modeling
- Architetto e INECO
- Espertoa in Revit: BIM Expert
- Master in Interior Design di ESdesign Scuola Superiore di Design di Barcellona
- Laurea in Architettura presso l'Università di Castiglia-La Mancia





Otterrai il miglioramento professionale che desideri, grazie alla specializzazione che ti propone TECH con questo Master Specialistico.

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

Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale 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.

Scegli TECH! La più grande università digitale del mondo, secondo Forbes, ti presenta un programma unico che doterà di maggiore competitività il tuo CV.

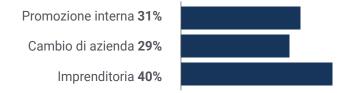
Momento del cambiamento

Durante il programma **28%**

Durante il primo anno **32%**

Due anni dopo 40%

Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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

Salario precedente **57.900 €**

Incremento salariale 25,22%

Salario posteriore **72.500 €**





tech 96 | Benefici per la tua azienda

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



Crescita del talento e del capitale intellettuale

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



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.



Creare agenti di cambiamento

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



Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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





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.



Aumento della competitività

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







tech 100 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale** 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 Universtity** 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 della Sostenibilità Aziendale

Modalità: online

Durata: 2 anni

Accreditamento: 120 ECTS







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



Master Specialistico Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale

» Modalità: online

» Durata: 2 anni

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 120 ECTS

» Orario: a tua scelta

» Esami: online

