

# Master Specialistico

## MBA in Market Research Management

**M S M B A M R M**



**tech** università  
tecnologica

## Master Specialistico MBA in Market Research Management

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

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

# Indice

01

Benvenuto

---

*pag. 4*

02

Perché studiare in TECH?

---

*pag. 6*

03

Perché scegliere il nostro programma?

---

*pag. 10*

04

Obiettivi

---

*pag. 14*

05

Competenze

---

*pag. 22*

06

Struttura e contenuti

---

*pag. 28*

07

Metodologia

---

*pag. 40*

08

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 48*

09

Impatto sulla tua carriera

---

*pag. 52*

10

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 56*

11

Titolo

---

*pag. 60*

# 01 Benvenuto

Conoscere il mercato in cui ci muoviamo è fondamentale per poter ottenere un miglior rendimento e, quindi, maggiori benefici. Solo conoscendo i gusti dei clienti e la concorrenza sarà possibile pianificare un'adeguata strategia di vendita che permetta all'azienda di raggiungere il successo. A tal fine, è fondamentale svolgere un'efficace ricerca di mercato che indichi chiaramente le strategie commerciali da seguire e la direzione da prendere per il futuro della nostra azienda. Per migliorare l'efficienza in questo campo, TECH presenta questo programma che ti offre le ultime informazioni sulla gestione delle ricerche di mercato.



MBA in Market Research Management.  
TECH Università Tecnologica



“

*Specializzati in un settore imprenditoriale essenziale, grazie a un team di professionisti di grande esperienza, che ti fornirà le competenze chiave per la ricerca di mercato”*

02

# Perché studiare in TECH?

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



“

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



## In TECH 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 multi-video interattivo nei nostri programmi.



### Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

**Il 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.

**+100.000**

manager specializzati ogni anno

**+200**

nazionalità differenti



### Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 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 più di 200 nazioni differenti.





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



### Analisi

---

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



### Eccellenza accademica

---

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



### Economia di scala

---

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



### Impara dai migliori del settore

---

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 in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

03

# Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

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



“

*Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"*

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

01

### Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

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

02

### Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

### Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

*Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.*

04

### Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

### Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

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

06

### Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

### Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

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

08

### Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

*Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.*

# 04 Obiettivi

Questo programma è progettato per rafforzare le capacità di gestione e di leadership, così come per sviluppare nuove competenze e abilità che saranno essenziali nel tuo sviluppo professionale. Dopo il programma, sarai in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.





“

*Uno dei nostri obiettivi chiave è quello di aiutarti a sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente ricerche di mercato”*



I tuoi obiettivi sono anche i nostri.

Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

L'MBA in Market Research Management ti preparerà a:

01

Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri dell'alta direzione

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

Sviluppare le principali competenze di leadership che devono definire i professionisti in attivo

05

Creare strategie aziendali che stabiliscano il copione da seguire affinché l'azienda diventi più competitiva e raggiunga i propri obiettivi

03

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

06

Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

07

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

10

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

08

Capire il modo migliore di gestire le risorse umane dell'azienda, ottenendo un miglior rendimento delle stesse a favore dei benefici dell'azienda

11

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

09

Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del suo messaggio tra i membri della sua comunità

12

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

13

Essere in grado di applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda

16

Definire le ultime tendenze e novità nella gestione aziendale

14

Attuare una strategia di marketing che ci permetta di far conoscere il nostro prodotto ai potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata della nostra azienda

17

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

15

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: design, progettazione, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio, ecc.

18

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

19

Sviluppare un piano di marketing per l'azienda

22

Essere in grado di definire la tecnica di ricerca di mercato più appropriata per la nostra azienda

20

Identificare i diversi tipi di ricerca di mercato e sapere come applicare quello più appropriato all'azienda

23

Conoscere e saper applicare i principali strumenti digitali per le analisi e le metriche di mercato

21

Sviluppare le principali tecniche di ricerca di mercato

24

Conoscere a fondo i principali strumenti quantitativi e qualitativi della ricerca

25

Acquisire competenze di gestione e leadership

26

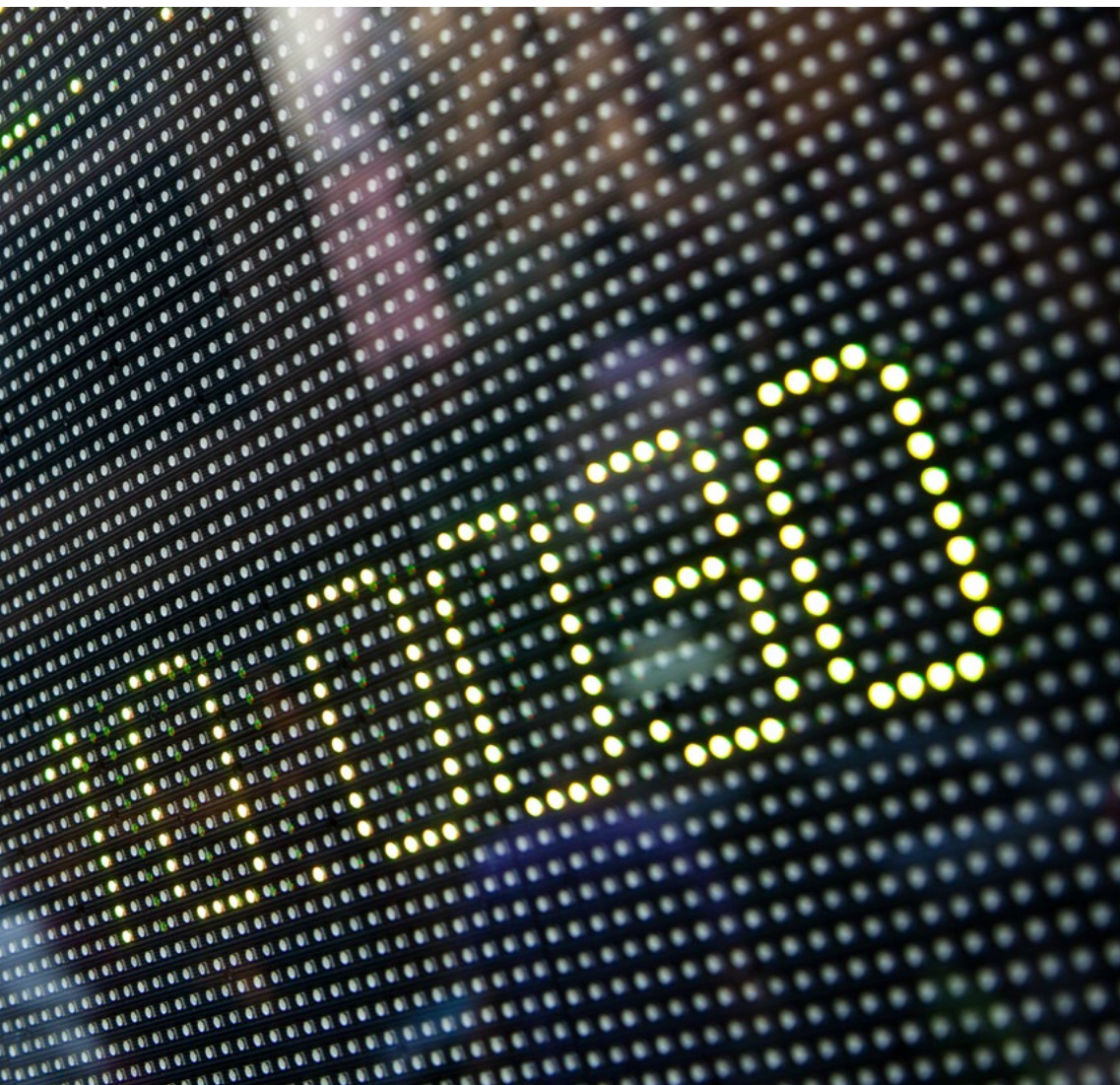
Conoscere i diversi segmenti di mercato e analizzare su quali dovrebbe focalizzarsi la nostra azienda

27

Saper identificare i concorrenti e creare strategie che li differenzino







28

Utilizzare le tecniche di marketing per ottenere una buona reputazione della nostra azienda

29

Essere in grado di gestire e condurre progetti di ricerca

30

Analizzare i risultati ottenuti e giungere a conclusioni utili per l'azienda

05

# Competenze

Dopo aver superato le valutazioni dell'MBA in Market Research Management, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una prassi di qualità e aggiornata in base alla metodologia didattica più innovativa.







“

*Gestisci con successo le ricerche di mercato  
e ottieni maggiori benefici per la tua azienda”*

01

Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo tale che gli obiettivi dell'azienda siano raggiunti

02

Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda

03

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

04

Gestire correttamente il team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

05

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

06

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

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

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

08

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

11

Condurre i diversi progetti dell'azienda

09

Elaborare e condurre piani di marketing

12

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

13

Eeguire una pianificazione strategica appropriata agli obiettivi dell'azienda

16

Identificare i diversi segmenti del mercato

14

Applicare le risorse tecnologiche nel contesto della strategia aziendale



15

Utilizzare gli strumenti di marketing per far conoscere l'azienda e ottenere una reputazione online in linea con gli obiettivi

17

Favorire un posizionamento competitivo dell'azienda

18

Conoscere a fondo i diversi tipi di ricerca di mercato e implementare quelli più appropriati per raggiungere gli obiettivi dell'azienda

20

Saper applicare i questionari e le interviste necessarie per le ricerche di mercato

21

Eseguire un'analisi adeguata delle metriche di Internet per ottenere le informazioni necessarie a guidare la strategia aziendale

19

Applicare tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa

22

Eseguire ricerche di mercato a livello nazionale e internazionale



06

# Struttura e contenuti

L'MBA in Market Research Management è un programma su misura, 100% online, che ti consente di scegliere il luogo e il momento che si adattano meglio alla tua disponibilità, orari ed interessi. Un programma con una durata di 2 anni che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante, che getti le basi per il tuo successo professionale come dirigente e imprenditore.



“

*Un programma di studi progettato  
specificamente per migliorare le tue  
competenze e aiutarti a raggiungere il  
successo professionale”*



## Piano di studi

L'MBA in Market Research Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 3.000 ore di studio, analizzerai molteplici casi pratici grazie al lavoro individuale, ottenendo un apprendimento di grande qualità che sarà fondamentale per il tuo sviluppo professionale. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo MBA in Market Research Management affronta in modo approfondito lo studio delle principali aree dell'azienda, ed è stato ideato per far comprendere ai manager la gestione delle ricerche di mercato da una prospettiva strategica, internazionale ed innovatrice.

Un piano di studi su misura, focalizzato sul tuo miglioramento professionale e che ti prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito direttivo e della gestione aziendale. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze. Un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha la durata di 2 anni e si divide in 18 moduli:

<b>Modulo 1</b>	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)
<b>Modulo 2</b>	Management strategico e <i>executive</i> management
<b>Modulo 3</b>	Direzione di persone e gestione del talento
<b>Modulo 4</b>	Direzione economico-finanziaria
<b>Modulo 5</b>	Direzione di operazioni e logistica
<b>Modulo 6</b>	Direzione di sistemi informativi
<b>Modulo 7</b>	Gestione commerciale, marketing e comunicazione corporativa
<b>Modulo 8</b>	Innovazione e direzione di progetti
<b>Modulo 9</b>	<i>Management</i> e strategia di aziende e imprese
<b>Modulo 10</b>	Principi di marketing strategico
<b>Modulo 11</b>	Processi e variabili di marketing
<b>Modulo 12</b>	Gestione del mercato e dei clienti
<b>Modulo 13</b>	Introduzione alla ricerca di mercato
<b>Modulo 14</b>	Tecniche di indagine qualitativa
<b>Modulo 15</b>	Tecniche di indagine quantitativa
<b>Modulo 16</b>	Produzione della ricerca di mercato
<b>Modulo 17</b>	Analisi e metriche su internet
<b>Modulo 18</b>	Analisi dei risultati e applicazioni delle ricerche di mercato



### **Dove, quando e come si realizza?**

TECH ti offre la possibilità di realizzare questo programma completamente online. Durante i 2 anni di corso potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento; questo ti consentirà di autogestire il tuo tempo di studio.

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

## Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)

### 1.1. Globalizzazione e Governance

- 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: internazionalizzazione dei mercati
- 1.1.2. Contesto economico e Governance Corporativa
- 1.1.3. *Accountability* o Rendimento dei Conti

### 1.2. Leadership

- 1.2.1. Contesto interculturale
- 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
- 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive

### 1.3. Etica d'impresa

- 1.3.1. Etica e integrità
- 1.3.2. Comportamento etico aziendale
- 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
- 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione

### 1.4. Sostenibilità

- 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile
- 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
- 1.4.3. Agenda 2030 e ODS

### 1.5. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.5.1. Responsabilità Sociale delle imprese
- 1.5.2. Ruoli e responsabilità
- 1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale Corporativa

## Modulo 2. Direzione strategica e management direttivo

### 2.1. Analisi e design organizzativo

- 2.1.1. Cultura organizzativa
- 2.1.2. Analisi organizzativa
- 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa

### 2.2. Strategia Corporativa

- 2.2.1. Strategia di livello corporativo
- 2.2.2. Tipologie di strategie di livello corporativo
- 2.2.2. Determinazione della strategia corporativa
- 2.2.3. Strategia corporativa e immagine di prestigio

### 2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Pensieri strategici
- 2.3.2. Formulazione e pianificazione strategica
- 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Corporativa

### 2.4. Modelli e Schemi Strategici

- 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
- 2.4.2. Strategia corporativa: metodologie
- 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia corporativa

### 2.5. Direzione strategica

- 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Scheda di valutazione
- 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia corporativa
- 2.5.4. Direzione strategica e *reporting*

### 2.6. Introduzione ed esecuzione strategica

- 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e impatti
- 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
- 2.6.3. Approccio di miglioramento continuo

### 2.7. Executive Management

- 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 2.7.2. Politica di Gestione e Processi
- 2.7.3. *Knowledge Management*

### 2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 2.8.2. Metodo Casistico
- 2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

**Modulo 3. Direzione di persone e gestione del talento****3.1. Comportamento organizzativo**

- 3.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 3.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza

**3.2. Direzione strategica del personale**

- 3.2.1. Progettazione del posto di lavoro, assunzione e selezione
- 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione e attuazione
- 3.2.3. Analisi del posto di lavoro, progettazione e selezione del personale
- 3.2.4. Formazione e crescita professionale

**3.3. Sviluppo direttivo e leadership**

- 3.3.1. Capacità direttive: competenze e abilità del XXI secolo
- 3.3.2. Abilità non direttive
- 3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
- 3.3.4. Leadership e direzione del personale

**3.4. Gestione del cambiamento**

- 3.4.1. Analisi del rendimento
- 3.4.2. Approccio strategico
- 3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, design e gestione dei processi
- 3.4.4. Approccio di miglioramento continuo

**3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti**

- 3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
- 3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
- 3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
- 3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione

**3.6. Comunicazione direttiva**

- 3.6.1. Analisi del rendimento
- 3.6.2. Dirigere il cambiamento. Resistenza al cambiamento
- 3.6.3. Gestione dei processi di cambiamento
- 3.6.4. Gestione di team multiculturali

**3.7. Gestione di team e svolgimento del personale**

- 3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
- 3.7.2. Gestione di team e svolgimento del personale
- 3.7.3. *Coaching* e rendimento delle persone
- 3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo

**3.8. Gestione della conoscenza e del talento**

- 3.8.1. Identificazione della conoscenza e del talento nelle organizzazioni
- 3.8.2. Modelli corporativi di gestione della conoscenza e del talento
- 3.8.3. Creatività e innovazione

**Modulo 4. Direzione economico-finanziaria****4.1. Contesto economico**

- 4.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 4.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza

**4.2. Contabilità Direttiva**

- 4.2.1. Quadro contabile internazionale
- 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
- 4.2.3. Bilanci d'esercizio delle imprese
- 4.2.4. Analisi dei Bilanci D'esercizio: presa di decisioni

**4.3. Bilancio di previsione e Controllo di Gestione**

- 4.3.1. Pianificazione di bilancio di previsione
- 4.3.2. Controllo di Gestione: progetto e obiettivi
- 4.3.3. Supervisione e reporting

**4.4. Responsabilità Sociale delle imprese**

- 4.4.1. Responsabilità fiscale corporativa
- 4.4.2. Procedura fiscale: un approccio caso per caso

**4.5. Sistemi di controllo delle imprese**

- 4.5.1. Tipologie di Controllo
- 4.5.2. Adempimento Normativo/*Compliance*
- 4.5.3. Revisione interna
- 4.5.4. Revisione Esterna

**4.6. Direzione Finanziaria**

- 4.6.1. Introduzione alla Direzione Finanziaria
- 4.6.2. Direzione Finanziaria e strategia corporativa
- 4.6.3. Direttivo finanziario o *Chief Financial Officer (CFO)*: competenze direttive

**4.7. Pianificazione Finanziaria**

- 4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
- 4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
- 4.7.3. Pianificazione Finanziaria a corto termine
- 4.7.4. Pianificazione Finanziaria a lungo termine

**4.8. Strategia Finanziaria Corporativa**

- 4.8.1. Investimenti Finanziari Corporativi
- 4.8.2. Crescita strategica: tipologie

**4.9. Contesto Macroeconomico**

- 4.9.1. Analisi Macroeconomica
- 4.9.2. Indicatori di congiuntura
- 4.9.3. Ciclo economico

**4.10. Finanziamento Strategico**

- 4.10.1. Attività bancaria: ambiente attuale
- 4.10.2. Analisi e gestione del rischio

**4.11. Mercati monetari e di capitali**

- 4.11.1. Mercato a Rendita Fissa
- 4.11.2. Mercato a Rendita Variabile
- 4.11.3. Valutazione di imprese

**4.12. Analisi e risoluzione di casi/ problemi**

- 4.12.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 4.12.2. Metodo Casistico

## Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

### 5.1. Direzione delle operazioni

- 5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
- 5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di fornitura
- 5.1.3. Sistema di indicatori

### 5.2. Direzione di acquisti

- 5.2.1. Gestione di *Stock*
- 5.2.2. Gestione magazzini
- 5.2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento

### 5.3. Supply chain management I

- 5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
- 5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

### 5.4. Supply chain management II Esecuzione

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Direzione Logistica
- 5.4.3. Acquisti

### 5.5. Processi logistici

- 5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
- 5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione
- 5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
- 5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita

### 5.6. Logistica e clienti

- 5.6.1. Analisi della domanda e previsione
- 5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

### 5.7. Logistica internazionale

- 5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
- 5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

### 5.8. Competere dalle operazioni

- 5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
- 5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
- 5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni

## Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

### 6.1. Direzione di sistemi informativi

- 6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
- 6.1.2. Decisioni strategiche
- 6.1.3. Ruolo del CIO

### 6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale

- 6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
- 6.2.2. Modelli di business basati su Internet
- 6.2.3. Il valore della IT nell'azienda

### 6.3. Pianificazione strategica di SI

- 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
- 6.3.2. Formulazione della strategia di SI
- 6.3.3. Piano di introduzione della strategia

### 6.4. Sistemi informativi e *business intelligence*

- 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
- 6.4.2. Gestione di progetti di business intelligence
- 6.4.3. Architettura di *Business Intelligence*

### 6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC

- 5.5.1. Modelli di business di basa tecnologica
- 5.5.2. Capacità per innovare
- 5.5.3. Ridisegno dei processi della catena di valore

### 6.6. E-commerce

- 6.6.1. Piano Strategico di E-commerce
- 6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce
- 6.6.3. E-commerce come opportunità di internazionalizzazione

### 6.7. Strategie di e-business

- 6.7.1. Strategie sui social media
- 6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente
- 6.7.3. Regolazione digitale

### 6.8. Digital business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Progettazione e fruibilità
- 6.8.3. Operazioni dell'e-commerce

**Modulo 7. Gestione commerciale, marketing e comunicazione corporativa**

**7.1. Direzione Commerciale**

- 7.1.1. Direzione di vendite
- 7.1.2. Strategia commerciale
- 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
- 7.1.4. Direzione di team di vendite

**7.2. Marketing**

- 7.2.1. Marketing e impatto aziendale
- 7.2.2. Variabili base del Marketing
- 7.2.3. Piano di Marketing

**7.3. Gestione strategica di Marketing**

- 7.3.1. Fonti di innovazione
- 7.3.2. Tendenze attuali nel Marketing
- 7.3.3. Strumenti di Marketing
- 7.3.4. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti

**7.4. Strategia di Marketing Online**

- 7.4.1. Approccio al Marketing Online
- 7.4.2. Strumenti di Marketing Online
- 7.4.3. Inbound marketing ed evoluzione del marketing digitale

**7.5. Strategia di vendita e comunicazione**

- 7.5.1. Posizionamento e promozione
- 7.5.2. Pubbliche relazioni
- 7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione

**7.6. Comunicazione Corporativa**

- 7.6.1. Comunicazione interna ed esterna
- 7.6.2. Dipartimenti di Comunicazione
- 7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali

**7.7. Strategia di Comunicazione Corporativa**

- 7.7.1. Strategia Corporativa di Comunicazione
- 7.7.2. Piano di Comunicazione
- 7.7.3. Redazione di Comunicati Stampa/*Clipping*/*Publicity*

**Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti**

**8.1. Innovazione**

- 8.1.1. Quadro concettuale di innovazione
- 8.1.2. Tipologie di innovazione
- 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
- 8.1.4. Formazione e Innovazione

**8.2. Strategia di Innovazione**

- 8.2.1. Innovazione e strategia corporativa
- 8.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
- 8.2.3. Seminari di innovazione

**8.3. Progettazione e verifica del modello di business**

- 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
- 8.3.2. Iniziativa di business innovativo: fasi
- 8.3.3. Modalità di finanziamento
- 8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello *canvas* e metriche
- 8.3.5. Crescita e fidelizzazione

**8.4. Direzione e Gestione di Progetti**

- 8.4.1. Opportunità di innovazione
- 8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
- 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
- 8.4.4. Esecuzione dei progetti
- 8.4.5. Chiusura dei progetti

**Modulo 9.** *Management* e strategia di aziende e imprese

9.1. <i>General Management</i>	9.2. Disegno organizzativo	9.3. Pianificazione e strategia	9.4. Direzione strategica
9.5. Strategia Corporativa	9.6. Strategia digitale	9.7. Strategia aziendale e strategia tecnologica	9.8. <i>Strategia competitiva</i>
9.9. Valutazione degli investimenti	9.10. Business Sociale		

**Modulo 10.** Principi di marketing strategico

10.1. Fondamenti di marketing	10.2. Dimensioni della strategia di marketing	10.3. Funzione di marketing strategico	10.4. Digital Marketing
10.5. Inbound Marketing	10.6. Marketing: dall'idea al mercato	10.7. Psicologia e comportamento del consumatore	10.8. Segmentazione dei mercati
10.9. Posizionamento competitivo	10.10. Marketing sociale		

**Modulo 11.** Processi e variabili di marketing

11.1. Sviluppo del piano di marketing	11.2. <i>Marketing Mix</i>	11.3. Gestione di prodotti	11.4. Principi di tariffazione
11.5. Gestione dei canali di distribuzione	11.6. Comunicazione pubblicitaria	11.7. E-commerce	11.8. Sistemi informativi di marketing
11.9. <i>Marketing Intelligence</i>	11.10. <i>Branding</i>		



**Modulo 12.** Gestione del mercato e dei clienti

12.1. <i>Marketing Management</i>	12.2. Marketing relazionale	12.3. <i>Data Base Marketing</i>	12.4. Tipi di comportamento di acquisto 12.5. <i>Marketing Consumer Centric</i>
12.6. Il processo di fidelizzazione	12.7. Conoscenza del mercato e del consumatore	12.8. Web sociale	12.9. Piattaforme social media

**Modulo 13.** Introduzione alla ricerca di mercato

13.1. Fondamenti della ricerca di mercato	13.2. Applicazioni della ricerca di mercato	13.3. Tipi di ricerca di mercato	13.4. Tipi di informazione
13.5. Organizzazione della ricerca di mercato	13.6. Gestione di progetti di ricerca	13.7. Gabinetto degli Studi	13.8. Il lavoro sul campo
13.9. Ricerche di mercato online	13.10. La proposta di ricerca di mercato		

**Modulo 14.** Tecniche di indagine qualitativa

14.1. Introduzione alla ricerca qualitativa	14.2. La dinamica di gruppo	14.3. Colloquio approfondito	14.4. Tecniche di proiezione
14.5. Tecniche di creatività	14.6. L'osservazione come tecnica qualitativa	14.7. <i>Neuromarketing</i> : Le risposte del cervello	14.8. I pseudo acquisti
14.9. La ricerca qualitativa digitale	14.10. Applicazioni della ricerca qualitativa		

### Modulo 15. Tecniche di indagine quantitativa

15.1. Introduzione alla ricerca quantitativa	15.2. Il questionario individuale	15.3. Il questionario telefonico	15.4. Il questionario autogestito
15.5. L'Omnibus	15.6. Il Panel	15.7. Il <i>Tracking</i>	15.8. L'osservazione come tecnica quantitativa
15.9. Sperimentazione	15.10. Applicazioni della ricerca quantitativa		

### Modulo 16. Produzione della ricerca di mercato

16.1. Il questionario quantitativo	16.2. Formulazione delle domande	16.3. Scale di misura	16.4. Ideazione di questionari online
16.5. Bozze e interviste qualitative	16.6. Il campione	16.7. Campionamento probabilistico	16.8. Campionamento non probabilistico
16.9. Dimensioni del campione	16.10. Processo di lavoro sul campo		

### Modulo 17. Analisi e metriche in internet

17.1. Sistemi di informazione per il processo decisionale	17.2. Analisi web	17.3. <i>Google Analytics</i>	17.4. Analisi qualitativa
17.5. Metriche digitali	17.6. Aree di analisi di una strategia	17.7. <i>Data science &amp; Big data</i>	17.8. Strumenti di web analytics
17.9. Visualizzazione dei dati	17.10. Analitica mobile		

**Modulo 18.** Analisi dei risultati e applicazioni delle ricerche di mercato

18.1. Piani di analisi informative	18.2. Analisi descrittiva delle informazioni	18.3. Analisi bivariata	18.4. Analisi multivariante di dipendenza
18.5. Analisi multivariante di interdipendenza	18.6. Conclusioni della ricerca di mercato	18.7. Preparazione del report	18.8. La ricerca nei mercati internazionali
18.9. Studi di fattibilità	18.10. Studi di intenzione di voto		



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

07

# Metodologia

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

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







“

*Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”*

## La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

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

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”*



*Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.*





*Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.*

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

**“** *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.



## Metodologia Relearning

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

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.*

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.*

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



#### Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



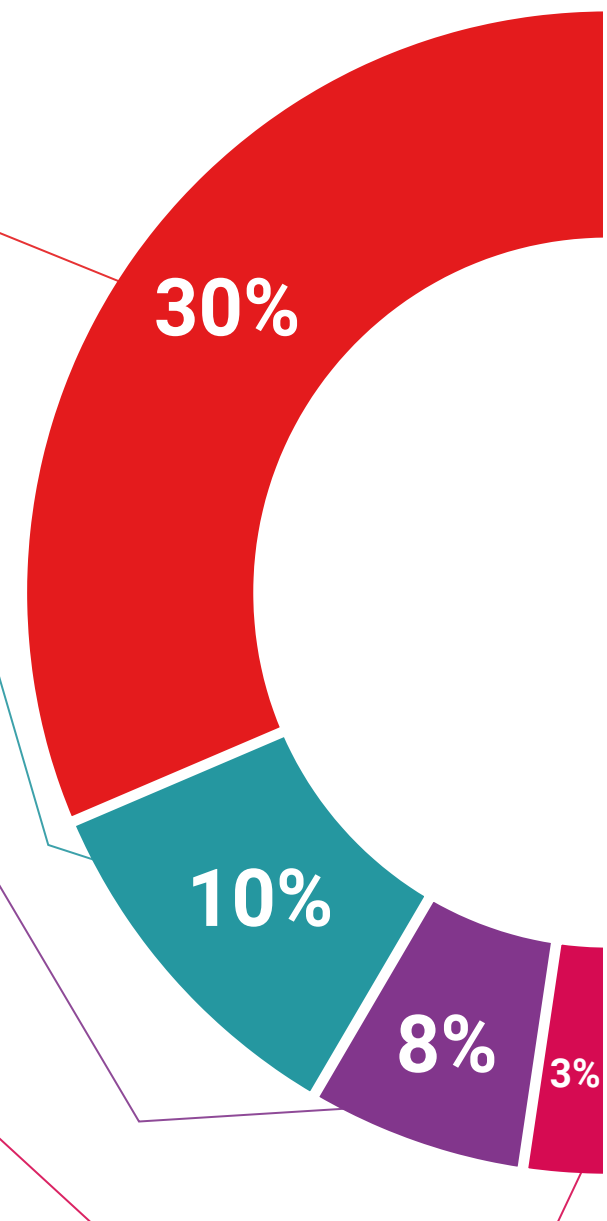
#### Stage di competenze manageriali

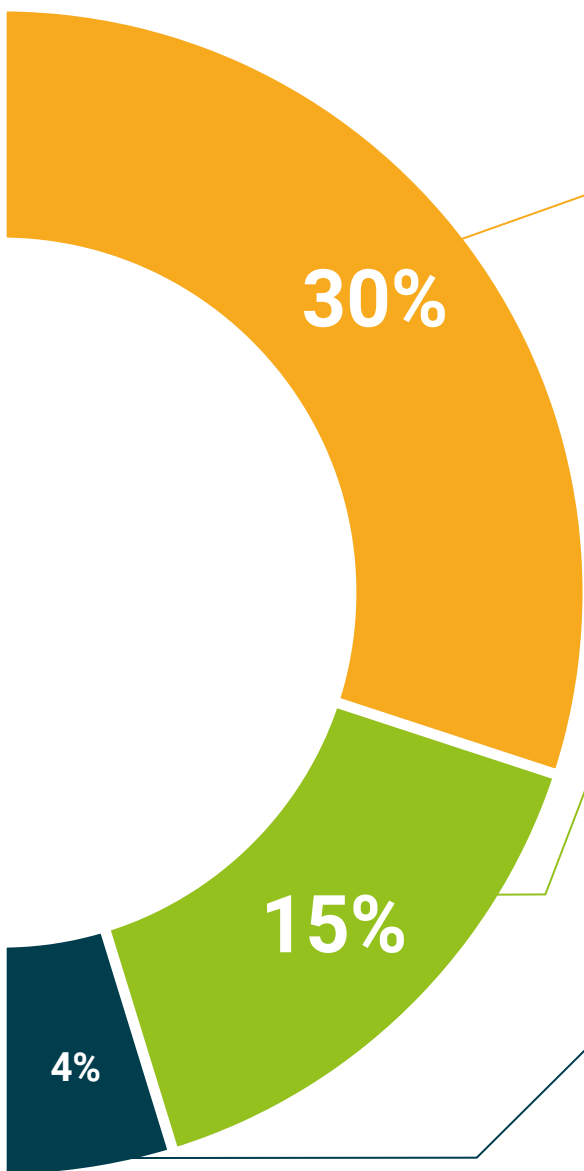
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





### Casi di Studio

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



### Riepiloghi interattivi

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

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profilo dei nostri studenti

L'MBA in Market Research Management è un programma rivolto a professionisti con esperienza che vogliono aggiornare le loro conoscenze e avanzare nella loro carriera professionale. La varietà dei partecipanti, con profili accademici differenti e di diverse nazionalità, dimostra l'approccio multidisciplinare di questo programma.





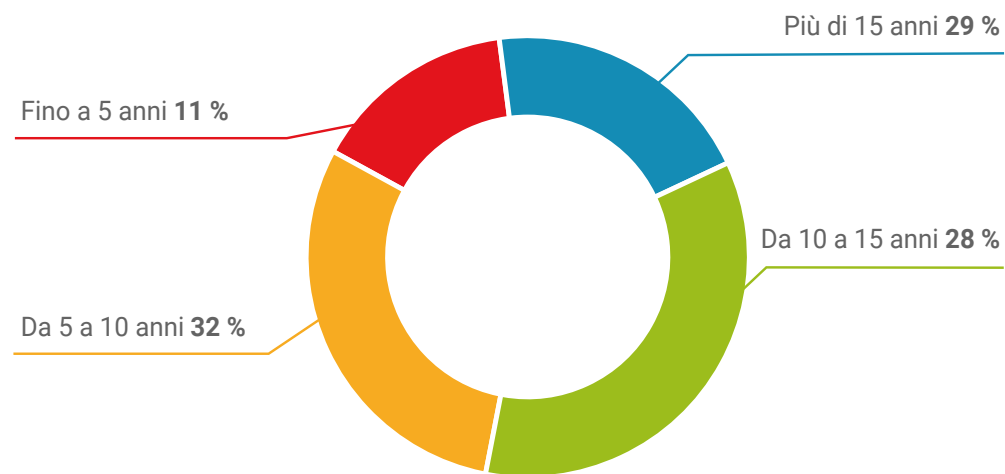
“

*Se hai esperienza in Gestione di Ricerche di Mercato e stai cercando un interessante miglioramento della tua carriera, pur continuando a lavorare, questo è il programma che fa per te”*

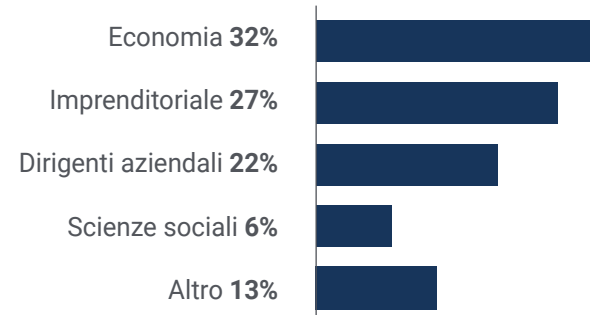
## Età media

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

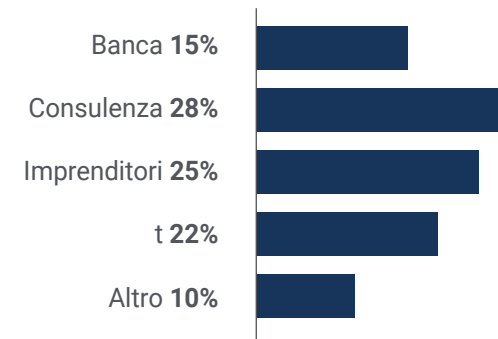
## Anni di esperienza



## Formazione



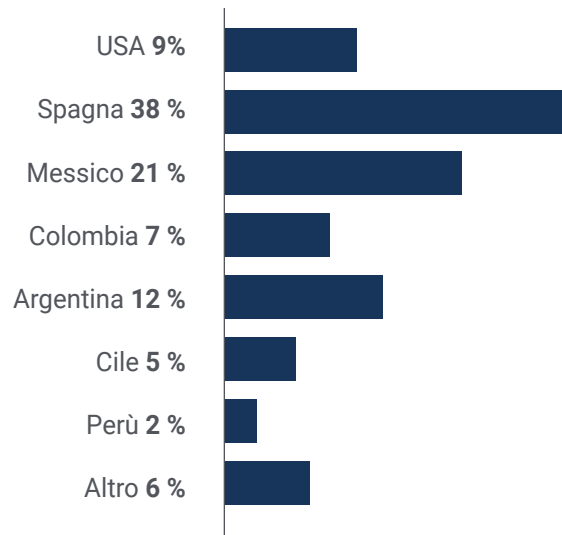
## Profilo accademico





## Distribuzione geografica

---



## Ruth Balcázar

---

CEO di una multinazionale

*"Questo MBA in Market Research Management di TECH mi ha consentito di specializzarmi in un settore indispensabile per il mio lavoro quotidiano, perché solo conoscendo a fondo i mercati posso pianificare strategie vantaggiose per la mia azienda. Fortunatamente, il formato 100% online di questo programma mi ha permesso di conciliarlo con i miei altri impegni"*

09

# Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo dovrebbe essere quindi la crescita professionale.

È per questo che mettiamo tutti i nostri strumenti a disposizione affinché tu possa acquisire le competenze e le abilità necessarie che ti permetteranno di realizzare questo cambiamento.





“

*Noi di TECH ci impegniamo a fondo per aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che meriti"*

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

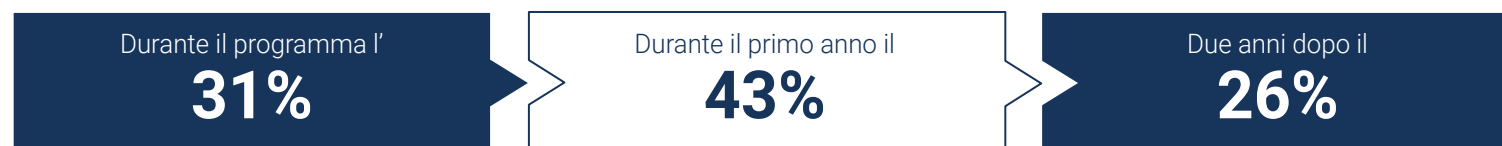
L'MBA in Market Research Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare sfide e decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di favorire la tua crescita personale e professionale, e di aiutarti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorare, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto che fa per te.

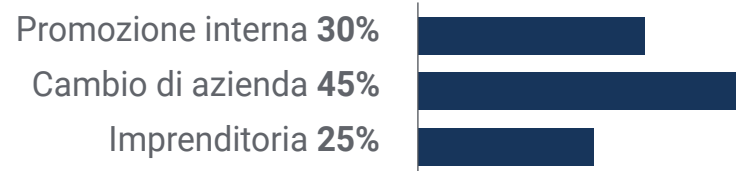
*Acquisisci le competenze necessarie a migliorare le tue competenze e quindi la tua occupabilità.*

*Il completamento di questo programma ti darà l'opportunità di migliorare il tuo lavoro quotidiano e di ottenere la promozione che desideri.*

### Momento del cambiamento



### Tipo di cambiamento



## Miglioramento salariale

---

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





10

# Benefici per la tua azienda

L'MBA in Market Research Management aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale grazie alla specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico ti farà migliorare non solo a livello personale, ma, soprattutto, a livello professionale, aumentando la preparazione del professionista e migliorando le capacità manageriali. Unirsi alla comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti e fornitori.





“

*Ottieni la specializzazione di cui hai bisogno  
per conferire una nuova visione di business  
alla tua azienda”*



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

01

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

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

---

02

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

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

03

### **Creare agenti di cambiamento**

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

---

04

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

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



05

### **Sviluppo di progetti propri**

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

---

06

### **Aumento della competitività**

Questo programma fornirà agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e dare un impulso all'organizzazione.

# 11 Titolo

Il Master Specialistico MBA in Market Research Management, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.





“

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

Questo **Master Specialistico MBA in Market Research Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Specialistico** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Master Specialistico, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Specialistico MBA in Market Research Management**

N° Ore Ufficiali: **3.000 O.**



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



## Master Specialistico MBA in Market Research Management

- » Modalità: **online**
- » Durata: **2 anni**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

# Master Specialistico

## MBA in Market Research Management

