



Master Specialistico MBA in Market Research Management

» Modalità: online

» Durata: 2 anni

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 120 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

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

Indice

01

Benvenuto

02

Perché studiare in TECH?

03

Perché scegliere il nostro programma?

04

Obiettivi

pag. 4

pag. 6

pag. 10

pag. 14

05

Competenze

pag. 22

06

Struttura e contenuti

U/

Metodologia

pag. 40

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 48

09

Direzione del corso

pag. 52

pag. 28

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 56

11

Benefici per la tua azienda

12

Titolo

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.









tech

0|8 | Perché studiare in TECH?

In TECH Global University



Innovazione

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

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema 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.

II 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

+200

manager specializzati ogni anno

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.





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"

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 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.



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.



tech 12 | Perché scegliere il nostro programma?

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



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.



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 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.



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.



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.



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.



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.



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 Global University.

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





tech 16 | Obiettivi

I tuoi obiettivi sono anche i nostri. Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

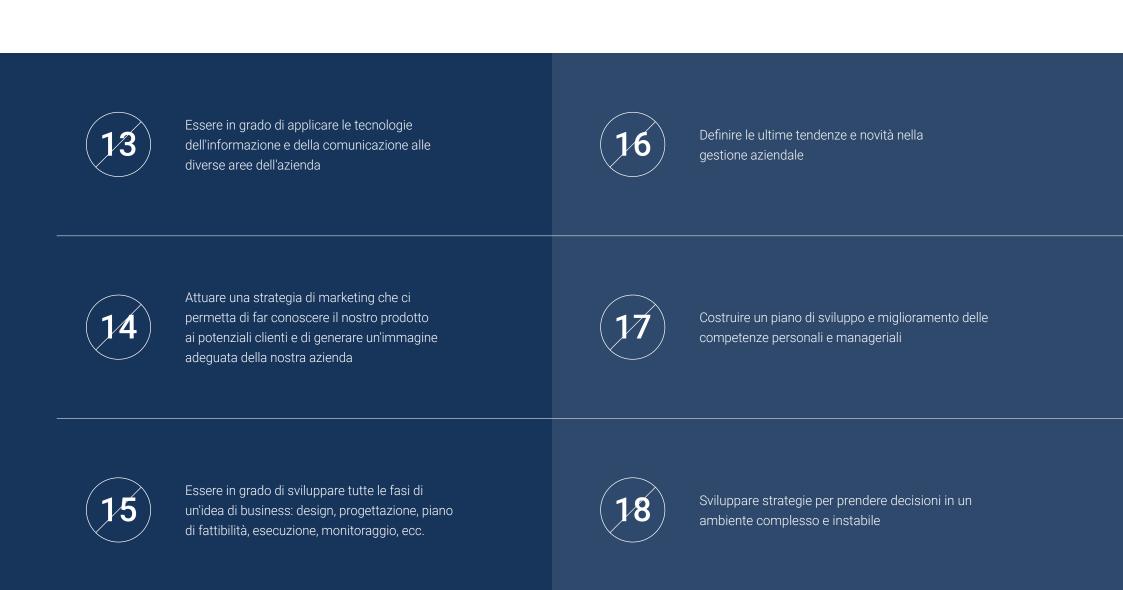
L'MBA in Market Research Management ti preparerà a:

aziendale



strategicamente l'attività aziendale









Acquisire competenze di gestione e leadership

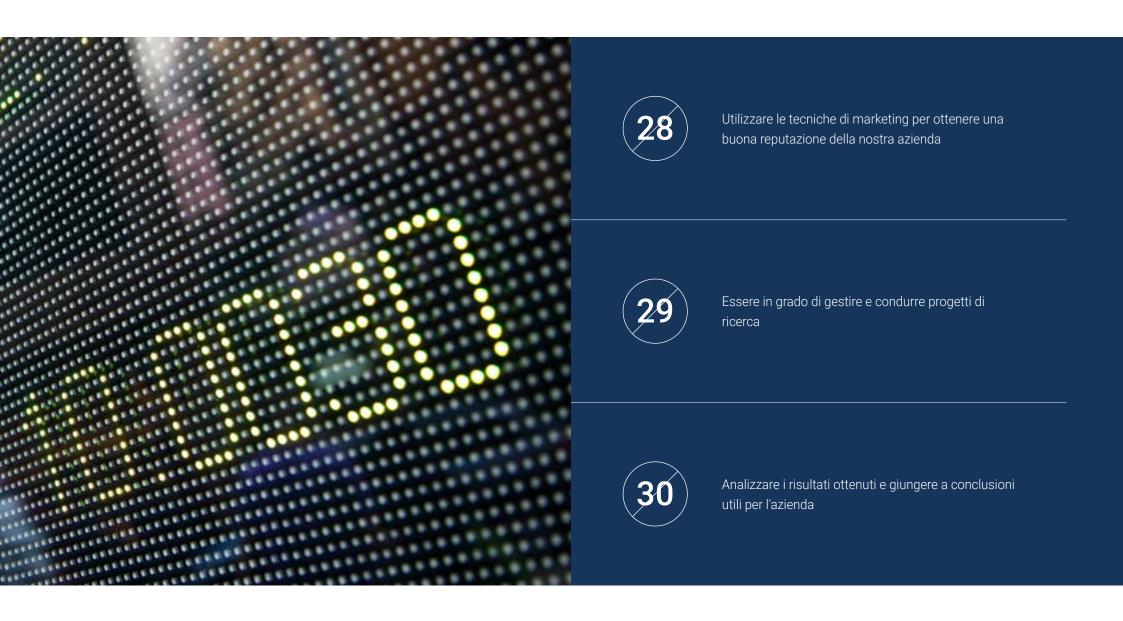


Conoscere i diversi segmenti di mercato e analizzare su quali dovrebbe focalizzarsi la nostra azienda



Saper identificare i concorrenti e creare strategie che li differenzino















Eseguire una pianificazione strategica appropriata agli obiettivi dell'azienda



Identificare i diversi segmenti del mercato



Applicare le risorse tecnologiche nel contesto della strategia aziendale





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



Favorire un posizionamento competitivo dell'azienda



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



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





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



Applicare tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa



Eseguire ricerche di mercato a livello nazionale e internazionale





tech 30 | Struttura e contenuti

Piano di studi

L'MBA in Market Research Management di TECH Global University 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.

Ouesto 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:

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

tech 32 | Struttura e contenuti

2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della

strategia corporativa

2.5.4. Direzione strategica e reporting

Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa) 1.3. Etica d'impresa 1.4. Sostenibilità 1.1. Globalizzazione e Gobernance 1.2. Leadership 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: 1.2.1. Contesto interculturale 1.3.1. Etica e integrità 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile 1.3.2. Comportamento etico aziendale 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico internazionalizzazione dei mercati 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta 1.1.2. Contesto economico e Gobernance 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive 1.4.3. Agenda 2030 e ODS Corporativa 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione 1.1.3. Accountability o Rendimento dei Conti 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 2.4. Modelli e Schemi Strategici 2.3. Pianificazione e Formulazione 2.2. Strategia Corporativa Strategica 2.1.1. Cultura organizzativa Strategia di livello corporativo 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero 2.1.2. Analisi organizzativa Tipologie di strategie di livello corporativo dell'investimento 2.3.1. Pensieri strategici 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa 2.2.2. Determinazione della strategia corporativa 2.4.2. Strategia corporativa: metodologie 2.3.2. Formulazione e pianificazione strategica 2.2.3. Strategia corporativa e immagine di prestigio 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Corporativa corporativa 2.5. Direzione strategica 2.6. Introduzione ed esecuzione 2.7. Executive Management 2.8. Analisi e risoluzione di casi/ problemi 2.5.1. Missione, visione e valori strategici strategica 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle 2.5.2. Balanced Scorecard/Scheda di valutazione strategie globali di business 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e 2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi

2.6.2. Supervisione e allineamento strategico

2.6.3. Approccio di miglioramento continuo

2.7.2. Politica di Gestione e Processi

2.7.3. Knowledge Management

2.8.2. Metodo Casistico

2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

	lulo 3. Direzione di persone e gestione (aer talc					
3.1.	Comportamento organizzativo	3.2.	Direzione strategica del personale	3.3.	Sviluppo direttivo e leadership	3.4.	Gestione del cambiamento
3.1.1. 3.1.2.	Teoria delle organizzazioni Fattori chiave per il cambiamento nelle	3.2.1.	Progettazione del posto di lavoro, assunzione e selezione	3.3.1.	Capacità direttive: competenze e abilità del XXI secolo	3.4.1. 3.4.2.	Analisi del rendimento Approccio strategico
J. I.Z.	organizzazioni	3.2.2.	Piano Strategico delle Risorse Umane:	3.3.2.	Abilità non direttive		Gestione del cambiamento: fattori chiave,
3.1.3.	Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza	3.2.3.	progettazione e attuazione Analisi del posto di lavoro, progettazione e selezione del personale	3.3.3. 3.3.4.	Mappa delle competenze e abilità Leadership e direzione del personale	3.4.4.	design e gestione dei processi Approccio di miglioramento continuo
		3.2.4.	Formazione e crescita professionale				
3.5.	Negoziazione e gestione dei conflitti		Comunicazione direttiva Analisi del rendimento	3.7.	Gestione di team e svolgimento del personale	3.8.	Gestione della conoscenza e del talento
3.5.1.	Obiettivi della negoziazione: elementi	3.6.2.	Dirigere il cambiamento. Resistenza al	3.7.1.	Contesto multiculturale e multidisciplinare	3.8.1.	Identificazione della conoscenza e del taler
352	distintivi Tecniche di negoziazione efficace	3.6.3.	cambiamento Gestione dei processi di cambiamento	3.7.2.	Gestione di team e svolgimento del personale	3 2 2	nelle organizzazioni Modelli corporativi di gestione della
3.5.3.	Conflitti: fattori e tipologie	3.6.4.		3.7.3.	Coaching e rendimento delle persone	J.O.Z.	conoscenza e del talento
3.5.4.	Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione			3.7.4.	Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo	3.8.3.	Creatività e innovazione
Mod	lulo 4. Direzione economico-finanziaria						
4.1.	Contesto economico	4.2.	Contabilità Direttiva	4.3.	Bilancio di previsione e Controllo di	4.4.	Responsabilità Sociale delle
4.1.1.	Teoria delle organizzazioni	4.2.1.	Quadro contabile internazionale		Gestione		imprese
4.1.2.	Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni	4.2.2. 4.2.3.		4.3.1. 4.3.2.	Pianificazione di bilancio di previsione Controllo di Gestione: progetto e obiettivi	4.4.1. 4.4.2.	Responsabilità fiscale corporativa Procedura fiscale: un approccio caso per
	Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza	4.2.4.		4.3.3.	Supervisione e reporting	4.4.2.	caso
4.1.3.	della collosceliza						
	Sistemi di controllo delle imprese	4.6.	Direzione Finanziaria	4.7.	Pianificazione Finanziaria	4.8.	Strategia Finanziaria Corporativa
4.1.3. 4.5. 4.5.1. 4.5.2.	Sistemi di controllo delle imprese Tipologie di Controllo	4.6. 4.6.1. 4.6.2.	Introduzione alla Direzione Finanziaria	4.7. 4.7.1.		4.8.1.	Strategia Finanziaria Corporativa Investimenti Finanziari Corporativi 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

4.7.4. Pianificazione Finanziaria a lungo termine

- 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

tech 34 | Struttura e contenuti

Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica									
5.1. 5.1.1. 5.1.2. 5.1.3.	fornitura	5.2. 5.2.1. 5.2.2. 5.2.3.	Direzione di acquisti Gestione di Stock Gestione magazzini Gestione di Acquisti e Rifornimento	5.3. 5.3.1. 5.3.2. 5.3.3.	Supply chain management I Costi ed efficienza della catena di operazioni Cambiamento nei modelli della domanda Cambiamento nella strategia delle operazioni	5.4.1.	Supply chain management II Esecuzione Lean Manufacturing/Lean Thinking Direzione Logistica Acquisti		
5.5. 5.5.1. 5.5.2. 5.5.3. 5.5.4.	Qualità, costi di qualità e strumenti	5.6. 5.6.1. 5.6.2. 5.6.3.	Logistica e clienti Analisi della domanda e previsione Previsione e pianificazione di vendite Collaborative planning forecasting & replacement	5.7. 5.7.1. 5.7.2. 5.7.3.	Logistica internazionale Dogane, processi di esportazione e importazione Modi e mezzi di pagamento internazionale Piattaforme logistiche a livello internazionale	5.8. 5.8.1. 5.8.2. 5.8.3.	Competere dalle operazioni L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda Tecnologie e scienze emergenti Sistemi informativi nelle operazioni		
Mod	ulo 6. Direzione di sistemi informativi								
6.1. 6.1.1. 6.1.2. 6.1.3.	Direzione di sistemi informativi Sistemi di informazione aziendale Decisioni strategiche Ruolo del CIO	6.2.1. 6.2.2. 6.2.3.	Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale Analisi aziendale e settori industriali Modelli di business basati su Internet Il valore della IT nell'azienda	6.3. 6.3.1. 6.3.2. 6.3.3.	Pianificazione strategica di SI Il processo di pianificazione strategica Formulazione della strategia di SI Piano di introduzione della strategia	6.4.1. 6.4.2. 6.4.3.	Sistemi informativi e business intelligence CRM e Business Intelligence Gestione di progetti di business intelligence Architettura di Business Intelligence		
6.5 . 5.5.1. 5.5.2. 5.5.3.		6.6. 6.6.1. 6.6.2. 6.6.3.	E-commerce Piano Strategico di E-commerce Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce E-commerce come opportunità di internazionalizzazione	6.7. 6.7.1. 6.7.2. 6.7.3.	Strategie di e-business Strategie sui social media Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente Regolazione digitale	6.8. 6.8.1. 6.8.2. 6.8.3.	Digital business Mobile e-Commerce Progettazione e fruibilità Operazioni dell'e-commerce		

Modulo 7. Gestione commerciale, marketing e comunicazione corporativa 7.1. Direzione Commerciale 7.2. Marketing 7.3. Gestione strategica di Marteking 7.4. Strategia di Marketing Online 7.2.1. Marketing e impatto aziendale 7.1.1. Direzione di vendite 7.4.1. Approccio al Marketing Online 7.3.1. Fonti di innovazione 7.1.2. Strategia commerciale 7.2.2. Variabili base del Marketing 7.3.2. Tendenze attuali nel Marketing 7.4.2. Strumenti di Marketing Online 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione 7.2.3. Piano di Marteking 7.4.3. Inbound marketing ed evoluzione del 7.3.3. Strumenti di Marketing 7.1.4. Direzione di team di vendite 7.3.4. Strategia di Marketing e comunicazione con i marketing digitale 7.5. Strategia di vendita e 7.6. Comunicazione Corporativa 7.7. Strategia di Comunicazione comunicazione Corporativa 7.6.1. Comunicazione interna ed esterna 7.6.2. Dipartimenti di Comunicazione 7.5.1. Posizionamento e promozione 7.7.1. Strategia Corporativa di Comunicazione 7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): 7.5.2. Pubbliche relazioni 7.7.2. Piano di Comunicazione competenze e responsabilità manageriali 7.7.3. Redazione di Comunicati Stampa/Clipping/ 7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione Publicity

Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti

8.	1	l١	٦	n	1	W	a	7	in	n	e
U.		ш	ш		v	v	ч	_	ıv	"	

- 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

tech 36 | Struttura e contenuti

Modulo 9. Management e strategia di azier	nde e imprese		
9.1. General Management	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. Strategia competitiva
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	g		
11.1. Sviluppo del piano di marketing	11.2. Marketing <i>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. Marketing <i>Intelligence</i>	11.10. Branding		

Modulo 12. Gestione del mercato e dei clie	nti		
12.1. Marketing Management	12.2. Marketing relazionale	12.3. Data Base Marketing	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 mer	cato		
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	3		
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		

tech 38 | Struttura e contenuti

Modulo 15. Tecniche di indagine quantit	ativa		
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 Tracking	15.8. L'osservazione come tecnica quantitativa
15.9. Sperimentazione	15.10. Applicazioni della ricerca quantitativa		
Modulo 16. Produzione della ricerca di m	nercato		
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. Google Analytics	17.4. Analisi qualitativa
17.5. Metriche digitali	17.6. Aree di analisi di una strategia	17.7. Data science & Big data	17.8. Strumenti di web analytics
17.9. Visualizzazione dei dati	17.10. Analitica mobile		

Struttura e contenuti | 39 tech

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 chiave e decisiva per potenziare la tua crescita professionale e dare una svolta definitiva"



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 42 | 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. 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 44 | 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.

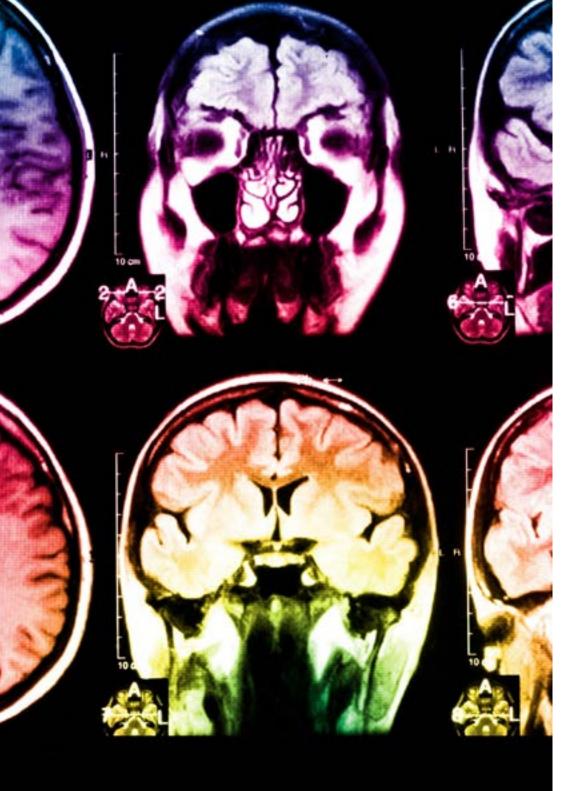
Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

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 | 45 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. 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.



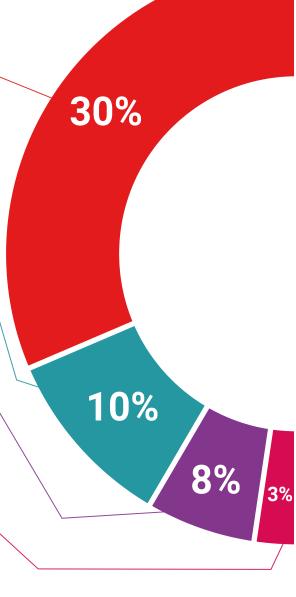
Stage di competenze manageriali

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.



Metodologia | 47 tech



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



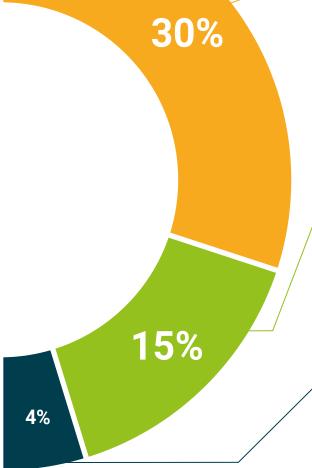
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

Testing & Retesting

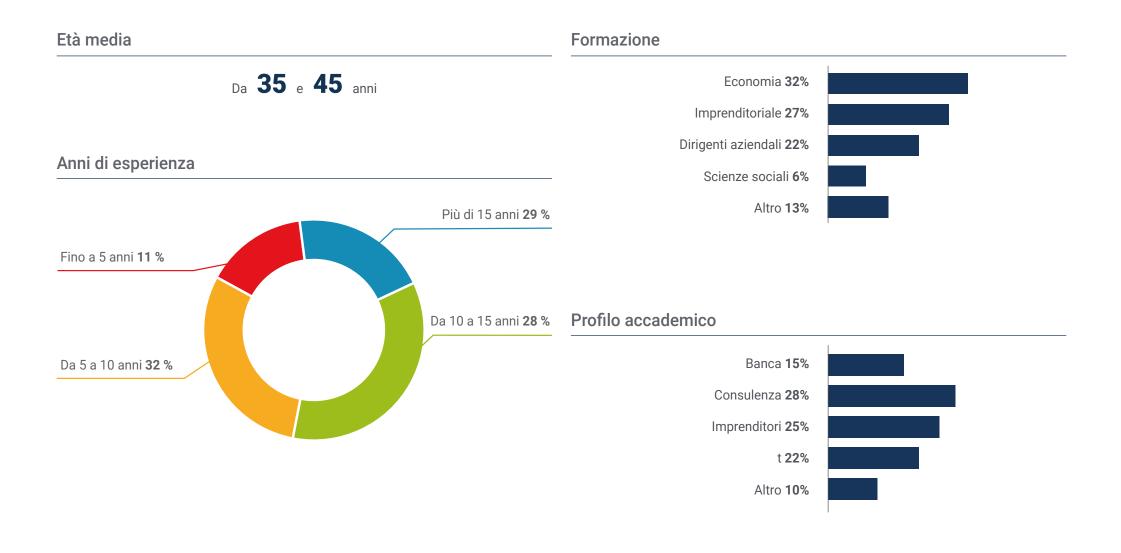


Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.

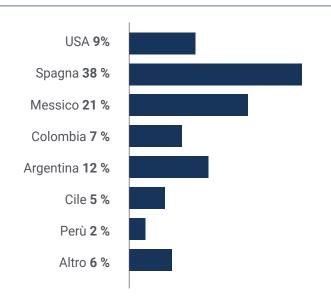








Distribuzione geografica





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"





Direttore ospite internazionale

Mina Bastawros è un prestigioso ingegnere aerospaziale con oltre 13 anni di esperienza professionale nella promozione dell'innovazione digitale, del marketing e dell'imprenditorialità in istituzioni riconosciute. Altamente specializzato nella creazione di nuove opportunità di business, ha dimostrato un approccio visionario alla creazione e all'esecuzione di progetti strategici che collegano diversi tipi di pubblico e stakeholder. La sua passione per l'aviazione e la tecnologia lo ha portato a progettare campagne che non solo promuovono i prodotti, ma ispirano il suo team e il mercato.

Nel corso della sua carriera ha ricoperto posizioni di responsabilità come Direttore del marketing creativo e digitale e Direttore del marketing strategico presso Airbus. In questo modo, ha guidato la trasformazione della pubblicità all'interno delle aziende, assicurando che le tattiche non solo siano più efficaci, ma riflettano un approccio allineato alle tendenze del settore. Inoltre, ha supervisionato l'esecuzione di campagne ad alto impatto che hanno aumentato l'entusiasmo per le vendite di aerei, migliorando la presenza della società sul mercato.

È stato inoltre riconosciuto a livello internazionale per la sua capacità di guidare iniziative pubblicitarie che hanno ridefinito il modo in cui vengono promossi i prodotti aerospaziali. In questo senso, il suo approccio dirompente e orientato ai risultati gli ha portato numerosi riconoscimenti nel settore, consolidando la sua posizione di figura chiave in questo campo. Inoltre, la sua capacità di guidare il suo team lo ha reso un punto di riferimento nella promozione della creatività nel settore.

Inoltre, ha contribuito a migliorare la comprensione di questi argomenti attraverso diversi progetti innovativi. Il suo lavoro si è quindi concentrato sull'integrazione delle tecnologie digitali e sull'esplorazione di nuove forme di intraprendenza.



Dott. Mina, Bastawros

- Vicepresidente di Marketing Creativo e Digitale presso Airbus, Tolosa, Francia
- Direttore del marketing strategico di Airbus
- Fondatore aziendale Sviluppo di nuove attività in Airbus
- Responsabile della catena di fornitura e qualità presso Airbus
- Ingegnere di progetto presso Airbus
- Ingegnere dello stress presso Airbus
- Ingegnere aerospaziale presso Air New Zealand
- Master in Ingegneria aerospaziale, aeronautica e astronautica presso l'Università di Loughborough
- Laurea in Ingegneria Aerospaziale presso il Politecnico di Torino







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

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

L'MBA in Market Research Management di TECH Global University 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.

Momento del cambiamento

Durante il programma l'

31%

Durante il primo anno il

43%

Due anni dopo il

26%

Tipo di cambiamento

Promozione interna **30**%

Cambio di azienda **45**%

Imprenditoria **25**%

Miglioramento salariale

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

Salario precedente

57.900 €

Incremento salariale del

25,22 %

Salario posteriore

72.500 €





tech 62 | 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 porterà 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 manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.



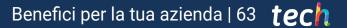
Creare agenti di cambiamento

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



Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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





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.



Aumento della competitività

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







tech 66 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di Master Specialistico MBA in Market Research Management rilasciato da TECH Global University, la più grande università digitale del mondo.

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

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

Titolo: Master Specialistico MBA in Market Research Management

Modalità: online

Durata: 2 anni

Accreditamento: 120 ECTS







^{*}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 MBA in Market Research Management

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

