



# Master Specialistico Senior Strategy 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-senior-strategy-management

# Indice

01

Benvenuto

02

Perché studiare in TECH?

03

Perché scegliere il nostro programma?

04

Obiettivi

pag. 4

pag. 6

pag. 10

pag. 28

pag. 14

05

Competenze

pag. 22

06

Struttura e contenuti

\_\_\_\_\_

ე7

Metodologia

pag. 42

80

Profilo dei nostri studenti

pag. 50

09

Direzione del corso

pag. 54

10

Impacto sulla tua carriera

pag. 60

11

Benefici per la tua azienda

12

**Titolo** 

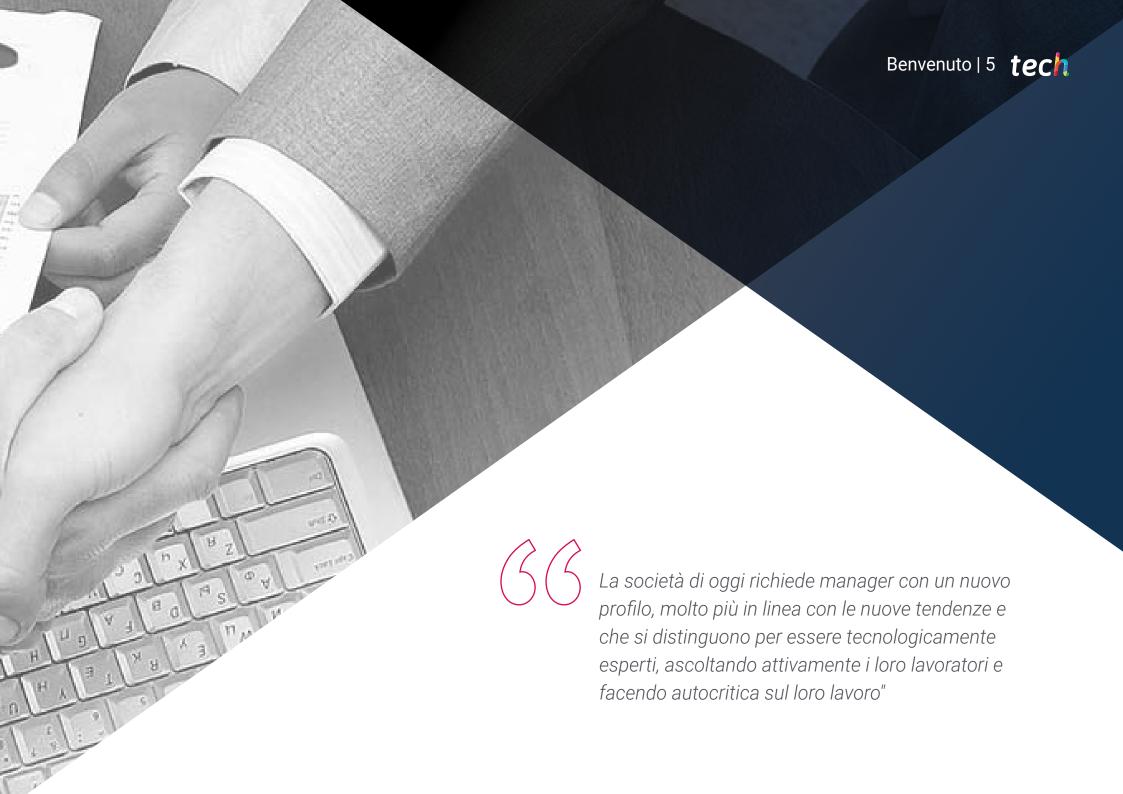
pag. 64

pag. 68

# 01 **Benvenuto**

Raggiungere gli obiettivi fissati a livello aziendale dovrebbe essere lo scopo dei manager dell'azienda, ma per farlo, è necessario avere una strategia aziendale appropriata per dirigere i movimenti della ditta verso il raggiungimento degli obiettivi. TECH si propone di dare allo studente le chiavi per diventare un manager di successo con questo Master Specialistico che combina i migliori contenuti sulla gestione aziendale con i concetti più specifici della direzione strategica d'impresa.









## 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.



## 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.



## 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.



Grazie a TECH potrai disporre dei casi di studio proposti dalla Harvard Business School"



## Eccellenza accademica

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



### Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. 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.

# 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.



## 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.

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management preparerà gli studenti a:



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



Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile



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



03

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



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



Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale



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





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



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



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



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



Realizzare la strategia di marketing che ci permette di far conoscere il nostro prodotto ai nostri potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata della nostra azienda



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





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



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



Definire gli elementi della strategia come fondamento principale della gestione strategica



Analizzare il comportamento strategico di un'organizzazione a diversi livelli



19

Sviluppare e implementare la strategia più appropriata per raggiungere gli obiettivi dell'azienda



Conoscere i diversi tipi di strategia che possono essere implementati in un'azienda



Descrivere la logica del processo di gestione strategica e il significato di ciascuna delle sue fasi



Definire le relazioni di base dell'azienda con il suo ambiente



Applicare la conoscenza teorica a situazioni di vita reale attraverso studi di casi



Analizzare l'influenza degli stakeholder o dei soggetti interessati sull'azienda



**23** 

Identificare i diversi percorsi di crescita che le aziende possono scegliere



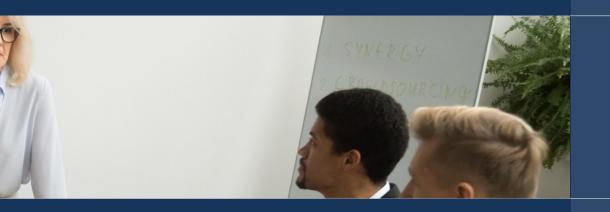
Descrivere le caratteristiche, i problemi e le implicazioni umane, economiche, politico-giuridiche e organizzative delle diverse modalità di sviluppo strategico



Sviluppare strategie e metodologie per realizzare processi decisionali in situazioni critiche o decisive



Applicare tecniche di marketing che promuovano la conoscenza dell'azienda



29

Corretta gestione degli acquisti e della catena di distribuzione



Sviluppare le capacità di leadership per ottenere la motivazione del team



Comprendere l'ambiente globalizzato in cui opera l'azienda e sviluppare strategie che favoriscano l'internazionalizzazione dell'azienda







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



Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, quindi, i profitti dell'azienda



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



03

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori



Realizzare il controllo economico e finanziario dell'azienda



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



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



09

Elaborare e condurre piani di marketing



Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi



Scommettere sull'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda









## tech 30 | Struttura e contenuti

#### Piano di studi

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management di TECH Global University è un Master 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, una moltitudine di casi di studio sarà analizzata attraverso un lavoro individuale, permettendo un apprendimento intensivo che sarà di grande utilità per la tua pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Master Specialistico in Senior Strategy Management approfondisce le principali aree di business, ed è pensato affinché i manager comprendano la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa. Un progetto incentrato sul tuo miglioramento professionale e che prepara il professionista a raggiungere l'eccellenza nel campo del management e della gestione aziendale. Un Master che comprende le esigenze dei suoi studenti e della sua azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, e sostenuti dalla migliore metodologia educativa e da un corpo docente eccezionale, che fornirà loro le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Master a una durata di 24 mesi e si divide in 17 moduli:

Modulo 1	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)
Modulo 2	Direzione strategica e management direzionale
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	Direzione commerciale, marketing e comunicazione corporativa
Modulo 8	Innovazione e direzione di progetti
Modulo 9	Management and strategy
Modulo 10	Modalità di sviluppo strategico
Modulo 11	Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria
Modulo 12	Comportamento organizzativo
Modulo 13	Direzione strategica del personale
Modulo 14	Abilità direttive
Modulo 15	Strategy in Marketing management
Modulo 16	Strategia aziendale e strategia operativa
Modulo 17	Business & international strategy



# Dove, quando e come si comunica?

TECH offre la possibilità di realizzare questo Master completamente online. Durante i 24 mesi di studio, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo Master in qualsiasi momento, consentendogli di autogestire il 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

2.5.4. Direzione strategica e reporting

Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)

#### 1.3. Etica d'impresa 1.2. Leadership 1.4. Sostenibilità 1.1. Globalizzazione e governance 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: Contesto interculturale 1.3.1. Etica e integrità 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile Internazionalizzazione dei mercati 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impres 1.3.2. Comportamento etico aziendale 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta 1.1.2. Contesto economico e Amministrazione 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttiv 1.4.3. Agenda 2030 e ODS 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione Corporativa 1.1.3. Accountability o Rsponsabilità di render conto delle risorse finanziarie impiegate 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 esecutivo Strategia Corporativa 2.3. Pianificazione e Formulazione 2.4. Modelli e Schemi Strategici 2.1. Analisi e design organizzativo 2.1.1. Cultura organizzativa Strategia di livello corporativo 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero Strategica 2.1.2. Analisi organizzativa Tipologie di strategie di livello corporativo dell'investimento 2.3.1. Pensieri strategici 2.1.3. Creazione della struttura aziendale Determinazione della strategia corporativa 2.4.2. Strategia Corporativa: metodologia 2.3.2. Sviluppo e Pianificazione strategica 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia 2.2.4. Strategia corporativa e immagine di prestigio 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Corporativa corporativa 2.5. Direzione strategica 2.6. Introduzione ed esecuzione 2.7. Management Direttivo 2.8. Analisi e risoluzione di casi/ 2.5.1. Missione, visione e valori strategici 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle problemi strategica 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 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della 2.7.2. Politica di Gestione e Processi 2.8.2. Metodo Casistico 2.7.3. Knowledge Management strategia corporativa Supervisione e allineamento strategico 2.8.3. Posizionamento e presa delle decisioni

2.6.3. Metodo di miglioramento continuo

problemi

4.12.2. Metodo Casistico

4.12.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi

Modulo 3. Direzione di persone e gestion	e del talento		
<ul> <li>3.1. Comportamento organizzativo</li> <li>3.1.1. Teoria delle organizzazioni</li> <li>3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni</li> <li>3.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza</li> </ul>	<ul> <li>3.2. Direzione strategica del personale</li> <li>3.2.1. Progettazione, reclutamento e selezione del lavoro</li> <li>3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione e attuazione</li> <li>3.2.3. Analisi del lavoro; progettazione e selezione del personale</li> <li>3.2.4. Formazione e crescita professionale</li> </ul>	<ul> <li>3.3. Sviluppo direttivo e leadership</li> <li>3.3.1. Capacità direttive: Competenze e abilità del XXI secolo</li> <li>3.3.2. Abilità non direttive</li> <li>3.3.3. Mappa delle competenze e abilità</li> <li>3.3.4. Leadership e direzione del personale</li> </ul>	<ul> <li>3.4. Gestione del cambiamento</li> <li>3.4.1. Analisi del rendimento</li> <li>3.4.2. Approccio strategico</li> <li>3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, progettazione e gestione del processo</li> <li>3.4.4. Metodo di miglioramento continuo</li> </ul>
<ul> <li>3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti</li> <li>3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi</li> <li>3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace</li> <li>3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie</li> <li>3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione</li> </ul>	<ul> <li>3.6. Comunicazione direttiva</li> <li>3.6.1. Analisi del rendimento</li> <li>3.6.2. Dirigere il cambiamento Resistenza al cambiamento</li> <li>3.6.3. Gestione dei processi di cambiamento</li> <li>3.6.4. Gestione di team multiculturali</li> </ul>	<ul> <li>3.7. Gestione di team e svolgimento del personale</li> <li>3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare</li> <li>3.7.2. Gestione di team e del personale</li> <li>3.7.3. Coaching e performance del personale</li> <li>3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo</li> </ul>	<ul> <li>3.8. Gestione della conoscenza e del talento</li> <li>3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni</li> <li>3.8.2. Modelli corporativi di gestione della conoscenza e del talento</li> <li>3.8.3. Creatività e innovazione</li> </ul>
Modulo 4. Direzione economico-finanzia	ria		
<ul> <li>4.1. Contesto Economico</li> <li>4.1.1. Teoria delle organizzazioni</li> <li>4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni</li> <li>4.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza</li> </ul>	<ul> <li>4.2. Contabilità Direttiva</li> <li>4.2.1. Quadro contabile internazionale</li> <li>4.2.2. Introduzione al ciclo contabile</li> <li>4.2.3. Bilanci d'esercizio delle imprese</li> <li>4.2.4. Analisi dei Bilanci d'esercizio: presa di decisioni</li> </ul>	<ul> <li>4.3. Bilancio di previsione e Controllo di Gestione</li> <li>4.3.1. Pianificazione di bilancio di previsione</li> <li>4.3.2. Controllo di Gestione: progetto e obiettivi</li> <li>4.3.3. Supervisione e reporting</li> </ul>	<ul> <li>4.4. Responsabilità Sociale delle imprese</li> <li>4.4.1. Responsabilità fiscale corporativa</li> <li>4.4.2. Procedura fiscale: un approccio caso per caso</li> </ul>
<ul> <li>4.5. Sistemi di controllo delle imprese</li> <li>4.5.1. Tipologie di Controllo</li> <li>4.5.2. Adempimento Normativo/Compliance</li> <li>4.5.3. Revisione interna</li> <li>4.5.4. Revisione Esterna</li> </ul>	<ul> <li>4.6. Direzione Finanziaria</li> <li>4.6.1. Introduzione alla Direzione Finanziaria</li> <li>4.6.2. Direzione Finanziaria e strategia corporativa</li> <li>4.6.3. Direttivo finanziario o Chief Financial Officer (CFO): competenze direttive</li> </ul>	<ul> <li>4.7. Pianificazione Finanziaria</li> <li>4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento</li> <li>4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria</li> <li>4.7.3. Pianificazione Finanziaria a corto termine</li> <li>4.7.4. Pianificazione Finanziaria a lungo termine</li> </ul>	<ul><li>4.8. Strategia Finanziaria Corporativa</li><li>4.8.1. Investimenti Finanziari Corporativi</li><li>4.8.2. Crescita strategica: tipologie</li></ul>
4.9. Contesto Macroeconomico	4.10. Finanziamento Strategico	4.11. Mercati monetari e di capitali	4.12. Analisi e risoluzione di casi/

4.11.1. Mercato a Rendita Fissa

4.11.3. Valutazione di imprese

4.11.2. Mercato a Rendita Variabile

4.10.1. Attività bancaria: ambiente attuale

4.10.2. Analisi e gestione del rischio

4.9.1. Analisi Macroeconomica

4.9.2. Indicatori di congiuntura

4.9.3. Ciclo economico

# **tech** 34 | Struttura e contenuti

Mod	<b>ulo 5.</b> Direzione di operazioni e logistica	ı					
<b>5.1.</b> 5.1.1. 5.1.2. 5.1.3.	Direzione delle operazioni Definire la strategia delle operazioni Pianificazione e controllo della catena di distribuzione Sistema di indicatori	<b>5.2.</b> 5.2.1. 5.2.2. 5.2.3.	Direzione di acquisti Gestione di Stock Gestione magazzini Gestione di Acquisti e Rifornimento	<b>5.3.</b> 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	<b>5.4.</b> 1. 5.4.2. 5.4.3.	Supply chain management (II) Esecuzione Lean Manufacturing/Lean Thinking Direzione Logistica Acquisti
5.5.	Processi logistici	5.6.	Logistica e clienti	5.7.	Logistica internazionale	5.8.	Competere dalle operazioni
5.5.1.	Organizzazione e gestione mediante processi	5.6.1. 5.6.2.	Analisi della domanda e previsione Previsione e pianificazione di vendite	5.7.1.	Dogane, processi di esportazione e importazione	5.8.1.	L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
5.5.2. 5.5.3. 5.5.4.	Fornitura, produzione, distribuzione Qualità, costi di qualità e strumenti Servizio di assistenza post-vendita	5.6.3.	Collaborative planning forecasting & replacement	5.7.2. 5.7.3.	Modi e mezzi di pagamento internazionale Piattaforme logistiche a livello internazionale	5.8.2. 5.8.3.	
Mod	<b>ulo 6.</b> Direzione di sistemi informativi						
<b>6.1.</b> 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 del reparto IT nell'azienda	<b>6.3.</b> 6.3.1. 6.3.2. 6.3.3.	Pianificazione strategica di SI Il processo di pianificazione strategica Formulazione della strategia del 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.	Nuovi modelli di business basati	6.6.	E-commerce	6.7.	Strategie di <i>E-Business</i>	6.8.	Digital business
	sulla TIC	6.6.1.	Piano Strategico di E-commerce.	6.7.1.	Strategie nei social media	6.8.1.	Mobile e-Commerce
6.5.1. 6.5.2.	Modelli di business di basa tecnologica Capacità per innovare	6.6.2.	Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce.	6.7.2.	Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente	6.8.2. 6.8.3.	Progettazione e fruibilità Operazioni dell'e-commerce
6.5.3.	Riprogettazione dei processi della catena del	6.6.3.	E-commerce come opportunità di Internazionalizzazione	6.7.3.	Regolazione digitale		

7.1.	Direzione Commerciale	7.2.	Marketing	7.3.	Gestione strategica di Marteking	7. 4.	Strategia di Marketing Online
7.1.2. 7.1.3.	Direzione di vendite Strategia commerciale Tecniche di vendita e di negoziazione Direzione di team di vendite	7.2.2.	Marketing e impatto aziendale Variabili base del Marketing Piano di Marteking	7.3.2. 7.3.3.	Fonti di innovazione Tendenze attuali nel Marketing Strumenti di Marketing Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti	7.4.2.	Approccio al Marketing Online Strumenti di Marketing Online Inbound Marketing ed evoluzione del Marketing Online
7.5.	Strategia di vendita e	7.6.	Comunicazione corporativa	7.7.	Strategia di Comunicazione		
	comunicazione	7.6.1.	Comunicazione interna ed esterna		Corporativa		
7.5.2.	Posizionamento e promozione Pubbliche relazioni Strategia di vendita e comunicazione		Dipartimento di Comunicazione Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali		Strategia Corporativa di Comunicazione Piano di Comunicazione Redazione di Comunicati Stampa/Clipping/ Publicity		

## Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti

8.1.	Innovazione	8.2.	Strategia di Innovazione	8.3.	Progettazione e verifica del	8.4.	Direzione e Gestione di Progetti
8.1.2. 8.1.3.	Macro Concetto di innovazione Tipologie di innovazione Innovazione continua e discontinua Formazione e Innovazione	8.2.2.	Innovazione e strategia corporativa Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione Seminari di innovazione	8.3.2. 8.3.3. 8.3.4.	modello di business  Metodologia Lean Startup Iniziativa di business innovatore: fasi Modalità di finanziamento Strumenti del modello: mappa di empatia, modello canvas e metriche Crescita e fidelizzazione	8.4.2. 8.4.3. 8.4.4.	Opportunità di innovazione Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte Definizione e ideazione di progetti Esecuzione dei Progetti Chiusura dei Progetti

## tech 36 | Struttura e contenuti

Modulo 9. Management and strategy			
<ul> <li>9.1. Pensieri strategici</li> <li>9.1.1. La strategia e il suo scopo</li> <li>9.1.2. Strategic Thinking and Strategist Skills</li> <li>9.1.3. Pensiero laterale e strategia degli oceani blu</li> <li>9.1.4. Neuroscienze applicate alla strategia</li> </ul>	<ul><li>9.2. Decisioni e decisori strategici</li><li>9.2.1. Governo d'impresa</li><li>9.2.2. Team dirigenziale</li><li>9.2.3. Creazione di valore</li></ul>	<ul><li>9.3. Strategia competitiva</li><li>9.3.1. Analisi del mercato</li><li>9.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili</li><li>9.3.3. Ricompensa dell'investimento</li></ul>	<ul><li>9.4. Strategia Corporativa</li><li>9.4.1. Driving corporate strategy</li><li>9.4.2. Pacing corporate strategy</li><li>9.4.3. Framing corporate strategy</li></ul>
<ul> <li>9.5. Pianificazione e strategia</li> <li>9.5.1. Rilevanza della direzione strategica nel processo di controllo di gestione</li> <li>9.5.2. Analisi del contesto e dell'organizzazione</li> </ul>	<ul> <li>9.6. Attuazione della strategia</li> <li>9.6.1. Sistema di indicatori e approccio per processi</li> <li>9.6.2. Mappa strategica</li> <li>9.6.3. Distinzione e allineamento</li> </ul>	<ul> <li>9.7. Modelli di analisi strategica</li> <li>9.7.1. Analisi interna</li> <li>9.7.2. Analisi esterna</li> <li>9.7.3. Fonti di vantaggio competitivo nel settore</li> <li>9.7.4. Vantaggi, svantaggi ed efficacia dell'analisi strategica</li> </ul>	<ul> <li>9.8. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti</li> <li>9.8.1. TQM (Total Quality Management)</li> <li>9.8.2. Sei Sigma e Six Sigma come sistema di gestione aziendale</li> <li>9.8.3. Modello EFQM</li> </ul>
<ul> <li>9.9.1. Principi base del <i>Lean Management</i></li> <li>9.9.2. Gruppi di miglioramento e problem-solving</li> <li>9.9.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità</li> </ul>	9.10. Etica e strategic management 9.10.1. Integrare etica e strategia 9.10.2. Motivazione umana ed etica 9.10.3. Qualità etica delle organizzazioni		
Modulo 10. Modalità di sviluppo strategico			
10.1. Alleanze strategiche 10.1.1. Joint Ventures 10.1.2. Consorzi di esportazione 10.1.3. Centri di acquisto 10.1.4. Altri tipi di cooperazione	10.2. Imprenditoria aziendale 10.2.1. Esplorare nuove opportunità di business 10.2.2. Creazione di prototipi e sviluppo interno 10.2.3. Agenti di cambiamento interni 10.2.4. Progetti emergenti e sconvolgimenti	<ul> <li>10.3. Innovazione strategica</li> <li>10.3.1. Innovazione aperta e tripla elica</li> <li>10.3.2. Fattori di successo e fallimento dell'innovazione</li> <li>10.3.3. Impatto della gestione dell'innovazione sulla performance aziendale</li> <li>10.3.4. Pensiero creativo e Design Thinking</li> </ul>	10.4. Politiche di investimento 10.4.1. Metodi di valutazione aziendale 10.4.2. Strategia e controllo dei rischi 10.4.3. Fonti di finanziamento
<ul> <li>10.5. Fusioni e acquisizioni</li> <li>10.5.1. Implicazioni finanziarie e organizzative di fusioni e acquisizioni</li> <li>10.5.2. Analisi e valutazione delle sinergie</li> <li>10.5.3. Tecniche e Approccio di negoziazione</li> </ul>	<ul> <li>10.6. Strategie di diversificazione</li> <li>10.6.1. Specializzazione vs. Diversificazione</li> <li>10.6.2. Scegliere la modalità di entrata nella diversificazione</li> <li>10.6.3. Diversificazione del business e performance</li> <li>10.6.4. Strategie di riorganizzazione del portafoglio aziendale</li> </ul>		

## Modulo 11. Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria

#### 11.1. Controllo di Gestione

- 11.1.1. Politica finanziaria e crescita
- 11.1.2. L'informazione come strumento del controllo di gestione
- 11.1.3. Controllo di gestione come sistema di pianificazione e direzione
- 11.1.4. Funzioni del controller
- 11.1.5. Ambito di applicazione del controllo di Gestione

## 11.2. Informazione finanziaria e decisioni della gestione

- 11.2.1. Contabilità finanziaria o legale
- 11.2.2. Contabilità analitica o dei costi
- 11.2.3. Contabilità di controllo

### 11.3. Gestione della tesoreria

- 11.3.1. Fondo di manovra contabile e fondo di di manovra necessario
- 11.3.2. Calcolo dei bisogni operativi dei fondi
- 11.3.3. Credit management
- 11.3.4. Gestione dei fondi, patrimoni e family offices

### 11.4. Cash management

- 11.4.1. Finanziamento bancario del circolante
- 11.4.2. Organizzazione del dipartimento di tesoreria
- 11.4.3. Gestione centralizzata della tesoreria

## 11.5. Pianificazione e controllo dei centri di responsabilità

- 11.5.1. Progettazione di un sistema di controllo di gestione
- 11.5.2. Variazioni nel controllo di gestione

# 11.6. Il processo di formulazione e pianificazione strategica

- 11.6.1. Formulazione e contenuto del piano strategico
- 11.6.2. Balanced scoredcard
- 11.6.3. Terminologia e concetti base

## 11.7. Pianificazione organizzativa

- 11.7.1. Business Unit e prezzi di cessione
- 11.7.2. Centri di fabbricazione, produzione, supporto e vendite
- 11.7.3. Funzioni e responsabilità della Direzione Finanziaria

## 11.8. Indicatori come strumento di controllo

- 11.8.1. Scheda di valutazione
- 11.8.2. Numero e formato degli indicatori
- 11.8.3. Pianificazione strategica

## Modulo 12. Comportamento organizzativo

### 12.1. Comportamento organizzativo

- 12.1.1. Le organizzazioni
- 12.1.2. Teoria delle Organizzazioni
- 12.1.3. Le imprese, il personale e la società
- 12.1.4. Evoluzione storica del comportamento aziendale

### 12.2. Cultura organizzativa

- 12.2.1. Valori e cultura organizzativa
- 12.2.2. Elementi chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 12.2.3. Evoluzione del pensiero scientifico e dell'organizzazione come sistema
- 12.2.4. Cultura e trasformazione

### 12.3. Direzione dell'organizzazione

- 12.3.1. Livelli e qualità manageriali
- 12.3.2. Funzione di pianificazione e organizzazione
- 12.3.3. Funzione di gestione e controllo
- 12.3.4. Il nuovo ruolo del diretto di HR

### 12.4. Gestione della conoscenza

- 12.4.1. Intelligenza collettiva vs. Gestione della conoscenza
- 12.4.2. Prospettive e strumenti per la gestione della conoscenza
- 12.4.3. Ambienti collaborativi e comunità di apprendimento

### 12.5. Le persone nelle organizzazioni

- 12.5.1. Qualità di vita professionale e benessere psicologico
- 12.5.2. Team di lavoro e conduzione di riunioni
- 12.5.3. Coaching e gestione di team

### 12.6. Struttura dell'organizzazione

- 12.6.1. Principali meccanismi di coordinazione
- 12.6.2. Dipartimenti e organigramma
- 12.6.3. Autorità e responsabilità
- 12.6.4. L'empowerment

## tech 38 | Struttura e contenuti

#### Modulo 13. Direzione strategica del personale 13.1. Leadership strategica per 13.4. Analisi HR 13.2. Pensiero strategico e sistema 13.3. Progettazione organizzativa l'economia di beni immateriali 13.2.1. L'azienda come sistema 13.4.1. Big Data e Business Intelligence. (BI) strategica 13.2.2. Pensiero strategico derivato dalla cultura 13.4.2. Analisi dei dati HR e modellazione 13.1.1. Strategie allineamento culturale 13.3.1. Modello di business partners 13.4.3. Progettazione e sviluppo di metriche HR aziendale 13.1.2. Leadership corporativa e differenziale 13.3.2. Share Services 13.2.3. L'approccio strategico della gestione delle 13.1.3. Agente di cambio e trasformazione 13.3.3. Outsourcing 13.2.4. Progettazione e implementazione di politiche e pratiche per il personale 13.5. Leadership strategica 13.6. Revisione e controllo strategico 13.5.1. Modelli di leadership nella gestione del personale 13.5.2. Coaching 13.6.1. Motivi della revisione 13.5.3. Mentoring 13.6.2. Strumenti di raccolta e analisi dei dati 13.5.4. Leadership di trasformazione 13.6.3. Il rapporto di revisione

١	М		ш	lo 1	14	Δhi	lità	di	rettiv	ے
١	W	TOY O	rel	U	14.	HUI	πа	ונד	CULIV	₹

## 14.1. Discorso pubblico e formazione di portavoce

- 14.1.1. Comunicazione interpersonale
- 14.1.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 14 1 3 Barriere della comunicazione

## 14.2. Comunicazione e leadership

- 14.2.1. Leadership e stile di leadership
- 14.2.2. Motivazione
- 14.2.3. Capacità e abilità di leader 2.0

## 14.3. Branding personale

- 14.3.1. Strategie per sviluppare la marca personale
- 14.3.2. Leggi del branding personale
- 14.3.3. Strumenti per la costruzione di marche personali

## 14.4. Gestione delle squadre

- 14.4.1. Team di lavoro e conduzione di riunioni
- 14.4.2. Gestione dei processi di cambiamento
- 14.4.3. Gestione di team multiculturali
- 14.4.4. Coaching

## 14.5. Negoziazione e risoluzione di conflitti

- 14.5.1. Tecniche di negoziazione efficace
- 14.5.3. Conflitti interpersonali
- 14.5.3. Negoziazione interculturale

## 14.6. Intelligenza emotiva

- 14.6.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 14.6.2. Autoaffermazione, empatia e ascolto attivo
- 14.6.3. Autostima e linguaggio emozionale

## 14.7. Capitale relazionale: Coworking

- 14.7.1. Gestione del Capitale Umano
- 14.7.2. Analisi del rendimento
- 14.7.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità
- 14.7.4. Innovazione nella gestione del personale
- 14.8.1. Pianificazione, organizzazione e controllo
- 14.8.2. Metodologia della gestione del tempo
- 14.8.3. Piani d'azione
- 14.8.4. Strumenti per la gestione efficace del tempo

## 14.8. Gestione del tempo

16.8. Progetto della strategia di acquisti

16.8.1. Esternalizzazione

16.8.3. Globalizzazione

16.8.4. Delocalizzazione

16.8.2. Subappalto dei processi

#### Modulo 15. Strategy in Marketing management 15.2. Funzione di marketing strategico 15.3. Dimensioni della strategia di 15,4 Strategie di sviluppo di nuovi 15.1. Marketing management 15.1.1. Positioning and Value Creation 15.2.1. Principali strategie di marketing marketing prodotti 15.1.2. Orientamento e posizionamento dell'azienda 15.2.2. Segmentazione, targeting e posizionamento 15.3.1. Risorse e investimenti necessari 15.4.1. Creatività e innovazione nel marketing 15.2.3. Gestione del marketing strategico nel marketing 15.3.2. Fondamenti del vantaggio competitivo 15.4.2. Generazione e filtraggio di idee 15.1.3. Marketing strategico vs. Marketing operativo 15.3.3. Comportamento competitivo dell'azienda 15.4.3. Analisi di viabilità commerciale 15.1.4. Obiettivi di marketing management 15.3.4. Focus Marketing 15.4.4. Sviluppo, test di mercato e 15.1.5. Comunicazioni di marketing integrate commercializzazione 15.5. Politiche di determinazione dei 15.6. Strategie di promozione e 15.7. Strategie di distribuzione, 15.8. Sviluppo del piano di marketing 15.8.1. Analisi e diagnosi prezzi merchandising espansione e intermediazione 15.8.2. Decisioni strategiche 15.6.1. Gestione della Pubblicità 15.7.1. Outsourcing della forza di vendita e del 15.5.1. Obiettivi a breve e lungo termine 15.8.3. Decisioni operative 15.5.2. Tipologie di determinazione dei prezzi 15.6.2 Piano di comunicazione e mezzi. servizio clienti 15.5.3. Fattori che influenzano la determinazione 15.6.3. Il merchandising come tecnica di marketing 15.7.2. La logistica commerciale nella gestione delle del prezzo 15.6.4. Visual merchandising vendite di prodotti e servizi 15.7.3. Gestione del ciclo di vendite Modulo 16. Strategia aziendale e strategia operativa 16.1. Nuovi scenari nel 16.2. Visione globale del 16.3. La strategia delle operazioni 16.4. Il processo decisionale nella management della catena di 16.3.1. Introduzione alla strategia e ai livelli management della catena di logistica strategici 16.4.1. Analisi decisionale approvvigionamento approvvigionamento 16.3.2. Gestione per processi 16.4.2. Gestione e pianificazione delle operazioni 16.1.1. Gestione in ambienti multiculturali 16.2.1. Opportunità e minacce del SCM 16.3.3. Gestione di Stock 16.1.2. Innovazione in SCM 16.2.2. Progettazione strategica della Supply Chain 16.4.3. Gestione del rischio in SC 16.1.3. Orientamento alla domanda attraverso 16.2.3. Tendenze 16.4.4. Processo decisionale hard e Soft operazioni flessibili 16.1.4. Filosofie e tecniche usate in Giappone

16.7. Approvvigionamento strategico

dall'approvvigionamento strategico

16.7.3. Operatori logistici e approvvigionamento

16.7.1. Selezione e sviluppo dei fornitori

16.7.2 Generazione dei valori

16.6. Gestione strategica degli acquisti

16.6.1. Nuove sfide nella gestione degli acquisti,

16.6.2. Funzione di acquisto nell'azienda e nella

16.6.3. Funzione di acquisto come fornitore di risorse16.6.4. Aspetti legali della funzione di acquisto

sourcina e delle forniture

catena di distribuzione

16.5. Lean operations strategy

16.5.3. Matrice processo-prodotto

16.5.2. Operatori logistici

16.5.1. Sinergie strategiche con le aree funzionali

17.5.4. Fasi dell'esportazione

#### Modulo 17. Business & international strategy 17.2. Gestione strategica del business 17.3. Strategie di internazionalizzazione 17.4. Decisioni di internazionalizzazione 17.1. Business & international strategy 17.1.1. Internazionalizzazione internazionale 17.3.1. Motivi e requisiti per entrare nei mercati 17.4.1. Studi dei Mercati e processo decisionale 17.1.2. Growth & development in emerging markets 17.4.2. Scelta del luogo e del modo di esteri 17.2.1. L'internazionalizzazione nel nuovo ordine 17.1.3. Sistema monetario internazionale 17.3.2. Alleanze strategiche nel processo di funzionamento mondiale espansione internazionale 17.4.3. Scegliere la giusta forma giuridica 17.2.2. L'influenza della cultura sul business 17.3.3. Modi per entrare in nuovi mercati internazionale internazionali 17.2.3. La selezione dei mercati e dei paesi 17.2.4. Delocalizzazione e Offshoring 17.7. Ostacoli all'internazionalizzazione 17.5. Fasi del processo di 17.8. Cross-cultural management 17.6. Internazionalizzazione in funzione Internazionalizzazione del tipo di Impresa 17.7.1. Restrizioni legali 17.8.1. Dimensione culturale della gestione 17.7.2. Ostacoli logistici, finanziari e commerciali internazionale 17.5.1. Analisi della domanda internazionale 17.6.1. Aziende di prodotti e servizi 17.7.3. Ostacoli agli investimenti diretti 17.8.2. La globalizzazione nella gestione 17.5.2. Diagnóstico del potencial de exportación 17.6.2. Aziende internazionalizzate e multinazionali imprenditoriale 17.5.3. Pianificazione della Internazionalizzazione 17.6.3. Le PMI e il loro modello di

internazionalizzazione



17.8.3. Leadership interculturale





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 44 | Metodologia

## In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

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



Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo"



Siamo la prima Università online che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione.



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

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma intensivo della Business School di TECH Global University prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i casi di studio di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.



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 solo la legge sulla base del contenuto teorico, il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare 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 reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze,
effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## tech 46 | Metodologia

## Metodologia Relearning

La nostra Università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento, 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 disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a 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 Business School è l'unica scuola di lingua spagnola 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 | 47 **tech**

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, 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 contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, 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 prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



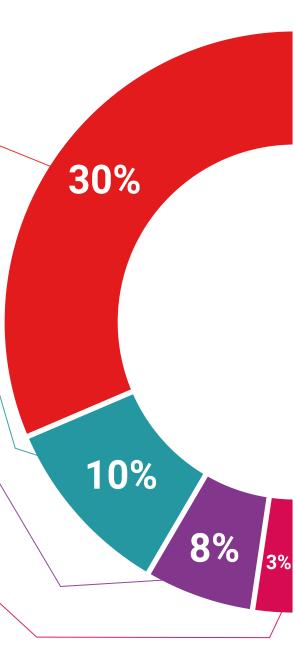
## Pratica di competenze manageriali

Realizzerai 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 formazione.



### Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti dell'alta direzione in America Latina.

## Riepiloghi interattivi



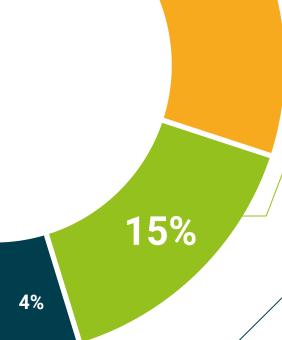
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

## **Testing & Retesting**



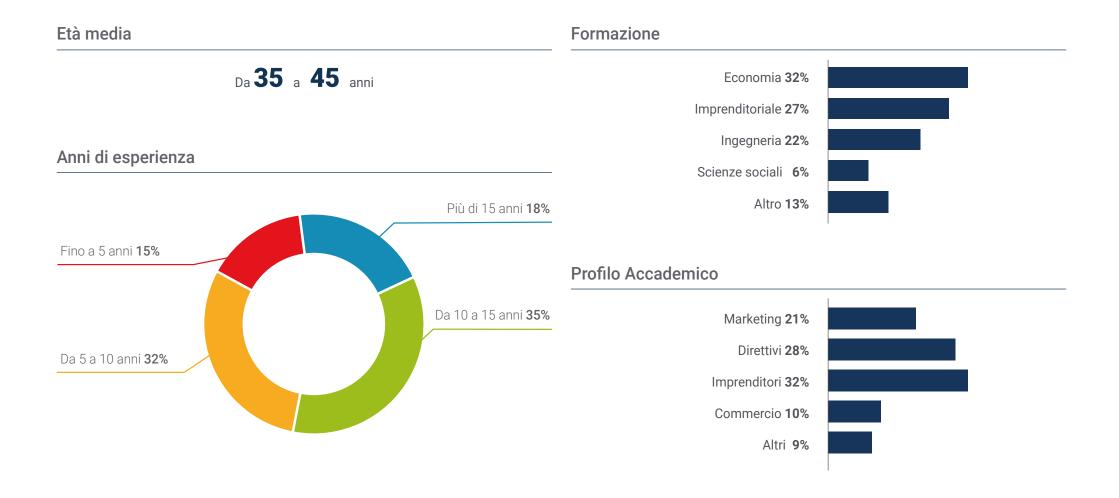
Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



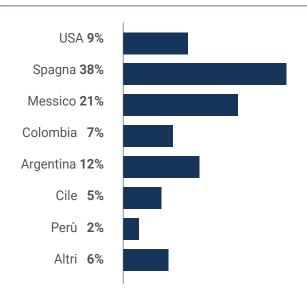
30%







## Distribuzione geografica





# **Manuel Megolla**

Direttore di una multinazionale

"Intraprendere questo Master di TECH è stato indispensabile per migliorare le mie competenze e quindi la fiducia nel mio sviluppo professionale. All'inizio pensavo che sarebbe stato impossibile conciliare questo Master Specialistico con il mio lavoro e la mia vita privata. Ma il suo formato 100% online mi ha aiutato a raggiungere questo obiettivo. Consiglierei sicuramente questo programma a chiunque voglia specializzarsi nella gestione strategica del business"





## Direttore ospite internazionale

Ilias Jumadilov è un importante professionista internazionale con una vasta esperienza in Europa, Asia e Americhe. In effetti, la sua carriera si è concentrata sulla Gestione, la Strategia e lo Sviluppo del Business, ottenendo notevoli successi in diverse regioni.

Ha ricoperto il ruolo di Corporate Strategy Manager presso Schneider Electric, dove ha guidato il processo e la piattaforma strategica globale. In questo senso, il suo approccio innovativo ha permesso di identificare oltre 100 miliardi di euro in nuove opportunità di crescita ed è stato fondamentale, sia nella costruzione di modelli di previsione, sia nella fornitura di conoscenze strategiche, che ha rafforzato la posizione concorrenziale dell'impresa.

Ha inoltre ricoperto il ruolo di Direttore delle Vendite Internazionali ed Europee presso la stessa istituzione, dove ha guidato la trasformazione commerciale in diversi Paesi, istituendo organizzazioni di eccellenza nelle vendite che hanno aumentato significativamente l'efficienza e la produttività. Vale la pena notare che oltre 10.000 rappresentanti di vendita in tutto il mondo hanno adottato la loro capacità di implementare processi di vendita chiave e la loro attenzione alla segmentazione del portafoglio clienti, consolidando la loro reputazione come leader nelle vendite e nella trasformazione digitale.

Oltre alla sua carriera in Schneider Electric, Ilias Jumadilov ha fornito consulenza alle startup su temi chiave come l'intelligenza artificiale, il metaverso e il business internazionale, fornendo le proprie conoscenze approfondite nelle applicazioni aziendali di IA e la capacità di orientare strategie competitive. Allo stesso modo, la sua esperienza in Blockchain lo ha portato a co-fondare la Blockchain Network dell'Asia centrale e a contribuire in modo significativo alla legislazione sulla valuta digitale in Kirghizistan. A questo si aggiunge il suo lavoro per il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (UNDP) e altre organizzazioni, che si è distinto per il suo impatto e rilevanza in campo tecnologico ed economico.



## Dott. Jumadilov, Ilias

- Direttore della strategia aziendale presso Schneider Electric, Boston e Hong Kong
- Consulente per le startup in intelligenza artificiale, metaverses e business internazionale
- Direttore delle vendite internazionali ed europee presso Schneider Electric, Barcelona e Almaty
- Product Manager e Marketing presso Schneider Electric, Grenoble
- Co-fondatore dell'Associazione Blockchain Network dell'Asia Centrale
- Master in scienze economiche presso l'Università Grenoble Alpes, Francia
- Corso Universitario in tecnologia imprenditoriale presso l'Università di Stanford, Stati Uniti
- Laurea in economia e gestione presso l'Università nazionale statale del Kirghizistan

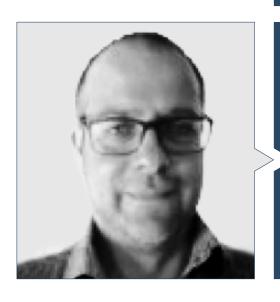


## Direzione



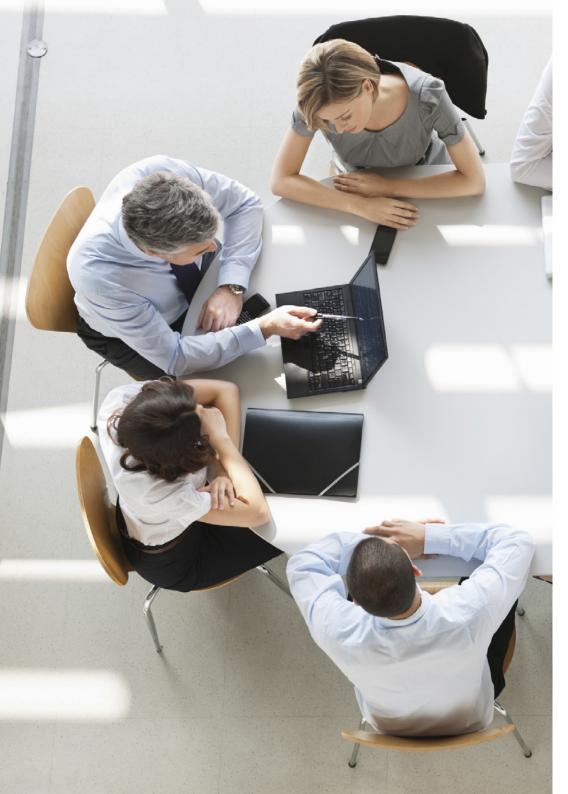
## Dott. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- Esperto in Business Internazionale e Consulenza Legale per le aziende
- Responsabile dell'Area Internazionale presso Transporte Interurbanos de Tenerife S
- Consulente Legale presso Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- Legal Manager presso AvalonBiz Consulting Group SL
- Formatore in corsi orientati alla Protezione dei Dati
- Dottorato in Sviluppo Regionale presso l'Università di La Laguna
- Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di La Laguna
- Diploma in Project Management presso l'Università Rey Juan Carlos
- MBA in Amministrazione e Gestione Aziendale presso l'Università Europea delle Isole Canarie



## Dott. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- Ricercatore presso il CIIC
- Professore di Filosofia e coordinatore del Dipartimento di Scienze Sociali presso la Scuola San Gabriel
- Insegnante presso la Fondazione HÔRREUM
- Dottorato in Filosofia presso l'Università Complutense di Madrid
- Laurea in Filosofia presso l'Università di Barcellona
- Certificato di Attitudine Pedagogica presso l'Università di Barcellona
- Ricercatore presso l'UPV/EHU



## Personale docente

## Dott. González Peña, Alexis José

- Direttore dell'Area Finanziaria presso CajaSiete Caja Rural
- Revisore interno senior presso Bankia
- Revisore interno senior presso la Caja Insular de Ahorros de Canarias
- Revisore senior experience presso Deloitte
- Laurea in Gestione e Amministrazione Aziendale presso l'Università di Las Palmas de Gran Canaria
- Master in Fiscalità e Consulenza Fiscale presso il Centro de Estudios Financieros Executive Master in Gestione Finanziaria e Finanza Avanzata presso l'Instituto
- Superior en Técnicas y Prácticas Bancarias
- Esperto in Pianificazione Finanziaria e Controllo di Gestione nel Settore Bancario presso Analistas Financieros Internacionales
- Esperto in Sviluppo Esecutivo nella Gestione di Portafoglio presso
- Analistas Financieros Internacionales





La specializzazione superiore è indispensabile per la promozione sul posto di lavoro. Consapevoli di questo, a TECH abbiamo creato questo programma di alta qualità per aiutarti a ottenere un lavoro migliore.

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

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management di TECH Global University è un Master intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nazionali e internazionali. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

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

Non perdere l'opportunità di studiare in TECH. Troverai un'opportunità unica per migliorare la tua possibilità di occupazione.

## Creare un cambiamento positivo

## Momento del cambiamento

Durante il programma l'
11%

Durante il primo anno il
26%

## Tipo di cambiamento

Promozione interna **47**%

Cambio di azienda **45**%

Imprenditorialità **8**%

## 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 66 | 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

Lo studente porterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti rilevanti 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.



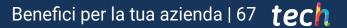
## Creare agenti di cambiamento

Lo studente 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

Lo studente sarà in grado di lavorare su un progetto reale o di sviluppare nuovi progetti nel campo della R&S o del Business Development della propria azienda.



## Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai nostri studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.







## tech 70 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Master Specialistico in Senior Strategy 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 in Senior Strategy Management

Modalità: online

Durata: 2 anni

Accreditamento: 120 ECTS





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



## Master Specialistico Senior Strategy Management

» Modalità: online

» Durata: 2 anni

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 120 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

