

Master Privato

MBA in Commercial and Sales Management





Master Privato

MBA in Commercial and Sales Management

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Rivolto a: Laureati e professionisti con esperienza dimostrabile

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/business-school/master/master-mba-commercial-sales-management

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro
programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 24

07

Metodologia

pag. 36

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 44

09

Direzione del corso

pag. 48

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 66

11

Benefici per la tua azienda

pag. 70

12

Titolo

pag. 74

01 Benvenuto

Nell'ultimo decennio il commercio ha subito cambiamenti mai visti prima. Ciò sottolinea la necessità per le aziende di incorporare nuovi profili in grado di comprendere il commercio in modo nuovo, apportando una visione strategica al lavoro commerciale. Le nuove tecnologie e i più recenti progressi nella comunicazione hanno fornito alle organizzazioni nuovi strumenti per il controllo e l'analisi dei prodotti, oltre a modificare le abitudini dei consumatori, che scelgono sempre più spesso di fare acquisti online. Con questo MBA in Commercial and Sales Management, gli studenti svilupperanno le competenze necessarie per gestire strategicamente l'attività commerciale dell'organizzazione, da una prospettiva integrale e globale che consente loro di utilizzare gli strumenti più efficaci per ogni parte del processo.



Master Privato MBA in Commercial and Sales Management

“

Le aziende richiedono manager con una vasta gamma di specializzazioni e, per questo motivo, in TECH ti offriamo programmi su misura che si adattano ai tuoi interessi”.

02

Perché studiare in TECH?

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



“

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

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

95 % | degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

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



Analisi

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



Eccellenza accademica

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



Economia di scala

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



Impara con i migliori

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

03

Perché scegliere il nostro programma?

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

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



“

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

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

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

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

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

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

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

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

05

Accesso a un'importante rete di contatti

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

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

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

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

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

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

04 Obiettivi

Con l'obiettivo di rafforzare e rinnovare le conoscenze degli studenti in tutti gli aspetti della vendita e della gestione commerciale, TECH ha progettato questo MBA con un piano di studi completo e aggiornato in base alle esigenze della professione. Pertanto, questo processo accademico diventerà un'opportunità unica nelle mani dello studente per diventare un professionista di successo e aiutare le organizzazioni a raggiungere i loro obiettivi aziendali. Un professionista ricercato che realizza le proprie aspettative personali, professionali e retributive.



“

L'esperienza internazionale, l'impegno etico e la visione di business sono solo alcune delle caratteristiche più ricercate nei manager dell'era digitale"

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti

Lavoriamo insieme per raggiungerli

L' **MBA in Commercial and Sales Management** prepara lo studente a:

01

Definire le ultime tendenze e novità nella gestione aziendale

02

Sviluppare, guidare ed eseguire strategie di vendita più efficaci e focalizzate sul cliente che offrono proposte di valore personalizzate

03

Elaborare strategie per prendere decisioni in un contesto complesso e instabile mediante la valutazione del suo impatto sull'azienda

04

Sviluppare strategie per gestire organizzazioni e team di vendita in tempi di cambiamento



05

Stabilire i programmi più appropriati per selezionare, formare, incentivare, monitorare e sviluppare la forza vendita

06

Sviluppare la capacità di individuazione, analisi e problem solving

07

Definire l'azienda da un punto di vista globale, così come la responsabilità e il nuovo ruolo dei direttori commerciali

08

Sviluppare le competenze essenziali per dirigere strategicamente l'attività commerciale dell'organizzazione



09

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

10

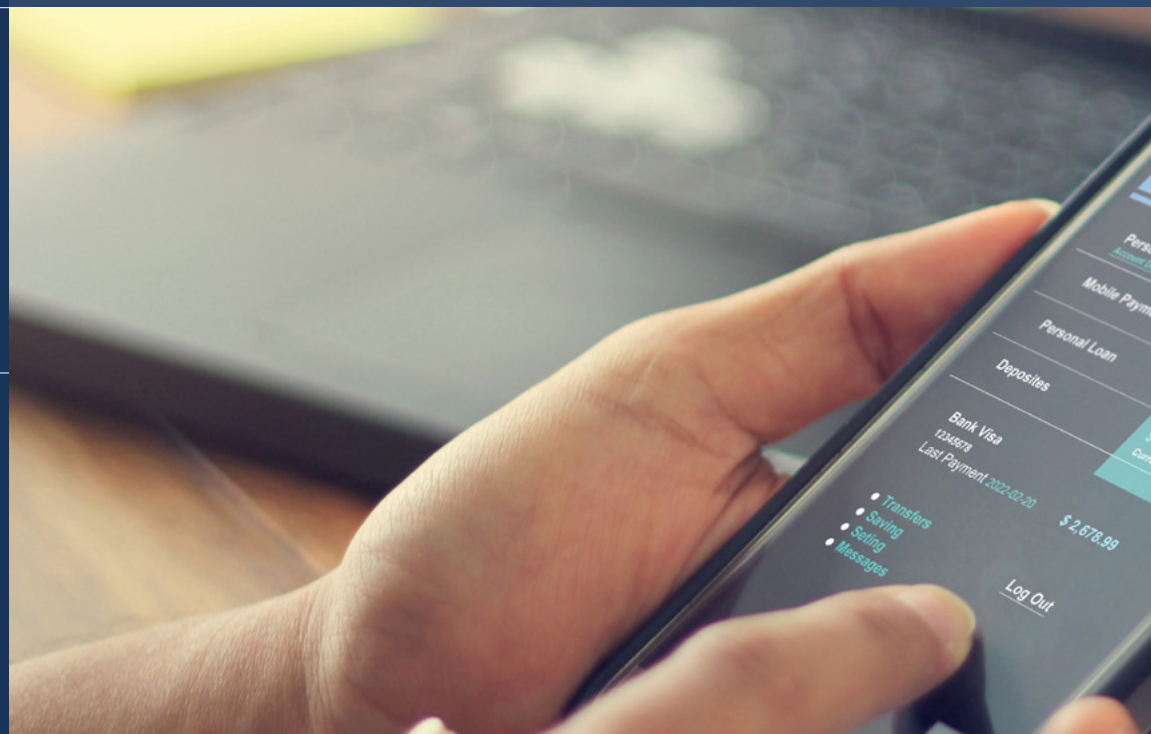
Formulare e implementare politiche commerciali come strategie di crescita che adattano l'azienda ai cambiamenti del contesto nazionale e internazionale

11

Acquisire capacità di leadership per dirigere con successo team commerciali e di vendite

12

Conoscere l'intero processo logistico e di stoccaggio della compagnia



13

Essere in grado di organizzare e gestire il team delle vendite

14

Realizzare strategie commerciali e di Marketing a livello internazionale

15

Integrare diversi strumenti digitali nella strategia aziendale

16

Realizzare ricerche di mercato per conoscere la concorrenza e sviluppare strategie di differenziazione



05 Competenze

Dopo aver superato le valutazioni previste da questo MBA lo studente sarà completamente preparato per esercitare il suo lavoro come direttore commerciale e di vendita in aziende di alto prestigio internazionale. In questo modo, potrai proporre, progettare e attuare piani d'azione con un forte senso strategico, basato sugli interessi del pubblico cui è destinato il prodotto e con un tacito orientamento ai risultati.



“

Potrai diventare un manager commerciale e vendite di successo, portando le tue prospettive personali e personali ad un altro livello. Non lasciarti sfuggire questa opportunità"

01

Applicare nella direzione commerciale e di vendite le abilità specifiche di leadership

02

Gestire adeguatamente team multiculturali

03

Analizzare il rendimento dei progetti di investimento e la creazione di valore

04

Analizzare l'impatto finanziario delle decisioni prese nell'area direttiva

05

Applicare metodi e tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa



06

Avere una conoscenza approfondita delle tecniche di Marketing

08

Controllo dell'attività commerciale dell'azienda

09

Condurre audit commerciali

07

Realizzare una corretta organizzazione commerciale e strategia di vendita

10

Applicare tecniche di coaching in azioni di vendite



06

Struttura e contenuti

Il mondo del lavoro esige dai professionisti una formazione continua, efficace e adeguata ai canoni attuali. In TECH sappiamo che, per rendere questo possibile, l'insegnamento online è l'unico veicolo al servizio dello studente per conciliare la sua formazione con il lavoro. Per questo, viene messo nelle mani dello studente un piano di studi 100% online affinché sia lui a scegliere il momento e il luogo che dedica allo studio. Tutto questo, condensato in un programma che si sviluppa su 12 mesi e che intende essere un'esperienza unica e stimolante che pone le basi del successo professionale dello studente come Direttore commerciale e vendite.



“

*Un piano di studi creato da
professionisti attivi che ti
insegneranno a svolgere la tua
professione con successo"*

Piano di studi

L'MBA in Commercial and Sales Management di TECH Global University è un programma intensivo che prepara lo studente ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali, a livello internazionale. I suoi contenuti sono pensati per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Nel corso del programma, gli studenti apprenderanno in prima persona le linee guida che orientano la gestione logistica ed economica di un'azienda, aspetti fondamentali quando si tratta di gestire l'area commerciale. Allo stesso modo, imparerete anche a condurre ricerche di mercato approfondite per conoscere il comportamento reale dell'ambiente in cui il prodotto verrà commercializzato e, di conseguenza, le strategie più appropriate in ogni caso.

Saranno studiati anche gli aspetti generali della gestione aziendale, come la leadership, la gestione economica e digitale dell'organizzazione. In questo modo, il futuro manager disporrà di una serie di competenze trasversali che lo renderanno un professionista di successo a livello integrale.

Per tutti questi motivi, questo MBA è senza dubbio un'opportunità unica nelle mani degli studenti, perché permette loro di sviluppare un futuro professionale promettente con elevate prospettive di retribuzione attraverso un programma accademico che comprende le loro esigenze e quelle del mercato e le soddisfa attraverso una metodologia comprovata ed efficace.

Il programma si sviluppa nell'arco di 12 mesi ed è suddiviso in 15 moduli principali:

Modulo 1	Management e leadership
Modulo 2	Logistica e gestione economica
Modulo 3	Direzione commerciale
Modulo 4	Ricerche di mercato
Modulo 5	Pianificazione della campagna vendite
Modulo 6	Organizzazione commerciale e del team di vendite
Modulo 7	Selezione, formazione e coaching della rete di vendite
Modulo 8	Processo dell'attività commerciale
Modulo 9	Customer relationship management
Modulo 10	Integrazione dei canali online nella strategia commerciale
Modulo 11	Commercio e marketing internazionale
Modulo 12	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 13	Management del Personale e Gestione del Talento
Modulo 14	Direzione Economico-Finanziaria
Modulo 15	Management Direttivo



Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo MBA in Commercial and Sales Management in modalità completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, fondamentale e
decisiva per potenziare
il proprio sviluppo
professionale e fare il
salto definitivo.*

Modulo 1. Management e leadership

1.1. General management

- 1.1.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 1.1.2. Politica di gestione e processi
- 1.1.3. Society and Enterprise

1.2. Direzione strategica

- 1.2.1. Stabilire la posizione strategica: missione, visione e valori
- 1.2.2. Sviluppo di nuove imprese
- 1.2.3. Crescita e consolidamento aziendale

1.3. Strategia competitiva

- 1.3.1. Analisi del mercato
- 1.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili
- 1.3.3. Ritorno sull'investimento

1.4. Strategia corporativa

- 1.4.1. Driving Corporate Strategy
- 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
- 1.4.3. Framing Corporate Strategy

1.5. Pianificazione e strategia

- 1.5.1. Rilevanza della direzione strategica nel processo di controllo di gestione
- 1.5.2. Analisi del contesto e dell'organizzazione
- 1.5.3. Lean Management

1.6. Gestione del talento

- 1.6.1. Gestione del Capitale Umano
- 1.6.2. Contesto, strategia e metrica
- 1.6.3. Innovazione nella gestione del personale

1.7. Sviluppo manageriale e leadership

- 1.7.1. Leadership e stile di leadership
- 1.7.2. Motivazione
- 1.7.3. Intelligenza emotiva
- 1.7.4. Capacità e abilità di leader 2.0
- 1.7.5. Riunioni efficaci

1.8. Gestione del cambiamento

- 1.8.1. Analisi del rendimento
- 1.8.2. Dirigere il cambiamento: Resistenza al cambiamento
- 1.8.3. Gestione dei processi di cambiamento
- 1.8.4. Gestione di team multiculturali

Modulo 2. Logistica e gestione economica

2.1. Diagnosi finanziaria

- 2.1.1. Indicatori per l'analisi degli statti finanziari
- 2.1.2. Analisi di rendimento
- 2.1.3. Rendimento economico e finanziario di un'impresa

2.2. Analisi economica delle decisioni

- 2.2.1. Controllo di Budget
- 2.2.2. Analisi della concorrenza Analisi aziendale
- 2.2.3. Processo decisionale. Investimento o disinvestimento imprenditoriale

2.3. Valutazione di investimenti e portfolio management

- 2.3.1. Rendita dei progetti di investimento e creazione di valore
- 2.3.2. Modelli per la valutazione di progetti di investimento
- 2.3.3. Analisi di sensibilità, elaborazione di scenari e strutture decisionali

2.4. Direzione logistica di acquisti

- 2.4.1. Gestione dello stock
- 2.4.2. Gestione dei magazzini
- 2.4.3. Gestione di acquisti e approvvigionamento

2.5. Supply Chain Management

- 2.5.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 2.5.2. Cambiamento nei modelli della domanda
- 2.5.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

2.6. Processi logistici

- 2.6.1. Organizzazione e gestione mediante processi
- 2.6.2. Approvvigionamento, produzione, distribuzione
- 2.6.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
- 2.6.4. Servizio post-vendita

2.7. Logistica e clienti

- 2.7.1. Analisi della domanda e previsione
- 2.7.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 2.7.3. Collaborative planning , forecasting and replacement

2.8. Logistica internazionale

- 2.8.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 2.8.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
- 2.8.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

Modulo 3. Direzione commerciale**3.1. Negoziazione commerciale**

- 3.1.1. Intelligenza emozionale nella negoziazione e vendita
- 3.1.2. Motivazione personale ed empatia
- 3.1.3. Sviluppo delle capacità di negoziazione

3.2. Fondamenti di direzione commerciale

- 3.2.1. Analisi interna ed esterna. SWOT
- 3.2.2. Analisi di settore e competitiva
- 3.2.3. Modello CANVAS

3.3. Presa di decisioni nella gestione commerciale

- 3.3.1. Strategia commerciale e strategia competitiva
- 3.3.2. Modelli di presa di decisioni
- 3.3.3. Analitica e strumenti per la presa di decisioni

3.4. Direzione e gestione della rete di vendite

- 3.4.1. Pianificazione della campagna vendite
- 3.4.2. Reti al servizio dell'attività commerciale
- 3.4.3. Politiche di selezione e formazione di venditori
- 3.4.4. Sales Management.

3.5. Attuazione della funzione commerciale

- 3.5.1. Contratto commerciale.
- 3.5.2. Controllo dell'attività commerciale
- 3.5.3. Il codice deontologico dell'agente commerciale

3.6. Gestione finanziaria e di budget

- 3.6.1. Scheda di valutazione completa
- 3.6.2. Controllo del piano annuale di vendite
- 3.6.3. Impatto finanziario delle decisioni strategiche

Modulo 4. Ricerche di mercato**4.1. Nuovo contesto competitivo**

- 4.1.1. Innovazione tecnologica e impatto economico
- 4.1.2. Società della conoscenza
- 4.1.3. Il nuovo profilo del consumatore

4.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

- 4.2.1. Variabili e scale di misura
- 4.2.2. Fonti di informazione
- 4.2.3. Tecniche di campionatura
- 4.2.4. Trattamento e analisi dei dati

4.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

- 4.3.1. Tecniche dirette: Focus Group
- 4.3.2. Tecniche antropologiche
- 4.3.3. Tecniche indirette
- 4.3.4. Two face mirror e metodo Delphi

4.4. Ricerche di mercato online

- 4.4.1. Strumenti di ricerca quantitativa nei mercati online
- 4.4.2. Strumenti di ricerca qualitativa e dinamiche dei clienti
- 4.4.3. Analisi e interpretazione dei dati ottenuti

4.5. Segmentazione dei mercati

- 4.5.1. Tipologia di mercato
- 4.5.2. Concetto e analisi della domanda
- 4.5.3. Segmentazione e criteri
- 4.5.4. Definizione di pubblico obiettivo

4.6. Tipi di comportamento di acquisto

- 4.6.1. Comportamento complesso.
- 4.6.2. Comportamento riduttivo di discordanza
- 4.6.3. Comportamento di ricerca varia
- 4.6.4. Comportamento abituale di acquisto

4.7. Sistemi informativi nella Direzione Commerciale

- 4.7.1. Approccio concettuale del sistema informativo nella Direzione Commerciale
- 4.7.2. Data Warehouse and Data Mining
- 4.7.3. Sistemi informativi geografici

4.8. Gestione di progetti di ricerca

- 4.8.1. Strumenti di analisi informative
- 4.8.2. Sviluppo del piano di gestione delle aspettative
- 4.8.3. Valutazione di affidabilità dei progetti

4.9. Marketing intelligence applicato alla gestione commerciale

- 4.9.1. Big Data
- 4.9.2. Esperienza dell'utente
- 4.9.3. Applicazione di tecniche

4.10. Agenzie, mezzi e canali online

- 4.10.1. Agenzie integrali, creative e online
- 4.10.2. Mezzi tradizionali e nuovi mezzi
- 4.10.3. Canali online
- 4.10.4. Altri attori digitali

Modulo 5. Pianificazione della campagna vendite

5.1. Analisi della lista clienti 5.1.1. Pianificazione clienti 5.1.2. Classificazione clienti	5.2. Segmentazione commerciale 5.2.1. Analisi dei canali di distribuzione, aree di vendita e prodotti 5.2.2. Preparazione di aree commerciali 5.2.3. Realizzazione del piano di appuntamenti	5.3. Selezione dei clienti obiettivo (CRM) 5.3.1. Design di un e-CRM 5.3.2. Coinvolgimento e limitazioni del RGPD 5.3.3. Orientamento al consumatore 5.3.4. Pianificazione 1 to 1	5.4. Gestione dei Conti Chiave 5.4.1. Identificazione dei Conti Chiave 5.4.2. Benefici e Rischi del Key Account Manager 5.4.3. Sales & Key Account Management 5.4.4. Fasi dell'azione strategica del KAM
5.5. Previsione delle vendite 5.5.1. Previsione aziendale e vendite 5.5.2. Metodi di Previsione delle vendite 5.5.3. Applicazioni pratiche della previsione delle vendite	5.6. Fissaggio di obiettivi vendita 5.6.1. Coerenza di obiettivi aziendali, commerciali e di vendita 5.6.2. Programmazione di obiettivi e budget dettagliati 5.6.3. Distribuzione di obiettivi per unità di attività commerciale 5.6.4. Obiettivi di vendita e partecipazione	5.7. Quota vendite e fissaggio 5.7.1. Quote di attività 5.7.2. Quote di volume e rendimento 5.7.3. Quote di partecipazione 5.7.4. Quote economiche e finanziarie 5.7.5. La stagionalità e le quote	5.8. Piano di contingenza 5.8.1. Sistemi informativi e controllo vendite 5.8.2. Quadro di controllo 5.8.3. Misure correttive e piani di contingenza

Modulo 6. Organizzazione commerciale e del team di vendite

6.1. Organizzazione commerciale 6.1.1. Introduzione all'organizzazione commerciale 6.1.2. Strutture commerciali più tipiche 6.1.3. Organizzazioni di delegazioni 6.1.4. Sviluppo di modelli organizzativi commerciali	6.2. Organizzazione della rete di vendite 6.2.1. Organigramma del dipartimento 6.2.2. Progettazione della rete di vendite 6.2.3. Contesto multicanale.	6.3. Analisi di mercato interno 6.3.1. Definizione di Catena di Servizio 6.3.2. Analisi di qualità di servizio 6.3.3. Benchmarking del prodotto 6.3.4. Fattori chiave di successo dell'attività	6.4. Strategie di vendita 6.4.1. Metodi di vendite 6.4.2. Strategie di ricerca 6.4.3. Strategie di servizi
6.5. Go-to-market strategy 6.5.1. Channel management. 6.5.2. Vantaggi competitivi . 6.5.3. Forza vendita	6.6. Controllo dell'attività commerciale 6.6.1. Principali rapporti e metodi di controllo 6.6.2. Strumenti di supervisione 6.6.3. Metodologia del Balanced Scorecard	6.7. Organizzazione del servizio di assistenza post-vendita 6.7.1. Azioni post-vendita. 6.7.2. Relazioni con il cliente 6.7.3. Autoanalisi e miglioramento	6.8. Revisione commerciale 6.8.1. Possibili linee di intervento 6.8.2. Audit commerciale Express 6.8.3. Valutazione strategica del team 6.8.4. Valutazione della politica di marketing

Modulo 7. Selezione, formazione e coaching della rete di vendite

7.1. Gestione del Capitale Umano 7.1.1. Capitale intellettuale. Il bene immateriale della conoscenza 7.1.2. Talent acquisition 7.1.3. La prevenzione della perdita delle risorse umane	7.2. Selezione del team di vendite 7.2.1. Azioni di reclutamento 7.2.2. Profili di venditori 7.2.3. Colloquio. 7.2.4. Piano di accoglienza	7.3. Formazione di venditori di alto livello 7.3.1. Piano educativo 7.3.2. Caratteristiche e attività del venditore 7.3.3. Formazione e gestione di team di alto rendimento	7.4. Gestione della formazione 7.4.1. Le teorie di apprendimento 7.4.2. Individuazione e mantenimento dei talenti 7.4.3. Gamification e gestione dei talenti 7.4.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale
7.5. Coaching personale e intelligenza emotionale 7.5.1. Intelligenza emotionale applicata alle tecniche di vendita 7.5.2. Assertività, empatia e ascolto attivo 7.5.3. Autostima e linguaggio emotionale 7.5.4. Intelligenze multipli	7.6. Motivazione 7.6.1. La natura della motivazione 7.6.2. Teoria delle aspettative 7.6.3. Teoria dei bisogni 7.6.4. Motivazione e compensazione economica	7.7. Remunerazione delle reti vendita 7.7.1. Sistemi di remunerazione 7.7.2. Sistemi di incentivi e compensazione 7.7.3. Distribuzione dei concetti di salario	7.8. Compensazione e benefici non economici 7.8.1. I programmi di qualità di vita nel lavoro 7.8.2. Ampliamento e arricchimento del posto di lavoro 7.8.3. Flessibilità oraria e lavoro condiviso

Modulo 8. Processo dell'attività commerciale

8.1. Sviluppo del processo di vendita 8.1.1. Metodologia nel processo di vendita 8.1.2. Ricerca di attenzione e argomentazione 8.1.3. Obiettivi e dimostrazione	8.2. Preparazione dell'appuntamento commerciale 8.2.1. Studio della scheda cliente 8.2.2. Introduzione di obiettivi di vendita al cliente 8.2.3. Preparazione al colloquio	8.3. Realizzazione dell'appuntamento commerciale 8.3.1. Presentazione al cliente 8.3.2. Determinazione dei bisogni 8.3.3. Argomentazione.	8.4. Psicologia e tecniche di vendita 8.4.1. Nozioni di psicologia applicata alla vendita 8.4.2. Tecniche per migliorare la comunicazione verbale e non verbale 8.4.3. Fattori di influenza nella condotta del consumatore
8.5. Negoziazione e chiusura della vendita 8.5.1. Fasi di negoziazione 8.5.2. Tattiche di negoziazione 8.5.3. Chiusura e impegno del cliente 8.5.4. Analisi dell'appuntamento commerciale	8.6. Il processo di fidelizzazione 8.6.1. Conoscenza esaustiva del cliente 8.6.2. Il processo commerciale da seguire con il cliente 8.6.3. Il valore del cliente per l'impresa		

Modulo 9. Customer relationship management

9.1. Conoscenza del mercato e del consumatore 9.1.1. Open innovation 9.1.2. Intelligenza Competitiva 9.1.3. Share economy	9.2. CRM e marketing relazionale 9.2.1. Filosofia aziendale o orientamento strategico 9.2.2. Identificazione e differenziazione del cliente 9.2.3. L'impresa e i suoi stakeholders 9.2.4. Clienting	9.3. Database marketing e customer relationship management 9.3.1. Applicazioni del database marketing 9.3.2. Leggi e regolamento 9.3.3. Fonti di informazione, conservazione e processo	9.4. Psicologia e comportamento del consumatore 9.4.1. Lo studio del comportamento del consumatore 9.4.2. Fattori interni ed esterni del consumatore 9.4.3. Processo decisionale del consumatore 9.4.4. Consumismo, società, marketing ed etica
9.5. Aree del CRM management 9.5.1. Customer Service. 9.5.2. Gestione della Forza di Vendita 9.5.3. Attenzione al cliente	9.6. Marketing consumer centric 9.6.1. Segmentazione 9.6.2. Analisi di rendimento 9.6.3. Strategie per fidelizzare il cliente	9.7. Tecniche di CRM management 9.7.1. Marketing diretto. 9.7.2. Integrazione multicanale 9.7.3. Marketing virale	9.8. Vantaggio e pericoli da implementare CRM 9.8.1. CRM, vendite e costi 9.8.2. Soddisfazione e lealtà del cliente 9.8.3. Implementazione tecnologica. 9.8.4. Errori strategici e di gestione

Modulo 10. Integrazione dei canali online nella strategia commerciale

10.1. Digital e-commerce management 10.1.1. Nuovi modelli di e-commerce 10.1.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce 10.1.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce	10.2. Implementazione di tecniche ecommerce 10.2.1. Social media e integrazione nell'e-commerce 10.2.2. Strategia multichannel 10.2.3. Personalizzazione della dashboard	10.3. Digital pricing 10.3.1. Metodi e canali di pagamento online 10.3.2. Promozioni elettroniche 10.3.3. Timer digitale di prezzi 10.3.4. e-auctions	10.4. Dall' e-commerce al m-commerce e s-commerce 10.4.1. Modelli di business di e-marketplaces 10.4.2. S-Commerce ed esperienza di marchio 10.4.3. Acquisto mediante dispositivi mobili
10.5. Customer intelligence: dall'e-CRM al s-CRM 10.5.1. Integrazione del consumatore nella catena di valore 10.5.2. Tecniche di indagine e fidelizzazione online 10.5.3. Pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente	10.6. Gestione di comunità virtuali: community management 10.6.1. Cambi nei paradigmi di comunicazione 10.6.2. Business intelligence e consumatore 2.0 10.6.3. Gestione di reti e comunità 10.6.4. Gestione dei contenuti nei Social Media 10.6.5. Monitoraggio, analisi e risultati nei Social Media	10.7. Social media plan 10.7.1. Progettazione di un piano di social media 10.7.2. Definizione della strategia da seguire in ogni mezzo 10.7.3. Protocollo di contingenza in caso di crisi	10.8. Web analytics e social media intelligence 10.8.1. Stabilire gli obiettivi e i KPI 10.8.2. ROI nel marketing online 10.8.3. Visualizzazione e interpretazione di dashboard

Modulo 11. Commercio e marketing internazionale**11.1. La ricerca di mercati internazionali**

- 11.1.1. Emerging Markets Marketing
- 11.1.2. Analisi del PEST
- 11.1.3. Cosa, come e dove esportare?
- 11.1.4. Strategie di marketing-mix internazionale

11.2. Segmentazione internazionale

- 11.2.1. Criteri per la segmentazione di mercati a livello internazionale
- 11.2.2. Nicchie di mercato
- 11.2.3. Strategie di segmentazione internazionale

11.3. Posizionamento internazionale

- 11.3.1. Branding in mercati internazionali
- 11.3.2. Strategie di posizionamento nei mercati internazionali
- 11.3.3. Marche globali, regionali e locali

11.4. Strategie di prodotto nei mercati internazionali

- 11.4.1. Modificazione, adattamento e diversificazione dei prodotti
- 11.4.2. Prodotti standardizzati globali
- 11.4.3. Il portafoglio prodotti

11.5. Prezzi ed esportazione

- 11.5.1. Calcolo dei prezzi di esportazione
- 11.5.2. Incoterms
- 11.5.3. Strategia internazionale del prezzo

11.6. Qualità nel commercio internazionale

- 11.6.1. Qualità e commercio internazionale
- 11.6.2. Le norme e i certificati
- 11.6.3. Il marchio CE

11.7. Promozione e livello internazionale

- 11.7.1. Il MIX di promozione internazionale
- 11.7.2. Advertising e pubblicità
- 11.7.3. Fiere internazionali
- 11.7.4. Marchio del Paese

11.8. Distribuzione mediante canali internazionali

- 11.8.1. Channel and Trade Marketing
- 11.8.2. Consorzi di esportazione
- 11.8.3. Tipo di esportazione e commercio esterno

Modulo 12. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa**12.1. Globalizzazione e Governance**

- 12.1.1. Governance e Corporate Governance
- 12.1.2. Fondamenti di Corporate Governance nelle aziende
- 12.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

12.2. Leadership

- 12.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 12.2.2. Leadership in azienda
- 12.2.3. L'importanza del leader nella direzione aziendale

12.3. Cross Cultural Management

- 12.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 12.3.2. Contributi alla Conoscenza delle Culture Nazionali
- 12.3.3. Gestione della Diversità

12.4. Etica d'impresa

- 12.4.1. Etica e Morale
- 12.4.2. Etica Aziendale
- 12.4.3. Leadership ed etica nelle imprese

12.5. Sostenibilità

- 12.5.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 12.5.2. Agenda 2030
- 12.5.3. Le imprese sostenibili

12.6. Responsabilità Sociale d'impresa

- 12.6.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 12.6.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 12.6.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

12.7. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile

- 12.7.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 12.7.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 12.7.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 12.7.4. Strumenti e standard della RSI

12.8. Multinazionali e diritti umani

- 12.8.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 12.8.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 12.8.3. Strumenti legali per le multinazionali nel campo dei diritti umani

12.9. Ambiente legale e Corporate Governance

- 12.9.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 12.9.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 12.9.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 13. Management del personale e gestione del talento

13.1. Direzione Strategica del personale

- 13.1.1. Direzione Strategica e risorse umane
- 13.1.2. Direzione strategica del personale

13.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze

- 13.2.1. Analisi del potenziale
- 13.2.2. Politiche di retribuzione
- 13.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

13.3. Valutazione e gestione delle prestazioni

- 13.3.1. Gestione del rendimento
- 13.3.2. Gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

13.4. Innovazione in gestione del talento e del personale

- 13.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 13.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 13.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 13.4.4. Proattività e innovazione

13.5. Motivazione

- 13.5.1. La natura della motivazione
- 13.5.2. Teoria delle aspettative
- 13.5.3. Teoria dei bisogni
- 13.5.4. Motivazione e compensazione economica

13.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 13.6.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
- 13.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

13.7. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 13.7.1. Negoziazione
- 13.7.2. Gestione dei conflitti
- 13.7.3. Gestione delle Crisi

13.8. Comunicazione direttiva

- 13.8.1. Comunicazione interna ed esterna nel contesto aziendale
- 13.8.2. Dipartimenti di Comunicazione
- 13.8.3. Il responsabile della comunicazione aziendale. Il profilo del Dircom

13.9. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 13.9.1. La produttività
- 13.9.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 14. Direzione Economico-Finanziaria**14.1. Contesto Economico**

- 14.1.1. Ambiente macroeconomico e sistema finanziario nazionale
- 14.1.2. Istituti finanziari
- 14.1.3. Mercati finanziari
- 14.1.4. Attivi finanziari
- 14.1.5. Altre entità del settore finanziario

14.2. Contabilità Direttiva

- 14.2.1. Concetti di base
- 14.2.2. L'Attivo dell'azienda
- 14.2.3. Il Passivo dell'azienda
- 14.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 14.2.5. Il conto economico

14.3. Sistemi informativi e business intelligence

- 14.3.1. Concetto e classificazione
- 14.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 14.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti

14.4. Budget e Controllo di Gestione

- 14.4.1. Il modello di budget
- 14.4.2. Bilancio di Capitale
- 14.4.3. Il bilancio operativo
- 14.4.5. Bilancio del Tesoro
- 14.4.6. Monitoraggio del budget

14.5. Direzione Finanziaria

- 14.5.1. Le decisioni finanziarie dell'azienda
- 14.5.2. Dipartimento finanziario
- 14.5.3. Eccedenze di cassa
- 14.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 14.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

14.6. Pianificazione Finanziaria

- 14.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 14.6.2. Azioni da intraprendere nella pianificazione finanziaria
- 14.6.3. Creazione e definizione della strategia aziendale
- 14.6.4. La tabella *Cash Flow*
- 14.6.5. La tabella dell'attivo circolante

14.7. Strategia Finanziaria d'Impresa

- 14.7.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
- 14.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale

14.8. Finanziamento Strategico

- 14.8.1. Autofinanziamento
- 14.8.2. Incremento dei fondi propri
- 14.8.3. Risorse Ibride
- 14.8.4. Finanziamento tramite intermediari

14.9. Analisi e pianificazione finanziaria

- 14.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 14.9.2. Analisi del Conto Economico
- 14.9.3. Analisi del Rendimento

14.10. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 14.10.1. Informazioni finanziarie su Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modulo 15. Management Direttivo**15.1. Il direttivo e le sue funzioni La cultura organizzativa e i suoi approcci**

- 15.1.1. Il personale direttivo e le sue funzioni La cultura organizzativa e i suoi approcci

15.2. Direzione di operazioni

- 15.2.1. Importanza della direzione
- 15.2.2. La catena di valore
- 15.2.3. Gestione qualità

15.3. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 15.3.1. Comunicazione interpersonale
- 15.3.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 15.3.3. Barriere nella comunicazione

15.4. Strumenti di comunicazione personale e organizzativa

- 15.4.1. La comunicazione interpersonale
- 15.4.2. Strumenti di comunicazione interpersonale
- 15.4.3. La comunicazione nell'azienda
- 15.4.4. Strumenti nell'azienda

15.5. Comunicazione in situazioni di crisi

- 15.5.1. Crisi
- 15.5.2. Fasi della crisi
- 15.5.3. Messaggi: contenuti e momenti

15.6. Preparazione di un piano di crisi

- 15.6.1. Analisi dei potenziali problemi
- 15.6.2. Pianificazione
- 15.6.3. Adeguatezza del personale

15.7. Intelligenza emotiva

- 15.7.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 15.7.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 15.7.3. Autostima e comunicazione emotiva

15.8. Personal Branding

- 15.8.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 15.8.2. Leggi del branding personale
- 15.8.3. Strumenti per la costruzione di brand personali

15.9. Leadership e gestione di team

- 15.9.1. Leadership e stile di leadership
- 15.9.2. Capacità e sfide del Leader
- 15.9.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 15.9.4. Gestione di Team Multiculturali

07

Metodologia

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

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



“

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

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

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Materiale di studio

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

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



Master class

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

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



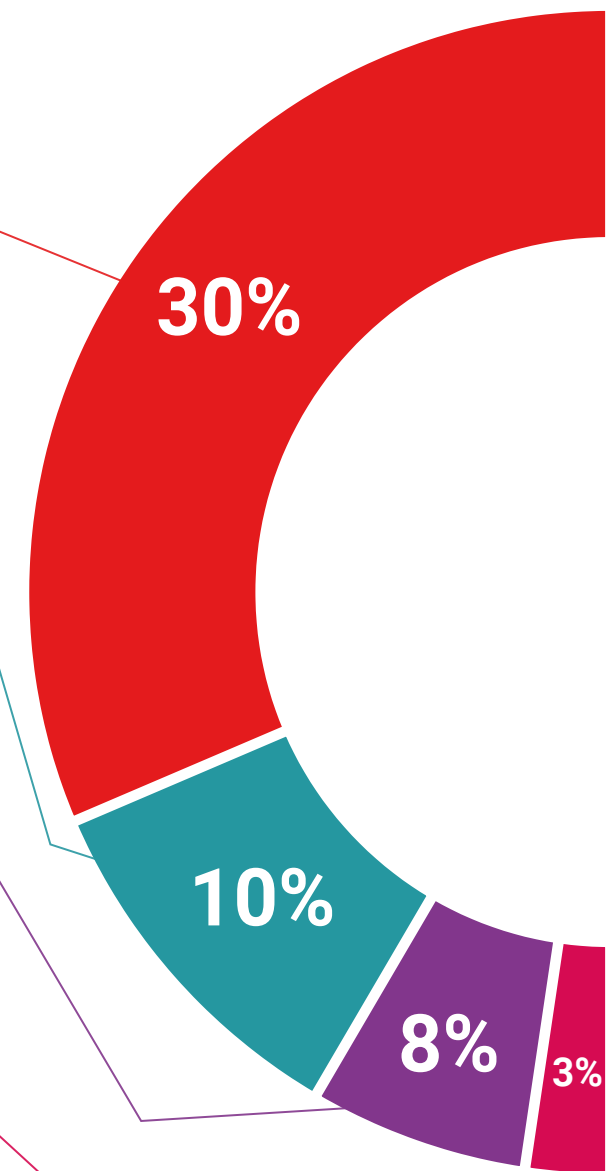
Stage di competenze manageriali

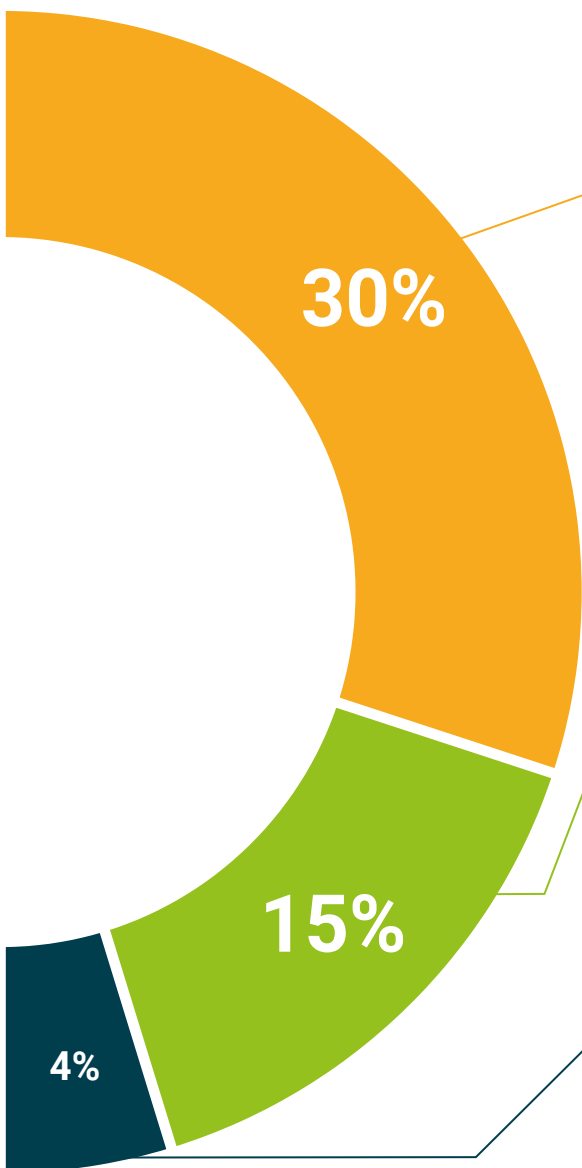
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lettere complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

L'MBA in Commercial and Sales Management è un programma diretto a professionisti che desiderano aggiornare le proprie conoscenze, scoprire nuovi modi di vendere, comprendere il mercato, sviluppare tecniche per fidelizzare i clienti e gestire team di vendita, così come avanzare nella propria carriera professionale. La diversità dei partecipanti, con diversi profili accademici e di diverse nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.



“

Moltiplicare le possibilità di successo professionale e personale è il nostro obiettivo. Per raggiungere questo obiettivo utilizziamo il miglior programma di insegnamento presente sul mercato”

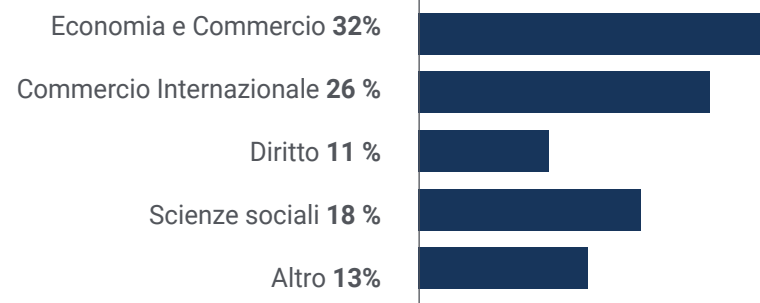
Età media

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

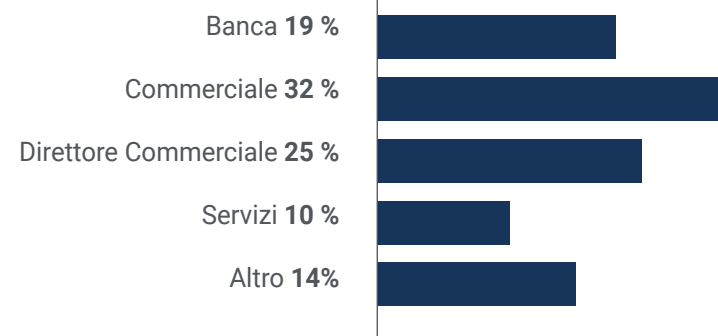
Anni di esperienza



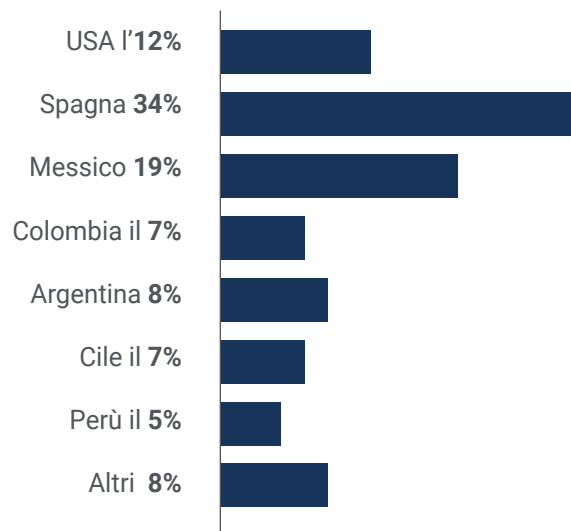
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Sonia Ortiz

Direttrice Commerciale

"Il completamento di questo MBA mi ha permesso di tenermi aggiornata sulle principali novità nella direzione commerciale e di vendita, un settore in cui lavoro da più di 10 anni. Sono grata a TECH per la possibilità che mi ha offerto con questo programma 100% online, in caso contrario non avrei potuto continuare i miei studi".

09

Direzione del corso

Il corpo docente di questo MBA in Commercial and Sales Management è composto da professionisti altamente qualificati e con esperienza nel mondo degli affari. Infatti, la loro vasta esperienza in settori quali la strategia aziendale, la gestione delle vendite, il marketing e la negoziazione consentirà loro di impartire conoscenze solide e aggiornate. Inoltre, hanno una preziosa esperienza pratica in aziende leader del settore, che arricchirà ulteriormente l'apprendimento degli studenti, con casi reali ed esempi concreti.



“

*L'impegno del team di docenti verso
l'eccellenza accademica sarà fondamentale
per farvi diventare un leader aziendale nella
gestione delle vendite e del marketing”*

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali di acquisizione di talenti, Jennifer Dove è esperta in reclutamento e strategia tecnologica. Nel corso della sua carriera ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni e tecnologia all'interno delle aziende Fortune 50, come NBCUniversal e Comcast. Il suo percorso gli ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di Vicepresidentessa di Acquisizione del Talento, supervisiona la strategia e l'esecuzione dell'onboarding dei talenti, collaborando con i leader aziendali e i responsabili delle risorse umane per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, mira a creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attrarre e trattenere i migliori professionisti in tutto il mondo. Si occupa anche di amplificare il marchio del datore di lavoro e la proposta di valore di Mastercard attraverso post, eventi e social network.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipando attivamente alle reti di professionisti delle Risorse Umane e contribuendo all'inserimento di numerosi dipendenti in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in Comunicazione organizzativa presso l'Università di Miami, ha ricoperto posizioni manageriali di selezione del personale in aziende di varie aree.

Inoltre, è stata riconosciuta per la sua capacità di guidare le trasformazioni organizzative, integrare le tecnologie nei processi di reclutamento e sviluppare programmi di leadership che preparano le istituzioni alle sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di benessere sul lavoro che hanno aumentato significativamente la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

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

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere con i migliori
professionisti del mondo”*

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza in importanti aziende tecnologiche multinazionali, Rick Gauthier si è sviluppato in modo significativo nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un team leader e un manager molto efficiente, che dimostra un talento naturale nel garantire un alto livello di impegno tra i suoi dipendenti.

Ha un dono innato per la strategia e l'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportandone il successo con dati di qualità. La sua carriera in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT dell'azienda negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, responsabile della fornitura dell'infrastruttura IT a livello aziendale e del supporto ai reparti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come manager di grande impatto, con notevoli capacità di aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale dei clienti.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore regionale di IT presso Amazon, Seattle, USA
- Responsabile di programma senior presso Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria della produttività di Microsoft
- Laurea in Cybersecurity presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in immersione commerciale rilasciato dal Divers Institute of Technology
- Titolo in Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questa materia e applicala alla tua pratica quotidiana”

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto di fama internazionale con più di due decenni di esperienza nella trasformazione digitale, nel marketing, nella strategia e nella consulenza. Nel corso della sua lunga carriera, ha corso molti rischi ed è un costante sostenitore dell'innovazione e del cambiamento nell'ambiente aziendale. Grazie a questa esperienza, ha lavorato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli ad abbandonare i modelli di business tradizionali. Ha aiutato aziende come Shell Energy a diventare veri leader di mercato, concentrandosi sui clienti e sul mondo digitale.

Le strategie ideate da Arman hanno un impatto latente, in quanto hanno permesso a diverse aziende di migliorare l'esperienza di consumatori, personale e azionisti. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il CSAT, il coinvolgimento dei dipendenti nelle istituzioni in cui ha lavorato e la crescita dell'indicatore finanziario EBITDA in ciascuna di esse.

Ha inoltre coltivato e guidato team ad alte prestazioni che sono stati persino premiati per il loro potenziale di trasformazione. Con Shell in particolare, l'esecutivo si è sempre prefissato di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione efficace dal punto di vista dei costi" e rivedere un panorama di dati, digitale e tecnologico frammentato. I loro sforzi hanno quindi dimostrato che, per ottenere un successo sostenibile, è essenziale partire dalle esigenze dei consumatori e porre le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'intelligenza artificiale, materia in cui ha conseguito un diploma post-laurea presso la London Business School. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienza nell'IoT e in Salesforce.



Dott. Arman, Romi

- Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso Shell Energy Corp. Shell Energy Corporation, Londra, Regno Unito
- Responsabile globale del commercio elettronico e dell'assistenza clienti presso Shell Energy Corporation
- National Key Account Manager (OEM e rivenditori di autoveicoli) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente di gestione senior (settore servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Corso post-laurea in Applicazioni Aziendali dell'IA per Dirigenti di Alto Livello Scuola aziendale di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso in Trasformazione Digitale presso IMD

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un professionista esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre la posizione di responsabile degli acquisti globali nella divisione Technical Infrastructure and Data Centre di Google, dove ha trascorso la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni alle sfide operative del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati anagrafici, gli aggiornamenti dei dati dei fornitori e la prioritizzazione dei dati dei fornitori. Ha guidato la pianificazione della catena di approvvigionamento dei centri dati e la valutazione del rischio dei fornitori, portando a miglioramenti dei processi e alla gestione dei flussi di lavoro con significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro nella fornitura di soluzioni digitali e di leadership per aziende di diversi settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui marketing, media analytics, misurazione e attribuzione. Per il suo lavoro ha ricevuto diversi riconoscimenti, tra cui il BIM Leadership Award, il Search Leadership Award, l'Export Lead Generation Programme Award e l'EMEA Best Sales Model Award.

Arens è stato anche responsabile delle vendite a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team da 4 a 14 membri in tre anni e ha portato il team di vendita a raggiungere risultati e a collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha inoltre ricoperto il ruolo di Senior Industry Analyst ad Amburgo, Germania, creando storyline per oltre 150 clienti e utilizzando strumenti interni e di terzi a supporto dell'analisi. Ha sviluppato e scritto relazioni approfondite per dimostrare la padronanza della materia, compresa la comprensione dei fattori macroeconomici e politico-normativi che influenzano l'adozione e la diffusione della tecnologia.

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



Dott. Arens, Manuel

- Responsabile Acquisti Globali presso Google, Mountain View, USA
- Senior Manager, B2B Analytics and Technology, Google, USA
- Direttore Vendite di Google, Irlanda
- Analista di settore senior presso Google, Germania
- Responsabile account Google, Irlanda
- Accounts Payable presso Eaton, Regno Unito
- Responsabile della Catena di Approvvigionamento presso Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia della tecnologia e della formazione, realizzati da specialisti del settore di fama internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente di marketing i cui progetti hanno avuto un impatto significativo sull'ambiente della moda. Nel corso della sua carriera di successo ha sviluppato una varietà di compiti legati al prodotto, al merchandising e alla comunicazione. Tutto questo, legato a marchi prestigiosi come Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, tra gli altri.

I risultati di questo manager internazionale di alto profilo sono legati alla sua comprovata capacità di sintetizzare le informazioni in quadri chiari e di eseguire azioni concrete allineate a specifici obiettivi aziendali. Inoltre, è riconosciuto per la sua proattività e la sua capacità di adattamento a ritmi veloci. A tutto ciò, questo esperto aggiunge una forte consapevolezza commerciale, visione del mercato e una vera passione per i prodotti.

Come Global Brand and Merchandising Director di Giorgio Armani, ha supervisionato diverse strategie di marketing per l'abbigliamento e gli accessori. Inoltre, le sue tattiche si sono concentrate sulla vendita al dettaglio e sulle esigenze e i comportamenti dei consumatori. La Sala è stata anche responsabile della commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come team leader nei reparti Design, Comunicazione e Vendite.

D'altra parte, in aziende come Calvin Klein o Gruppo Coin, ha intrapreso progetti per potenziare la struttura, lo sviluppo e il marketing di diverse collezioni. Allo stesso tempo, si è occupato della creazione di calendari efficaci per le campagne di acquisto e vendita.

È stato inoltre responsabile delle condizioni, dei costi, dei processi e dei tempi di consegna di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno fatto di Andrea La Sala uno dei più importanti e qualificati leader aziendali nel settore della moda e del lusso. Un'elevata capacità manageriale con la quale è stato in grado di implementare efficacemente il posizionamento positivo di diversi marchi e di ridefinire i loro KPI.



Dott. La Sala, Andrea

- Responsabile globale del marchio e del merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano, Italia
- Direttore del Merchandising e Calvin Klein
- Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager in Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato in Fastweb
- Laurea in Economia e Business presso l'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un pioniere nell'uso di tecniche di visualizzazione dei dati che hanno semplificato insiemi complessi, rendendoli accessibili e facilitando il processo decisionale. Questa competenza è diventata il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata da molte organizzazioni impegnate a raccogliere informazioni e a generare azioni concrete sulla base di esse.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la piattaforma Walmart Data Cafe, la più grande al mondo nel suo genere, basata sul cloud per l'analisi dei Big Data. Ha anche ricoperto il ruolo di Direttore della Business Intelligence presso Red Bull, occupandosi di aree quali vendite, distribuzione, marketing e operazioni di supply chain. Il suo team è stato recentemente premiato per la costante innovazione nell'uso della nuova API Walmart Luminate per gli insight su shopper e canali.

Per quanto riguarda la sua formazione, il dirigente vanta diversi master e studi post-laurea presso centri prestigiosi come l'Università di Berkeley, negli Stati Uniti, e l'Università di Copenhagen, in Danimarca. Grazie a questo continuo aggiornamento, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. Per questo motivo, è stato considerato un leader nato della nuova economia globale, incentrata sulla spinta dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di Business Intelligence e Analytics presso Red Bull, Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di business intelligence per Walmart Data Café
- Consulente indipendente di Business Intelligence e Data Science
- Direttore della Business Intelligence presso Capgemini
- Analista senior presso Nordea
- Consulente senior di business intelligence per SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning presso UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in e-commerce presso l'Università di Copenhagen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenhagen



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

Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un esperto distinto nel settore del Marketing Digitale che, per oltre 19 anni, è stato collegato con una delle più potenti aziende del settore dello spettacolo, Warner Bros. **Discovery** In questo ruolo, è stato determinante nella supervisione della logistica e dei flussi di lavoro creativi su diverse piattaforme digitali, tra cui social network, ricerca, display e media lineari.

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

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

Inoltre, ha conseguito una Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California, a dimostrazione delle sue capacità comunicative e narrative. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso dell'Intelligenza Artificiale nel business. Il suo profilo professionale è quindi uno dei più rilevanti nell'attuale settore del Marketing e dei Media Digitali.



Dott. Stevenson, Scott

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

“

*Raggiungi i tuoi obiettivi
accademici e professionali con gli
esperti più qualificati al mondo!
Gli insegnanti di questo MBA
ti guideranno durante l'intero
processo di apprendimento"*

Direttore Ospite Internazionale

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

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, con sede in Florida, Stati Uniti. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il dott. Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui vicepresidente senior dello sviluppo strategico e direttore generale degli affari commerciali, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo sviluppo strategico al marketing dell'intrattenimento.

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

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



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'impatto presso NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente senior dello sviluppo strategico presso NASCAR
- Vicepresidente della Pianificazione Strategica presso NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali presso NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale nella National Football League (NFL)
- Affari commerciali/Stagista legale presso la Federcalcio degli Stati Uniti
- Dottorato in Giurisprudenza presso l'Università di Chicago
- Master in Business Administration-MBA presso la Booth School of Business presso l'Università di Chicago
- Laurea in Economia Internazionale presso il Carleton College

“

Grazie a questo titolo universitario in modalità 100% online, potrai conciliare gli studi con i tuoi impegni quotidiani, con l'aiuto dei maggiori esperti internazionali nel settore di tuo interesse. Iscriviti ora!”

10

Impatto sulla tua carriera

Il team di professionisti di TECH è pienamente consapevole che l'adozione di un programma con queste caratteristiche è un grande investimento economico, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo deve essere la crescita professionale. A tal fine, vengono messi a disposizione degli studenti una serie di strumenti di alto livello che consentono loro di acquisire la formazione che tanto desiderano e meritano.



“

Un programma di alto livello a un prezzo imbattibile. Questo è l'obiettivo di TECH, ed è per questo che sempre più studenti ci scelgono”

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

L'MBA in Commercial and Sales Management di TECH è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nel settore commerciale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Per aiutarli a raggiungere il successo.

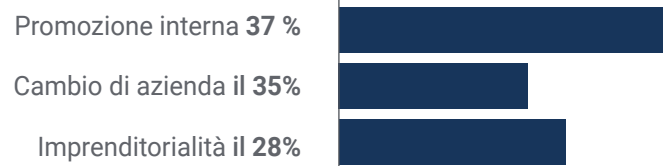
*Questo programma
TECH include le
principali innovazioni
del settore in modo che
tu possa acquisire la
specializzazione di cui
hai bisogno in un breve
periodo di tempo.*

*Studia con un piano
accademico che ti
permetta di raggiungere
la posizione desiderata
e di migliorare le
tue prospettive di
retribuzione.*

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

Gli studenti che hanno portato a termine questo programma hanno ottenuto un incremento salariale superiore al **25,22%**



11

Benefici per la tua azienda

L'MBA in Commercial and Sales Management contribuisce ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico migliorerà non solo a livello personale ma, soprattutto, a livello professionale, aumentando la formazione dello studente e migliorando le sue capacità di gestione. Unirsi alla comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti e fornitori.



“

Acquisisci le conoscenze necessarie per portare una nuova visione del mercato nella tua azienda e aiutarti a vendere di più e meglio”

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il manager e apre nuove strade per la crescita professionale all'interno dell'azienda.

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



05

Sviluppo di progetti propri

Poter lavorare su un progetto reale o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o dello Sviluppo di Mercato della tua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai nostri studenti le competenze per affrontare nuove sfide ed elevare l'organizzazione.

12 Titolo

L'MBA in Commercial and Sales Management garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Global University.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi
il tuo titolo universitario senza spostamenti
o fastidiose formalità”*

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **MBA in Commercial and Sales 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 Privato MBA in Commercial and Sales Management**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **90 ECTS**





Master Privato

MBA in Commercial and Sales Management

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 mesi**
- » Titolo: **TECH Global University**
- » Accreditamento: **90 ECTS**
- » Orario: **a tua scelta**
- » Esami: **online**

Master Privato

MBA in Commercial and Sales Management