

Executive Master

MBA in Direzione delle Politiche Educative

M B A D P E



Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative

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

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/business-school/master/master-mba-direzione-politiche-educative



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. 44

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 52

09

Direzione del corso

pag. 56

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 74

11

Benefici per la tua azienda

pag. 78

12

Titolo

pag. 82

01 Benvenuto

Il settore dell'istruzione è strettamente legato allo sviluppo sociale. Il suo progresso e il suo adattamento dipendono in larga misura dai cambiamenti nell'ambiente dell'innovazione metodologica, derivanti dalla ricerca educativa e dai progressi tecnologici che creano nuove forme e modelli di lavoro. Ma, soprattutto, è determinato dalle politiche educative che organizzano il suo funzionamento a tutti i livelli. Questo programma permette di acquisire la visione più ampia della realtà educativa attuale e della sua applicazione locale, incorporando conoscenze specifiche delle aree più interessanti del panorama, in modo che il professionista possa aggiornare i propri strumenti personali e professionali in questo campo.



Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative.
TECH Global University

“

*Un'analisi approfondita dell'attuale regime
giuridico e della legislazione applicabile alle
organizzazioni educative"*

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

Perchè 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

Questo Executive Master è un percorso di alta qualità con i contenuti più attuali delle politiche educative in vigore in questo momento. Con un obiettivo di apprendimento coinvolgente e trasversale, permetterà agli studenti di acquisire le competenze di uno specialista in questo campo di lavoro.



“

*Impara ad analizzare e sviluppare politiche
che rispondano alle esigenze del settore
educativo con le competenze di un esperto”*

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il **MBA in Direzione delle Politiche Educative** prepara lo studente a:

01

Comprendere i diversi approcci alla natura dell'istruzione e alla sua influenza sulla società

02

Analizzare le conseguenze della disuguaglianza educativa tra gruppi etnici e di genere in termini di benessere sociale ed economico

03

Comprendere le teorie e i fondamenti dell'antropologia sociale e culturale e le sue metodologie

04

Identificare, sviluppare e comprendere i concetti chiave delle teorie della cultura per arrivare a una migliore comprensione dell'individuo come essere sociale e culturale

05

Studiare i modelli educativi di diversi Paesi e regioni



06

Comprendere i fenomeni sociali ed educativi che si sviluppano nei diversi Paesi

08

Analizzare il funzionamento di alcune società e migliorare la qualità dell'attuale sistema educativo

09

Studiare il ruolo del settore pubblico nell'istruzione, l'importanza dell'istruzione e del capitale umano nella crescita economica

07

Stabilire una panoramica dello stato del sistema educativo mondiale e contribuire al suo miglioramento

10

Analizzare gli effetti dei diversi fattori che determinano la qualità dell'istruzione



11

Generare e saper applicare le TIC

14

Analizzare criticamente e incorporare le questioni più rilevanti della società odierna che riguardano l'educazione familiare e scolastica

12

Combinare le diverse TIC a scuola come strumento educativo



13

Identificare e scoprire l'importanza dell'aggiornamento continuo degli insegnanti

15

Risvegliare l'interesse e la sensibilità per le realtà socioculturali

16

Apprendere i documenti obbligatori di un centro educativo: Progetto Educativo, PGA e RRI

18

Acquistare competenze per la valutazione di programmi educativi e didattici



19

Elaborare, interpretare, valutare e diffondere le relazioni di valutazione dei programmi

17

Acquisire gli strumenti necessari per l'organizzazione del corpo studentesco

20

Riflettere sul ruolo dell'istruzione di qualità come tendenza educativa internazionale contemporanea

05 Competenze

Il programma in Direzione delle Politiche Educative è stato progettato tenendo conto dei cambiamenti in atto nel sistema educativo. Un sistema vivo che deve rispondere ai cambiamenti sociali e ai nuovi contesti familiari. Per questo motivo, gli studi superiori in questo campo saranno essenziali nei prossimi anni, in quanto permetteranno ai professionisti di ottenere una preparazione approfondita che farà la differenza con il resto degli esperti del settore.



“

Con un'analisi approfondita dei cambiamenti e delle evoluzioni a cui l'educazione deve rispondere, questo Executive Master è uno strumento indispensabile per il manager professionista che opera in questo campo"

01

Agire sulla base della legislazione in vigore nel settore dell'istruzione

02

Raggiungere la certezza del diritto nelle azioni e negli interventi nel campo dell'educazione, che derivano dalla legislazione applicabile

03

Promuovere la qualità dei centri educativi e degli interventi didattici

04

Promuovere misure per l'integrazione della diversità

05

Analizzare l'evoluzione dei sistemi educativi da un punto di vista antropologico



06

Agire su una base in linea con la legislazione e i regolamenti educativi vigenti

08

Eseguire la gestione della qualità nelle istituzioni educative

09

Valutare la qualità dei processi in diverse aree delle istituzioni educative

07

Attuare politiche economiche nel settore educativo al fine di ottimizzare le risorse

10

Sviluppare programmi educativi per l'uguaglianza e la diversità in linea con la legislazione vigente

06

Struttura e contenuti

Sviluppati da professionisti di comprovata competenza in questo campo, i contenuti del Executive Master sono stati creati sulla base di un elevato criterio di qualità in ciascuno dei momenti di apprendimento. A tal fine, sono stati selezionati gli argomenti più rilevanti e completi, con gli ultimi e più interessanti aggiornamenti del momento. Per questo motivo, sempre più professionisti desiderano specializzarsi in questo settore, attraverso programmi di alta qualità come quello proposto da TECH, in particolare sulla Direzione delle Politiche Educative, che presenta le informazioni più recenti in questo campo.



“

Tutti gli aspetti che il professionista coinvolto nella gestione deve padroneggiare, raccolti e strutturati in un programma di alta qualità"

Piano di studi

Il Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e 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.

Durante le 2.700 ore di studio, lo studente si confronterà con una serie di casi pratici attraverso il lavoro individuale, che gli permetterà di acquisire le competenze necessarie per sviluppare con successo la sua attività quotidiana. Si tratta pertanto di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Questo programma approfondisce le principali aree dell'azienda ed è stato ideato affinché i professionisti comprendano la direzione delle politiche educative da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per il professionista, focalizzato sul suo miglioramento professionale che lo prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito della direzione delle politiche educative. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze; un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che ti fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Si tratta di un programma che ha la durata di 12 mesi ed è diviso in 15 moduli:

Modulo 1	Sociologia dell'educazione
Modulo 2	Antropologia sociale e culturale
Modulo 3	Politica educativa e istruzione comparata
Modulo 4	Economia dell'educazione
Modulo 5	Tecnologie di informazione e comunicazione per l'educazione
Modulo 6	Esclusione sociale e politiche di inclusione
Modulo 7	Legislazione e regime giuridico delle organizzazioni educative
Modulo 8	Valutazione dei programmi educativi
Modulo 9	Politiche di qualità nelle organizzazioni educative
Modulo 10	Uguaglianza e diversità in classe
Modulo 11	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 12	Management del Personale e Gestione del Talento
Modulo 13	Direzione Economico-Finanziaria
Modulo 14	Direzione Commerciale e Marketing Strategico
Modulo 15	<i>Management Direttivo</i>



Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo MBA in Direzione delle Politiche Educative 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, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Sociologia dell'educazione

1.1. Introduzione alla sociologia

- 1.1.1. Che cos'è la sociologia?
 - 1.1.1.1. Concetti di base
 - 1.1.1.2. Ambito della sociologia
- 1.1.2. Gli inizi della sociologia
 - 1.1.2.1. Auguste Comte
 - 1.1.2.2. Emile Durkheim
 - 1.1.2.3. Karl Marx
 - 1.1.2.4. Max Weber
- 1.1.3. Autori contemporanei
 - 1.1.3.1. Michel Foucault
 - 1.1.3.2. Jürgen Habermas
 - 1.1.3.3. Il ruolo del sociologo nella società

1.2. Fondamenti della sociologia dell'educazione

- 1.2.1. Obiettivo della sociologia dell'educazione
- 1.2.2. Rapporto tra educazione e sociologia
- 1.2.3. Funzioni sociali dell'educazione

1.3. L'educazione come istituzione sociale

- 1.3.1. Concetto di istituzione sociale
- 1.3.2. Funzioni dell'educazione come istituzione sociale
- 1.3.3. Educazione alla cittadinanza
- 1.3.4. Il ruolo trasformativo dell'educazione

1.4. Principali istituzioni sociali

- 1.4.1. La famiglia
- 1.4.2. La scuola
- 1.4.3. Società
- 1.4.4. Rapporto tra famiglia, scuola e società

1.5. Teorie sulla scolarizzazione I

- 1.5.1. I codici linguistici di Bernstein
- 1.5.2. Scuole e capitalismo industriale. Bowles e Gintis
- 1.5.3. Ivan Illich e il curriculum nascosto
- 1.5.4. La riproduzione culturale

1.6. Teorie sulla scolarizzazione II

- 1.6.1. Istruzione e disuguaglianza
- 1.6.2. James Coleman
- 1.6.3. Jeannie Oakes

1.7. Genere ed etnia nella sociologia dell'educazione

- 1.7.1. Introduzione e concetti
- 1.7.2. Genere e sistema educativo
- 1.7.3. Revisione del modello
- 1.7.4. Istruzione ed etnicità

1.8. Attenzione alle differenze

- 1.8.1. Attenzione alla diversità
- 1.8.2. Inclusione e integrazione scolastica
- 1.8.3. Insegnamento personalizzato
- 1.8.4. Procedure per l'insegnamento personalizzato

1.9. Nuove sfide per la sociologia dell'educazione

- 1.9.1. La società che cambia
- 1.9.2. Globalizzazione e istruzione
- 1.9.3. Istruzione e nuove tecnologie della comunicazione
- 1.9.4. Tecnologie educative

1.10. Metodi di ricerca sociologica

- 1.10.1. Concetti di base
- 1.10.2. Il processo di ricerca
- 1.10.3. Metodi di ricerca
- 1.10.4. L'influenza della sociologia

Modulo 2. Antropologia Sociale e Culturale**2.1. Obiettivo dell'antropologia dell'educazione**

- 2.1.1. Definizione di antropologia
- 2.1.2. Adattamento, variazione e cambiamento
- 2.1.3. Antropologia generale
- 2.1.4. Sottodiscipline dell'antropologia
- 2.1.5. Antropologia applicata

2.2. Lavoro sul campo

- 2.2.1. Etnografia
- 2.2.2. Tecniche etnografiche
- 2.2.3. Disegno di ricerca
- 2.2.4. Codici etici
- 2.2.5. L'indagine

2.3. Cultura

- 2.3.1. Delimitazione concettuale
 - 2.3.1.1. Cultura e natura
 - 2.3.1.2. Livelli di cultura
- 2.3.2. Etnocentrismo, relativismo culturale e diritti umani
- 2.3.3. Universalità, generalità e particolarità
- 2.3.4. Meccanismi di cambiamento culturale
- 2.3.5. Globalizzazione

2.4. L'etnicità

- 2.4.1. Gruppi etnici ed etnicità
- 2.4.2. Gruppi etnici, nazioni e nazionalità
- 2.4.3. Coesistenza pacifica
- 2.4.4. Le radici del conflitto etnico

2.5. Forme di vita

- 2.5.1. Strategie di adattamento
- 2.5.2. Cacciatori
- 2.5.3. Raccoglitori
- 2.5.4. Pascolo
- 2.5.5. Modalità di produzione
- 2.5.6. Distribuzione e scambio

2.6. Famiglie, parentela e genitorialità

- 2.6.1. Famiglie
- 2.6.2. Genitorialità
- 2.6.3. Calcolo della parentela
- 2.6.4. Terminologia della parentela

2.7. Il matrimonio

- 2.7.1. Matrimonio tra persone dello stesso sesso
- 2.7.2. Incesto ed esogamia
- 2.7.3. Spiegazioni del tabù dell'incesto
- 2.7.4. Endogamia
- 2.7.5. Il matrimonio come alleanza tra gruppi
- 2.7.6. Il divorzio
- 2.7.7. Matrimoni plurali

2.8. Sistemi politici

- 2.8.1. Bande e tribù
- 2.8.2. I capi tribù
- 2.8.3. Stati
- 2.8.4. L'origine dello Stato

2.9. Genere

- 2.9.1. Definizione di genere
- 2.9.2. Il genere tra i cacciatori
- 2.9.3. Sessualità e genere
- 2.9.4. Il genere tra i raccoglitori
- 2.9.5. Patriarcato e violenza
- 2.9.6. Femminilizzazione della povertà

2.10. Antropologia applicata

- 2.10.1. Utilità dell'antropologia
- 2.10.2. Antropologia accademica
- 2.10.3. Antropologia e istruzione
- 2.10.4. Antropologia urbana
- 2.10.5. Antropologia medica

Modulo 3. Politica dell'Educazione ed Educazione Comparata

3.1. Istruzione e Politica dell'educazione

- 3.1.1. Natura e obiettivi della politica dell'educazione
- 3.1.2. Ideologie e istruzione
- 3.1.3. I sistemi educativi e il problema della loro riforma

3.2. Fondamenti dell'educazione comparata

- 3.2.1. Definizione di educazione comparativa
- 3.2.2. Evoluzione dell'educazione comparata
- 3.2.3. Prospettive attuali dell'educazione comparata
- 3.2.4. Obiettivi e fonti dell'educazione comparata

3.3. Metodologia della ricerca comparativa

- 3.3.1. Definizione del disegno metodologico
- 3.3.2. Fasi della ricerca educativa comparativa
- 3.3.3. Disegno di ricerca comparata
- 3.3.4. Sviluppo della ricerca

3.4. Fonti e risorse dell'educazione comparata

- 3.4.1. Organizzazione dell'informazione in campo educativo
- 3.4.2. Risorse e strumenti utili per l'educazione comparata
- 3.4.3. Esempi di disegni di studi comparativi

3.5. Sistemi educativi in Europa

- 3.5.1. Modelli di regolamentazione
- 3.5.2. Il modello scolastico francese
- 3.5.3. Il sistema scolastico inglese
- 3.5.4. La riforma dell'istruzione in Spagna

3.6. Politica educativa sovranazionale

- 3.6.1. Definizione e oggetto di studio
- 3.6.2. Le politiche educative sovranazionali contemporanee
- 3.6.3. Le tipologie e approcci alle Politiche sovranazionali

3.7. Organizzazioni internazionali e istruzione

- 3.7.1. Rilevanza delle agenzie internazionali nel settore dell'istruzione
- 3.7.2. Agenzie delle Nazioni Unite
- 3.7.3. La Banca Mondiale

3.8. La politica educativa nell'Unione Europea

- 3.8.1. Le fasi della politica educativa europea
- 3.8.2. Obiettivi della politica educativa europea
- 3.8.3. Il futuro della politica educativa comunitaria

3.9. Panoramica internazionale dell'istruzione

- 3.9.1. Il contesto educativo globale
- 3.9.2. Il XXI secolo e l'istruzione
- 3.9.3. Educazione, sviluppo sostenibile e pace

3.10. Collegamenti tra ricerca comparativa e politica educativa

- 3.10.1. Contesto attuale tra ricerca comparativa e politiche educative
- 3.10.2. Fasi tra le due discipline
- 3.10.3. Metodologia per lo studio comparato delle politiche educative

Modulo 4. Economia dell'Educazione**4.1. Introduzione all'economia**

- 4.1.1. Concetto di economia
- 4.1.2. Elementi che definiscono l'economia
- 4.1.3. Funzionamento dell'economia
- 4.1.4. Sistemi economici

4.2. Economia dell'educazione

- 4.2.1. Educazione ed economia
- 4.2.2. Storia dell'economia dell'educazione
- 4.2.3. Aspetti economici dell'educazione

4.3. Fonti e modelli di finanziamento dell'istruzione

- 4.3.1. Meccanismi finanziari nell'istruzione
- 4.3.2. Finanziamento dell'istruzione obbligatoria
- 4.3.3. Finanziamento dell'istruzione post-obbligatoria
- 4.3.4. Modelli di finanziamento

4.4. Beni pubblici ed esternalità dell'attività educativa

- 4.4.1. Esternalità nel settore educativo
- 4.4.2. Forme di intervento pubblico nel settore educativo
- 4.4.3. I benefici dell'educazione
- 4.4.4. Educazione come bene pubblico o privato?
- 4.4.5. Motivazione dell'intervento pubblico in ambito educativo

4.5. Sviluppo economico ed educazione

- 4.5.1. Educazione e produzione
- 4.5.2. Educazione e convergenza economica
- 4.5.3. Problemi di definizione e di stima economica
- 4.5.4. Il contributo del settore educativo alla crescita economica

4.6. Analisi delle determinanti del benessere economico

- 4.6.1. Contesto teorico
- 4.6.2. Analisi descrittiva dello sviluppo economico e sociale globale
- 4.6.3. Lo sviluppo umano e i suoi fattori determinanti

4.7. Produzione e rendimento in ambito educativo

- 4.7.1. Contestualizzazione della produzione educativa
- 4.7.2. Funzione di produzione educativa
- 4.7.3. Input nel processo di produzione
- 4.7.4. Modelli per la misurazione dei risultati e delle prestazioni educative
- 4.7.5. Progettazione e interpretazione dei dati nella produzione educativa
- 4.7.6. Valore economico educativo

4.8. Mercato del lavoro ed educazione

- 4.8.1. Concetti di base
- 4.8.2. Funzionalismo tecnologico e teoria del capitale umano
- 4.8.3. Credenzialismo e teoria delle corrispondenze
- 4.8.4. Teoria dei filtri
- 4.8.5. Economia globalizzata e occupazione

4.9. Mercato del lavoro e docenti

- 4.9.1. Il mercato del lavoro nel 21° secolo
- 4.9.2. Differenze tra mercato del lavoro e mercato del lavoro educativo
- 4.9.3. Il professionista dell'insegnamento

4.10. Investimenti e spese per il settore educativo

- 4.10.1. Sistemi educativi OCSE
- 4.10.2. Spesa per il settore educativo
- 4.10.3. L'istruzione come investimento
- 4.10.4. Giustificazione per l'intervento pubblico

Modulo 5. Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione applicate all'Istruzione

5.1. TIC, alfabetizzazione digitale e competenze

- 5.1.1. Introduzione e obiettivi
- 5.1.2. La scuola nella società della conoscenza
- 5.1.3. Le TIC nel processo di insegnamento e apprendimento
- 5.1.4. Alfabetizzazione e competenze digitali
- 5.1.5. Il ruolo dell'insegnante in aula
- 5.1.6. Competenze digitali degli insegnanti
- 5.1.7. Riferimenti bibliografici
- 5.1.8. *Hardware* in classe: PDI, tablet e smartphone
- 5.1.9. Internet come risorsa educativa: web 2.0 e *m-learning*
- 05.1.10. Gli insegnanti come parte del web 2.0: come costruire la loro identità digitale
- 05.1.11. Linee guida per la creazione dei profili degli insegnanti
- 05.1.12. Creare un profilo insegnante su Twitter
- 05.1.13. Riferimenti bibliografici

5.2. Creare contenuti pedagogici con le TIC e le loro possibilità in classe

- 5.2.1. Introduzione e obiettivi
- 5.2.2. Condizioni per l'apprendimento partecipativo
- 5.2.3. Il ruolo dello studente nella classe TIC: *prosumer*
- 5.2.4. Creazione di contenuti sul web 2.0: strumenti digitali
- 5.2.5. Il blog come risorsa pedagogica in classe
- 5.2.6. Linee guida per la creazione di un blog didattico
- 5.2.7. Elementi del blog come risorsa educativa
- 5.2.8. Riferimenti bibliografici

5.3. Ambienti di apprendimento personali per gli insegnanti

- 5.3.1. Introduzione e obiettivi
- 5.3.2. Preparazione degli insegnanti per l'integrazione delle TIC
- 5.3.3. Le comunità di apprendimento
- 5.3.4. Definizione di ambienti personali dell'apprendimento
- 5.3.5. Uso didattico del PLE e del PNL
- 5.3.6. Progettare e creare il nostro PLE in classe
- 5.3.7. Riferimenti bibliografici

5.4. Apprendimento collaborativo e curatela dei contenuti

- 5.4.1. Introduzione e obiettivi
- 5.4.2. Apprendimento collaborativo per un'introduzione efficace delle TIC in classe
- 5.4.3. Strumenti digitali per il lavoro collaborativo
- 5.4.4. Curatela dei contenuti
- 5.4.5. La content curation come pratica didattica per promuovere le competenze digitali degli studenti
- 5.4.6. L'insegnante curatore di contenuti Scoop.it
- 5.4.7. Riferimenti bibliografici

5.5. Uso pedagogico dei social network Sicurezza nell'uso di strumenti TIC in aula

- 5.5.1. Introduzione e obiettivi
- 5.5.2. Principio dell'apprendimento connesso
- 5.5.3. I social network: strumenti per la creazione di comunità di apprendimento
- 5.5.4. La comunicazione nei social network: gestire i nuovi codici comunicativi
- 5.5.5. Tipi di social network
- 5.5.6. Come utilizzare i social network in classe: creazione di contenuti?
- 5.5.7. Sviluppare le competenze digitali di studenti e docenti con l'integrazione dei social network in classe
- 5.5.8. Introduzione e obiettivi della sicurezza nell'uso delle TIC in classe
- 5.5.9. Identità digitale
- 05.5.10. Rischi per i minori su internet
- 05.5.11. Educazione ai valori con strumenti TIC: metodologia di apprendimento-servizio (SLE) con risorse TIC
- 05.5.12. Piattaforme per la promozione della sicurezza su Internet
- 05.5.13. La sicurezza di internet come parte del percorso educativo: scuole, famiglie, alunni e docenti
- 05.5.14. Riferimenti bibliografici

5.6. Creazione di contenuti audiovisivi con strumenti TIC ABP e TIC

- 5.6.1. Introduzione e obiettivi
- 5.6.2. Tassonomia di Bloom e TIC
- 5.6.3. Il podcast educativo come elemento didattico
- 5.6.4. Creazione audio
- 5.6.5. L'immagine come elemento didattico
- 5.6.6. Strumenti TIC con uso didattico delle immagini
- 5.6.7. Modifica delle immagini con le TIC: strumenti per la modifica delle immagini
- 5.6.8. Cos'è il PBL?
- 5.6.9. Processo di lavoro con PBL e TIC
- 05.6.10. Progettare il PBL con gli strumenti TIC
- 05.6.11. Possibilità educative nel web 3.0
- 05.6.12. Youtubers e Instagrammers: l'apprendimento informale nei media digitali
- 05.6.13. Il videotutorial come risorsa didattica in classe
- 05.6.14. Piattaforme per la diffusione di materiali audiovisivi
- 05.6.15. Linee guida per la creazione di un video didattico
- 05.6.16. Riferimenti bibliografici

5.7. Regolamenti e legislazione applicabili alle TIC

- 5.7.1. Introduzione e obiettivi
- 5.7.2. Leggi organiche sulla protezione dei dati
- 5.7.3. Guida alle raccomandazioni per la privacy dei minori su internet
- 5.7.4. Diritti d'autore: copyright e Creative Commons
- 5.7.5. Utilizzo di materiale protetto da copyright
- 5.7.6. Riferimenti bibliografici

5.8. Gamification: motivazione e TIC in classe

- 5.8.1. Introduzione e obiettivi
- 5.8.2. La gamification entra in classe attraverso gli ambienti di apprendimento virtuali
- 5.8.3. Apprendimento basato sul gioco (GBL)
- 5.8.4. La realtà aumentata (RA) in aula
- 5.8.5. Tipi di realtà aumentata ed esperienze in classe
- 5.8.6. Codici QR in classe: generazione di codici e applicazioni didattiche
- 5.8.7. Esperienze di classe
- 5.8.8. Riferimenti bibliografici

5.9. Competenza mediatica nella classe delle TIC

- 5.9.1. Introduzione e obiettivi
- 5.9.2. Promuovere la competenza mediatica degli insegnanti
- 5.9.3. Padroneggiare la comunicazione per motivare l'insegnamento
- 5.9.4. Comunicare i contenuti pedagogici con le TIC
- 5.9.5. Importanza dell'immagine come risorsa pedagogica
- 5.9.6. Le presentazioni digitali come risorsa didattica in classe
- 5.9.7. Lavorare con le immagini in classe
- 5.9.8. Condividere le immagini sul web 2.0
- 5.9.9. Riferimenti bibliografici

5.10. Valutazione per l'apprendimento potenziato dalle TIC

- 5.10.1. Introduzione e valutazione degli obiettivi per l'apprendimento potenziato tramite strumenti TIC
- 5.10.2. Strumenti di valutazione: portfolio digitale e rubriche
- 5.10.3. Costruzione di un e- Portfolio con Google Sites
- 5.10.4. Creare rubriche di valutazione
- 5.10.5. Progettare valutazioni e autovalutazioni con Google Forms
- 5.10.6. Riferimenti bibliografici

Modulo 6. Esclusione Sociale e Politiche di Inclusione**6.1. Concetti di base su uguaglianza e diversità**

- 6.1.1. Diversità e pari opportunità
- 6.1.2. Coesione sociale, esclusione, disuguaglianza e ambito educativo
- 6.1.3. Processi di esclusione nel campo dell'educazione formale e non formale: aspetti differenziali e immagini della diversità

6.2. Natura e origine delle principali cause di esclusione sociale e disuguaglianze nelle società moderne e contemporanee

- 6.2.1. Contesto attuale dell'esclusione sociale
- 6.2.2. Nuova realtà socio-demografica
- 6.2.3. Nuova realtà lavorativa
- 6.2.4. Crisi del welfare state
- 6.2.5. Nuove forme relazionali e nuovi legami sociali

6.3. Esclusione a scuola

- 6.3.1. Premessa epistemologica
- 6.3.2. Riferimenti sociologici
- 6.3.3. Contesto sociale che genera disuguaglianze
- 6.3.4. Esclusione sociale e integrazione
- 6.3.5. Scolarizzazione ed esclusione educativa
- 6.3.6. Meritocrazia e democratizzazione dell'istruzione secondaria
- 6.3.7. Il discorso neoliberale e gli effetti del potere

6.4. Principali fattori di insuccesso scolastico

- 6.4.1. Definizione di fallimento scolastico
- 6.4.2. Cause del fallimento scolastico
- 6.4.3. Difficoltà associate al fallimento
- 6.4.4. Metodi di individuazione dell'insuccesso scolastico

6.5. Scuola inclusiva e interculturalità

- 6.5.1. Società pluriculturale ed educazione interculturale
- 6.5.2. L'educazione inclusiva come risposta
- 6.5.3. Convivenza democratica in classe
- 6.5.4. Proposte metodologiche per l'educazione inclusiva

6.6. Approcci pratici alla tutela delle diversità

- 6.6.1. L'educazione inclusiva in Spagna
- 6.6.2. L'educazione inclusiva in Francia
- 6.6.3. L'educazione inclusiva in Sudamerica

6.7. L'esclusione digitale nella società della conoscenza

- 6.7.1. Strumenti TIC e divario digitale
- 6.7.2. Le possibilità di impiego degli strumenti TIC per favorire l'occupabilità
- 6.7.3. Come migliorare il contributo degli strumenti TIC all'inclusione sociale

6.8. L'inclusione delle TIC all'interno della scuola diversa

- 6.8.1. Strumenti TIC come risorse inclusive
- 6.8.2. Preparazione dei docenti, strumenti TIC e interesse per la diversità
- 6.8.3. Adattamento degli strumenti TIC alle esigenze degli studenti

6.9. Esclusione sociale e innovazione pedagogica

- 6.9.1. Inclusione, un nuovo paradigma
- 6.9.2. La denaturalizzazione dell'insuccesso scolastico
- 6.9.3. Difendere la diversità
- 6.9.4. Mettere in discussione l'omogeneità
- 6.9.5. Rinuncia al ruolo di insegnante

6.10. Esigenze e pratiche nelle politiche sociali per l'inclusione

- 6.10.1. Le politiche di inclusione come garanzia di affermazione dei diritti
- 6.10.2. Anticipare i problemi sociali
- 6.10.3. Partecipazione sociale
- 6.10.4. Articolazione a più livelli

Modulo 7. Legislazione e regime giuridico delle organizzazioni educative

7.1. Organizzazione scolastica

- 7.1.1. La complessità dell'organizzazione scolastica
- 7.1.2. L'organizzazione scolastica e i suoi elementi
- 7.1.3. L'organizzazione scolastica e la legislazione educativa

7.2. Il contesto legislativo recente

- 7.2.1. La legge generale sull'istruzione e il periodo di transizione democratica
- 7.2.2. La Legge Organica che Regola il Diritto all'Istruzione (LODE)
- 7.2.3. La Legge Organica sull'Organizzazione Generale del Sistema Educativo (LOGSE)
- 7.2.4. La Legge Organica sulla Partecipazione, la Valutazione e la Governance delle Istituzioni Educative (LOPEG)
- 7.2.5. La Legge Organica sulla Qualità dell'Educazione (LOCE)
- 7.2.6. La Legge Organica sull'Educazione (LOE)
- 7.2.7. La Legge Organica per il Miglioramento della Qualità dell'Educazione (LOMCE)

7.3. L'educazione nel quadro dell'Unione Europea

- 7.3.1. Concezioni generali dell'Unione Europea e dell'Educazione
- 7.3.2. Lo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore e i suoi elementi
- 7.3.3. Altri sistemi educativi nell'Unione Europea

7.4. Struttura e organizzazione delle scuole: il PEC, la PGA e il RRI

- 7.4.1. La struttura delle scuole
- 7.4.2. L'organizzazione delle scuole
- 7.4.3. Documenti pedagogico-normativi: il PEC, il PGA e il RRI

7.5. Aspetti fondamentali delle scuole

- 7.5.1. Il calendario scolastico e gli orari
- 7.5.2. L'edificio scolastico e le sue aule

7.6. Altre idee essenziali sull'organizzazione delle scuole

- 7.6.1. L'organizzazione del corpo studentesco
- 7.6.2. La promozione scolastica
- 7.6.3. Attenzione alla diversità
- 7.6.4. Tutoraggio
- 7.6.5. La valutazione delle scuole
- 7.6.6. L'ambiente educativo

Modulo 8. Valutazione di Programmi Educativi

8.1. Concetto e componenti del programma. Valutazione pedagogica 8.1.1. La valutazione 8.1.2. Valutazione e istruzione 8.1.3. Componenti della valutazione educativa	8.2. Modelli e metodologie di valutazione 8.2.1. Standard per la valutazione educativa 8.2.2. Modelli di valutazione educativa 8.2.3. Valutazione intesa come processo	8.3. Standard per la ricerca valutativa 8.3.1. Concetto generale sugli standard 8.3.2. Organizzazione e contenuto degli standard 8.3.3. Riflessioni sugli standard	8.4. Principio di complementarità. Metodi e tecniche 8.4.1. Definizione del principio di complementarità 8.4.2. Metodologia di applicazione del principio di complementarità 8.4.3. Tecniche di complementarità
8.5. Tecniche e strumenti di valutazione educativa 8.5.1. Strategie di valutazione educativa 8.5.2. Tecniche e strumenti di valutazione educativa 8.5.3. Esempi di tecniche di valutazione educativa	8.6. Dati, statistiche, file e indici disponibili. Analisi dei contenuti 8.6.1. Concettualizzazione dell'analisi del contenuto 8.6.2. Prime proposte metodologiche di analisi del contenuto 8.6.3. Componenti dell'analisi dei dati 8.6.4. Tecniche di analisi dei dati	8.7. Sondaggi, questionari, colloqui, osservazione, autodiagnosi, esami e scale di valutazione 8.7.1. Concetto di strumento di valutazione educativa 8.7.2. Criteri per la selezione degli strumenti di valutazione 8.7.3. Tipi di tecniche e strumenti di valutazione	8.8. Esigenze, carenze e richieste. Valutazione iniziale e progettazione del programma 8.8.1. Valutazione iniziale Introduzione 8.8.2. Analisi delle necessità 8.8.3. Progettazione del programma
8.9. Sviluppo del programma. Valutazione istruttiva del programma 8.9.1. Introduzione 8.9.2. Valutazione istruttiva. Sviluppo 8.9.3. Conclusioni	8.10. Conclusione del programma. Valutazione finale e sommativa 8.10.1. Introduzione 8.10.2. Valutazione finale e sommativa 8.10.3. Conclusioni		

Modulo 9. Politica di Qualità nelle Organizzazioni Educative

9.1. La qualità dell'istruzione: discorsi, politiche e pratiche

- 9.1.1. Introduzione: qualità e istruzione
- 9.1.2. Qualità educativa e neoliberalismo
- 9.1.3. Discorsi sulla politica educativa
- 9.1.4. Il diritto a un'istruzione di qualità

9.2. Dibattiti sulla qualità dell'istruzione

- 9.2.1. Introduzione
- 9.2.2. Qualità e scuola pubblica
- 9.2.3. Le controversie sulla qualità dell'istruzione
- 9.2.4. Conclusioni

9.3. Discorsi politici contemporanei sulla qualità dell'istruzione a livello internazionale

- 9.3.1. Introduzione
- 9.3.2. I cambiamenti discorsivi in materia di istruzione
- 9.3.3. Qualità e sviluppo economico
- 9.3.4. Concetto di sviluppo umano
- 9.3.5. Discorsi internazionali sulla qualità dell'istruzione

9.4. Politiche, piani e programmi per il miglioramento della qualità dell'istruzione

- 9.4.1. Il concetto e il contesto del movimento per il miglioramento della qualità della scuola
- 9.4.2. Sviluppo storico della qualità scolastica
- 9.4.3. Contributi delle politiche di miglioramento della qualità scolastica
- 9.4.4. Fasi del processo di miglioramento della qualità scolastica

9.5. Qualità dell'istruzione e sistemi di valutazione

- 9.5.1. Introduzione: qualità e valutazione
 - 9.5.1.1. Funzioni di valutazione della qualità
 - 9.5.1.2. Oggetti di valutazione della qualità
 - 9.5.1.3. Caratteristiche di valutazione della qualità
- 9.5.1.4. Uso inadeguato di valutazione della qualità
- 9.5.2. Indicatori di qualità
- 9.5.3. Valutazione nei centri educativi
- 9.5.4. Conclusioni

9.6. Prospettive di valutazione della qualità educativa

- 9.6.1. Valutazione come agente di miglioramento
- 9.6.2. Approccio di valutazione globale
- 9.6.3. I rischi potenziali della valutazione
- 9.6.4. Conclusioni

9.7. Pratiche contemporanee di miglioramento della qualità educativa

- 9.7.1. Le politiche di qualità educativa in Spagna
- 9.7.2. Politiche di qualità educativa in America Latina
- 9.7.3. Politiche di qualità educativa in Francia

9.8. Approccio di genere e qualità dell'istruzione

- 9.8.1. Genere e qualità dell'istruzione
- 9.8.2. Il genere come elemento di qualità
- 9.8.3. Conclusioni

9.9. Approccio alla cittadinanza ed educazione alla qualità

- 9.9.1. Partecipazione dei cittadini e miglioramento della qualità dell'istruzione
- 9.9.2. Democrazia e qualità
- 9.9.3. Conclusioni

9.10. Università e qualità dell'istruzione

- 9.10.1. La qualità universitaria: concetto e dimensioni
- 9.10.2. L'università di massa
- 9.10.3. Gli attori educativi intorno alla qualità
- 9.10.4. Ricerca, qualità e università
- 9.10.5. Conclusioni

Modulo 10. Uguaglianza e Diversità in Classe**10.1. Concetti di base su uguaglianza e diversità**

- 10.1.1. Uguaglianza, diversità, differenza, giustizia ed equità
- 10.1.2. La diversità come parte positiva e intrinseca della vita
- 10.1.3. Relativismo ed etnocentrismo
- 10.1.4. Dignità umana e diritti umani
- 10.1.5. Prospettive teoriche sulla diversità in aula
- 10.1.6. Riferimenti bibliografici

10.2. Evoluzione dall'educazione speciale all'educazione inclusiva nella prima infanzia

- 10.2.1. Concetti chiave dall'educazione specifica a quella inclusiva
- 10.2.2. Condizioni per una scuola inclusiva
- 10.2.3. Promuovere l'educazione inclusiva nella Scuola dell'Infanzia

10.3. Caratteristiche ed esigenze nella prima infanzia

- 10.3.1. Acquisizione di abilità motorie
- 10.3.2. Acquisizione dello sviluppo psicologico
- 10.3.3. Sviluppo soggettivazione

10.4. Esclusione a scuola

- 10.4.1. Il curriculum nascosto
- 10.4.2. Intolleranza e xenofobia
- 10.4.3. Come individuare il bullismo in classe?
- 10.4.4. Riferimenti bibliografici

10.5. Principali fattori di insuccesso scolastico

- 10.5.1. Stereotipi e pregiudizi
- 10.5.2. Profezie che si autoavverano, l'Effetto Pigmalione
- 10.5.3. Altri fattori che influenzano l'insuccesso scolastico
- 10.5.4. Riferimenti bibliografici

10.6. Scuola inclusiva e interculturale

- 10.6.1. La scuola come entità aperta
- 10.6.2. Dialogo
- 10.6.3. Educazione interculturale e attenzione alla diversità
- 10.6.4. Che cos'è la scuola interculturale?
- 10.6.5. Problemi nell'ambiente scolastico
- 10.6.6. Azioni
- 10.6.7. Proposte per lavorare sull'interculturalità in classe
- 10.6.8. Riferimenti bibliografici

10.7. L'esclusione digitale nella società della conoscenza

- 10.7.1. Trasformazioni nella società dell'informazione e della conoscenza
- 10.7.2. L'accesso alle informazioni
- 10.7.3. Web 2.0: da consumatori a creatori
- 10.7.4. Rischi nell'uso delle TIC
- 10.7.5. Il divario digitale: un nuovo tipo di esclusione
- 10.7.6. L'istruzione di fronte all'esclusione digitale
- 10.7.7. Riferimenti bibliografici

10.8. L'inclusione delle TIC all'interno della scuola diversa

- 10.8.1. Inclusione scolastica e digitale
- 10.8.2. L'inclusione digitale a scuola: vantaggi e requisiti
- 10.8.3. Cambiamenti nella concezione del processo educativo
- 10.8.4. Trasformazioni nei ruoli di insegnante e studente
- 10.8.5. Le TIC come elemento di attenzione alla diversità
- 10.8.6. L'uso delle TIC per gli alunni con bisogni educativi di supporto
- 10.8.7. Riferimenti bibliografici

10.9. Metodologie attive per l'apprendimento con le TIC

- 10.9.1. Introduzione e obiettivi
- 10.9.2. Le TIC e il nuovo paradigma educativo: la personalizzazione dell'apprendimento
- 10.9.3. Metodologie attive per un apprendimento efficace basato sulle TIC
- 10.9.4. Imparare con la ricerca
- 10.9.5. Apprendimento collaborativo e cooperativo
- 10.9.6. Apprendimento basato su problemi e progetti
- 10.9.7. *Flipped classroom*
- 10.9.8. Strategie per scegliere le TIC giuste per ogni metodologia: intelligenze multiple e paesaggi di apprendimento
- 10.9.9. Riferimenti bibliografici

10.10. Apprendimento collaborativo e *Flipped Classroom*

- 10.10.1. Introduzione e obiettivi
- 10.10.2. Definizione di apprendimento collaborativo
- 10.10.3. Differenze con l'apprendimento cooperativo
- 10.10.4. Strumenti per l'apprendimento cooperativo e collaborativo: Padlet
- 10.10.5. Definizione di *Flipped Classroom*
- 10.10.6. Azioni didattiche per la programmazione della classe *flipped*
- 10.10.7. Strumenti digitali per la creazione della classe capovolta
- 10.10.8. Esperienze di classe capovolta
- 10.10.9. Riferimenti bibliografici

Modulo 11. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

11.1. Globalizzazione e Governance

- 11.1.1. Governance e Corporate Governance
- 11.1.2. Fondamenti di Corporate Governance nelle aziende
- 11.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

11.2. Leadership

- 11.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 11.2.2. Leadership in azienda
- 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione aziendale

11.3. *Cross Cultural Management*

- 11.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contributi alla Conoscenza delle Culture Nazionali
- 11.3.3. Gestione della Diversità

11.4. Sviluppo manageriale e leadership

- 11.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
- 11.4.2. Concetto di Leadership
- 11.4.3. Teorie di Leadership
- 11.4.4. Stili di Leadership
- 11.4.5. L'intelligenza nella Leadership
- 11.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

11.5. Etica d'impresa

- 11.5.1. Etica e Morale
- 11.5.2. Etica Aziendale
- 11.5.3. Leadership ed etica nelle imprese

11.6. Sostenibilità

- 11.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Le imprese sostenibili

11.7. Responsabilità Sociale d'impresa

- 11.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

11.8. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile

- 11.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 11.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 11.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 11.8.4. Strumenti e standard della RSI

11.9. Multinazionali e diritti umani

- 11.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 11.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 11.9.3. Strumenti legali per le multinazionali nel campo dei diritti umani

11.10 Ambiente legale e *Corporate Governance*

- 11.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 11.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 11.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento**12.1. Direzione Strategica del personale**

- 12.1.1. Direzione Strategica e risorse umane
- 12.1.2. Direzione strategica del personale

12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze

- 12.2.1. Analisi del potenziale
- 12.2.2. Politiche di retribuzione
- 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

12.3. Valutazione del rendimento e gestione delle prestazioni

- 12.3.1. Gestione del rendimento
- 12.3.2. Gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

12.4. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale

- 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 12.4.2. Identificazione, formazione e sviluppo dei talenti
- 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 12.4.4. Proattività e innovazione

12.5. Motivazione

- 12.5.1. La natura della motivazione
- 12.5.2. Teoria delle aspettative
- 12.5.3. Teoria dei bisogni
- 12.5.4. Motivazione e compensazione economica

12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 12.6.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
- 12.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

12.7. Gestione del cambiamento

- 12.7.1. Gestione del cambiamento
- 12.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
- 12.7.3. Stadi o fasi nella gestione del cambiamento

12.8. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 12.8.1. Negoziazione
- 12.8.2. Gestione dei conflitti
- 12.8.3. Gestione delle Crisi

12.9. Comunicazione direttiva

- 12.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel contesto aziendale
- 12.9.2. Dipartimenti di Comunicazione
- 12.9.3. Il responsabile della comunicazione aziendale. Il profilo del Dircom

12.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 12.10.1. La produttività
- 12.10.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Direzione Economico-Finanziaria

13.1. Contesto Economico

- 13.1.1. Ambiente macroeconomico e sistema finanziario nazionale
- 13.1.2. Istituti finanziari
- 13.1.3. Mercati finanziari
- 13.1.4. Attivi finanziari
- 13.1.5. Altre entità del settore finanziario

13.2. Contabilità Direttiva

- 13.2.1. Concetti di base
- 13.2.2. L'Attivo dell'azienda
- 13.2.3. Il Passivo dell'azienda
- 13.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 13.2.5. Il conto economico

13.3. Sistemi informativi e *Business Intelligence*

- 13.3.1. Concetto e classificazione
- 13.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 13.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti

13.4. Budget e Controllo di Gestione

- 13.4.1. Il modello di budget
- 13.4.2. Bilancio di Capitale
- 13.4.3. Il bilancio operativo
- 13.4.5. Bilancio del Tesoro
- 13.4.6. Monitoraggio del budget

13.5. Direzione Finanziaria

- 13.5.1. Le decisioni finanziarie dell'azienda
- 13.5.2. Dipartimento finanziario
- 13.5.3. Eccedenze di cassa
- 13.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 13.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

13.6. Pianificazione Finanziaria

- 13.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 13.6.2. Azioni da intraprendere nella pianificazione finanziaria
- 13.6.3. Creazione e definizione della strategia aziendale
- 13.6.4. La tabella *Cash Flow*
- 13.6.5. La tabella dell'attivo circolante

13.7. Strategia Finanziaria d'Impresa

- 13.7.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
- 13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale

13.8. Finanziamento Strategico

- 13.8.1. Autofinanziamento
- 13.8.2. Incremento dei fondi propri
- 13.8.3. Risorse Ibride
- 13.8.4. Finanziamento tramite intermediari

13.9. Analisi e pianificazione finanziaria

- 13.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 13.9.2. Analisi del Conto Economico
- 13.9.3. Analisi del Rendimento

13.10. Analisi e risoluzione di casi/ problemi

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

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico**14.1. Direzione commerciale**

- 14.1.1. Quadro concettuale della direzione commerciale
- 14.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 14.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

14.2. Marketing

- 14.2.1. Concetto di Marketing
- 14.2.2. Elementi base del marketing
- 14.2.3. Attività di marketing aziendale

14.3. Gestione Strategica di Marketing

- 14.3.1. Concetto di Marketing strategico
- 14.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing
- 14.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di marketing

14.4. Marketing online ed e-commerce

- 14.4.1. Obiettivi del Digital Marketing ed e-commerce
- 14.4.2. Digital Marketing e mezzi impiegati
- 14.4.3. E-commerce Contesto generale
- 14.4.4. Categorie dell'e-commerce
- 14.4.5. Vantaggi e svantaggi dell' *E-commerce* rispetto al commercio tradizionale

14.5. Digital Marketing per rafforzare il marchio

- 14.5.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio
- 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

14.6. Digital Marketing per captare e fidelizzare clienti

- 14.6.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Ipersegmentazione

14.7. Gestione delle campagne digitali

- 14.7.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 14.7.2. Passi per il lancio di una campagna di marketing online
- 14.7.3. Errori delle campagne pubblicitarie digitali

14.8. Strategie di vendita

- 14.8.1. Strategie di vendita
- 14.8.2. Metodi di vendite

14.9. Comunicazione Aziendale

- 14.9.1. Concetto
- 14.9.2. Importanza della comunicazione nell'azienda
- 14.9.3. Tipo di comunicazione nell'azienda
- 14.9.4. Funzioni della comunicazione nell'azienda
- 14.9.5. Elementi della comunicazione
- 14.9.6. Problemi della comunicazione
- 14.9.7. Scenari della comunicazione

14.10. Comunicazione e reputazione online

- 14.10.1. La reputazione online
- 14.10.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 14.10.3. Strumenti di reputazione online
- 14.10.4. Rapporto sulla reputazione online
- 14.10.5. *Branding* online

Modulo 15. Management Direttivo

15.1. General Management

- 15.1.1. Concetto di General Management
- 15.1.2. L'azione del Manager Generale
- 15.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 15.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

15.2. Il direttivo e le sue funzioni La cultura organizzativa e i suoi approcci

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

15.3. Direzione di operazioni

- 15.3.1. Importanza della direzione
- 15.3.2. La catena di valore
- 15.3.3. Gestione qualità

15.4. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 15.4.1. Comunicazione interpersonale
- 15.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 15.4.3. Barriere nella comunicazione

15.5. Strumenti di comunicazione personale e organizzativa

- 15.5.1. La comunicazione interpersonale
- 15.5.2. Strumenti di comunicazione interpersonale
- 15.5.3. La comunicazione nell'azienda
- 15.5.4. Strumenti nell'azienda

15.6. Comunicazione in situazioni di crisi

- 15.6.1. Crisi
- 15.6.2. Fasi della crisi
- 15.6.3. Messaggi: contenuti e momenti

15.7. Preparazione di un piano di crisi

- 15.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 15.7.2. Pianificazione
- 15.7.3. Adeguatezza del personale

15.8. Intelligenza emotiva

- 15.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 15.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 15.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

15.9. Branding personale

- 15.9.1. Strategie per lo sviluppo del brand
- 15.9.2. Leggi del branding personale
- 15.9.3. Strumenti per la costruzione di brand personali

15.10. Leadership e gestione di team

- 15.10.1. Leadership e stile di leadership
- 15.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 15.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 15.10.4. 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

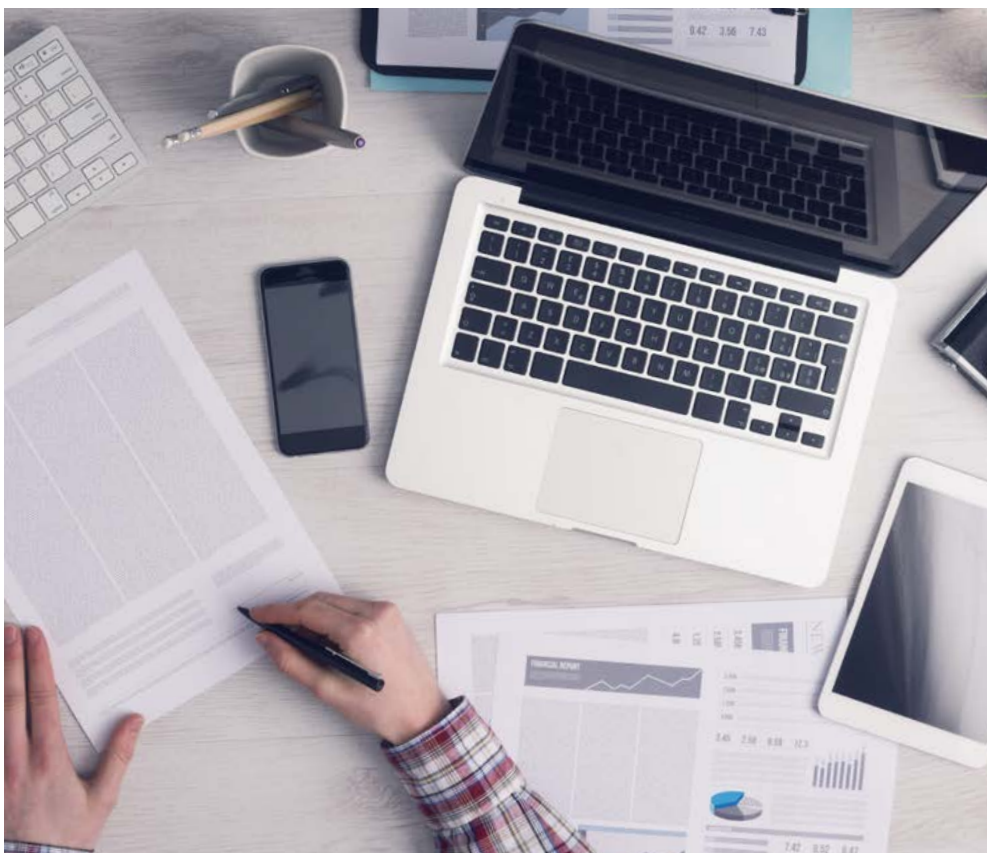
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

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.



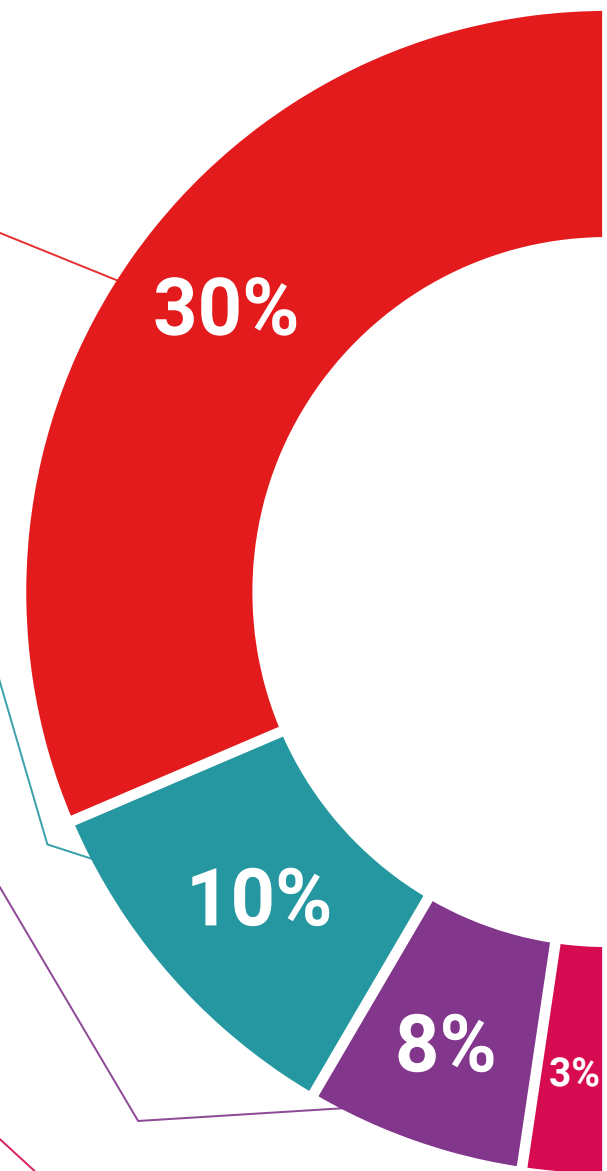
Stage di competenze manageriali

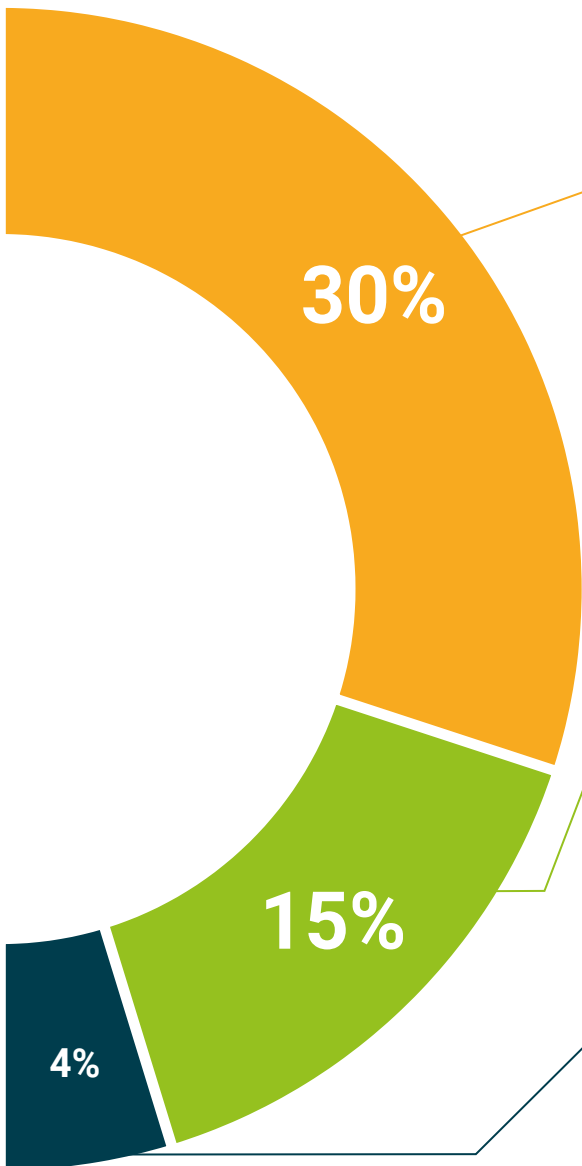
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

Gli studenti del Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative sono professionisti che cercano di migliorarsi professionalmente, ma che sono anche impegnati a migliorare il settore dell'istruzione, che hanno idee e stimoli che vogliono trasformare in azione. Sono studenti che comprendono l'importanza di continuare a studiare per tutta la vita lavorativa, con l'obiettivo principale di poter rimanere all'avanguardia nella loro professione, adattandosi senza problemi ai cambiamenti della società e del settore.





“

Trasforma le tue aspirazioni in realtà con questo Executive Master ad alta intensità che darà impulso al tuo sviluppo”

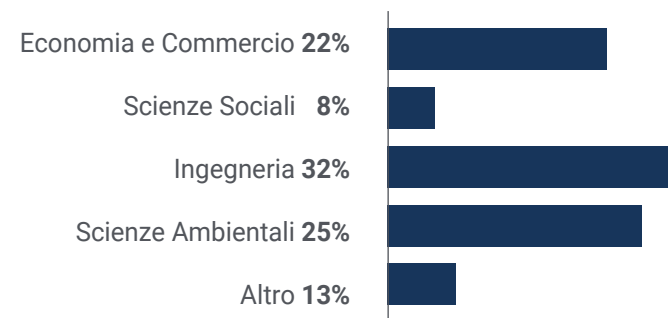
Età media

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

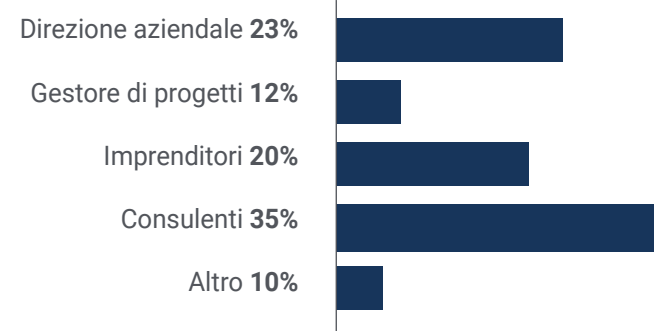
Anni di esperienza



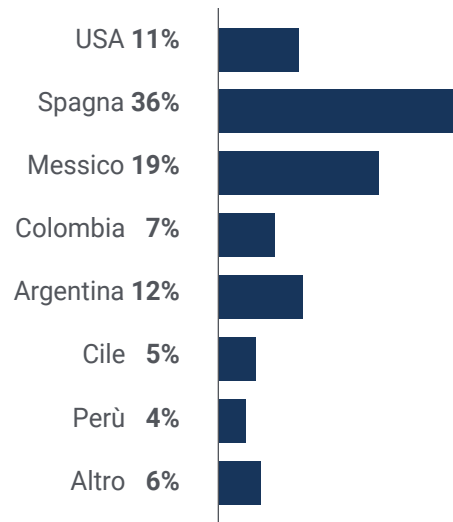
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Pablo Oswaldo López

Specialista in Educazione Secondaria

"Ho sempre pensato che ci sia molto da promuovere e migliorare nel settore dell'istruzione. Questo Executive Master mi sembra il modo più efficace per avvicinarmi a un campo di lavoro in cui ho molto da contribuire a partire dalla gestione delle politiche educative"

09

Direzione del corso

TECH punta continuamente sull'eccellenza accademica. Per questo, ognuno dei suoi programmi ha team di insegnanti di alto livello. Questi esperti hanno una vasta esperienza nei loro campi professionali e, allo stesso tempo, hanno ottenuto risultati significativi con la loro ricerca empirica e il lavoro sul campo. Inoltre, questi specialisti svolgono un ruolo di primo piano nel corso di laurea, assumendo la responsabilità di selezionare i contenuti più aggiornati e innovativi da inserire nei programmi di studio. Allo stesso tempo, sono coinvolti nello sviluppo di numerose risorse multimediali di elevato rigore pedagogico.



“

Un personale docente completo, composto da esperti con una vasta esperienza, sarà a vostra disposizione in questo programma TECH"

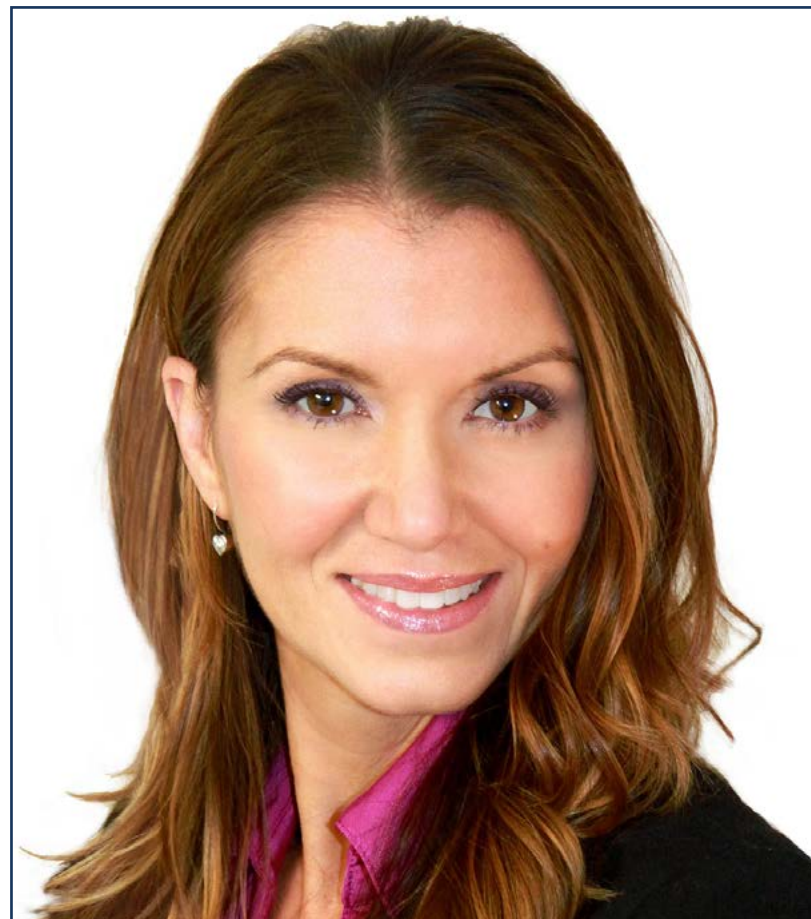
Direttrice Ospite Internazionale

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 Media, 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 materia e applicali 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 Cafè
- 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

I professionisti dell'economia di oggi devono diversificare i loro studi al di là della gestione aziendale. La società sta cambiando e, di conseguenza, anche le conoscenze di questi specialisti devono cambiare. Il completamento di questo Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative fornirà una preparazione avanzata agli studenti, offrendo tutte quelle conoscenze che, sebbene possano sembrare totalmente lontane dal loro lavoro quotidiano, possono essere di grande utilità nell'indirizzare le aziende verso un modello di business più sostenibile che favorisca la durata delle risorse naturali.



“

I sistemi di studio e apprendimento più interessanti del momento, applicati a un processo di crescita professionale di massimo interesse"

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

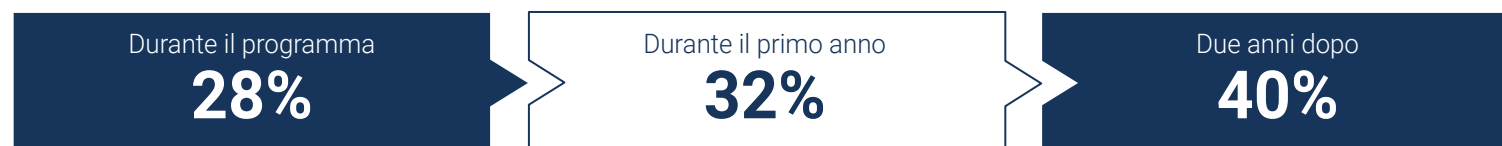
L'MBA in Direzione delle Politiche Educative di TECH Global University è un programma intensivo e di grande valore volto a migliorare le capacità lavorative degli studenti in un'area di ampia competenza. Si tratta indubbiamente di un'opportunità unica per migliorare professionalmente, ma anche personalmente, poiché comporta impegno e dedizione.

Gli studenti che vogliono migliorare se stessi, fare un cambiamento positivo a livello professionale e interagire con i migliori, troveranno il loro posto in TECH.

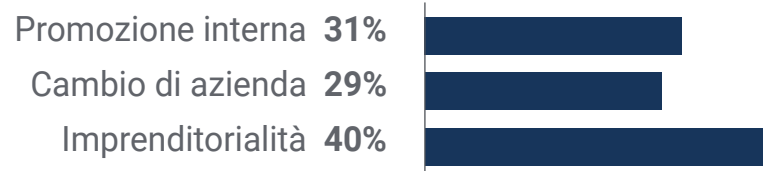
*Dai una svolta radicale
alla tua carriera grazie alla
specializzazione offerta
da questo programma.*

*Un programma
di grande valore
accademico per
migliorare la tua
preparazione in materia
di politiche educative.*

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



11

Benefici per la tua azienda

L'MBA in Direzione delle Politiche Educative di TECH è un programma di alta qualità che mira a migliorare la competitività dei professionisti del settore per dare un impulso al sistema educativo in generale e ai centri educativi in particolare, in modo da raggiungere la massima qualità. Questa qualità si tradurrà in una migliore assistenza, in un maggiore adattamento alla realtà sociale e in un sistema educativo tipico di una società inclusiva, aperta e moderna.



“

*Un sistema educativo capace di rispondere
alle esigenze della società odierna in tutti i
suoi aspetti"*

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà 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 professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.

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

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

06

Aumento della competitività

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

12 Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di MBA in Direzione delle Politiche Educative rilasciato da TECH Global University, la più grande università digitale del mondo.



“

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 Direzione delle Politiche Educative** 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: **Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Accreditamento: **90 ECTS**



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



Executive Master MBA in Direzione delle Politiche Educative

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

Executive Master

MBA in Direzione delle Politiche Educative

