

# Executive Master MBA in Digital Business

**M B A D B**



## Executive Master MBA in Digital Business

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati e professionisti del management o dirigenti con esperienza

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/business-school/master/master-mba-digital-business](http://www.techtute.com/it/business-school/master/master-mba-digital-business)

# 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. 38*

08

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 46*

09

Direzione del corso

---

*pag. 50*

10

Impatto sulla tua carriera

---

*pag. 72*

11

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 76*

12

Titolo

---

*pag. 80*

# 01 Benvenuto

La nuova tecnologia è arrivata per rimanere. Il mondo degli affari ha vissuto un cambio drastico nel modo di gestirsi, vendere i propri prodotti e servire i propri clienti. Per questo motivo, oggi, la gestione aziendale si deve focalizzare al mondo digitale per raggiungere una crescita professionale notevole che possa coprire i bisogni dei clienti. In questo senso, la tradizione è stata messa in secondo piano, come dimostrano i cambiamenti nel consumo dei cittadini, che puntano sempre più sugli acquisti online. Così, il contenuto di questo programma TECH sarà completato da un insieme di 10 *Masterclasses* esclusivi e complementari, impartiti da un noto esperto di livello internazionale nel Digital Marketing.



MBA in Digital Business  
TECH Global University

“

*Vuoi specializzarti in Digital Marketing?  
Ora puoi grazie a TECH! Un prestigioso  
Direttore Ospite internazionale terrà  
10 Masterclasses uniche in questo  
dinamico settore”*

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 Global University



### Innovazione

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

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

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

04

# Obiettivi

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



“

*Uno dei nostri obiettivi chiave è quello di aiutarti a sviluppare le competenze essenziali per gestire in modo strategico la tua attività aziendale"*

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti  
Lavoriamo insieme per raggiungerli

L' MBA in Digital Business prepara lo studente a:

01

Sviluppare strategie per creare nuove opportunità nei mercati esistenti

04

Essere in grado di sviluppare un business plan

02

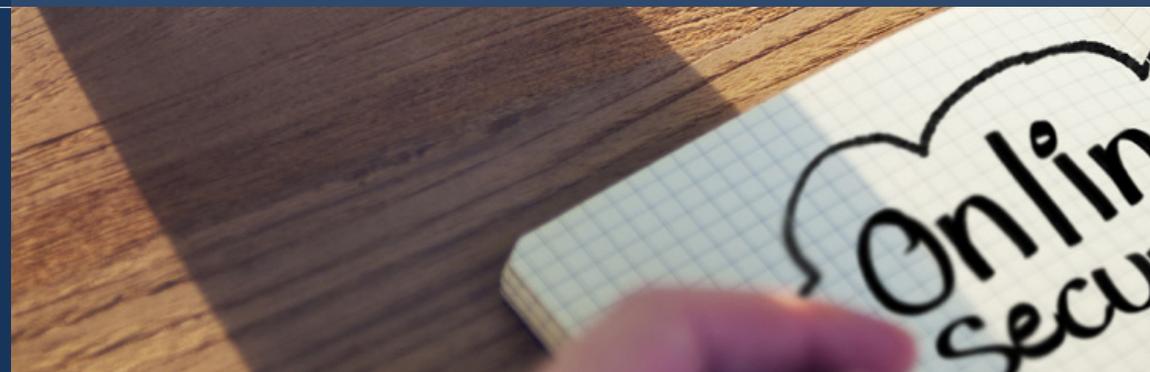
Comprendere l'ambiente competitivo in cui opera il nostro business

03

Sviluppare strategie per creare nuovi mercati e nuovi business

05

Avere una conoscenza approfondita delle fasi di creazione di un'azienda



06

Implementare strategie per la digitalizzazione di un'azienda, prendendo le decisioni giuste per raggiungere gli obiettivi pianificati

08

Guidare i processi di cambiamento basati sulla digitalizzazione all'interno dell'azienda



09

Realizzare strategie di marketing digitale e di e-commerce.

07

Analizzare e identificare i fattori che generano difficoltà o opportunità negli ambienti digitali

10

Applicare strumenti SEO e SEM nelle campagne di marketing

11

Utilizzare i Social Media per realizzare campagne di Marketing e pubblicità

14

Progettare e pianificare campagne di reputazione online

12

Identificare i cambiamenti necessari per migliorare la gestione e la direzione dell'azienda, secondo l'orientamento della strategia all'ambiente digitale



13

Sviluppare le capacità di gestione necessarie per guidare la crescita e l'espansione delle aziende che operano in ambienti digitali

15

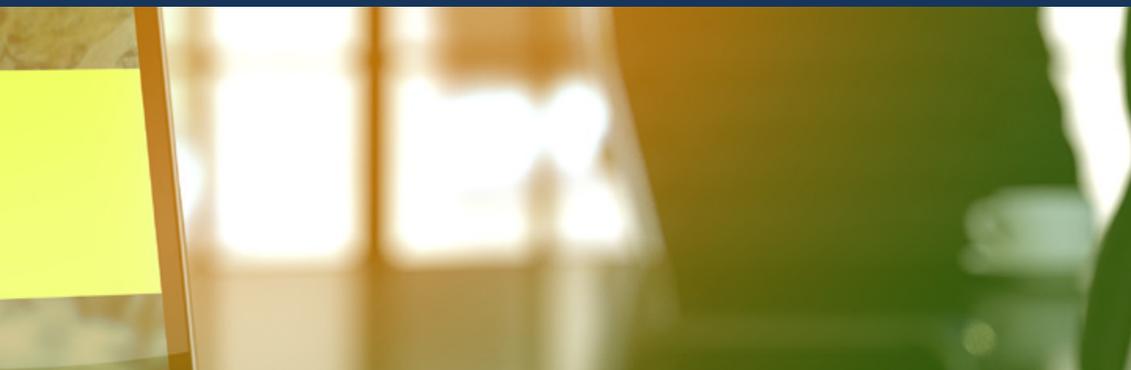
Saper gestire gli strumenti di monitoraggio online per capire la portata delle campagne di Marketing

16

Essere in grado di gestire campagne di emailing efficaci

18

Capire a fondo come si svolge l'e-commerce



19

Capire e saper gestire la finanza internazionale

17

Capire l'analitica web e le metriche digitali degli strumenti che usiamo

20

Capire le nuove tendenze dell'e-commerce attraverso i cellulari

# 05 Competenze

Dopo aver superato le valutazioni dell'MBA in Digital Business, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una pratica aggiornata e di qualità basata sulla metodologia didattica più innovativa.





“

*Questo programma ti permetterà di acquisire le competenze necessarie per diventare ancora più esperto nel tuo lavoro quotidiano”*

01

Controllare e gestire le finanze aziendali

02

Sviluppare e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'impresa

03

Applicare i vari modelli di business basati sull'era digitale

04

Applicare tecniche innovative nella creazione e nella gestione dei progetti

05

Implementare tecniche di e-commerce



06

Svolgere campagne di marketing digitale per migliorare il posizionamento dell'azienda rispetto ai suoi concorrenti e la sua reputazione digitale

08

Utilizzare le reti sociali come strumento indispensabile per migliorare la conoscenza dell'azienda



09

Avere un'ampia conoscenza dei consumatori

07

Implementare tecniche di marketing sui motori di ricerca

10

Eseguire azioni di web analytics per dirigere le campagne di marketing e comunicazione in modo che siano più efficaci nel raggiungere gli obiettivi dell'azienda

06

# Struttura e contenuti

L'MBA in Digital Business è un programma su misura consegnato in un formato 100% online. In questo modo, potrai scegliere il momento e il luogo che meglio si adatta alla tua disponibilità, ai tuoi orari e ai tuoi interessi.

Un programma si svolge per 12 mesi e vuole essere *un'esperienza unica e stimolante che getta le basi per il tuo successo come digital business manager.*



“

*In TECH mettiamo tutte le nostre risorse a vostra disposizione affinché possiate acquisire le competenze e le abilità necessarie al vostro sviluppo professionale"*

## Piano di studi

L'MBA in Digital Business di TECH Global University è un programma intensivo che ti prepara 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, gli studenti analizzano una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta, pertanto, di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo MBA affronta in profondità le principali aree dell'azienda ed è stato ideato per specializzare dirigenti che comprendano il marketing da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

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

Questo MBA ha la durata di 12 mesi e si divide in 14 moduli:

<b>Modulo 1</b>	Contesto competitivo e strategia
<b>Modulo 2</b>	Innovazione e iniziativa imprenditoriale
<b>Modulo 3</b>	<i>Marketing digitale</i> e e-commerce
<b>Modulo 4</b>	Marketing nei motori di ricerca
<b>Modulo 5</b>	Comunicazione digitale e reputazione online
<b>Modulo 6</b>	<i>Performance e Inbound Marketing</i>
<b>Modulo 7</b>	Web Analytics e <i>Marketing Analytics</i>
<b>Modulo 8</b>	Innovazione, e-logistic e tecnologia nella catena di fornitura
<b>Modulo 9</b>	<i>Mobile e-Commerce</i>
<b>Modulo 10</b>	Nuove tendenze digitali
<b>Modulo 11</b>	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
<b>Modulo 12</b>	Management del Personale e Gestione del Talento
<b>Modulo 13</b>	Direzione Economico-Finanziaria
<b>Modulo 14</b>	<i>Executive Management</i>



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

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo MBA in Digital Business in modalità completamente online. Durante i 12 mesi di specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti del programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

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

Modulo 1. Contesto competitivo e strategia

**1.1. Contesto economico globale**

- 1.1.1. Fondamenti dell'economia globale
- 1.1.2. La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari
- 1.1.3. Imprenditorialità e nuovi mercati

**1.2. Finanza aziendale**

- 1.2.1. Politica finanziaria e crescita
- 1.2.2. Metodi di valutazione aziendale
- 1.2.3. Struttura del capitale e leva finanziaria

**1.3. Analisi economica delle decisioni**

- 1.3.1. Controllo di Budget
- 1.3.2. Analisi della concorrenza Analisi aziendale
- 1.3.3. Processo decisionale. Investimento o disinvestimento imprenditoriale

**1.4. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda**

- 1.4.1. Evoluzione del modello di IT
- 1.4.2. Organizzazione e dipartimento IT
- 1.4.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico

**1.5. Strategia aziendale e tecnologica**

- 1.5.1. Creazione di valore per clienti e azionisti
- 1.5.2. Decisioni strategiche di SI/TI
- 1.5.3. Strategia aziendale vs strategia tecnologica e digitale

**1.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale**

- 1.6.1. *Business Intelligence*
- 1.6.2. *Data Warehouse*
- 1.6.3. BSC o Scheda di valutazione bilanciata

**1.7. Strategia digitale**

- 1.7.1. Strategia tecnologica e il suo impatto sull'innovazione digitale
- 1.7.2. Pianificazione strategica delle tecnologie dell'informazione
- 1.7.3. Strategia eD internet

**1.8. Modelli di business basati su internet**

- 1.8.1. Analisi di aziende affermate nel settore tecnologico
- 1.8.2. Sistemi di generazione di modelli di business
- 1.8.3. Analisi di modelli di business innovativi in settori tradizionali
- 1.8.4. Analisi dei modelli di business innovativi su Internet

**1.9. Sistemi aziendali collaborativi basati su Internet**

- 1.9.1. I sistemi di gestione dei clienti: CRM
- 1.9.2. I sistemi di gestione della catena di fornitura
- 1.9.3. Sistemi di e-commerce

**1.10. Social Business**

- 1.10.1. Visione strategica del Web 2.0 e le sue sfide
- 1.10.2. Opportunità di convergenza e tendenze TIC
- 1.10.3. Come rendere redditizio il Web 2.0 e i social network?
- 1.10.4. Mobilità e business digitale

**Modulo 2. Innovazione e iniziativa imprenditoriale**

**2.1. Design Thinking**

- 2.1.1. Strategia del Blue Ocean
- 2.1.2. Innovazione collaborativa
- 2.1.3. Open innovation

**2.2. Intelligenza strategica dell'innovazione**

- 2.2.1. Vigilanza tecnologica
- 2.2.2. Prospettiva tecnologica
- 2.2.3. *Coolhunting*

**2.3. Entrepreneurship & Innovation**

- 2.3.1. Strategie per ricercare opportunità di business
- 2.3.2. Valutazione dell'affidabilità dei nuovi progetti
- 2.3.3. *Innovation Management Systems*
- 2.3.4. Competenze soft di un imprenditore

**2.4. Gestione delle startup**

- 2.4.1. Introduzione alla gestione finanziaria nelle startup
- 2.4.2. Metriche finanziarie per *startup*
- 2.4.3. Pianificazione finanziaria: modelli di proiezione e loro interpretazione
- 2.4.4. Metodi di valutazione

**2.5. Il Business Plan**

- 2.5.1. *Business Plan* nell'era digitale
- 2.5.2. Modello CANVAS
- 2.5.3. *Value Proposition Model*
- 2.5.4. Contenuto e presentazione

**2.6. Project Management**

- 2.6.1. *Agile Development*
- 2.6.2. *Lean Management* nelle *Startup*
- 2.6.3. *Project Tracking and Project Steering*

**2.7. Fasi di crescita di una start-up**

- 2.7.1. Fase di *Seed*
- 2.7.2. Fase di *Startup*
- 2.7.3. Fase di *Growth*
- 2.7.4. Fase di consolidamento

**2.8. Finanziamento delle Startup**

- 2.8.1. Finanziamento bancario
- 2.8.2. Sovvenzioni
- 2.8.3. Capitale di avviamento e acceleratori. Business Angels
- 2.8.4. Venture Capital. IPO
- 2.8.5. *Public to Private Partnership*

**2.9. Lean Management**

- 2.9.1. Principi base del *Lean Management*
- 2.9.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
- 2.9.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità

**Modulo 3. Marketing Digitale e e-Commerce**

**3.1. Digital e-commerce Management**

- 3.1.1. Nuovi modelli di e-commerce
- 3.1.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
- 3.1.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce

**3.2. Operazioni e logistica nell'e-commerce**

- 3.2.1. Come gestire il *fulfillment*?
- 3.2.2. Gestione digitale del punto vendita
- 3.2.3. *Contact Center Management*
- 3.2.4. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi

**3.3. Implementazione di tecniche di e-commerce**

- 3.3.1. Social media e integrazione nell'e-commerce
- 3.3.2. Strategia *multichannel*
- 3.3.3. Personalizzazione delle Dashboards

**3.4. Digital pricing**

- 3.4.1. Metodi e canali di pagamento online
- 3.4.2. Promozioni elettroniche
- 3.4.3. Timer digitale di prezzi
- 3.4.4. *E-auctions*

**3.5. Dall'e-commerce al m-commerce e s-commerce**

- 3.5.1. Modelli di business degli *e-marketplaces*
- 3.5.2. *S-commerce* ed esperienza di marca
- 3.5.3. Acquisto mediante dispositivi mobili

**3.6. Customer intelligence: dall'e-CRM al s-CRM**

- 3.6.1. Integrazione del consumatore nella catena di valore
- 3.6.2. Tecniche di indagine e fidelizzazione online
- 3.6.3. Pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente

**3.7. Trade Marketing Digital**

- 3.7.1. *Cross merchandising*
- 3.7.2. Progettazione e gestione di campagne su Facebook Ads
- 3.7.3. Design e gestione di campagne su Google Adwords

**3.8. Marketing online per l'e-commerce**

- 3.8.1. *Inbound Marketing*
- 3.8.2. Display e acquisto programmatico
- 3.8.3. Piano di comunicazione

## Modulo 4. Marketing nei motori di ricerca

### 4.1. Funzionamento dei motori di ricerca

- 4.1.1. Indicatori e indici
- 4.1.2. Algoritmi
- 4.1.3. SEO e branding aziendale

### 4.2. Analisi del SEO

- 4.2.1. Determinazione dei KPI
- 4.2.2. Generazione di script e avvisi
- 4.2.3. Ottimizzazione di immagini, video e altri elementi
- 4.2.4. *Link Building*

### 4.3. SEO tecnico

- 4.3.1. *Web Performance Optimization*
- 4.3.2. *Real Time* e contenuto
- 4.3.3. Tagging e Headers rilevanti
- 4.3.4. Tecniche avanzate di WPO

### 4.4. SEO e e-Commerce

- 4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
- 4.4.2. *Google Search Console*
- 4.4.3. *Social Proof* e viralizzazione
- 4.4.4. Navigazione e indicizzabilità

### 4.5. *Keyword hunting* per SEM

- 4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
- 4.5.2. *Google Suggest*
- 4.5.3. *Insights for Search*
- 4.5.4. *GoogleTrends*

### 4.6. SEM e Google Ads

- 4.6.1. Google Shopping
- 4.6.2. Google Display Network
- 4.6.3. Google Ads Mobile
- 4.6.4. Pubblicità su YouTube

### 4.7. Facebook Ads

- 4.7.1. Annunci di PPC/PPF (pay per fan)
- 4.7.2. Creazione di Facebook Ads
- 4.7.3. Facebook Power Editor
- 4.7.4. Ottimizzazione delle campagne

### 4.8. Strategia e misurazione SEM

- 4.8.1. *Punteggio di qualità*
- 4.8.2. Site links
- 4.8.3. KPI
- 4.8.4. Impressioni, clic, conversioni. Entrate, ROI, CPA

## Modulo 5. Comunicazione digitale e reputazione online

### 5.1. Web 2.0 o web social

- 5.1.1. L'impresa nell'era della conversazione
- 5.1.2. Il web 2.0 sono le persone
- 5.1.3. Ambiente digitale e nuovi formati di comunicazione

### 5.2. Comunicazione e reputazione online

- 5.2.1. Rapporto sulla reputazione online
- 5.2.2. Netiquette e buona prassi sui social
- 5.2.3. *Branding e Networking 2.0*

### 5.3. Design e pianificazione di un piano di reputazione online

- 5.3.2. Piano di reputazione del marchio
- 5.3.3. Metriche generali, ROI e CRM sociale
- 5.3.4. Crisi online e SEO reputazionale

### 5.4. Piattaforme generaliste, professionisti e microblogging

- 5.4.1. Facebook
- 5.4.2. LinkedIn
- 5.4.3. Twitter

### 5.5. Piattaforme di video, immagini e mobilità

- 5.5.1. YouTube
- 5.5.2. Instagram
- 5.5.3. Flickr
- 5.5.4. Vimeo
- 5.5.5. Pinterest

### 5.6. Strategie di contenuti e storytelling

- 5.6.1. Blogging corporativo
- 5.6.2. Strategia di marketing dei contenuti
- 5.6.3. Creazione di un piano di contenuti
- 5.6.4. Strategia di cura dei contenuti

### 5.7. Strategie nei social media

- 5.7.1. Le relazioni pubbliche aziendali e i social media
- 5.7.2. Definizione della strategia da seguire in ogni mezzo
- 5.7.3. Analisi e valutazione dei risultati

### 5.8. *Community Management*

- 5.8.1. Ruoli, compiti e responsabilità del *Community Manager*
- 5.8.2. *Social Media Manager*
- 5.8.3. *Social Media Strategist*

### 5.9. *Social Media Plan*

- 5.9.1. Progettazione di un piano di social media
- 5.9.2. Calendario, preventivo, aspettative e monitoraggio
- 5.9.3. Protocollo di contingenza in caso di crisi

### 5.10. Strumenti di monitoraggio online

- 5.10.1. Strumenti di gestione e applicazioni desktop
- 5.10.2. Strumenti di gestione di monitoraggio e studio

**Modulo 6. Performance e Inbound Marketing**

<p><b>6.1. Permission Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1.1. Come ottenere il permesso dell'utente?</li> <li>6.1.2. Personalizzazione del messaggio</li> <li>6.1.3. Conferma per e-mail o Double Opt-in</li> </ul>	<p><b>6.2. Strategia e tecniche di performance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.2.1. <i>Performance Marketing</i>: risultati</li> <li>6.2.2. Mix di media digitali</li> <li>6.2.3. L'importanza del Funnel</li> </ul>	<p><b>6.3. Sviluppo di campagne di affiliazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.3.1. Agenzie e programmi di affiliazione</li> <li>6.3.2. <i>Post View</i></li> <li>6.3.3. Design di programmi di affiliazione</li> <li>6.3.4. Display e ottimizzazione delle campagne</li> </ul>	<p><b>6.4. Lancio di un programma di affiliati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.4.1. Reti di affiliazione e affiliazione diretta</li> <li>6.4.2. Monitoraggio e analisi dei risultati</li> <li>6.4.3. Controllo delle frodi</li> </ul>
<p><b>6.5. Sviluppo di campagne di emailing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.5.1. Liste di abbonati, leads e clienti</li> <li>6.5.2. Strumenti e risorse nell'e-mail marketing</li> <li>6.5.3. Redazione online per campagne di e-mail marketing</li> </ul>	<p><b>6.6. Metrica nelle email di marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.6.1. Metriche delle liste</li> <li>6.6.2. Metriche di invio delle newsletter</li> <li>6.6.3. Metriche di conversione</li> </ul>	<p><b>6.7. Inbound marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.7.1. <i>Inbound Marketing</i> efficace</li> <li>6.7.2. Vantaggi <i>Inbound Marketing</i></li> <li>6.7.3. Misurare il successo dell'<i>Inbound marketing</i></li> </ul>	<p><b>6.8. Ricerca del target</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.8.1. <i>Consumer Intent Modelling &amp; Buyer</i> Persone</li> <li>6.8.2. <i>Customer Journey Mapping</i></li> <li>6.8.3. <i>Content strategy</i>.</li> </ul>
<p><b>6.9. Ottimizzazione dei contenuti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.9.1. Ottimizzazione contenuti per motori di ricerca</li> <li>6.9.2. Generazione dei contenuti</li> <li>6.9.3. Dinamizzazione dei contenuti</li> </ul>	<p><b>6.10. Conversione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6.10.1. <i>Lead capture &amp; CRO</i></li> <li>6.10.2. <i>Lead Nurturing &amp; Marketing Automation</i></li> </ul>		

**Modulo 7. Web Analytics e Marketing Analytics**

<p><b>7.1. Analisi web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1.1. Fondamenti di web analytics</li> <li>7.1.2. Mezzi di comunicazione classici vs. Mezzi digitali</li> <li>7.1.3. Metodologia di base dell'analista web</li> </ul>	<p><b>7.2. Google Analytics</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.2.1. Configurazione di un account</li> <li>7.2.2. <i>Tracking API Javascript</i></li> <li>7.2.3. Dossier e segmenti personalizzati</li> </ul>	<p><b>7.3. Analisi qualitativo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.3.1. Tecniche di ricerca applicata in web analytics</li> <li>7.3.2. <i>Customer journey</i></li> <li>7.3.3. <i>Purchase funnel</i></li> </ul>	<p><b>7.4. Metriche digitali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.4.1. Metriche di base</li> <li>7.4.2. Ratio</li> <li>7.4.3. Stabilire gli obiettivi e i KPI</li> </ul>
<p><b>7.5. Aree di analisi di una strategia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.5.1. Acquisizione del traffico</li> <li>7.5.2. Attivazione</li> <li>7.5.3. Conversione</li> <li>7.5.4. Fidelizzazione</li> </ul>	<p><b>7.6. Data Science &amp; Big Data</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.6.1. <i>Business Intelligence</i></li> <li>7.6.2. Metodologia e analisi di grandi volumi di dati</li> <li>7.6.3. Estrazione, trattamento e caricamento dei dati</li> </ul>	<p><b>7.7. Visualizzazione dei dati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.7.1. Visualizzazione e interpretazione delle <i>Dashboards</i></li> <li>7.7.2. Trasformazione del dato in valore</li> <li>7.7.3. Integrazione delle fonti</li> <li>7.7.4. Presentazione dei dossier</li> </ul>	<p><b>7.8. Strumenti di web analytics</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.8.1. Base tecnologica di uno strumento di WA</li> <li>7.8.2. Registri e etichette</li> <li>7.8.3. Tagging basico e adhoc</li> </ul>

**Modulo 8.** Innovazione, e-logistic e tecnologia nella catena di fornitura

**8.1. Ingegneria dei processi e dei prodotti**

- 8.1.1. Strategie di Innovazione
- 8.1.2. Open innovation
- 8.1.3. Organizzazione e cultura innovatrici
- 8.1.4. Team multifunzionali

**8.2. Lancio e industrializzazione di nuovi prodotti**

- 8.2.1. Design di nuovi prodotti
- 8.2.2. Lean Design
- 8.2.3. Industrializzazione di nuovi prodotti
- 8.2.4. Fabbricazione e montaggio

**8.3. Digital e-commerce management**

- 8.3.1. Nuovi modelli di e-commerce
- 8.3.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
- 8.3.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce

**8.4. Operazioni e logistica nell'e-commerce**

- 8.4.1. Gestione digitale del punto vendita
- 8.4.2. Contact center management
- 8.4.3. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi

**8.5. E-Logistics B2C e B2B**

- 8.5.1. e-Logistics
- 8.5.2. Il B2C: e-fulfillment, l'ultimo miglio
- 8.5.3. Il B2B: e-Procurement Market Places

**8.6. Digital pricing**

- 8.6.1. Metodi e canali di pagamento online
- 8.6.2. Promozioni elettroniche
- 8.6.3. Timer digitale di prezzi
- 8.6.4. E-auctions

**8.7. Il magazzino nell'e-Commerce**

- 8.7.1. Peculiarità del magazzino nell'e-Commerce
- 8.7.2. Design e pianificazione del magazzino
- 8.7.3. Infrastrutture Team fissi e mobili
- 8.7.4. Suddivisione in zone e posizioni

**8.8. Il design del negozio online**

- 8.8.1. Progettazione e fruibilità
- 8.8.2. Funzionalità più comuni
- 8.8.3. Alternative tecnologiche

**8.9. Supply Chain Management e tendenze future**

- 8.9.1. Il futuro dell'E-Business
- 8.9.2. La realtà di oggi e il futuro dell'e-Commerce
- 8.9.3. Modelli operativi SC per Aziende Globali

**Modulo 9. Mobile e-Commerce****9.1. Mobile marketing**

- 9.1.1. Nuovi usi di consumo e mobilità
- 9.1.2. Modello SoLoMo
- 9.1.3. Le 4 P del Marketing Mix in mobilità

**9.2. Tecnologia mobile**

- 9.2.1. Operatori mobili
- 9.2.2. Dispositivi mobili e sistemi operativi
- 9.2.3. Applicazioni mobili e *web apps*
- 9.2.4. Sensori e integrazione con il mondo fisico

**9.3. Tendenze nel mobile marketing**

- 9.3.1. *Mobile Publishing*
- 9.3.2. *Advergaming e Gamification*
- 9.3.3. Geolocalizzazione *Mobile*
- 9.3.4. Realtà aumentata

**9.4. Comportamento degli utenti di dispositivi mobili**

- 9.4.1. Nuove abitudini di ricerca sui dispositivi mobili
- 9.4.2. Multi-Screen
- 9.4.3. Il dispositivo mobile come motore d'acquisto
- 9.4.4. ASO, attrazione e fidelizzazione degli utenti mobili

**9.5. Interfaccia utente ed esperienza di acquisto**

- 9.5.1. Regole e piattaforme di *m-Commerce*
- 9.5.2. *Omnichannel*
- 9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
- 9.5.4. Gap tra consumatore e inserzionista
- 9.5.5. Gestori di contenuto nel *Mobile Commerce*

**9.6. App e acquisti**

- 9.6.1. Progettazione di App *Mobile Commerce*
- 9.6.2. *App store*
- 9.6.3. App marketing per fidelizzare clienti
- 9.6.4. App marketing per e-commerce

**9.7. Pagamenti con dispositivi mobili**

- 9.7.1. Catena di valore e modelli di business dei metodi di pagamento con dispositivi mobili
- 9.7.2. Chiavi per migliorare l'UX nel pagamento con dispositivi mobili
- 9.7.3. Strategie di posizionamento nel mercato dei pagamenti con dispositivi mobili
- 9.7.4. Gestione della frode

**9.8. Analitica mobile**

- 9.8.1. Metodologia di misurazione e mobile analytics
- 9.8.2. Metriche mobili: i principali KPI
- 9.8.3. Analisi della redditività
- 9.8.4. *Mobile Analytics*

**9.9. Mobile Commerce**

- 9.9.1. Servizi
- 9.9.2. Applicazioni
- 9.9.3. *Mobile social shopping*

**9.10. Mobile Social Media Applications**

- 9.10.1. Integrazione del dispositivo mobile nei Social Network
- 9.10.2. Mobilità, relazione, ubiquità e pubblicità
- 9.10.3. Facebook Places
- 9.10.4. Geolocalizzazione, elenchi mobili, raccomandazioni e acquisti online

**Modulo 10. Nuove tendenze digitali****10.1. Internet of Things**

- 10.1.1. Visioni e sfide
- 10.1.2. Tecnologie chiave
- 10.1.3. Progetti pionieri

**10.2. Gamification**

- 10.2.1. Tecniche di gamification aziendale
- 10.2.2. *Gamification Design Framework*
- 10.2.3. Meccanismi di funzionamento e motivazione
- 10.2.4. Benefici e ritorno sull'investimento

**10.3. Big Data**

- 10.3.1. Applicazione di settore
- 10.3.2. Modelli di business
- 10.3.3. Nuove professioni

**10.4. Intelligenza artificiale**

- 10.4.1. Aspetti metodologici nell'intelligenza artificiale
- 10.4.2. Ricerca euristica
- 10.4.3. Metodi di inferenza delle regole
- 10.4.4. Reti semantiche

**10.5. Robotica**

- 10.5.1. Morfologia dei robot
- 10.5.2. Strumenti matematici per la localizzazione spaziale
- 10.5.3. Controllo cinematico
- 10.5.4. Criteri di impianto di un robot industriale

**10.6. Modellazione e simulazione**

- 10.6.1. Modellazione DEVS
- 10.6.2. Modellazione delle entrate aleatorie
- 10.6.3. Generazione delle entrate aleatorie
- 10.6.4. Progettazione di esperimenti e ottimizzazione

**10.7. Impianto della crittografia nei progetti tecnologici**

- 10.7.1. Firma elettronica
- 10.7.2. Certificato digitale
- 10.7.3. Crittografia dei dati
- 10.7.4. Applicazioni pratiche della crittografia

**10.8. Altre tendenze**

- 10.8.1. Stampanti 3D
- 10.8.2. Droni
- 10.8.3. Visione Artificiale
- 10.8.4. Realtà aumentata

## 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, aggiornamento professionale 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. Executive Management**

**14.1. General Management**

- 14.1.1. Concetto di General Management
- 14.1.2. L'azione del Manager Generale
- 14.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 14.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

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

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

**14.3. Direzione di operazioni**

- 14.3.1. Importanza della direzione
- 14.3.2. La catena di valore
- 14.3.3. Gestione qualità

**14.4. Oratoria e preparazione dei portavoce**

- 14.4.1. Comunicazione interpersonale
- 14.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 14.4.3. Barriere nella comunicazione

**14.5. Strumenti di comunicazione personale e organizzativa**

- 14.5.1. La comunicazione interpersonale
- 14.5.2. Strumenti di comunicazione interpersonale
- 14.5.3. La comunicazione nell'azienda
- 14.5.4. Strumenti nell'azienda

**14.6. Comunicazione in situazioni di crisi**

- 14.6.1. Crisi
- 14.6.2. Fasi della crisi
- 14.6.3. Messaggi: contenuti e momenti

**14.7. Preparazione di un piano di crisi**

- 14.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 14.7.2. Pianificazione
- 14.7.3. Adeguatezza del personale

**14.8. Intelligenza emotiva**

- 14.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 14.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 14.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

**14.9. Branding personale**

- 14.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 14.9.2. Leggi del branding personale
- 14.9.3. Strumenti per la costruzione di brand personali

**14.10. Leadership e gestione di team**

- 14.10.1. Leadership e stile di leadership
- 14.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 14.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 14.10.4. 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

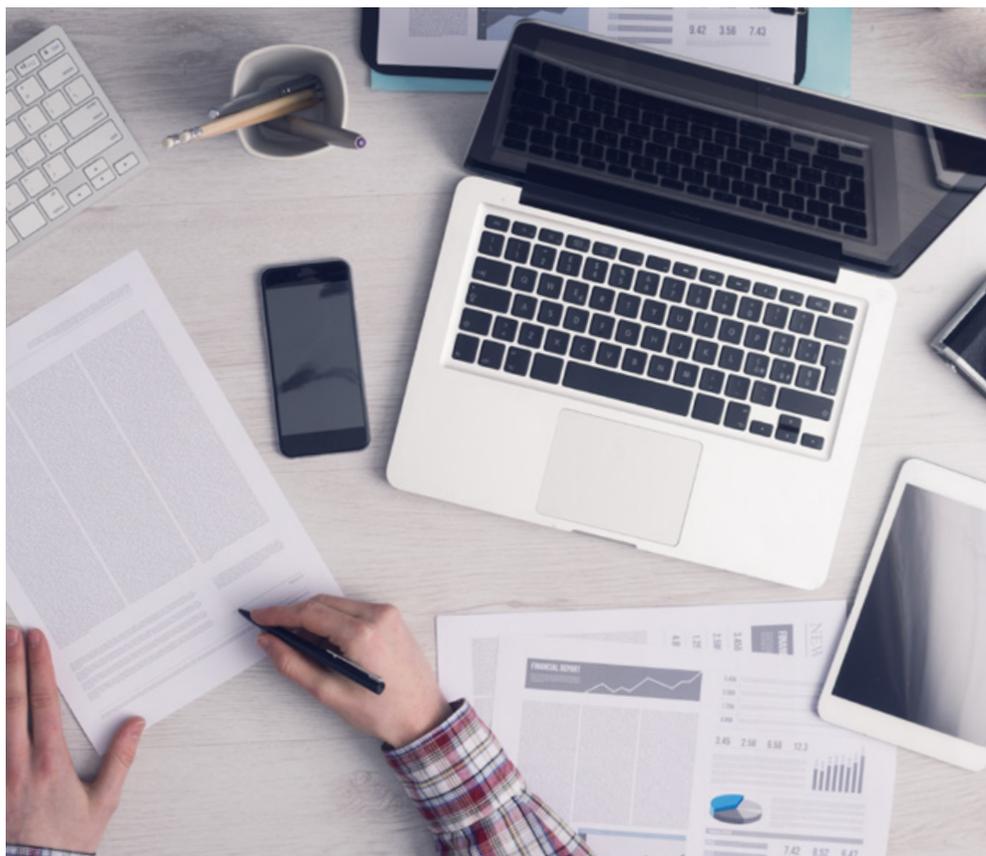
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*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:



#### Materiali di studio

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

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



#### Master class

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

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



#### Stage di competenze manageriali

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



#### Letture complementari

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





#### Casi di Studio

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



#### Riepiloghi interattivi

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

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



#### Testing & Retesting

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



08

# Profilo dei nostri studenti

L'MBA in Digital Business è un programma diretto a professionisti che desiderano aggiornare le loro conoscenze, scoprire nuovi modi di direzione e gestione del business digitale e avanzare nella loro carriera professionale. In particolare è diretto a professionisti e dirigenti con esperienza che desiderano acquisire le competenze in business management necessarie per generare nuove opportunità nell'era digitale.



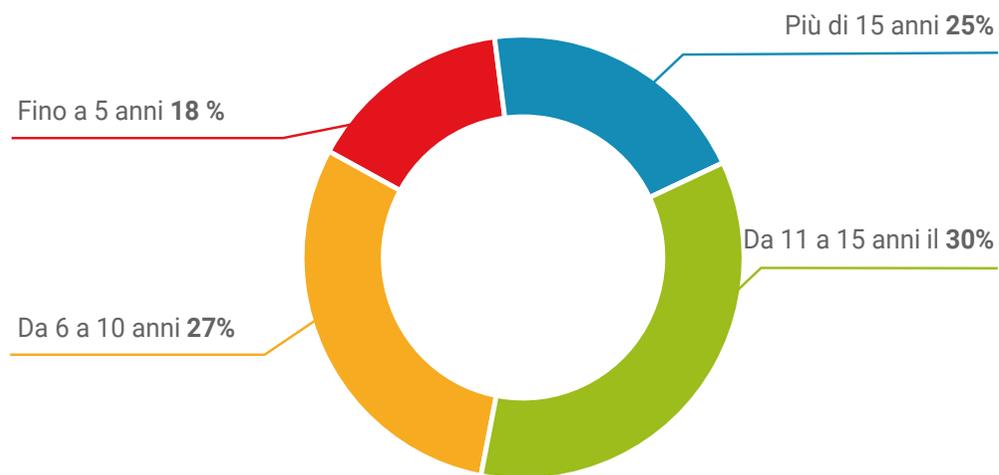
“

*Se desideri ampliare le tue conoscenze nell'area digitale e cerchi un interessante miglioramento nella tua carriera pur continuando a lavorare, questo è il programma che fa per te.*

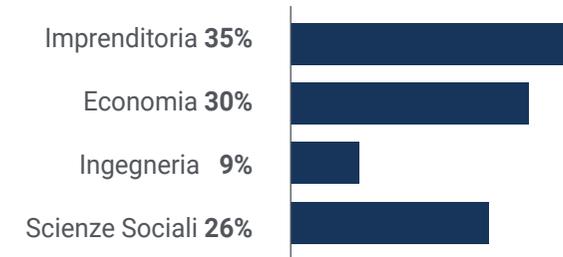
## Età media

Da **35** a **45** anni

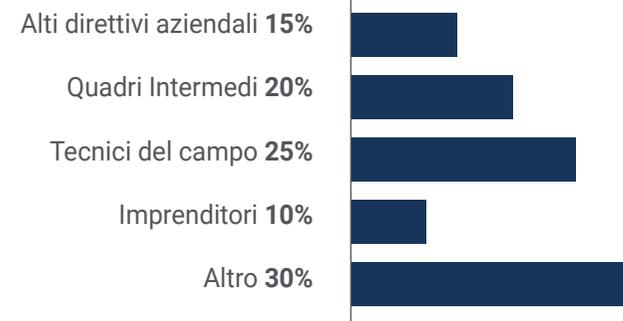
## Anni di esperienza



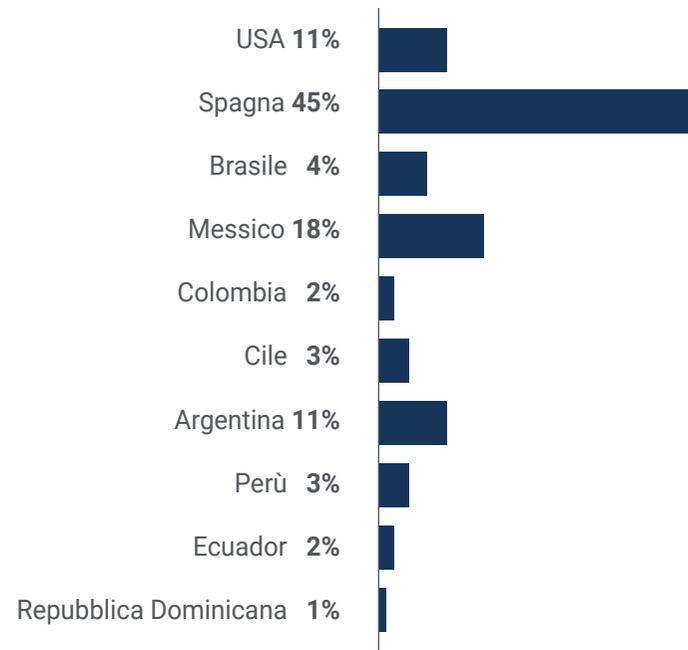
## Educazione



## Profilo accademico



## Distribuzione geografica



## Susana Sánchez

Direttrice e-Business

*"L'MBA in Business digitale ha il grande vantaggio di avere il miglior personale docente del momento, che ha progettato un programma unico nel quale si trovano le informazioni più complete e aggiornate del momento. Senza dubbio, un programma pienamente raccomandato a tutti coloro che desiderano specializzarsi in questo campo".*

09

# Direzione del corso

Questo programma è stato progettato da un team di esperti del settore che, consapevoli della necessità di specializzazione dei professionisti nel campo del business digitale, hanno creato un MBA che sarà essenziale per migliorare competitività dei responsabili del settore. Si tratta, senza dubbio, del miglior personale docente del contesto attuale, con una vasta esperienza sia nell'insegnamento che nel business. Un personale docente unico che aiuterà gli studenti a raggiungere i loro obiettivi accademici.





“

*Un corpo docenti di alto livello che aiutano  
i professionisti alla ricerca d'eccellenza”*

## Direttore Ospite Internazionale

Ben Marder è una figura di spicco nel campo del marketing, riconosciuta a livello internazionale per i suoi profondi contributi alla comprensione del comportamento dei consumatori nell'era digitale. Come tale, ha dimostrato una leadership eccezionale, consolidando la sua reputazione di studioso di calibro ineguagliabile.

Tra i suoi obiettivi di ricerca c'è anche l'esplorazione del comportamento sociale e commerciale dei consumatori nel contesto delle tecnologie digitali, in particolare dei social network. Infatti, il suo prolifico curriculum di pubblicazioni comprende più di 40 articoli accettati da riviste rinomate come il Journal of Retailing, l'European Journal of Marketing e il Journal of Business Research. Inoltre, il suo lavoro pionieristico sul "Chilling Effect" dei social media ha attirato l'attenzione internazionale, con apparizioni su media prestigiosi come il New York Times, Harvard Business Review e la BBC. In questo modo, lo studio ha rivelato come l'uso dei social media influenzi il comportamento nella vita reale, una rivelazione che ha risuonato sia tra gli accademici che tra il pubblico.

Inoltre, al di là dei suoi sforzi di ricerca, si è distinto come coordinatore del programma di Introduzione alla ricerca aziendale, svolgendo un ruolo chiave nel plasmare il panorama educativo. È stato anche Direttore dei Programmi di Ricerca di Marketing, supervisionando i progetti di ricerca e promuovendo il benessere degli studenti e degli accademici di Marketing Research, supervisionando i progetti di ricerca e promuovendo il benessere degli studenti e degli accademici, tutti presso la Edinburgh Business School, Università di Edimburgo.

Infine, il Dott. Ben Marder è stato premiato per le sue presentazioni di ricerca innovative, tra cui l'esplorazione delle conseguenze indesiderate delle tecnologie di marketing. Attraverso il suo lavoro esaustivo, continua a illuminare le complessità del marketing digitale e a lasciare un segno indelebile sia nel mondo accademico che in quello industriale.



## Dott. Marder, Ben

---

- Direttore dei programmi di ricerca di marketing, Università di Edimburgo, Regno Unito
- Coordinatore del programma di introduzione ai programmi di ricerca aziendale presso la Edinburgh Business School, Università di Edimburgo
- Apparizioni sui media in New York Times, Harvard Business Review e BBC
- Pubblicazioni su Journal of Retailing, European Journal of Marketing e Journal of Business Research
- Dottorato in Marketing e Sistemi dell'informazione presso l'Università di Bath
- Master in Marketing presso l'Università di Leicester
- Laurea in Economia finanziaria presso l'Università di Leicester

“

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

## 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 esperienza professionale ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, come **NBCUniversal** e **Comcast**. Il suo percorso le ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vicepresidentessa di Acquisizione di Talento** presso **Mastercard**, 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 attirare 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 media.

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 di acquisizione di talenti alla NBCUniversal, New York, USA
- ♦ Responsabile della Selezione del Personale presso Comcast
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidentessa esecutiva della divisione vendite di Ardor NY Real Estate
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Valerie August & Associates
- ♦ Responsabile dei conti presso BNC
- ♦ Responsabile dei conti presso Vault
- ♦ Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

*TECH dispone di un gruppo distinto e specializzato di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership nelle aziende leader del mercato globale”*

## Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi nel cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come leader e team manager con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di coinvolgimento tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. La sua esperienza in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi informatici dell'azienda negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricate di fornire infrastrutture IT a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come un manager di alto impatto, con capacità notevoli per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



## Dott. Gauthier, Rick

---

- Direttore IT di Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile di programmi senior su Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Senior Director di servizi di ingegneria produttiva presso Microsoft
- Laurea in sicurezza informatica presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in *Commercial Diving* presso Divers Institute of Technology
- Laureato in studi ambientali presso The Evergreen State College

“

*Cogli l'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana"*

## Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un rinomato esperto internazionale con oltre due decenni di esperienza in **Trasformazione Digitale, Marketing, Strategia e Consulenza**. Attraverso questo percorso esteso, ha assunto diversi rischi ed è un costante **sostenitore di innovazione e cambio** nella congiuntura aziendale. Con questa competenza, ha collaborato con CEO e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. In questo modo, aziende come la Shell Energy sono diventate **leader di mercato**, focalizzate sui **clienti** e sul **mondo digitale**.

Le strategie progettate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di **migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti**. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il **CSAT**, l'**impegno dei dipendenti** nelle istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'**indicatore finanziario EBITDA** in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e **guidato team ad alte prestazioni** che hanno anche ricevuto riconoscimenti per il loro **potenziale trasformatore**. Con Shell, in particolare, l'esecutivo ha sempre cercato di superare tre sfide: soddisfare le complesse **richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitale e tecnologico**. I suoi sforzi hanno dimostrato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il manager si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali di Intelligenza Artificiale**, tematica in cui ha una laurea presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT** e **Salesforce**.



## Dott. Arman, Romi

---

- Direttore della trasformazione digitale (CDO) presso la società Energy Shell, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Servizio Clienti alla Shell Energy Corporation
- Gestore nazionale dei conti chiave (OEM e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Senior Management Consultant (Financial Services Industry) per Accenture a Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Laurea in applicazioni aziendali AI per dirigenti della London Business School
- Certificazione professionale in esperienza del cliente CCXP
- Corso di trasformazione digitale esecutiva di IMD

“

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

## Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto professionista nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre il ruolo di **Global Procurement Manager** nella divisione Infrastruttura Tecnica e Data Center di Google, dove ha svolto la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'**integrità dei dati master**, gli **aggiornamenti dati dei fornitori** e la loro **prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing**, **analisi dei media**, **misurazione** e **attribuzione**. Ha ricevuto numerosi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **BIM Leadership Award**, il **Search Leadership Award**, il **Lead Export Generation Award** e il **Best Sales Model Award EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team di 4-14 membri in tre anni e ha guidato il team di vendita per ottenere risultati e collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha anche lavorato come **analista senior** dell'industria ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti per supportare l'analisi. Ha sviluppato e redatto rapporti approfonditi per dimostrare la sua padronanza dell'argomento, compresa la comprensione dei **fattori macroeconomici e politici/normativi** che influenzano adozione e diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, in cui ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dell'account e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo lavoro per superare continuamente le aspettative attraverso la **costruzione di relazioni preziose con i clienti** e **lavorare in modo fluido con persone a tutti i livelli di un'organizzazione**, tra cui stakeholder, gestione, membri del team e 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 prominente nel suo campo.



## Dott. Arens, Manuel

---

- Global Shopping Manager presso Google, Mountain View, Stati Uniti
- Responsabile principale dell'analisi e della tecnologia B2B presso Google, USA
- Direttore delle vendite presso Google, Irlanda
- Senior Industrial Analyst presso Google, Germania
- Account manager su Google, Irlanda
- Accounts Payable a Eaton, Regno Unito
- Supply Chain Manager presso Airbus, Germania

“

*Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale in materia”*

## Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente del Marketing i cui progetti hanno avuto un **impatto significativo** sull'ambiente della Moda. Nel corso della sua carriera di successo ha sviluppato diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

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

Come **Global Brand Manager e Merchandising** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di Marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state centrate nel **settore del commercio al dettaglio**, delle **necessità** e del **comportamento del consumatore**. La Sala è stato anche responsabile di configurare la commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come **team leader** nei dipartimenti di **Design, Comunicazione e Vendite**.

D'altra parte, in aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha intrapreso progetti per promuovere la **struttura**, lo **sviluppo** e la **commercializzazione** di diverse **collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di creare **calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita.

Inoltre, ha avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei principali e più qualificati **leader aziendali** della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con cui è riuscita a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di diverse marche e ridefinire gli indicatori chiave di prestazione (KPI).



## Dott. La Sala, Andrea

---

- Brand Global Director e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- Direttore di merchandising presso Calvin Klein
- Brand Manager presso Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager presso Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato a Fastweb
- Laureato in Business and Economics all'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano a TECH per offrirti un insegnamento di alto livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti ad 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**. Inoltre, questo esperto si distingue per la sua visione di **identificare tecnologie emergenti** che, a lungo termine, raggiungono un impatto permanente nell'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato complessi insiemi, rendendoli accessibili e facilitatori del processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata per molte organizzazioni che scommettevano sulla **raccolta di informazioni** e sulla **generazione di azioni** concrete a partire da queste ultime.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo ancorata al cloud per l'**analisi dei Big Data**. Ha inoltre ricoperto il ruolo di **Direttore di Business Intelligence** presso **Red Bull**, in settori quali **Vendite, Distribuzione, Marketing e Supply Chain Operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API Walmart Luminare per Buyer e Channel Insights.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea in centri prestigiosi come l'**Università di Berkeley, USA**, e l'**Università di Copenaghen, in Danimarca**. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha acquisito competenze all'avanguardia. Così, è diventato un **vero leader della nuova economia mondiale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle sue infinite possibilità.



## Dott. Gram, Mick

- Direttore di *Business Intelligence* e Analisi alla Red Bull di Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* presso Walmart Data Cafe
- Consulente capo di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Capo analista presso Nordea
- Consulente capo di *Business Intelligence* presso SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning al UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive in e-commerce presso l'Università di Copenaghen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenaghen

“

*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 illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **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 media, ricerca, display e media lineari.

La sua leadership è stata cruciale nel guidare **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, al completamento 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 mondo degli affari**. 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 della Warner Bros, Discovery, Burbank, USA
- 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 nell'ambito 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** presso **NASCAR**, con sede in **Florida, USA**. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il Dottor 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 professionistico**.

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, anteriormente, come **Stagista Legale** nella **Federalcalcio degli Stati Uniti**.



## Dott. Nyquist, Eric

---

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- Vicepresidente della Pianificazione Strategica alla NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali alla NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale presso la 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 Carleton College

“

*Grazie a questa qualifica, 100% online, potrai combinare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, grazie ai maggiori esperti internazionali nel campo di tuo interesse. Iscriviti subito!”*

## Direzione



### Dott. Galán, José

- Direttore di E-Marketing presso TECH Global University
- Blogger di "Cosas sobre Marketing Online".
- Direttore di Marketing Aziendale di Medica Panamericana
- Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche conseguita presso l'Università Complutense di Madrid
- Programma Superiore Europeo in Marketing Digitale presso ESIC



# 10

## Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo deve essere la crescita professionale. E con noi, avrai grandi possibilità di ottenerlo. Pertanto, non dovresti perdere l'opportunità che TECH ti offre di specializzarti con il miglior team in questo settore di grande richiesta professionale.



“

*Il nostro obiettivo è quello di portare un cambiamento positivo nella tua carriera e, per questo, ci impegniamo al massimo per aiutarti a raggiungere questo obiettivo"*

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

L'MBA in Digital Business di TECH è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare sfide e decisioni aziendali, sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e confrontarti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

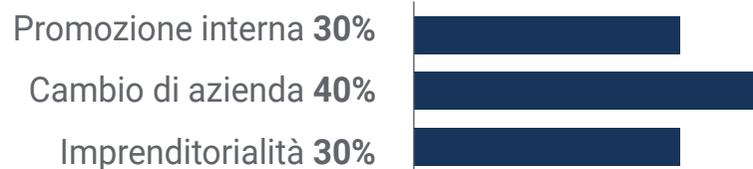
*Ottiene un miglioramento lavorativo in poco tempo dopo la realizzazione di questo programma.*

*Se desideri un cambiamento positivo nella tua professione, l'MBA in Digital Business ti aiuterà a realizzarlo.*

### Momento del cambiamento



### Tipo di cambiamento



## Miglioramento salariale

---

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



11

# Benefici per la tua azienda

L'MBA in Digital Business aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma è un'opportunità unica per acquisire le competenze necessarie per svilupparti nel senior management, ma anche per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.



“

*Dopo aver studiato in TECH sarai in grado di portare in azienda una nuova visione del business con la quale realizzare cambiamenti rilevanti nell'organizzazione"*

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 di MBA in Digital Business 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 Digital Business** 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.

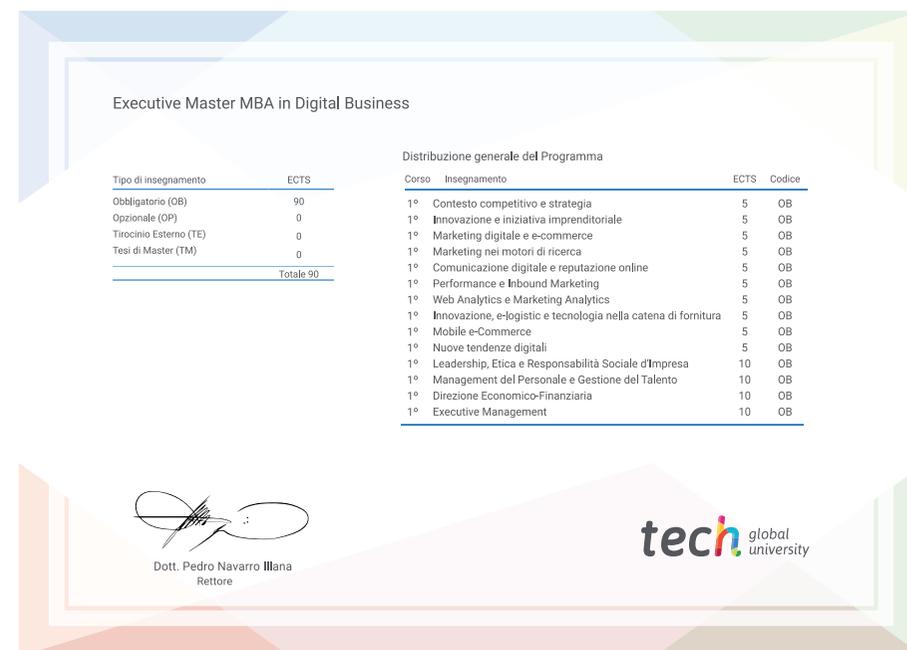
Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Executive Master MBA in Digital Business**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **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 Digital Business

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

# Executive Master MBA in Digital Business



1	Commissions and bonuses	1-Pe
2	Personnel Total	1-Pe
3	14678 Web Research	2-Ma
4	10567 Independent Research	2-Ma
5	96643 Firm Research Fees	2-Ma
6	17695 Market Research Total	3-Comm
7	94015 Promotions	3-Comm
8	75321 Branding	3-Comm
9	95235 Web Advertising	3-Comm
10	32564 Direct Marketing	3-Comm
11	68508 Newspaper Advertising	3-Comm
12	06342 Communication Total	4-Other
13	89063 Travel	4-Other
14	07421 Phone	4-Other
15	93012 Computer/Office Equipment	4-Other
16	24601 Postage	1-Personal
17	35151 Other Total	1-Personal 0
18	10460 Benefits	1-Personal 0
19	35246 Payroll taxes	1-Personal 1
20	76745 Salaries	1-Personal 2
21	76023 Commissions and bonuses	2-Marketing 1
22	23674 Personnel Total	2-Marketing 1
23	14678 Web Research	
24	10567 Independent Research	