



Executive Maste MBA in Industrial Management

» Modalità: online

» Durata: 12 mesi

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 90 ECTS

» Orario: a tua scelta

» Esami: online

» Rivolto a: ingegneri e laureati esperti che vogliono approfondire e aggiornare le loro conoscenze su tutti gli aspetti necessari da tenere in considerazione per la corretta Gestione di un'Impresa Industriale

 ${\tt Accesso\ al\ sito\ web:}\ \textbf{www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-industrial-management}$

Indice

01

Benvenuto

02

Perché studiare in TECH?

03

Perché scegliere il nostro programma?

04

Obiettivi

pag. 4

pag.

pag. 6

pag. 10

pag. 14

05

Competenze

pag. 24

06

Struttura e contenuti

pag. 28

07

Metodologia

pag. 48

80

Profilo dei nostri studenti

pag. 56

)9

Direzione del corso

pag. 60

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 82

11

Benefici per la tua azienda

12

Titolo

01 **Benvenuto**

In un ambiente sempre più globalizzato e con una concorrenza sempre più forte tra aziende di Paesi diversi, è necessario lavorare in modo più efficiente, allineando tutte le risorse per raggiungere gli obiettivi pianificati. Le aziende devono pertanto utilizzare gli strumenti migliori per raggiungere un livello di gestione competitivo ed efficiente, al fine di potersi adattare in ogni momento alle esigenze del mercato. Questo programma accademico MBA in Industrial Management fornisce gli strumenti e le conoscenze necessarie per rimanere al passo coi tempi e poter competere in ottime condizioni, ottenendo i migliori risultati aziendali e il successo lavorativo richiesto dai professionisti del XXI secolo.









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

+200

manager specializzati ogni anno

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.



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"

Perché studiare in TECH? | 09 tech

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



Analisi

In TECH esploriamo il 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.





tech 12 | Perché scegliere il nostro programma?

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



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.



Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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



Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa 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.



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.



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.



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.



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.



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.





tech 16 | Obiettivi

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

L' MBA in Industrial Management ti consentirà di:



proprio team e implementarla con successo e in

linea con la strategia dell'organizzazione



tutte le aree dell'azienda



funzione logistica



Guidare e affrontare i nuovi modelli e le nuove sfide associate allo sviluppo e all'implementazione di Industria 4.0.



Analizzare gli sprechi in azienda, distinguendo il valore di ogni processo e i tipi di spreco che si possono trovare



Approfondire la necessità di trasformazione digitale che le nuove sfide aziendali suggeriscono per affrontare con successo il futuro



Stabilire i principi delle 5S e il modo in cui possono aiutarci a migliorare la produttività, nonché approfondire la loro attuazione in azienda



Approfondire i fondamenti del pensiero Lean e le sue principali differenze rispetto ai processi produttivi tradizionali.



Padroneggiare gli strumenti diagnostici Lean.



Effettuare un'analisi approfondita degli strumenti operativi Lean come SMED, JIDOKA, POKAYOKE, riduzione dei lotti e POUS



Identificare i KPI che possono aiutare a misurare i risultati dell'implementazione del modello Lean



Approfondire i principi del metodo Kaizen per il miglioramento continuo e le diverse metodologie, nonché i principali ostacoli che possiamo trovare per l'implementazione del Kaizen in azienda





Analizzare la roadmap per l'implementazione del Lean in azienda, approfondendo gli aspetti generali dell'implementazione, le diverse fasi e i fattori di successo per l'applicazione del modello in azienda.



Stabilire l'importanza della gestione della qualità in tutte le aree dell'azienda



Identificare i costi della qualità associati alla gestione della qualità e implementare un sistema per monitorarli e migliorarli.



Ricercare nuove tendenze e strategie nella funzione logistica e la loro attuazione in azienda



33

Analizzare i fattori di differenziazione delle catene di fornitura di successo e gli elementi di differenziazione della catena del valore.



Applicare i principi della filosofia Lean alla gestione della supply chain e alla funzione logistica.



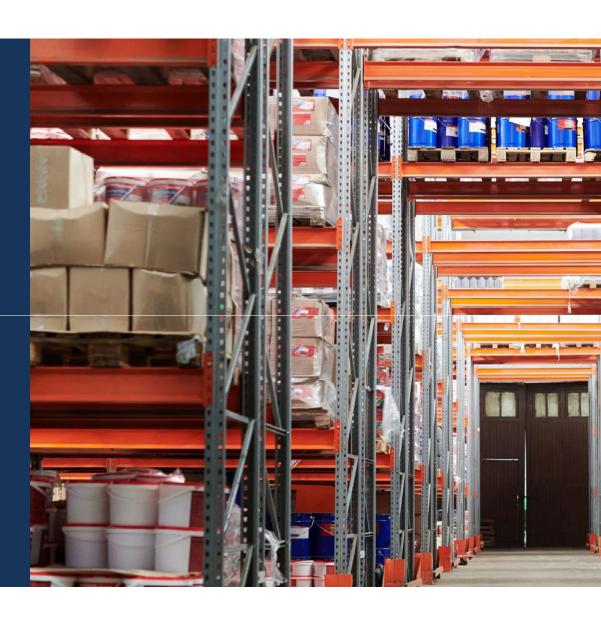
Approfondire la logistica delle pandemie, i diversi scenari e analizzare i punti critici della catena di approvvigionamento nello scenario attuale, nonché i tipi di catene di approvvigionamento per la distribuzione di componenti essenziali come i vaccini.

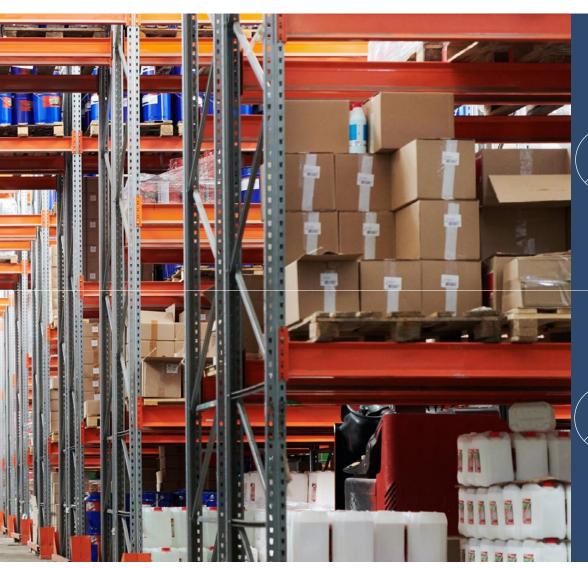


Approfondire le nozioni del modello EFQM, nella sua nuova edizione, per poterlo sviluppare in azienda se si vuole fare un passo avanti verso l'eccellenza



Applicare i principali strumenti di qualità che possono essere utilizzati nella gestione e nel miglioramento della qualità dei prodotti e dei processi





37

Stabilire l'importanza del miglioramento continuo e l'uso delle due metodologie principali: il ciclo PDCA con l'applicazione all'implementazione del Lean Manufacturing e del Six-Sigma

38

Approfondire cos'è la qualità presso i fornitori e come gestirla, i diversi tipi di Audit e come eseguirli, gli aspetti relativi agli Studi e al Laboratorio







Gestire in modo efficiente tutti gli aspetti legati alla gestione industriale per poter competere adeguatamente sia nel presente che in un futuro ricco di sfide, opportunità e cambiamenti



Gestire i progetti presentati con metodologie convenzionali e agili



Applicare le principali chiavi strategiche per essere in grado di competere meglio nei tempi attuali e futuri



Gestire adeguatamente le risorse umane in modo che possano offrire all'azienda tutto il potenziale richiesto e fornire il massimo valore possibile



Padroneggiare gli strumenti per raggiungere l'eccellenza, definire la strategia aziendale e il suo dispiegamento in tutta l'organizzazione, la gestione mediante processi e la tipologia strutturale da utilizzare per adattarsi meglio ai cambiamenti, nonché gli aspetti da tenere in considerazione sulla sostenibilità, la gestione dei clienti, l'internazionalizzazione dell'azienda e la gestione del cambiamento, sempre più costante



Interpretare i dati economici e finanziari dell'azienda, sapendo utilizzare e sviluppare gli strumenti necessari per una migliore gestione di tutti gli aspetti legati alle finanze aziendali



Gestire meglio tutti i passaggi e le fasi necessarie alla progettazione e allo sviluppo di nuovi prodotti



Applicare la filosofia di lavoro *Lean Manufacturing* con l'obiettivo di ridurre gli sprechi per ottimizzare le risorse e dare all'azienda la necessaria flessibilità e risposta alle richieste del mercato



Eseguire la pianificazione e il controllo della produzione per ottimizzare le risorse e adattarsi al meglio alla domanda



Sviluppare una migliore gestione dell'intera catena di fornitura e migliorare il flusso dei materiali dai fornitori alla consegna dei prodotti al cliente



Gestire la qualità in tutta l'organizzazione e applicare gli strumenti più importanti per il miglioramento continuo di prodotti e processi



Utilizzare e sviluppare le ultime tendenze della digitalizzazione e dell'Industria 4.0 per essere meglio preparati a competere in mercati nuovi e in rapida evoluzione





tech 30 | Struttura e contenuti

Piano di studi

Il panorama attuale, globalizzato e competitivo, ha costretto le aziende a creare ambienti di lavoro altamente efficienti che consentano loro di raggiungere i propri obiettivi. Per fare ciò, le aziende devono utilizzare gli strumenti migliori per raggiungere un livello di gestione competitivo ed efficiente, per potersi adattare in ogni momento alle esigenze del mercato. Questo Executive Master fornisce gli strumenti e le conoscenze necessarie per favorire l'adattamento a tale contesto ed essere in grado di competere nelle migliori condizioni.

Data la necessità di adattarsi costantemente ai cambiamenti che si verificano nell'ambiente, che possono essere di ogni tipo, è necessario che un'azienda agisca come un sistema adattabile. Per questo motivo, è fondamentale che tutti i professionisti, anche se responsabili di una sola area dell'azienda, siano consapevoli dell'impatto sulle altre aree e, soprattutto, sul cliente finale. In altre parole, devono avere una conoscenza trasversale.

Di conseguenza, questo Executive Master approfondisce tutti gli aspetti legati alla gestione industriale e fornisce una migliore visione d'insieme per prendere decisioni migliori. A tal fine, il programma si affida a rinomati professionisti, con conoscenze approfondite e una vasta esperienza, per dare grande valore agli insegnamenti impartiti.

I suoi contenuti combinano aspetti teorici e un approccio eminentemente pratico che fornisce agli studenti una profonda conoscenza della realtà dell'azienda industriale. In questo modo, fornirà agli studenti la capacità e gli strumenti necessari per gestire in modo efficiente tutti gli aspetti legati alla gestione industriale, al fine di poter competere adeguatamente sia nel presente che in un futuro ricco di sfide, opportunità e cambiamenti.

La conoscenza reale di ciascuno dei docenti nel proprio campo di gestione dell'industria fa sì che i contenuti impartiti siano di alta qualità, in quanto legati al lavoro quotidiano della professione e con una visione di adattamento al futuro. I contenuti sono appositamente studiati per adattare le conoscenze alla realtà della professione e fornire gli strumenti che tutti i professionisti dovrebbero padroneggiare per affrontare adeguatamente i continui cambiamenti.

Questo programma fornirà così ai professionisti un aggiornamento delle conoscenze che li porrà al passo con gli ultimi sviluppi in ciascuna delle aree di conoscenza.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in 15 moduli:

Modulo 1	Chiavi strategiche per migliorare la competitività
Modulo 2	Gestione dei progetti
Modulo 3	Leadership e gestione del personale
Modulo 4	Finanza aziendale. Un approccio economico-finanziario
Modulo 5	Disegno e sviluppo del prodotto
Modulo 6	Pianificazione e controllo della produzione
Modulo 7	Lean Manufacturing
Modulo 8	Gestione della qualità
Modulo 9	La funzione logistica, chiave per competere
Modulo 10	Industria 4.0 e business intelligence. L'azienda digitalizzata
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	Management Direttivo



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo programma completamente online. Durante i 12 mesi di specializzazione, potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento. Questo ti consentirà di autogestire il tuo tempo di studio.

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

tech 32 | Struttura e contenuti

Internazionalizzazione

1.9.4. Attuazione del Piano di
Internazionalizzazione

1.9.5. Strumenti di assistenza all'esportazione

Modulo 1. Chiavi strategiche per migliorare la competitività 1.1. L'eccellenza nel business di oggi 1.2. Disegno della strategia aziendale 1.3. Distribuzione della strategia. 1.4. Gestione per processi 1.1.1. Adattamento agli ambienti VUCA 1.2.1. Processo generale di definizione della Scheda di valutazione completa 1.4.1. Descrizione del processo 1.1.2. Soddisfazione delle parti interessate strategia 1.4.2. Tipi di processi. Processi principali 1.3.1. Missione, visione, valori e principi d'azione 1.2.2. Definizione della situazione attuale. Modelli di 1.4.3. Definizione delle priorità dei processi (Stakeholders) 1.3.2. La necessità di un Scheda di valutazione 1.1.3. World Class Manufacturing 1.4.4. Rappresentazione del processo posizionamento completa (SVC) 1.1.4. Misura dell'Eccellenza: Net Promoter Score 1.2.3. Possibili mosse strategiche 1.4.5. Misurare i processi per migliorarli 1.3.3. Prospettive da utilizzare nella SVC 1.2.4. Modelli strategici di azione 1.4.6. Mappa dei processi 1.3.4. Mappa Strategica 1.2.5. Strategie funzionali e organizzative 1.4.7. Ingegneria dei processi 1.3.5. Fase di implementazione di una buona SVC 1.2.6. Analisi del contesto e organizzazione. Analisi 1.3.6. La mappa generale di una SVC SWOT per il processo decisionale 1.5. Tipologie strutturali. Organizzazioni 1.7. Responsabilità Sociale d'Impresa e 1.6. Progettazione di modelli di 1.8. Customer Management 1.8.1. La necessità di gestire le relazioni con i clienti agili. ERR business Sostenibilità 1.8.2. Elementi del Customer Management 1.5.1. Tipologie strutturali 1.7.1. Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR): ISO 1.6.1. Modello Canvas per la progettazione del 1.8.3. La tecnologia e il Customer Management. I 1.5.2. L'impresa vista come sistema adattivo modello di business 26000 CRM 1.5.3. L'impresa orizzontale 1.6.2. Metodologia *Lean Startup* nella creazione di 1.7.2. Obiettivi di sviluppo sostenibile SDGs 1.5.4. Caratteristiche e fattori chiave delle nuove imprese e prodotti 1.7.3. Agenda 2030 organizzazioni agili (EER) 1.6.3. Strategia del Blue Ocean 1.5.5. Organizzazioni del futuro: l'organizzazione 1.9. Gestione in un ambiente 1.10. Gestione del cambiamento internazionale 1.10.1. La dinamica del cambiamento nelle aziende 1.10.2. Ostacoli al cambiamento 1.9.1. L'importanza dell'Internazionalizzazione 1.10.3. Fattori di adattamento al cambiamento 1.9.2. Diagnosi del potenziale di esportazione 1.10.4. La metodologia di Kotter per la gestione del 1.9.3. Elaborazione del Piano di cambiamento

Mod	Modulo 2. Gestione dei progetti							
2.1. 2.1.1. 2.1.2. 2.1.3.	1 9	2.2.1. 2.2.2. 2.2.3.	Gestione del campo di applicazione del progetto Analisi dell'ambito Pianificazione dell'ambito del progetto Controllo dell'ambito del progetto	2.3. 2.3.1. 2.3.2. 2.3.3.	Gestione del calendario del progetto. <i>Project Schedule</i>	2.4.1. 2.4.2. 2.4.3. 2.4.4.	Selezione finanziaria dei progetti Pianificazione dei costi del progetto	
2.5.1. 2.5.2. 2.5.3.	Risorse del progetto	2.6.1. 2.6.2. 2.6.3.	Gli stakeholder del progetto e le loro comunicazioni L'importanza degli stakeholders Gestione delle parti interessate al progetto Comunicazioni del progetto	2.7. 2.7.1. 2.7.2. 2.7.3.	rischio	2.8.1. 2.8.2. 2.8.3. 2.8.4.	progetti Piano di gestione del progetto Processi di implementazione e controllo	
2.9. 2.9.1. 2.9.2. 2.9.3. 2.9.4.	Team Scrum Eventi Scrum	2.10.1 2.10.2	Metodologie agili II: Kanban . Principi di Kanban . Kanban e Scrumban . Certificazioni					

tech 34 | Struttura e contenuti

3.9.2. Matrice a 9 caselle

efficaci con i talenti

3.9.3. Azioni strategiche per ottenere risultati

Modulo 3. Leadership e gestione del personale 3.1. Il ruolo del Leader 3.2. Motivazione dei team 3.3. Comunicazione e risoluzione di 3.4. L'intelligenza emotiva nella gestione 3.1.1. La leadership nella gestione del personale Esigenze e aspettative conflitti del personale 3.1.2. Tipi di stile decisionale nella gestione delle 3.2.2. Riconoscimento efficace 3.3.1. Comunicazione intelligente 3.4.1. Emozioni, sentimenti e stati d'animo persone 3.2.3. Come migliorare la coesione del team 3.3.2. Gestione costruttiva dei conflitti 3.4.2. L'intelligenza emotiva 3.1.3. Il Coach leader 3.3.3. Strategie di risoluzione dei conflitti 3.4.3. Modello delle capacità (Mayer e Salovey): 3.1.4. Team autogestiti e empowerment identificare, utilizzare, comprendere e gestire 3.4.4. L'intelligenza emotiva e la selezione del personale 3.5. Indicazioni nella gestione del 3.6. Valutazione delle prestazioni 3.7. Piano di formazione 3.8. Identificazione di potenziali personale 3.6.1. Componenti e ciclo di valutazione della 3.7.1. Principi fondamentali 3.8.1. Il potenziale 3.7.2. Identificazione dei bisogni formativi 3.8.2. Le soft skills come elemento chiave ad alto prestazione 3.5.1. Produttività 3.6.2. Valutazioni a 360° 3.7.3. Piano educativo potenziale 3.5.2. Rotazione del personale 3.6.3. La gestione delle prestazioni: un processo e 3.7.4. Indicatori di formazione e sviluppo 3.8.3. Metodologie per identificare il potenziale: 3.5.3. Tasso di ritenzione dei talenti valutazione dell'agilità di apprendimento 3.5.4. Indice di soddisfazione del personale 3.6.4. Gestione mediante obiettivi (Lominger) e fattori di crescita 3.5.5. Tempo medio dei posti di lavoro vacanti 3.6.5. Funzionamento del processo di valutazione 3.5.6. Tempo medio di preparazione delle prestazioni 3.5.7. Tempo medio di raggiungimento degli obiettivi 3.5.8. Livelli di assenteismo 3.5.9. Tasso di infortuni sul lavoro 3.10. Strategia di sviluppo dei talenti e 3.9. La mappa dei talenti 3.9.1. Matrice George Odiorne-4 Caselle ROI

3.10.1. Modello di apprendimento delle soft skills

3.10.2. Percorsi di carriera e di successione

3.10.3. ROI del talento

4.1. 4.1.1. 4.1.2. 4.1.3.	L'azienda nel nostro ambiente Costi di produzione Aziende in mercati competitivi Concorrenza monopolistica	4.2. 4.2.1. 4.2.2. 4.2.3.		4.3.4.3.1.4.3.2.4.3.3.	Economico	4.4. 4.4.1. 4.4.2. 4.4.3. 4.4.4.	cassa. Misure correttive
4.5. 4.5.1. 4.5.2. 4.5.3.	Fonti di finanziamento a breve e lungo termine Finanziamenti a breve termine, strumenti Finanziamenti a lungo termine, strumenti Tassi di interesse e loro struttura	4.6. 4.6.1. 4.6.2. 4.6.3.	Interazione tra impresa e banca Il sistema finanziario e l'attività bancaria Prodotti bancari per le imprese La società analizzata dalla banca	4.7. 4.7.1. 4.7.2. 4.7.3. 4.7.4.	Contabilità analitica o dei costi Tipi di costi. Decisioni basate sui costi Il Full Costing Il Direct Costing Modello di costi in base ai centri e alle attività	4.8. 4.8.1. 4.8.2. 4.8.3.	9
4.9. 4.9.1. 4.9.2. 4.9.3.	Contabilità delle Società Ampliamento e riduzione di capitale Scioglimento, liquidazione e trasformazione di società Aggregazioni di imprese: fusioni e acquisizioni	4.10.2 4.10.3 4.10.3	Finanziamento del commercio estero . Mercati esteri: la decisione di esportare 2. Mercato valutario 3. Metodi di pagamento e riscossione internazionali 4. Trasporto, incoterms e assicurazione				

tech 36 | Struttura e contenuti

5.9.2. Analisi della variabilità, miglioramento

5.9.3. Lezioni apprese e pratiche comprovate

5.9.4. Il processo di cambiamento

5.10.2. Innovazione

5.10.3. Trasferimento tecnologico

Modulo 5. Progettazione e sviluppo del prodotto 5.1. QFD nella progettazione e nello 5.2. Design Thinking (Pensiero 5.4. Programma. Pianificazione e 5.3. Ingegneria concorrente sviluppo del prodotto (Quality definizione Progettuale) 5.3.1. Fondamenti di ingegneria concorrente 5.3.2. Metodologie di ingegneria concorrente Function Deployment) 5.2.1. Design, esigenze, tecnologia e strategia 5.4.1. Requisiti Gestione della qualità 5.3.3. Strumenti utilizzati 5.4.2. Fasi di sviluppo. Gestione del tempo 5.2.2. Fasi del Processo 5.1.1. Dalla voce del cliente ai requisiti tecnici 5.2.3. Tecniche e strumenti utilizzati 5.4.3. Materiali, fattibilità, processi. Gestione dei 5.1.2. La Casa della Qualità / Fasi dello sviluppo della qualità 5.4.4. Team di progetto. Gestione della risorse umane 5.1.3. Vantaggi e limiti 5.4.5. Informazioni. Gestione della comunicazione 5.4.6. Analisi dei rischi. Gestione del rischio 5.5. Prodotto. Progettazione (CAD) e 5.7. Processo di produzione. 5.8. Prodotto e processo. La loro Prototipi. Il loro sviluppo 5.6.1. Prototipazione rapida sviluppo Progettazione e sviluppo validazione 5.6.2. Piano di controllo 5.5.1. Gestione delle informazioni /PLM / Ciclo di 5.7.1. Modalità ed effetti dei problemi di processo 5.8.1. Valutazione dei sistemi di misurazione 5.6.3. Progetto di esperimenti vita del prodotto 5.7.2. Progettazione e costruzione di utensili di 5.8.2. Test di convalida 5.6.4. Analisi dei sistemi di misura 5.5.2. Modalità ed effetti dei difetti del prodotto produzione 5.8.3. Controllo statistico dei processi (SPC) 5.5.3. Costruzione CAD. Revisioni 5.7.3. Progettazione e costruzione di dispositivi di 5.8.4. Certificazione del prodotto 5.5.4. Disegni del prodotto e della produzione controllo (calibri) 5.5.5. Verifica della progettazione 5.7.4. Fase di regolazione 5.7.5. Avvio della produzione 5.7.6. Valutazione iniziale del processo 5.9. Gestione del cambiamento. Azioni 5.10. Innovazione e trasferimento di miglioramento e correttive tecnologico 5.9.1. Tipo di cambiamento 5.10.1. Proprietà intellettuale

Modulo 6. Pianificazione e controllo della produzione							
6.1.1.6.1.2.6.1.3.6.1.4.6.1.5.6.1.6.	Definizione di <i>Takt-Time</i> Pianificazione dei materiali-MRP-Scorte minime Piano del personale	6.2. 6.2.1. 6.2.2. 6.2.3. 6.2.4.	Piano di produzione (PDP) Fattori da tenere presente Pianificazione push Pianificazione pull Sistemi misti	6.3. 6.3.1. 6.3.2. 6.3.3.	Kanban Tipi di Kanban Usi di Kanban Pianificazione autonoma: 2 Bin Kanban	6.4. 6.4.1. 6.4.2. 6.4.3.	9
6.5. 6.5.1. 6.5.2. 6.5.3. 6.5.4.		6.6.1. 6.6.2. 6.6.3. 6.6.4. 6.6.5.	Manutenzione Produttiva Totale (TPM) Manutenzione correttiva Manutenzione autonoma Manutenzione preventiva Manutenzione predittiva Indicatori di efficienza della manutenzione MTBF-MTTR	6.7. 6.7.1. 6.7.2. 6.7.3. 6.7.4. 6.7.5.	Disposizione dello stabilimento Fattori di condizionamento Produzione in linea Produzione in celle di lavoro Applicazioni Metodologia SLP	6.8. 6.8.1. 6.8.2. 6.8.3.	Just-In-Time (JIT) Descrizione e origini del JIT Obiettivi Applicazioni del JIT. Sequenza di prodotti
6.9. 6.9.1. 6.9.2. 6.9.3.	Le 5 fasi della TOC e la loro applicazione	6.10.2	Quick Response Manufacturing (QRM) . Descrizione . Punti chiave per la strutturazione . Attuazione del QRM				

tech 38 | Struttura e contenuti

Modulo 7. Lean manufacturing

7.1. Il pensiero LEAN

- 7.1.1. Struttura del sistema LEAN
- 7.1.2. Principi LEAN
- 7.1.3. Lean nei processi produttivi tradizionali

7.2. Gli sprechi nell'azienda

- 7.2.1. Valore vs. Spreco negli ambienti LEAN
 - 2.2. Tipi di sprechi (MUDAS)
- 7.2.3. Il processo di pensiero LEAN

7.3. LE 5 S

- 7.3.1. I principi delle 5S e il modo in cui possono aiutarci a migliorare la produttività
- 7.3.2. Le 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu e Shitsuke
- 7.3.3. Implementazione delle 5S nell'azienda

7.4. Strumenti diagnostici LEAN. VSM. Mappe dei flussi di valore

- 7.4.1. Attività che apportano valore aggiunto (VA), attività necessarie (NNVA) e attività che non apportano valore aggiunto (NVA)
- 7.4.2. 17 strumenti del *Value Stream mapping* (Mappa del flusso di valore)
- 7.4.3. Mappatura delle attività di processo
- 7.4.4. Mappatura della risposta della Supply chain
- 7.4.5. L'imbuto della varietà produttiva
- 7.4.6. Mappatura del filtro di qualità
- 7.4.7. Mappatura dell'amplificazione della domanda
- 7.4.8. Analisi del punto di decisione
- 7.4.9. Mappatura della struttura fisica

7.5. Strumenti LEAN operativi

- 7.5.1. SMED
- 7.5.2. JIDOKA
- 7.5.3. POKAYOKE
- 7.5.4. Riduzione dei lotti
- 7.5.5. POUS

7.6. Strumenti LEAN per il monitoraggio, la pianificazione e il controllo della produzione

- 7.6.1. Gestione visiva
- 7.6.2. Standardizzazione
- 7.6.3. Livellamento della produzione (Heijunka)
- 7.6.4. Produzione in celle

7.7. Il metodo Kaizen per il miglioramento continuo

- 7.7.1. Principi del Kaizen
- 7.7.2. Metodologie Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
- 7.7.3. Strumenti di problem-solving. A3 report
- 7.7.4. Principali ostacoli all'implementazione di Kaizen

7.8. Tabella di marcia per l'implementazione di LEAN

- 7.8.1. Aspetti generali dell'implementazione
- 7.8.2. Fasi di attuazione
- 7.8.3. Le tecnologie informatiche nell'implementazione LEAN
- 7.8.4. Fattori di successo nell'implementazione LEAN

7.9. KPI per la misurazione dei risultati LEAN

- 7.9.1. OEE-efficienza complessiva delle apparecchiature
- 7.9.2. TEEP-Prestazioni totali efficaci dell'apparecchiatura
- 7.9.3. FTT-Qualità del primo tempo
- 7.9.4. DTD-Tempo Dock to Dock
- 7.9.5. OTD Consegna in tempo
- 7.9.6. BTS-Fabbricazione secondo i piani
- 7.9.7. ITO-Tasso di rotazione dell'inventario
- 7.9.8. RVA-Rapporto Valore Aggiunto
- 7.9.9. PPM-Pezzi per milione di difetti
- 07.9.10. FR-Tasso di consegna
- 07.9.11. IFA-Tasso di frequenza degli incidenti

7.10. La dimensione umana di LEAN. Sistemi di coinvolgimento del personale

- 7.10.1. Il team del progetto LEAN. Applicazioni del lavoro in team
- 7.10.2. Polivalenza degli operai
- 7.10.3. Gruppi di miglioramento
- 7.10.4. Programmi di suggerimento

Modulo 8. Gestione della qualità 8.2. Sistema di gestione della qualità 8.3. Sistemi di gestione integrati 8.4. Eccellenza gestionale: il modello 8.1. La qualità totale Sistemi di gestione ambientale: ISO 14000 8.1.1. Gestione della qualità totale ISO 9001:15 **EFQM** 8.1.2. Cliente esterno e cliente interno 8.3.2. Sistema di gestione dei rischi professionali: 8.2.1. I 7 principi della gestione della qualità nella 8.4.1. Principi e fondamenti del modello EFQM ISO 45001 8.1.3. Costi di qualità norma ISO 9001:15 8.4.2. I nuovi criteri del modello EFQM 8.1.4. Il miglioramento continuo e la filosofia di 8.3.3. Integrazione dei sistemi di gestione 8.2.2. L'approccio ai processi 8.4.3. Strumento diagnostico EFQM: matrici REDER Demina 8.2.3. Requisiti della norma ISO 9001:15 8.2.4. Fasi e raccomandazioni per l'attuazione 8.2.5. Distribuzione degli obiettivi in un modello di tipo Hoshin-Kanri 8.2.6. Audit di certificazione 8.5. Strumenti di qualità 8.6. Strumenti avanzati e strumenti di 8.7. Metodologia di miglioramento 8.8. Metodologia di miglioramento 8.5.1. Strumenti di base risoluzione dei problemi continuo I: PDCA continuo II: Six-Sigma 8.5.2. SPC Controllo statistico dei processi 8.7.1. Il ciclo PDCA e le sue fasi 8.6.1. FMEA 8.8.1. Descrizione del Six-Sigma 8.5.3. Piano di controllo e linee guida di controllo 8.7.2. Applicazione del ciclo PDCA allo sviluppo del 8.6.2. Rapporto 8D 8.8.2. Principi del Six-Sigma per la gestione della qualità del prodotto Lean Manufacturing 8.6.3. | 5 perché? 8.8.3. Selezione del progetto Six-Sigma 8.7.3. Le chiavi del successo dei progetti PDCA 8.8.4. Le fasi di un progetto Six-Sigma. Metodologia 8.6.4. Le 5 W + 2H 8.6.5. Benchmarking DMAIC 8.8.5. Ruoli nel Six-Sigma 8.8.6. Six-Sigma e Lean Manufacturing 8.9. Qualità dei fornitori. Audit. Test e 8.10. Aspetti organizzativi della gestione laboratorio della qualità 8.9.1. Qualità della ricezione. Qualità concordata 8.10.1. Il ruolo del management nella gestione della 8.9.2. Audit interni del sistema di gestione 8.9.3. Audit di prodotto e di processo 8.10.2. Organizzazione dell'area qualità e rapporto

con le altre aree

8.10.3. I circoli di qualità

8.9.4. Fasi per realizzare audit

8.9.6. Test, laboratorio e metrologia

8.9.5. Profilo del revisore

tech 40 | Struttura e contenuti

Modulo 9. La funzione logistica, chiave per competere

9.1. La funzione logistica e la catena di approvvigionamento

- 9.1.1. La logistica è la chiave del successo di un'azienda
- 9.1.2. Sfide della logistica
- 9.1.3. Attività logistiche chiave. Come ottenere valore dalla funzione logistica
- 9.1.4. Tipi di catene di approvvigionamento
- 9.1.5. Gestione della catena di approvvigionamento
- 9.1.6. Costi della funzione logistica

9.2. Strategie di ottimizzazione nella logistica

- 9.2.1. Strategia di cross-docking
- 9.2.2. Applicazione della metodologia agile alla gestione della logistica
- 9.2.3. Outsourcing dei processi logistici
- 9.2.4. *Picking* o preparazione efficiente degli ordini

9.3. LEAN logistics

- 9.3.1. *LEAN logistics* nella gestione della catena di approvvigionamento
- 9.3.2. Analisi degli sprechi nella catena logistica
- 9.3.3. Applicazione di un sistema lean nella gestione della catena logistica

9.4. Gestione e automazione del magazzino

- 9.4.1. Il ruolo dei magazzini
- 9.4.2. La gestione di un magazzino
- 9.4.3. Gestione dello stock
- 9.4.4. Tipi di magazzini
- 9.4.5. Unità di carico
- 9.4.6. Organizzazione di un magazzino
- 9.4.7. Elementi di stoccaggio e movimentazione

9.5. La gestione dell'approvvigionamento

- 9.5.1. Il ruolo della distribuzione come parte essenziale della logistica. Logistica interna vs. Logistica esterna
- 9.5.2. Il rapporto tradizionale con i fornitori
- 9.5.3. Il nuovo paradigma delle relazioni con i fornitori
- 9.5.4. Come classificare e selezionare i propri fornitori?
- 9.5.5. Come sviluppare una gestione efficace degli acquisti?

9.6. Sistemi informativi e controllo logistico

- 9.6.1. Requisiti di un sistema informativo e di controllo della logistica
- 9.6.2. 2 tipi di sistemi di informazione e controllo logistico
- 9.6.3. Applicazioni dei *Big Data* nella gestione della logistica
- 9.6.4. La rilevanza dei dati per la gestione logistica
- La balanced scorecard applicata alla logistica. Principali indicatori di gestione e controllo

9.7. La logistica inversa

- 9.7.1. Le chiavi della logistica inversa
- 9.7.2. I flussi della logistica inversa vs. diretta
- 9.7.3. Operazioni nell'ambito della logistica inversa
- 9.7.4. Come implementare un canale di distribuzione inverso?
- 9.7.5. Alternative finali per i prodotti a canale inverso
- 9.7.6. Costi della logistica inversa

9.8. Nuove strategie logistiche

- 9.8.1. Intelligenza artificiale e robotizzazione
- 9.8.2. Logistica verde e sostenibilità
- 9.8.3. Internet of Things applicato alla logistica
- 9.8.4. Il magazzino digitalizzato
- 9.8.5. E-business e nuovi modelli di distribuzione
- 9.8.6. L'importanza della logistica dell'ultimo miglio

9.9. *Benchmarking*delle catene di distribuzione

- 9.9.1. Punti in comune delle catene del valore di successo
- 9.9.2. Analisi della catena di valore del gruppo Inditex
- 9.9.3. Analisi della catena di valore di Amazon

9.10. La logistica della pandemia

- 9.10.1. Scenario generale
- 9.10.2. Punti critici della catena di approvvigionamento in uno scenario pandemico
- 9.10.3. Implicazioni dei requisiti della catena del freddo per la creazione della catena di approvvigionamento dei vaccini
- 9.10.4. Tipi di catene di fornitura per la distribuzione dei vaccini

Modulo 10. Industria 4.0 e business intelligence. L'azienda digitalizzata					
 10.1. Automazione e robotica industriale 10.1.1. Fasi dell'automazione di processo 10.1.2. Hardware industriale per l'automazione e la robotica 10.1.3. Il ciclo di lavoro e la sua programmazione software 	 10.2. Automazione dei processi: RPA 10.2.1. Processi amministrativi che possono essere automatizzati 10.2.2. Struttura del software 10.2.3. Esempi di applicazione 	 10.3. Sistemi MES, SCADA, CMMS, WMS, MRPII 10.3.1. Controllo della produzione con sistemi MES 10.3.2. Ingegneria e manutenzione: SCADA E CMMS 10.3.3. Approvvigionamento e logistica: WMS E MPRII 	10.4. Software di <i>Business Intelligence</i> 10.4.1. Fondamenti di BI 10.4.2. Struttura del software 10.4.3. Possibilità della sua applicazione		
10.5. Software ERP 10.5.1. Descrizione dell'ERP 10.5.2. Ambito di utilizzo 10.5.3. I principali ERP presenti sul mercato	10.6. IoT e Business Intelligence 10.6.1. IoT: il mondo connesso 10.6.2. Fonti di dati 10.6.3. Pieno controllo grazie a IoT + BI 10.6.4. Blockchain	 10.7. I principali Software BI presenti sul mercato 10.7.1. Power Bi 10.7.2. Qlik 10.7.3. Tableau 	10.8. Microsoft Power Bi 10.8.1. Caratteristiche 10.8.2. Esempi di applicazione 10.8.3. Il futuro di Power Bi		
 10.9. Machine learning, intelligenza artificiale, ottimizzazione e previsione nell'impresa 10.9.1. Machine Learning e intelligenza artificiale 10.9.2. Ottimizzazione di processi 10.9.3. L'importanza del forecasting basato sui dati 	 10.10. Big Data applicati all'ambiente aziendale 10.10.1. Applicazioni in ambiente di produzione 10.10.2. Applicazioni a livello di gestione strategica 10.10.3. Applicazioni di marketing e vendita 				

tech 42 | Struttura e contenuti

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				

tech 44 | Struttura e contenuti

problemi

Modulo 13. Direzione Economico-Finanziaria 13.1. Contesto Economico 13.2. Contabilità Direttiva 13.3. Sistemi informativi e Business 13.4. Budget e Controllo di Gestione 13.1.1. Ambiente macroeconomico e sistema 13.2.1. Concetti di base 13.4.1. Il modello di budget Intelligence finanziario nazionale 13.2.2. L'Attivo dell'azienda 13.4.2. Bilancio di Capitale 13.3.1. Concetto e classificazione 13.1.2. Istituti finanziari 13.2.3. Il Passivo dell'azienda 13.4.3. Il bilancio operativo 13.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi 13.1.3. Mercati finanziari 13.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda 13.4.5. Bilancio del Tesoro 13.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti 13.1.4. Attivi finanziari 13.2.5. Il conto economico 13.4.6. Monitoraggio del budget 13.1.5. Altre entità del settore finanziario 13.5. Direzione Finanziaria 13.6. Pianificazione Finanziaria 13.7. Strategia Finanziaria d'Impresa 13.8.2. Incremento dei fondi propri 13.8.3. Risorse Ibride 13.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria 13.5.1. Le decisioni finanziarie dell'azienda 13.7.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento 13.8.4. Finanziamento tramite intermediari 13.5.2. Dipartimento finanziario 13.6.2. Azioni da intraprendere nella pianificazione 13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale 13.5.3. Eccedenze di cassa 13.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria 13.6.3. Creazione e definizione della strategia 13.9. Analisi e pianificazione finanziaria 13.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria aziendale 13.8. Finanziamento Strategico 13.6.4. La tabella Cash Flow 13.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale 13.8.1. Autofinanziamento 13.6.5. La tabella dell'attivo circolante 13.9.2. Analisi del Conto Economico 13 9 3 Analisi del Rendimento 13 10 1 Informazioni finanziarie su Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX) 13.10. Analisi e risoluzione di casi/

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 aziendale
- 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 di 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. Personal Branding 15.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale 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	





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



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

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



tech 50 | Metodologia

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

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



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.

tech 52 | Metodologia

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



Metodologia | 53 tech

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

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

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

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

tech 54 | Metodologia

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



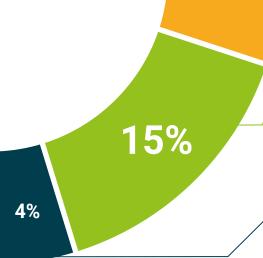
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

Testing & Retesting



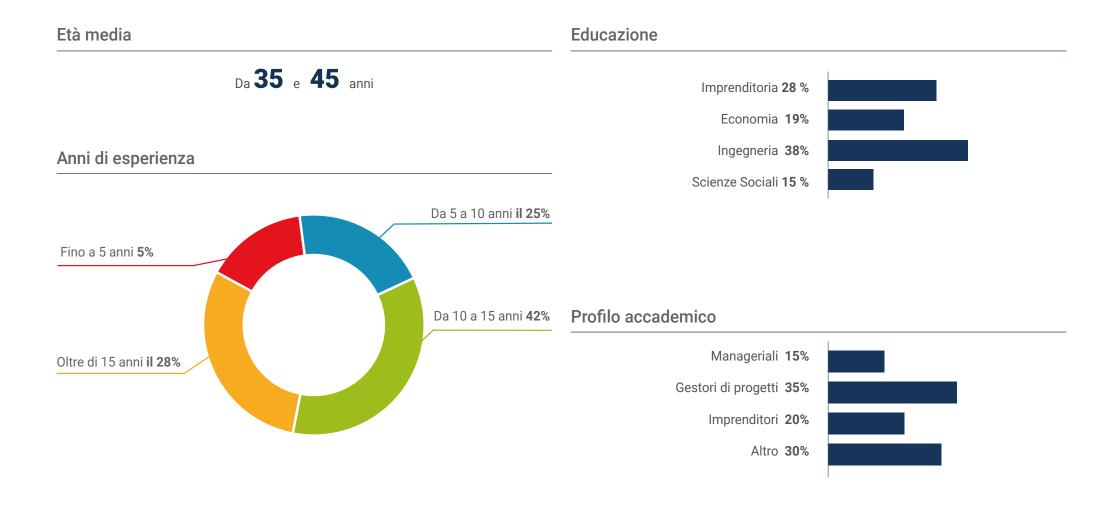
Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



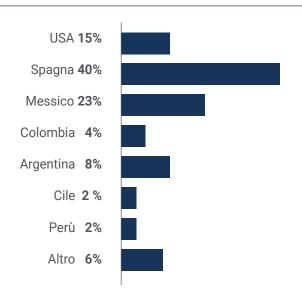
30%







Distribuzione geografica





Adriana Sánchez

Project Manager

"Grazie a questo Executive Master ho potuto ampliare le mie conoscenze in un'area fondamentale per il mio sviluppo professionale. Senza dubbio, è stata un'opportunità unica per migliorare la mia pratica quotidiana e raggiungere l'apprendimento necessario per applicare nuove tecniche nel mio lavoro"





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 tecnologiche 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



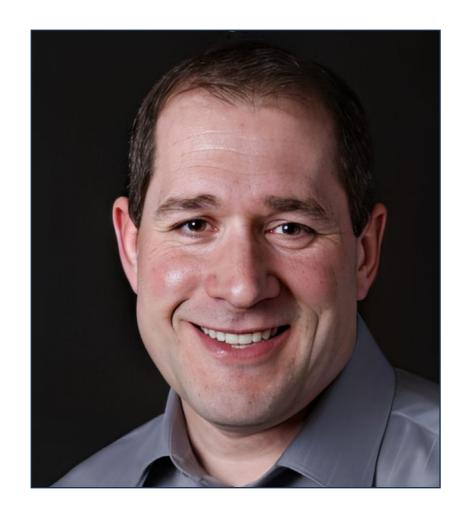
Grazie a TECH potrai apprendere accanto ai migliori professionisti del mondo"

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'opportunità e vieni a conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli 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 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"

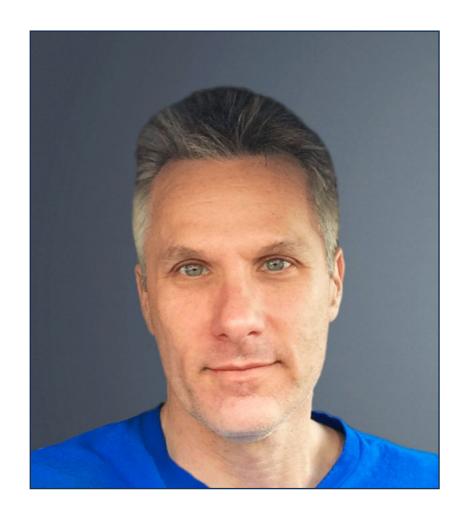
Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un 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.



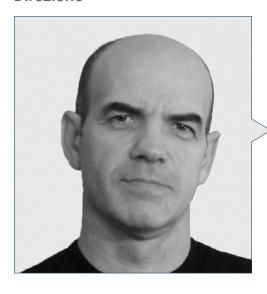
Dott. Nyquist, Eric

- 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!"

Direzione



Dott. Asensi, Francisco Andrés

- Dottorato in Ingegneria Industriale e Organizzazione Aziendale presso l'Università di Castiglia-La Mancia (UCLM)
- Titolo di Ingegnere Industriale Superiore in Organizzazione Industriale presso l'Università Politecnica di Valencia
- Ha lavorato in diverse aree, come Ingegneria, Qualità, Produzione, Logistica, Sistemi Informativi e Risorse Umane, in aziende di vari settori industriali
- Ha implementato e sviluppato numerosi sistemi di gestione per l'eccellenza (Qualità, Scorecard, *Lean Manufacturing*, Miglioramento continuo e Miglioramento dei processi) in diverse aziende industriali
- Coach di Coaching Strategico
- Autore di numerosi libri di economia: "L'azienda adattabile", "Lean Manufacturing: Indicatori chiave utilizzati per gestire efficacemente il miglioramento continuo", "Lean Manufacturing: Chiavi per migliorare il flusso dei materiali"
- Autore di diversi libri sullo sviluppo personale e professionale: "Leader totale", "Autocoaching"

Personale docente

Dott.ssa Mollá Latorre, Korinna

- Responsabile di progetti internazionali presso AITEX, Istituto Tecnologico Tessile, dove ha acquisito una vasta esperienza nella gestione di grandi progetti e team, relativi a materiali e tecnologie tessili, nonché nella gestione di operazioni, logistica e supply chain in industrie del settore
- Ingegnere Industriale, specializzato in Organizzazione Industriale presso l'Università Politecnica di Valencia
- Certificato dall'American Production and Inventory Control Society (USA) in Gestione della Produzione e dell'Inventario e in Gestione Integrata delle Risorse
- Direttrice delle Operazioni e della Logistica di Colortex, S.A. dal 1993 al 2008, ha implementato un sistema di Lean Manufacturing nelle operazioni dell'azienda
- Tecnico di progetto per l'AlJU, Instituto Tecnológico del Juguete (1992-1993)

Dott. Ibáñez Capella, Juan

- Responsabile degli impianti e dei progetti presso Power Electronics a Valencia, dove è stato responsabile dell'esecuzione del progetto per la nuova sede dell'azienda con 50.000 m2 di superficie e 10.000 m2 di uffici
- Titolo di Ingegnere Industriale Superiore presso l'Università Politecnica di Valencia
- MBA in Industrial Management. IESE Business School. Università della Navarra
- Project Manager Professional PMP® #2914541
- È stato responsabile dei progetti delle strutture della società Ferrovial
- Ha partecipato all'esecuzione di importanti progetti come: Impianto di acciaio zincato SOLMED a Sagunto (Valencia), partecipazione ai lavori della stazione AVE di Saragozza e ai lavori della 32ª edizione dell'America's Cup a Valencia

Dott. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- Responsabile di vari dipartimenti tecnici (Sviluppo Prodotti, Ingegneria Avanzata, Project Management, Innovazione, Gestione della Qualità)
- Laurea in Ingegneria Industriale (Meccanica) presso l'Università Politecnica di Valencia
- Sviluppo del sistema di gestione della qualità secondo le norme ISO TS 16949 e IATF 16949
- Partecipazione a brevetti di nuovi prodotti
- Sviluppo del sistema di gestione del cambiamento
- Responsabile del sistema globale di gestione delle conoscenze
- Sviluppo del sistema di specializzazione in ingegneria a livello globale

Dott. Navarro Jarque, Francisco

- Professionista delle Risorse Umane con oltre 20 anni di esperienza, con una specializzazione accademica in Psicologia e un profilo generalista con un chiaro focus sul servizio al cliente interno e sulla fornitura di valore da tutte le aree aziendali
- Oltre 10 anni di lavoro in ISTOBAL, con esperienza nella contrattazione collettiva e individuale, nel reclutamento e nella fidelizzazione dei talenti, nello sviluppo di politiche retributive, di compensi e di benefit e nella prevenzione dei rischi professionali, compresi i piani di prevenzione dei rischi psicosociali
- Nel corso della sua carriera ha sviluppato le competenze necessarie per adattare le azioni HR a situazioni mutevoli e ambienti complessi

tech 80 | Direzione del corso

Dott. Giner Sanchis, David

- Portfolio e Program Manager in un Project Management Office (PMO), Con il monitoraggio della conformità agli indicatori BSC e alle azioni stabilite per l'allineamento con la strategia aziendale
- Ingegnere chimico con un Master in Project Management presso l'Università Politecnica di Valencia e un Master Ufficiale in Project Management presso l'Università Europea di Valencia
- Oltre 6 anni come project manager nel settore industriale, monitorando e comunicando i progressi rispetto al piano di progetto/di implementazione, alla tempistica e alle tappe principali
- Ha ottenuto i seguenti certificati: Project Management Professional (PMP), Project
 Management Office Certified Practitioner (PMO-CP), Agile Scrum Foundation e Design
 Thinking Professional Certificate (DTPC) Membro del Comité del Capitolo del PMI Valencia

Dott. Del Olmo, Daniel

- Fondatore di Enira *Engineering* S.L. nel 2018, con due prodotti riconosciuti come innovativi in ambito di Industria 4.0 da enti ufficiali (*FactoryBl e Smart Extrusion*)
- Specializzazione in Ingegneria Industriale, nella specialità Elettronica e Automazione
- Professionalmente, ha lavorato principalmente in multinazionali del settore dell'automazione industriale e dell'automotive come Responsabile dell'Ingegneria di stabilimento
- Esperienza nel *Toyota Production System* (TPS) per 4 anni presso NHK *Springs* Co LTD, Giappone, specializzazione conseguita in Giappone
- Docente nel Master MBA in Operations dell'Università Europea di Valencia (2018)

Dott.ssa Aleixandre Andreu, María José

- Laurea in Scienze Aziendali della UV
- Il corso per direttori di filiale, specializzazione interna di Caja de Ahorros del Mediterráneo specializzazione pratica e teorica
- Tutor di tirocinio dell'Università Politecnica di Valencia Dal 1998 al 2005
- Tutor di tirocinio dell'Università Politecnica di Valencia dal 1998 al 2007
- Corso di 2 anni per direttori di ufficio di Fundesem
- Certificazione FFA della FPFA
- Certificazione LCCI dell'Università Carlos III
- Tecniche e competenze per esperti in formazione, presso l'Università Autonoma di Barcellona, 2019
- Direttrice della Banca Commerciale Caja del Mediterraneo e della Banca Sabadell

Dott. Lucero Palau, Tomás

- Direttore di Operazioni, Qualità, Ingegneria e manutenzione in varie imprese industriali e del settore dell'automazione
- Titolo di Ingegnere Industriale Superiore presso l'Università Politecnica di Valencia
- MBA dell'ESTEMA Business School
- Esperto in Lean Management e consulente in varie aziende
- Insegnante nel corso ABC di Operazioni e Logistica di EDEM



Direzione del corso | 81 tech

Dott. Morado Vázquez, Eduardo

- Ingegnere Superiore Industriale specializzato in Product Design presso la UPV (2000)
- Gestione della Qualità presso Ford Motor Company, (2000-2004)
- MBA (2011) e Master II livello in Prevenzione dei Rischi sul Lavoro (2005)
- Implementazione e direzione di progetti di ingegneria in impianti di produzione nel settore automobilistico e chimico, per multinazionali di primo livello (Spagna, Regno Unito, Germania, Messico), (2004-2021)
- Ampia esperienza come Key User e formatore nell'implementazione di sistemi di gestione della qualità, della sicurezza e dell'ambiente (ISO, OSHAS, GMP), ERP (SAP, Ross) e strumenti di gestione della qualità (6-Sigma, FMEA, 8D, QCP), nonché come PM di Ingegneria e Manutenzione, miglioramento continuo e miglioramento dei processi (TPM, R&M, APQP, LRR, PSM, SMED, Poka-Yoke, ecc.)
- Collaborazione come Mentore per gli studenti dell'UPV e in diverse iniziative di organizzazioni e fondazioni no-profit per la promozione delle STEM nei giovani tra i 6 e i 18 anni (2000-2018)





Non perdere l'opportunità di specializzarti con noi. Troverai il materiale più importante in materia per dare la spinta necessaria alla tua carriera.

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

L'MBA in Industrial Management di TECH è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e prendere decisioni aziendali, nell'ambito dell'Industrial Management. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

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

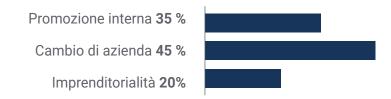
Dai una svolta positiva alla tua carriera, grazie all'opportunità che ti offre TECH mediante questo programma.

Momento del cambiamento

Durante il programma
13%

Durante il primo anno
26%

Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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

Salario precedente

57.900 €

Incremento salariale

25,22 %

Salario posteriore

72.500 €





tech 88 | Benefici per la tua azienda

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



Crescita del talento e del capitale intellettuale

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



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

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno.



Creare agenti di cambiamento

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



Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



Sviluppo di progetti propri

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



Aumento della competitività

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







tech 92 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **MBA in Industrial Management** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

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

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

Titolo: Executive Master MBA in Industrial Management

Modalità: online

Durata: 12 mesi

Accreditamento: 90 ECTS





^{*}Apostilla 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 Industrial Management

» Modalità: online

» Durata: 12 mesi

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 90 ECTS

» Orario: a tua scelta

» Esami: online

