



Executive Master MBA in Logistics and Operations Management (Chief Operating Officer)

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: laureati e professionisti con esperienza dimostrabile nel campo della logistica

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-logistics-operations-management-chief-operating-officer

Indice

01

Benvenuto

02

Perché studiare in TECH?

03

Perché scegliere il nostro programma?

04

Obiettivi

pag. 4

pag. 6

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 24

pag. 10

07

Metodologia

pag. 38

80

Profilo dei nostri studenti

pag. 42

09

Direzione del corso

pag. 50

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 56

11

Benefici per la tua azienda

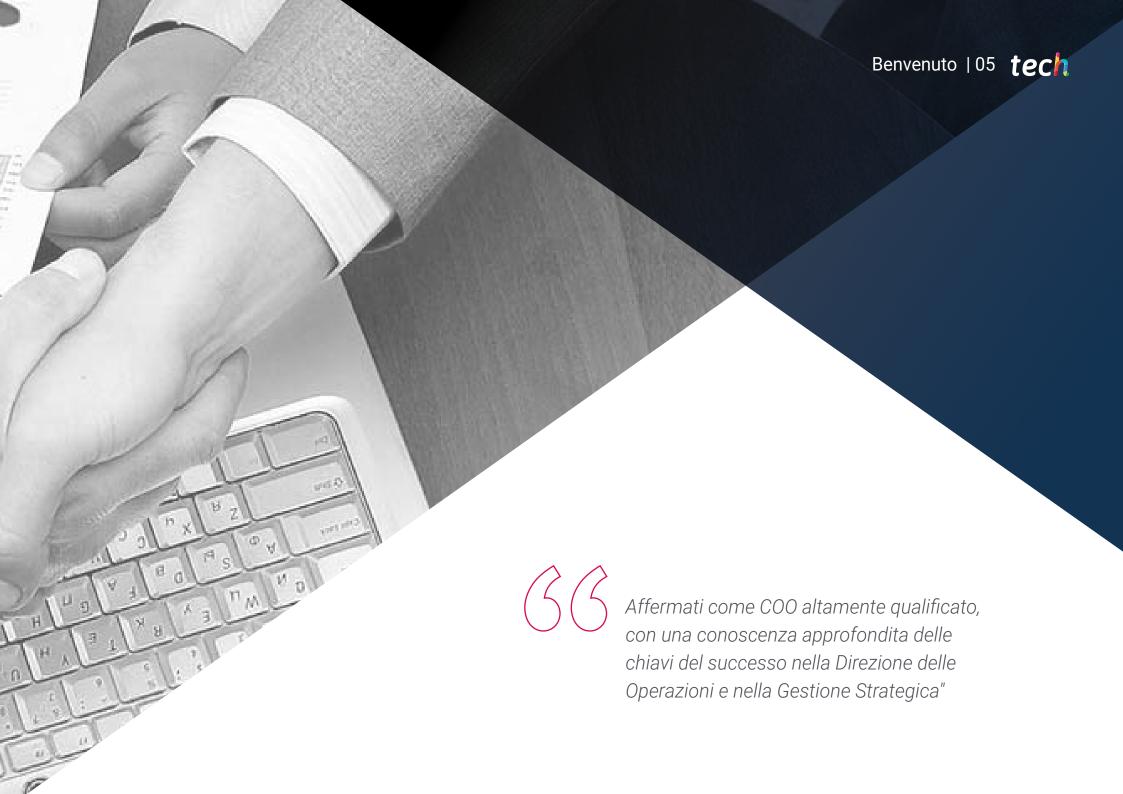
12

Titolo

01 **Benvenuto**

In un mondo globalizzato come quello attuale, il settore della logistica è diventato il principale motore del business internazionale e il suo corretto funzionamento è essenziale per lo sviluppo delle aziende. La figura del Chief Operating Officier (COO) risulta fondamentale in questo contesto. La sua leadership e le sue competenze affinate devono coprire diversi campi, dall'organizzazione logistica avanzata alle strategie operative più efficaci. Le prestazioni dei principali dipartimenti aziendali dipendono dal suo lavoro. Questo programma è stato creato proprio per fornire gli strumenti necessari ai manager e ai responsabili delle decisioni per affinare le loro competenze e abilità specifiche, dando loro un vantaggio per adattarsi rapidamente ai continui cambiamenti e prendere le decisioni giuste che porteranno l'azienda al successo. Un'opportunità per fare un grande salto di qualità completamente online, senza lezioni frontali o orari fissi.









In TECH Università Tecnologica



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

+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 Università Tecnologica.

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

Questo MBA in Logistics and Operations Management (Chief Operating Officer) prepara lo studente per:



Ottenere una visione generale dell'azienda: missione, valori, innovazione, comunicazione, processi logistici, leadership e gestione finanziaria



Sviluppare strategie per ottimizzare il servizio al cliente e migliorare la redditività dell'azienda nel mercato nazionale e internazionale



Conoscere in profondità il processo logistico di un'azienda per poterlo gestire con successo





Controllare tutto il processo di creazione dei nuovi prodotti



Sviluppare una visione internazionale della catena di approvvigionamento



Applicare i concetti del *Lean Management* in tutta la catena di approvvigionamento



Implementare le tecniche per sviluppare l'interazione tra negozio e logistica, gestione del catalogo, acquisti e approvvigionamenti, operazioni di immagazzinaggio, trasporto e distribuzione, servizio al cliente, ecc.



09

Implementare strumenti per il controllo operazionale ed economico



Descrivere gli ultimi progressi dell'area grazie alla collaborazione del settore pubblico e privato aziendale, nazionale e internazionale



Descrivere le procedure per stabilire criteri di decisione per l'esternalizzazione dei processi, petizioni di offerta e firma di contratti dei servizi logistici



Descrivere in profondità i meccanismi di creazione di valore della catena di approvvigionamento



Spiegare le interazioni e l'impatto delle decisioni operative nel resto delle funzioni aziendali



Essere in grado di gestire tutta la contabilità del processo di acquisto







Applicare i criteri di qualità a tutti i processi della catena logistica

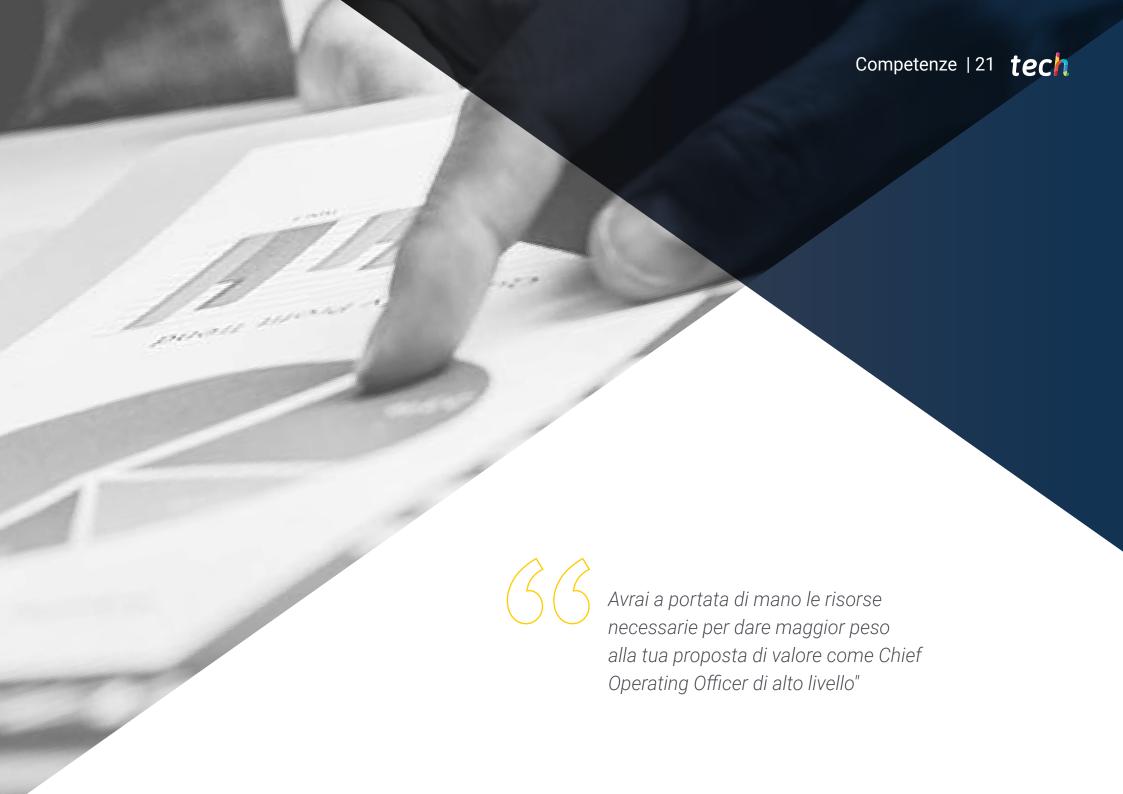


Applicare sistemi e progetti IT che permettono di migliorare la produzione



Competere grazie all'innovazione nei processi logistici







Organizzare i diversi dipartimenti dell'azienda, con speciale enfasi nella parte logistica



Portare a termine un controllo tecnico degli acquisti



Comprendere le funzioni e le competenze direttive, svilupparle e metterle in pratica durante lo sviluppo professionale





Organizzare le diverse strutture e canali di vendita



Conoscere in profondità la catena di approvvigionamento per gestire tutti i processi logistici in maniera adeguata



Attuare una gestione strategica degli acquisti, applicando gli strumenti adeguati per un'operazione di successo



Disegnare e gestire una pianificazione strategica dei progetti IT



09

Realizzare la contabilità finanziaria della catena di approvvigionamento, portando a termine una corretta analisi e pianificazione



Applicare gli strumenti adeguati per il controllo della qualità delle diverse operazioni aziendali



Applicare le metodologie di gestione *Lean*





tech 26 | Struttura e contenuti

Piano di studi

La figura del Direttore Operativo o Chief Operating Officer è uno dei ruoli con maggiore importanza in molte aziende, a capo di responsabilità di alto livello per garantire che le operazioni aziendali siano gestite in modo ottimale, affrontando gli errori e stabilendo piani strategici per superare le aspettative di clienti e superiori.

L'MBA in Logistics and Operations
Management (Chief Operating Officer) di
TECH Global University è un programma
intensivo che prepara gli studenti per
affrontare sfide e decisioni aziendali
a livello logistico e operativo che un
COO deve affrontare nella sua gestione
lavorativa.

Il contenuto di questa specializzazione è progettato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che permettono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 2.700 ore di studio, lo studente

potrà analizzare una moltitudine di casi reali mediante un sistema di lavoro teorico-pratico. Si tratta perciò di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali, che saranno di grande utilità per migliorare la formazione dei professionisti del settore.

Questo programma si occupa in modo approfondito di diverse aree dell'azienda ed è progettato per specializzare professionisti che comprendono la gestione e le operazioni logistiche da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa, tenendo in considerazione l'importanza che questo tipo di posizione di gestione occupa all'interno di un'azienda.

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

Modulo 1	Visione aziendale
Modulo 2	Organizzazione della produzione, degli acquisti e dei magazzin
Modulo 3	Organizzazione della logistica
Modulo 4	Direzione delle operazioni I: Pianificazione, produzione e magazzinaggio
Modulo 5	Direzione delle operazioni II: SCM e Logistica
Modulo 6	Direzione delle operazioni III: Gestione strategica degli acquisti
Modulo 7	Direzione operativa IV: Qualità
Modulo 8	Pianificazione strategica e gestione di progetti IT
Modulo 9	Financial Supply Chain Management
Modulo 10	Strategia operativa e metodologie di gestione Lean
Modulo 11	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 12	Management del Personale e Gestione del Talento
Modulo 13	Gestione Economico-Finanziaria
Modulo 14	Direzione Commerciale e Marketing Strategico
Modulo 15	Management Direttivo



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di intraprendere questo MBA in Logistics and Operations Management (Chief Operating Officer) completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

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

di ubicazione 2.9.3. Tecniche di gestione dello stock

Мос	dulo 1. Visione aziendale			
		 1.2. Organizzazione aziendale: dipartimenti chiave 1.2.1. Dettaglio dei principali dipartimenti 1.2.2. Organi di governo 1.2.3. Influenza del direttore operativo nei vari dipartimenti 	 1.3. Organizzazione commerciale: commerciale e amministrazione commerciale 1.3.1. Dipartimento Commerciale 1.3.2. Dipartimento di amministrazione commerciale 1.3.3. Coordinazione tra l'area commerciale e il resto dell'impresa 	 1.4. Organizzazione industriale e logistica 1.4.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale 1.4.2. Dipartimento di Logistica Interna 1.4.3. Dipartimento di Logistica Esterna
1.5. 1.5.1 1.5.2 1.5.3	Dipartimento guidato dal direttore operativo Funzioni di un direttore operativo	1.6. Leadership	 1.7. Gestione delle Risorse Umane e Squadre PRL 1.7.1. Gestione di Risorse Umane 1.7.2. Team Management 1.7.3. Piano di Prevenzione di Rischi Professionali 	 1.8. Comunicazione orizzontale e verticale 1.8.1. Comunicazione orizzontale 1.8.2. Comunicazione verticale 1.8.3. Comunicazione della direzione
1.9.1 1.9.2	Costi Contabilità dei costi Differenze tra spesa, acquisto, investimento, pagamento e costo Tipologie e classificazione dei costi	 1.10. Sistemi di informazione 1.10.1. Concetto di Sistema Informativi di Marketing (SIM) 1.10.2. Caratteristiche del SIM 1.10.3. Informazione nel SIM 	1.11. Industria 4.0 a breve e medio termine 1.11.1. Big Data 1.11.2. IoT 1.11.3. Fabbricazione additiva	1.12. Industria 4.0 a lungo termine1.12.1. Machine Learning1.12.2. Robotica collaborativa1.12.3. Realtà aumentata, virtuale e cibersicurezza
Mod	dulo 2. Organizzazione della produzione	degli acquisti e dei magazzini		
2.1. 2.1.1 2.1.2	Struttura e tipi di produzione (MTS, MTO, ATO, ETO, ecc.) Sistema e strategie di produzione	 2.2. Struttura, tipi e canali di vendita 2.2.1. Struttura delle vendite: Organizzazione, canali e settore 2.2.2. Struttura delle vendite: Uffici e gruppi di vendita 2.2.3. Determinazione di una struttura delle vendite 	 2.3. Struttura e tipi di approvvigionamento 2.3.1. Funzione dell'approvvigionamento 2.3.2. Gestione dell'approvvigionamento 2.3.3. Processo decisionale dell'acquisto 	 2.4. Progettazione di impianti di produzione 2.4.1. Architettura industriale e distribuzione negli impianti 2.4.2. Tipologie base di distribuzione negli impianti 2.4.3. Caratteristiche per una distribuzione adeguata negli impianti
2.5. 2.5.1 2.5.2 2.5.3	. Progettazione avanzata dei magazzini . Picking e Sorting	2.6. Progettazione dei processi2.6.1. Definizione della progettazione dei processi2.6.2. Principi della progettazione dei processi2.6.3. Modellazione dei processi	 2.7. Assegnazione delle risorse 2.7.1. Introduzione alla contabilità delle risorse 2.7.2. Gestione dei progetti 2.7.3. Distribuzione delle risorse 	 2.8. Controllo delle operazioni industriali 2.8.1. Controllo dei processi e caratteristiche 2.8.2. Esempi dei processi industriali 2.8.3. Controlli industriali
2.9.1	Controllo delle operazioni di magazzinaggio Operazioni di magazzinaggio Controllo dell'inventario e sistemi di ubicazione	2.10. Operazioni di manutenzione 2.10.1. Manutenzione industriale e tipologia 2.10.2. Progettazione della manutenzione 2.10.3. Gestione della manutenzione assistita da computer		

da computer

Modulo 3. Organizzazione logistica			
 3.1. Introduzione ai Sistemi Logistici 3.1.1. Introduzione ai Sistemi Logistici 3.1.2. Progettazione del sistema logistico 3.1.3. Sistemi di informazione logistica 	 3.2. Topologie della Catena di Approvvigionamento (SCM) 3.2.1. Catena di approvvigionamento 3.2.2. Benefici della gestione della catena di approvvigionamento 3.2.3. Gestione logistica nella catena di approvvigionamento 	3.3. Logistica interna3.3.1. Progettazione avanzata dei magazzini3.3.2. Picking e Sorting3.3.3. Controllo del flusso di materiali	 3.4. Distribuzione e trasporto 3.4.1. Funzioni della distribuzione e del trasporto 3.4.2. Tipi di rete di distribuzione 3.4.3. Progettazione della rete di distribuzione
 3.5. Controllo delle operazioni logistiche 3.5.1. Sistema logistico 3.5.2. Benefici del controllo delle operazioni logistiche 3.5.3. Tabella di controllo delle operazioni logistiche 	3.6. Interazioni della SCM con tutte le aree 3.6.1. Aree da considerare nell'interazione 3.6.2. Interrelazioni in SCM 3.6.3. Problemi di integrazione in SCM	 3.7. Costi della Logistica 3.7.1. Costi da considerare a seconda dall'area 3.7.2. Problemi dei costi logistici 3.7.3. Ottimizzazione dei costi logistici 	 3.8. Sistemi di informazione 3.8.1. Mappa di sistemi base 3.8.2. Tipologia di sistemi informativi 3.8.3. Sistemi informativi nei servizi di approvvigionamento
Modulo 4. Direzione delle operazioni I: pi	anificazione, fabbricazione e magazzini		
 4.1. Previsione della domanda 4.1.1. Sistema di progettazione e controllo della produzione 4.1.2. Domanda e tipi di domanda 4.1.3. Previsione della domanda e metodologia 	 4.2. Progettazione delle risorse e di fabbricazione: Capacità 4.2.1. Progettazione della produzione aggregata 4.2.2. Sistema di progettazione maestra della produzione 4.2.3. Sistema di progettazione approssimata della capacità 	 4.3. Sequenziamento 4.3.1. Progettazione dei requisiti materiali 4.3.2. Progettazione dei requisiti di capacità 4.3.3. Progettazione delle risorse di fabbricazione (MRPII) 	 4.4. Preparazione della fabbricazione 4.4.1. Sistema di lancio e controllo delle attività di produzione 4.4.2. Programmazione della produzione 4.4.3. Sequenziamento: Controllo della produzione
 4.5. Controllo del mantenimento 4.5.1. Controllo del mantenimento 4.5.2. Ciclo di controllo del mantenimento 4.5.3. Progettazione di un piano di mantenimento 	4.6. Lean Warehouse4.6.1. Introduzione al Lean Manufacturing4.6.2. Struttura del sistema Lean4.6.3. Tecniche Lean	 4.7. Progettazione e gestione del magazzino 4.7.1. Progettazione avanzata dei magazzini 4.7.2. Picking e Sorting 4.7.3. Controllo del flusso di materiali 	 4.8. Costi di fabbricazione 4.8.1. Costi di produzione 4.8.2. Altri costi generali di fabbricazione 4.8.3. Sistemi dei costi
 4.9. Costi di magazzinaggio 4.9.1. Introduzione ai costi di magazzinaggio 4.9.2. Classificazione dei costi di magazzinaggio 4.9.3. Valutazione degli inventari 	4.10. Sistemi di informazione in progettazione e fabbricazione 4.10.1. Sistemi di informazione generali 4.10.2. Sistemi di informazione in progettazione e fabbricazione fabbricazione	4.11. Sistemi di informazione nei magazzini 4.11.1. Sistemi di informazione di magazzini 4.11.2. Tecnologie dell'informazione nei magazzini 4.11.3. Opzioni di mercato	

tech 30 | Struttura e contenuti

Modulo 5. Direzione delle operazioni II: SCM logistica							
5.1.1. 5.1.2.	Disegno e gestione della catena di approvvigionamento Introduzione alla catena di approvvigionamento: componenti Disegno della catena di approvvigionamento Gestione della catena di approvvigionamento	5.2.5.2.1.5.2.2.5.2.3.	Aspetti chiave della catena di approvvigionamento Evoluzione della catena di approvvigionamento Aspetti chiave della catena di approvvigionamento Valutazione degli scenari	5.3.5.3.1.5.3.2.5.3.3.	Disegno strategico della progettazione durante la catena di approvvigionamento Disegno della catena di approvvigionamento Progettazione della catena di approvvigionamento Metodologia per il disegno della catena di approvvigionamento	5.4. 5.4.1. 5.4.2. 5.4.3.	Considerazioni basiche per la preparazione degli ordini
5.5.1. (5.5.2.	Gestione delle risorse: Capacità e calendari Gestione di risorse e formazione Tecniche per lo gestione delle risorse Calendari	5.6. 5.6.1. 5.6.2. 5.6.3.	Progettazione logistica esterna Introduzione alla logistica integrale Importanza della pianificazione logistica Chiavi della pianificazione logistica	5.7. 5.7.1. 5.7.2. 5.7.3.	Logistica inversa e sostenibilità Sviluppo sostenibile Logistica inversa Logistica verde	5.8.1. 5.8.2. 5.8.3.	Distribuzione logistica internazionale Progettazione avanzata dei magazzini Picking e Sorting Controllo del flusso di materiali
5.9.1. I 5.9.2. I	Attenzione al cliente Metodologie Indicatori Relazioni con la logistica	5.10.1 5.10.2	Lean Management Fondamenti di Lean con applicazione nella logistica internazionale Principali implicazioni e requisiti Altre metodologie di miglioramento dei processi	5.11.1. 5.11.2	Costi della Catena di Approvvigionamento Progetto di miglioramento dei costi (cost cutting) . Tappe . Caso pratico	5.12.1 5.12.2	Sistemi di informazione Caso Amazon Integrazione con Amazon Messaggistica

 6.7. Global supply chain 6.7.1. Introduzione e classificazione della complessità delle catena di approvvigionamento 6.7.2. Aree di opportunità nelle catena di approvvigionamento globali 6.7.3. Tendenze nelle catene di approvvigionamento globali 	 6.8. Gestione delle importazioni 6.8.1. Dogane, processi di esportazione e importazione 6.8.2. Istituzioni e accordi commerciali internazionali 6.8.3. Legislatura doganale 6.8.4. Gestione degli impianti e acquisti internazionali
 6.11. Costi di gestione strategica degli acquisti 6.11.1. Catena di valore 6.11.2. Costi di approvvigionamento 6.11.3. Valutazione di esistenze 	6.12. Sistemi di informazione negli acquisti 6.12.1. Dato maestro 6.12.2. Processi 6.12.3. Messaggi EDI
7.3. Concetti base di controllo	7.4. Grafici di controllo per varianti e attributi
	6.11.1. Catena di valore 6.11.2. Costi di approvvigionamento 6.11.3. Valutazione di esistenze

7.5. Ispezione del campione

- 7.5.1. Tipologie
- 7.5.2. Metodologia
- 7.5.3. Dimensioni del campione

7.1.3. Misure di dispersione

7.6. Capacità dei processi

7.2.3. Criteri di accettazione o rifiuto del prodotto

- 7.6.1. Statistica associata
- 7.6.2. Variabilità
- 7.6.3. Indici Cp

- 7.4.2. Grafici di controllo
- 7.4.3. Grafico OC

7.7. Six Sigma: Metodologia e strategie

- 7.7.1. Definizione di Six Sigma
- 7.7.2. Metodologia di Six Sigma
- 7.7.3. Struttura di Six Sigma

7.8. Costi di qualità

- 7.8.1. Tipologie di studio di viabilità
- 7.8.2. Studi di viabilità tecnica
- 7.8.3. Casistica di uso

7.9. Sistemi di informazione

- 7.9.1. Implementazione qualità nella ERP
- 7.9.2. Controllo della qualità in eventi
- 7.9.3. Controlli periodici

Mod	ulo 8. Progettazione strategica e gestic	ne dei	progetti IT				
8.1.1. 8.1.2. 8.1.3.	Mappa globale dei sistemi IT (I): ERP, MRP, SGA, MES Descrizione di ogni sistema Opzioni di mercato Processi di impianto	8.2.1.	Mappa globale dei sistemi IT (II): e-Commerce, web aziendale, Simulazione BI, Machine Learning e GMAO Descrizione di ogni sistema Opzioni di mercato Processi di impianto	8.3.1. 8.3.2.	Sistemi IT: alta disponibilità, sicurezza e manutenzione Aspetti da considerare Opzioni di mercato Processi di implementazione	8.4.1. 8.4.2.	Pianificazione strategica SI Aspetti da considerare Gestione di risorse tecnologiche Processi adiacenti: reporting e valutazione
8.5. 8.5.1. 8.5.2. 8.5.3.		8.6.	Responsabilità Sociale Corporativa nei progetti di IT	8.7.	Finanze e investimenti responsabili dei progetti IT	8.8.	Azienda e medio ambiente nei progetti IT
8.9.	Sistemi e strumenti di gestione responsabile in IT	8.10	Etica d'impresa nei progetti IT				
Mod	ulo 9. Financial supply chain managem	nent					
9.1.2.	Fondamenti dell'economia globale La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari Growth & development in emerging markets	9.2.1. 9.2.2.	Contabilità finanziaria nella gestione della catena di approvvigionamento Equilibrio della situazione Perdite e profitti Interpretazione dei rapporti	9.3.1. 9.3.2.	Contabilità della gestione nei servizi di approvvigionamento Misurabili: produttività Efficienza e redditività Rapporti e gestione	9.4.1. 9.4.2.	Analisi e Pianificazione Finanziaria della catena di approvvigionamento Definizioni Pianificazione Esempi di pianificazione finanziaria
9.5. 9.5.1. 9.5.2. 9.5.3.			Analisi economica delle decisioni Controllo di Budget Analisi della concorrenza: Analisi aziendale Processo decisionale: L'investimento o disinvestimento imprenditoriale	9.7.1. 9.7.2.	Aspetti finanziari chiave nella gestione delle operazioni nella catena di approvvigionamento Introduzione alla gestione di operazioni Aspetti chiave Interpretazione dei rapporti	9.8.1. 9.8.2.	Strumenti per la gestione di operazioni della catena di approvvigionamento in tempi di crisi Definizione di strumenti e benefici Strumenti di gestione Operazioni di mercato

Modulo 10. Strategia operativa e metodologie di gestione LEAN 10.2. Impianto della metodologia Lean 10.3. Tecniche di miglioramento dei 10.4. Innovazione e ingegneria del 10.1. Lean Management globale processi e fabbricazione della prodotto di logistica: Organizzazioni 10.1.1. Principi base del Lean Management 10.1.2. Gruppi di miglioramento e problem solving e sviluppo del prodotto risposta rapida (QRM) 10.2.1. La metodologia Lean 10.1.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione 10.2.2. Processi di implementazione 10.3.1. Localizzazione dei punti di miglioramento 10.4.1. Aspetti da considerare e qualità 10.2.3. Miglioramento continuo 10.3.2. BPM, simulazione e digital twin 10.4.2. Organizzazioni e sviluppo del mercato 10.3.3. Selezione degli strumenti necessari 10.4.3. Opzioni di mercato 10.5. Gestione della qualità totale e 10.6. Valutazione delle tendenze 10.7. Valutazione delle tendenze SI gestione avanzata dei progetti di del mercato in logistica 10.7.1. Valutazione delle nuove tendenze SI logistica 10.7.2. Strumenti 10.6.1. Valutazione di tendenze 10.7.3. Opzioni di mercato 10.6.2. Linee di azione 10.5.1. Valutazione della qualità totale 10.5.2. Localizzazione dei punti di miglioramento 10.6.3. Opzioni di mercato 10.5.3. Gestione avanzata di progetti Modulo 11. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa 11.1. Globalizzazione e Governance 11.2. Leadership 11.3. Cross Cultural Management 11.4. Sviluppo manageriale e leadership 11.1.1. Governance e Corporate Governance 11.2.1. Leadership: Un approccio concettuale 11.3.1. Concetto di Cross Cultural Management 11.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo 11.1.2. Fondamenti della Corporate Governance

nelle imprese

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

11.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel

quadro della Corporate Governance

- 11.2.2. Leadership nelle imprese
- 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese
- 11.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture
- nazionali
- 11.3.3. Gestione della Diversità

- 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

- 11.5.2. Etica Aziendale

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 RSC

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 giuridici per le multinazionali in materia di 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

tech 34 | Struttura e contenuti

12.9.3. Il responsabile di comunicazione di azienda:

Il profilo del Dircom

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento 12.1. Management strategico del 12.2. Gestione delle Risorse Umane 12.3. Valutazione e gestione del 12.4. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale personale basata sulle competenze rendimento lavorativo 12.1.1. Direzione strategica e risorse umane 12.3.1. Gestione del rendimento 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico 12.2.1. Analisi del potenziale 12.1.2. Management strategico del personale 12.2.2. Politiche di retribuzione 12.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e 12.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/ processi successione 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione 12.4.4. Proattività e innovazione 12.5. Motivazione 12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni 12.7. Gestione del cambiamento 12.8. Negoziazione e gestione dei conflitti 12.6.1. Le squadre ad alte prestazioni: le squadre 12.5.1. La natura della motivazione 12.7.1. Gestione del cambiamento 12.5.2. Teoria delle aspettative autogestite 12.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento 12.8.1. Negoziazione 12.5.3. Teoria dei bisogni 12.6.2. Metodologie per la gestione di team 12.7.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento 12.8.2. Gestione dei Conflitti 12.5.4. Motivazione e compensazione economica autogestiti ad alte prestazioni 12.8.3. Gestione delle Crisi 12.9. Comunicazione direttiva 12.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione 12.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese del talento 12.9.2. Dipartimento di Comunicazione

12.10.1.La produttività

12.10.2.Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria						
13.1. Contesto Economico 13.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario 13.1.2. Istituti finanziari 13.1.3. Mercati finanziari 13.1.4. Attivi finanziari 13.1.5. Altri enti del settore finanziario	13.2. Contabilità Direttiva 13.2.1. Concetti di base 13.2.2. L'Attivo aziendale 13.2.3. Il Passivo aziendale 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. Bilancio di previsione e controllo di gestione 13.4.1. Il modello di bilancio 13.4.2. Bilancio del Capitale 13.4.3. Bilancio di Gestione 13.4.5. Bilancio del Tesoro 13.4.6. Controllo del bilancio 			
13.5. Direzione Finanziaria 13.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda 13.5.2. Dipartimento finanziario 13.5.3. Eccedenza di tesoreria 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 effettuare nella pianificazione finanziaria 13.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale 13.6.4. La tabella Cash Flow 13.6.5. La tabella di flusso 	13.7. Strategia finanziaria corporativa13.7.1. Strategia corporativa e fonti di finanziamento13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese	13.8. Finanziamento strategico 13.8.1. Autofinanziamento 13.8.2. Aumento dei fondi propri 13.8.3. Risorse ibride 13.8.4. Finanziamenti 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 di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)					

tech 36 | Struttura e contenuti

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 del 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 di Marketing Digitale e di E-commerce
- 14.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi
- 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. Marketing Digitale per rafforzare il marchio

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

14.6. Marketing Digitale 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 lanciare una campagna di marketing online
- 14.7.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

14.8. Strategie di vendita

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

14.9. Comunicazione Aziendale

- 14.9.1. Concetto
- 14.9.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
- 14.9.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
- 14.9.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
- 14.9.5. Elementi della comunicazione
- 14.9.6. Problemi di comunicazione
- 14.9.7. Scenari di 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 General Management 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 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 della qualità	15.4. Oratoria e preparazione dei portavoce15.4.1. Comunicazione interpersonale15.4.2. Capacità di comunicazione e influenza15.4.3. Barriere nella comunicazione
 15.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative 15.5.1. Comunicazione interpersonale 15.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale 15.5.3. La comunicazione nelle imprese 15.5.4. Strumenti nelle imprese 	15.6. Comunicazione in situazioni di crisi 15.6.1. Crisi 15.6.2. Fasi della crisi 15.6.3. Messaggi: contenuti e momenti	15.7. Preparazione di un piano di crisi 15.7.1. Analisi dei potenziali problemi 15.7.2. Pianificazione 15.7.3. Adeguatezza del personale	15.8. Intelligenza emotiva 15.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione 15.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo 15.8.3. Autostima e comunicazione emotiva
15.9. Branding personale	15.10. Leadership e gestione di team		
15.9.1. Strategie per sviluppare il personal branding 15.9.2. Leggi del <i>personal</i> branding 15.9.3. Strumenti per la costruzione di personal branding	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		



Ottieni lo slancio che la tua carriera merita grazie a questo programma e posizionati come un COO di alto livello"



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 40 | 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.



Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuoten 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.

tech 42 | 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 | 43 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 44 | 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.



Metodologia | 45 tech

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



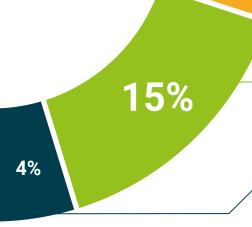
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

Testing & Retesting



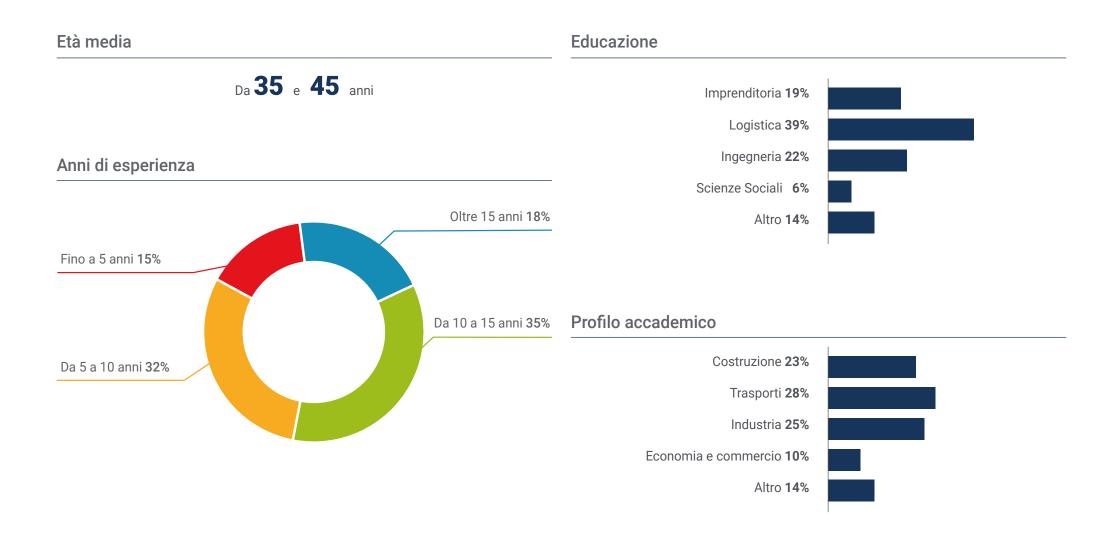
Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



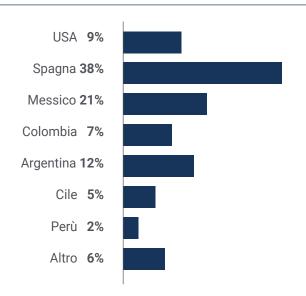
30%







Distribuzione geografica





Ana Rubio

Chief Operating Officer

"La direzione logistica è un settore che richiede un'elevata specializzazione. Per questo motivo, dopo vari anni lavorando in questo campo, ho deciso di ampliare la mia formazione per poter ascendere e accedere a un posto direttivo. In TECH ho trovato il programma più adeguato e adatto alle mie necessità, per questo motivo non ho avuto dubbi e ho decido di iscrivermi. Senza dubbio, è stata una delle migliori decisioni della mia vita a livello educativo, e grazie a questo oggi ho un posto di lavoro adatto alle mie conoscenze"





Mahmoud Shama è un dirigente con una vasta esperienza nella gestione e nella gestione della supply chain. La sua esperienza è riconosciuta a livello internazionale per la sua capacità di implementare strategie end-to-end che ottimizzano i costi, promuovono l'efficienza, assicurano la conformità normativa e offrono un alto livello di qualità del servizio e soddisfazione del cliente.

Nel suo percorso professionale dedicato all'ambito della logistica, ha svolto diversi compiti.

Tra queste spiccano la pianificazione della domanda e dell'offerta, anche nell'applicazione delle chiavi S&OP, controllo dell'inventario, acquisti, storage, analisi di rete, ecc. Allo stesso tempo, questo esperto è caratterizzato da una indiscutibile capacità di leadership e motivazione dei dipendenti a suo carico. Così è diventato un punto di riferimento per le multinazionali più importanti del mondo.

Con la società Red Bull, Mahmoud Shama ha ricoperto diversi ruoli, principalmente come Direttore Senior della Supply Chain. Nello specifico, è stato dedicato a migliorare la precisione delle previsioni e ridurre al minimo gli sprechi. Allo stesso tempo, ha assicurato lo sviluppo di una rigorosa gestione dell'inventario.

Un'altra delle aziende in cui ha lavorato questo specialista è Mondelēz International, come direttore della pianificazione della domanda per il Nord America e come Senior Manager del servizio clienti e della logistica. Da queste posizioni ha guidato la strategia globale di XC&L, supervisionando anche la produzione esterna di alcuni dei prodotti più distintivi del marchio. Inoltre, il suo passaggio attraverso altri marchi come Johnson & Johnson, Kraft Foods Group, Cadbury o PepsiCo, le ha permesso di accumulare conoscenze e approfondimenti diretti sulle diverse metodologie e tecnologie che promuovono ambienti operativi più produttivi e organizzati. Inoltre, questo manager possiede un MBA in Business che, insieme alla sua esperienza tecnica, rafforza la sua acutezza imprenditoriale.



Dott.ssa Dove, Jennifer

Direttore Senior della Supply Chain di Red Bull, California, USA
Responsabile della pianificazione della domanda per il Nord America presso
Mondelez International
Direttore della pianificazione e S&OP Global presso Johnson & Johnson
Direttore del servizio clienti e della logistica presso Mondelez International
Product Sourcing Manager e Leader S&OP presso Kraft Foods Group
Direttore Pianificazione, S&OP e Progetti MENA a Cadbury
Direttore della pianificazione dei materiali e degli acquisti presso PepsiCo
MBA in Business presso la Scuola di Amministrazione di Maastricht
Laurea in Ingegneria Meccanica presso l'Università Americana del Cairo

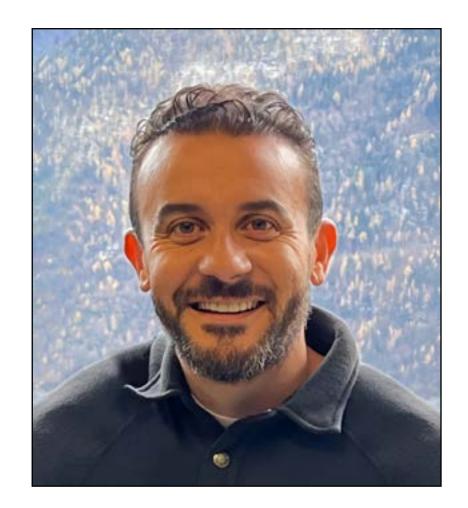


Mahmoud Shama è un dirigente con una **lunga esperienza** in **direzione e gestione** della **catena di fornitura**. La sua esperienza è **riconosciuta a livello internazionale** per la capacità di implementare **strategie complete** che **ottimizzano i costi, promuovono l'efficienza**, garantiscono la **conformità normativa** e offrono un elevato livello di qualità nel servizio e soddisfazione del cliente.

Nel suo percorso professionale dedicato al settore della Logistica, ha svolto diversi compiti. Tra queste spiccano la pianificazione della **domanda** e dell'**offerta**, anche nell'applicazione delle **chiavi del S&OP, controllo di inventario, acquisti, stoccaggio, analisi di rete**, ecc. Allo stesso tempo, questo esperto è caratterizzato da una capacità di **leadership** e **motivazione** incontestabile dei dipendenti a sua carico. Così, è diventato un punto di riferimento per le più importanti **multinazionali** del mondo.

Mahmoud Shama ha ricoperto diversi ruoli presso la **società Red Bull**, principalmente come **Senior Director della Supply Chain**. In particolare, si è dedicato a migliorare l'accuratezza delle **previsioni e ridurre al minimo gli sprechi**. Allo stesso tempo, ha assicurato lo sviluppo di una **gestione rigorosa delle scorte**.

Un'altra delle aziende in cui ha lavorato questo specialista è Mondelēz International, come
Direttore della Pianificazione della Domanda per il Nord America e come Senior Manager del
Servizio Clienti e della Logistica. Da queste posizioni ha guidato la strategia globale di XC&L,
supervisionando anche la produzione esterna di alcuni dei prodotti più distintivi del marchio.
Inoltre, il suo passaggio attraverso altri marchi come Johnson & Johnson, Kraft Foods Group,
Cadbury o PepsiCo, gli ha permesso di accumulare conoscenze e prospettive dirette sulle diverse
metodologie e tecnologie che promuovono ambienti operativi più produttivi e organizzati. Inoltre,
questo dirigente possiede un MBA in Business che, insieme alla sua esperienza tecnica, rafforza
la sua acutezza imprenditoriale.



Dott. Shama, Mahmoud

- Direttore della Pianificazione della Domanda per il Nord America presso Mondelez International
- Direttore della Pianificazione e S&OP globale presso Johnson & Johnson
- Direttore del Servizio Clienti e della Logistica presso Mondelez International
- Direttore della Fornitura di Prodotti e Leader S&OP presso Kraft Foods Group
- Direttore di Pianificazione, S&OP e Progetti MENA presso Cadbury
- Responsabile della Pianificazione dei Materiali e degli Acquisti presso PepsiCo
- MBA in Business presso la Scuola di Amministrazione di Maastricht
- Laurea in Ingegneria Meccanica presso l'Università Americana del Cairo



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 lavor 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



Un'esperienza formativa unica, fondamentale e decisiva per promuovere il tuo sviluppo professionale"

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi nel coud 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



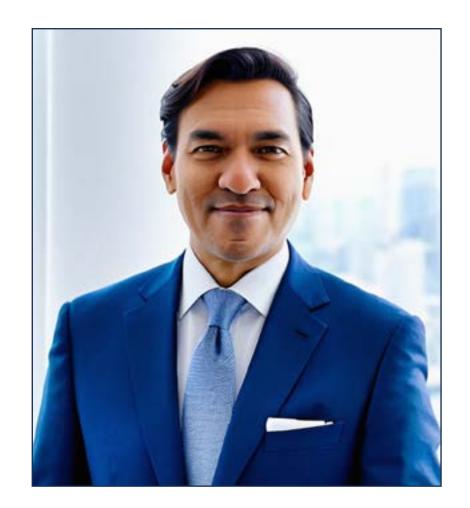
Cogli l'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana"

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 qettare 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 da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Laurea in applicazioni aziendali Al 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"

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"

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?"

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 Luminate 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 Bussiness 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"

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 ssupervisione della logistica e fdei 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"

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 Federcalcio 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!"





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

L'MBA in Logistics and Operations Management (COO, Chief Operating Officer) di TECH è un programma intensivo che ti prepara per affrontare sfide e decisioni aziendali a livello logistico, tanto in ambito nazionale come 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.

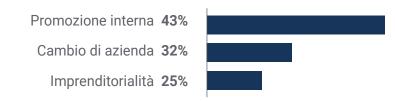
Non perdere l'opportunità di specializzarti con noi e raggiungere il miglioramento che stavi cercando.

Se desideri un cambiamento positivo nella tua professione, il nostro programma 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 **25,22%**

Salario precedente

57.900 €

Incremento salariale

25,22%

Salario posteriore

75.500 €





tech 78 | 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 dell'azienda stessa.



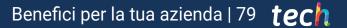
Creare agenti di cambiamento

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 in 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 82 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di MBA in Logistics and Operations Management (COO, Chief Operating Officer) 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.

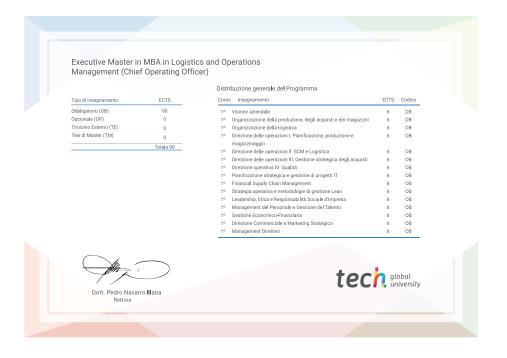
Titolo: Executive Master MBA in Logistics and Operations Management (Chief Operating Officer)

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 Logistics and Operations Management (Chief Operating Officer)

» Modalità: online

» Durata: 12 mesi

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 90 ECTS

» Orario: a tua scelta

» Esami: online

