

# Executive Master Commercial and Sales Management

M C S M



## Executive Master Commercial and Sales Management

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: laureati e professionisti con esperienza dimostrabile

Accesso sito web: [www.techtitude.com/it/business-school/master/master-commercial-sales-management](http://www.techtitude.com/it/business-school/master/master-commercial-sales-management)

# Indice

01

Benvenuto

---

*pag. 4*

02

Perché studiare in TECH?

---

*pag. 6*

03

Perché scegliere il nostro programma?

---

*pag. 10*

04

Obiettivi

---

*pag. 14*

05

Competenze

---

*pag. 20*

06

Struttura e contenuti

---

*pag. 24*

07

Metodologia

---

*pag. 34*

08

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 42*

09

Impatto sulla tua carriera

---

*pag. 46*

10

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 50*

11

Titolo

---

*pag. 54*

# 01 Benvenuto

Nell'ultimo decennio il commercio ha subito cambiamenti mai visti prima. Le nuove tecnologie e gli ultimi progressi nella comunicazione hanno fornito alle aziende nuovi strumenti per il controllo e l'analisi dei prodotti, oltre a provocare un cambiamento nelle abitudini dei consumatori, sempre più propensi allo shopping online. Grazie al programma di Commercial and Sales Management svilupperai le competenze necessarie per gestire strategicamente l'attività commerciale dell'organizzazione, con una visione integrale e globale che ti permetterà di utilizzare gli strumenti più efficaci per ogni parte del processo.



Executive Master in Commercial and Sales Management.  
TECH Università Tecnologica



“

*Le aziende richiedono manager ampiamente specializzati perciò TECH offre programmi su misura che si adattano ai tuoi interessi”*

02

# Perché studiare in TECH?

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



“

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

## In TECH Università Tecnologica



### Innovazione

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

*"Caso di Successo Microsoft Europa"* per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



### Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

**Il 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.

**+100.000**

manager specializzati ogni anno

**+200**

nazionalità differenti



### Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 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 più di 200 nazioni differenti.

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



### Analisi

---

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze 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 "case studies" della Harvard Business School. 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. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, volume + tecnologia = prezzo dirompente. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



### Impara dai migliori del settore

---

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 in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



*Grazie a TECH potrai disporre dei casi di studio proposti dalla Harvard Business School*

03

# Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

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



“

*Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"*

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

**01**

### Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

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

**02**

### Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

**03**

### Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

*Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.*

**04**

### Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

### Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

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

06

### Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

### Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

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

08

### Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

*Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.*

# 04 Obiettivi

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



“

*Nell'era digitale, l'esperienza internazionale, l'impegno etico e la visione degli affari sono alcune delle caratteristiche più richieste ai manager"*

I tuoi obiettivi sono i nostri.

Noi di TECH lavoriamo con te per aiutarti a raggiungerli.

Il Executive Master in Commercial and Sales Management ti permetterà di:

01

Definire le ultime tendenze e novità nella Gestione aziendale

02

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

03

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

04

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



05

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

06

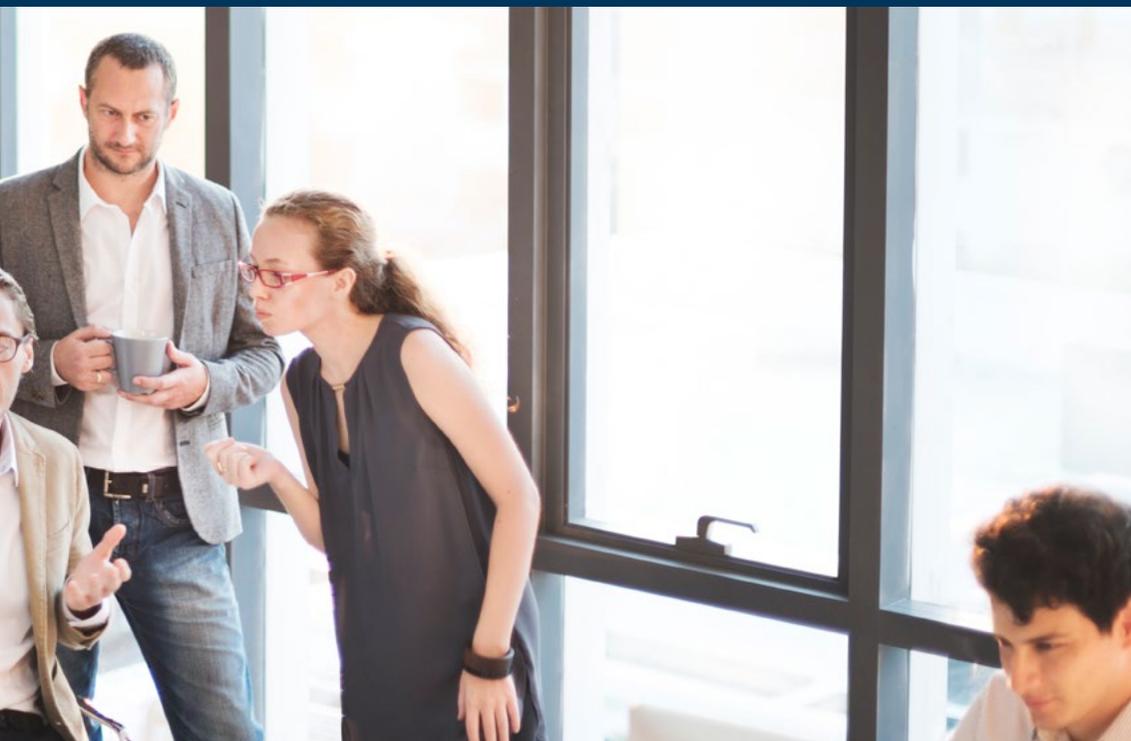
Sviluppare le capacità di individuazione, analisi e problem solving

07

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

08

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



09

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

12

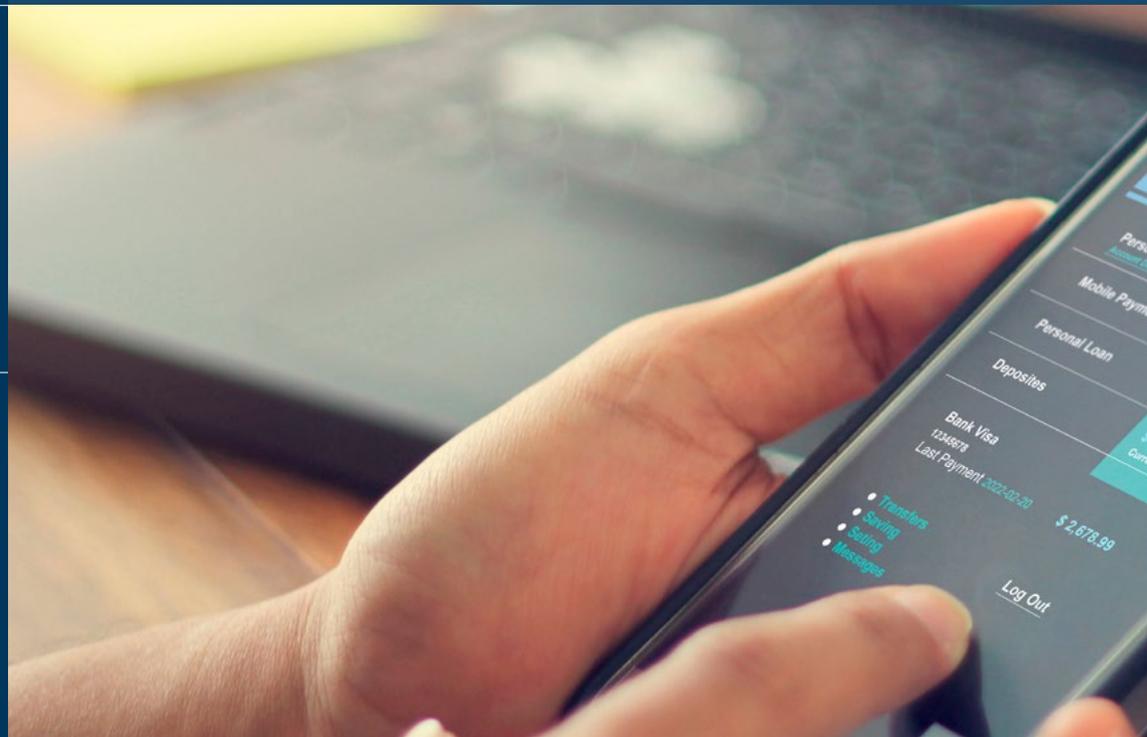
Conoscere l'intero processo logistico e operativo della compagnia

10

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

11

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



13

Essere in grado di organizzare e gestire il team di vendita

14

Realizzare strategie commerciali e di marketing a livello internazionale

15

Integrare diversi strumenti digitali nella strategia aziendale

16

Effettuare indagini di mercato per conoscere la concorrenza e sviluppare strategie di differenziazione



05

# Competenze

Dopo aver superato le valutazioni del Executive Master in Commercial and Sales Management, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per svolgere una pratica di qualità e aggiornata, basata sulla metodologia didattica più innovativa.



“

*In TECH potrai acquisire le competenze  
necessarie per crescere professionalmente  
nell'ambito della direzione commerciale"*

01

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

02

Gestire adeguatamente team multiculturali

03

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

04

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

05

Applicare metodi e tecniche di ricerca quantitativa e qualitativa



06

Avere una conoscenza approfondita delle tecniche di marketing

08

Controllo dell'attività commerciale dell'azienda



09

Condurre audit commerciali

07

Realizzare una corretta organizzazione commerciale e strategia di vendita

10

Applicare tecniche di *coaching* nelle vendite

06

# Struttura e contenuti

Il Executive Master in Commercial and Sales Management è un programma su misura, 100% online, che ti consente di scegliere il luogo e il momento che si adattano meglio alla tua disponibilità, orari ed interessi.

Un programma con una durata di 12 mesi che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante, che getta le basi per il tuo successo professionale come Direttore commerciale e di vendite.



“

*Sviluppa le competenze necessarie a ottenere il successo nel tuo lavoro quotidiano e avanzare nella tua professione in poco tempo”*

## Piano di studi

Il Executive Master in Commercial and Sales Management, di TECH Università Tecnologica, è un programma intensivo che prepara lo studente ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentano un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 1.500 ore di studio lo studente analizzerà una molteplicità di casi pratici mediante il lavoro individuale, ottenendo un processo di apprendimento profondo che sarà di grande utilità per il suo lavoro quotidiano. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Executive Master si occupa in modo approfondito di diverse aree dell'azienda, ed è stato ideato per far comprendere ai manager la direzione commerciale e di vendita da una prospettiva strategica e innovatrice.

Un piano progettato per il professionista e il suo miglioramento professionale, che lo prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito direttivo e della gestione aziendale. Un programma che comprende le sue esigenze e quelle della sua azienda, e che vuole soddisfarle mediante contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, supportati dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha la durata di 12 mesi e si divide in quattro grandi blocchi tematici:

<b>Modulo 1</b>	<i>Management e leadership</i>
<b>Modulo 2</b>	Logistica e gestione economica
<b>Modulo 3</b>	Direzione Commerciale
<b>Modulo 4</b>	Ricerche di mercato
<b>Modulo 5</b>	Pianificazione della campagna vendite
<b>Modulo 6</b>	Organizzazione commerciale e del team di vendite
<b>Modulo 7</b>	Selezione, formazione e <i>coaching</i> della rete di vendite
<b>Modulo 8</b>	Processo dell'attività commerciale
<b>Modulo 9</b>	<i>Customer Relationship Management</i>
<b>Modulo 10</b>	Integrazione dei canali online nella strategia commerciale
<b>Modulo 11</b>	Commercio e marketing internazionale



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

TECH offre la possibilità di frequentare questo programma completamente online. Nel corso dei 12 mesi di specializzazione, gli studenti potranno accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che consentirà loro di autogestire i tempi di studio.

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

## Modulo 1. Management e leadership

### 1.1. General Management

- 1.1.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 1.1.2. Politica di Gestione e Processi
- 1.1.3. *Society and Enterprise*

### 1.2. Direzione strategica

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

### 1.3. Strategia competitiva

- 1.3.1. Analisi di mercato
- 1.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili
- 1.3.3. Ritorno dell'investimento

### 1.4. Strategia Corporativa

- 1.4.1. *Driving corporate strategy*
- 1.4.2. *Pacing corporate strategy*
- 1.4.3. *Framing corporate strategy*

### 1.5. Pianificazione e strategia

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

### 1.6. Gestione del talento

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

### 1.7. Sviluppo direttivo e leadership

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

### 1.8. Gestione del cambiamento

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

## Modulo 2. Logistica e gestione economica

### 2.1. Diagnostico finanziario

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

### 2.2. Analisi economica delle decisioni

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

### 2.3. Valutazione di investimenti e *portfolio management*

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

### 2.4. Direzione logistica di acquisti

- 2.4.1. Gestione di *stock*
- 2.4.2. Gestione magazzini
- 2.4.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento

### 2.5. *Supply chain management*

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

### 2.6. Processi logistici

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

### 2.7. Logistica e clienti

- 2.7.1. Analisi della domanda e previsione
- 2.7.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 2.7.3. *Collaborative Planning Forecasting and Replacement*

### 2.8. Logistica internazionale

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

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

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

**3.2. Fondamenti di Commercial Management**

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

**3.3. Presa di decisioni nella gestione commerciale**

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

**3.4. Direzione e gestione della rete di vendite**

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

**3.5. Attuazione della funzione commerciale**

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

**3.6. Gestione finanziaria e di budget**

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

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

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

**4.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa**

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

**4.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa**

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

**4.4. Ricerche di mercato online**

- 4.4.1. Strumenti di ricerca quantitativi nei mercati online
- 4.4.2. Strumenti di ricerca qualitativi e dinamici dei clienti
- 4.4.3. Analisi e interpretazione dei dati ottenuti

**4.5. Segmentazione dei mercati**

- 4.5.1. Tipologia di mercati
- 4.5.2. Concetto e analisi della domanda
- 4.5.3. Segmentazione e criteri
- 4.5.4. Definizione di Pubblico Obiettivo

**4.6. Tipi di comportamento di acquisto**

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

**4.7. Sistemi informativi nella direzione commerciale**

- 4.7.1. Approcci concettuali ai sistemi informativi nella Direzione Commerciale
- 4.7.2. *Data Warehouse and Data Mining*
- 4.7.3. Sistemi informativi geografici

**4.8. Gestione di progetti di ricerca**

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

**4.9. Intelligence applicato alla gestione commerciale**

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

**4.10. Agenzie, mezzi e canali online**

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

## Modulo 5. Pianificazione della campagna vendite

### 5.1. Analisi della lista clienti

- 5.1.1. Pianificazione clienti
- 5.1.2. Classificazione clienti

### 5.2. Segmentazione commerciale

- 5.2.1. Analisi dei canali di distribuzione, aree di vendita e prodotti
- 5.2.2. Preparazione di aree commerciali
- 5.2.3. Realizzazione del piano di appuntamenti

### 5.3. Selezione dei clienti obiettivo (CRM)

- 5.3.1. Design di un e-CRM
- 5.3.2. Coinvolgimento e limitazioni del RGPD
- 5.3.3. Orientamento al consumatore
- 5.3.4. Pianificazione 1 a 1

### 5.4. Gestione dei conti chiave

- 5.4.1. Identificazione dei conti chiave
- 5.4.2. Benefici e rischi del *Key Account Manager*
- 5.4.3. Vendite e *key account Manager*
- 5.4.4. Fasi dell'azione strategica del KAM

### 5.5. Previsione delle vendite

- 5.5.1. Previsione aziendale e delle vendite
- 5.5.2. Metodi di previsione delle vendite
- 5.5.3. Applicazioni pratiche della previsione delle vendite

### 5.6. Fissaggio di obiettivi vendita

- 5.6.1. Coerenza di obiettivi aziendali, commerciali e di vendita
- 5.6.2. Programmazione di obiettivi e budget dettagliati
- 5.6.3. Distribuzione degli obiettivi per unità di attività commerciale
- 5.6.4. Obiettivi di vendita e partecipazione

### 5.7. Quota vendite e la sua definizione

- 5.7.1. Quote di attività
- 5.7.2. Quote di volume e rendimento
- 5.7.3. Quote di partecipazione
- 5.7.4. Quote economiche e finanziarie
- 5.7.5. La stagionalità e le quote

### 5.8. Piano di contingenza

- 5.8.1. Sistemi informativi e controllo vendite
- 5.8.2. Quadri di controllo
- 5.8.3. Misure correttive e piani di contingenza

## Modulo 6. Organizzazione commerciale e del team di vendite

### 6.1. Organizzazione commerciale

- 6.1.1. Introduzione all'organizzazione commerciale
- 6.1.2. Strutture commerciali più tipiche
- 6.1.3. Organizzazioni di delegazioni
- 6.1.4. Sviluppo di modelli organizzativi commerciali

### 6.2. Organizzazione della rete di vendite

- 6.2.1. Organigramma del dipartimento
- 6.2.2. Progettazione della rete di vendite
- 6.2.3. Contesto multicanale

### 6.3. Analisi di mercato interno

- 6.3.1. Definizione di Catena di Servizio
- 6.3.2. Analisi di Qualità di Servizio
- 6.3.3. *Benchmarking* del prodotto
- 6.3.4. Fattori chiave del successo dell'attività

### 6.4. Strategie di vendita

- 6.4.1. Metodi di vendita
- 6.4.2. Strategie di acquisizione
- 6.4.3. Strategie di servizi

### 6.5. *Go-to-market strategy*

- 6.5.1. *Channel management*
- 6.5.2. Vantaggi competitivi
- 6.5.3. Forza vendita

### 6.6. Controllo dell'attività commerciale

- 6.6.1. Principali rapporti e metodi di controllo
- 6.6.2. Strumenti di supervisione
- 6.6.3. Metodologia del *balanced scorecard*

### 6.7. Organizzazione del servizio di assistenza post-vendita

- 6.7.1. Azioni post-vendita.
- 6.7.2. Relazioni con il cliente
- 6.7.3. Autoanalisi e miglioramento

### 6.8. Revisione commerciale

- 6.8.1. Possibili linee di intervento
- 6.8.2. *Audit commerciale express*
- 6.8.3. Valutazione strategica del team
- 6.8.4. Valutazione della politica di marketing

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

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

**Modulo 8.** Processo dell'attività commerciale

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

## Modulo 9. Customer Relationship Management

### 9.1. Conoscenza del mercato e del consumatore

- 9.1.1. *Open innovation*
- 9.1.2. *Intelligenza Competitiva*
- 9.1.3. *Economia condivisa*

### 9.2. CRM e marketing relazionale

- 9.2.1. *Filosofia aziendale o orientamento strategico*
- 9.2.2. *Identificazione e differenziazione del cliente*
- 9.2.3. *L'impresa e i suoi azionisti*
- 9.2.4. *Clienting*

### 9.3. Database Marketing e Customer Relationship Management

- 9.3.1. *Applicazioni del Database marketing*
- 9.3.2. *Leggi e regolamento*
- 9.3.3. *Fonti di informazione, archiviazione e elaborazione*

### 9.4. Psicologia e comportamento del consumatore

- 9.4.1. *Lo studio del comportamento del consumatore*
- 9.4.2. *Fattori interni ed esterni del consumatore*
- 9.4.3. *Processo decisionale del consumatore*
- 9.4.4. *Consumismo, società, marketing ed etica*

### 9.5. Aree del CRM management

- 9.5.1. *Customer Service*
- 9.5.2. *Gestione della Forza Vendita*
- 9.5.3. *Servizio al Cliente*

### 9.6. Marketing Consumer Centric

- 9.6.1. *Segmentazione*
- 9.6.2. *Analisi di rendimento*
- 9.6.3. *Strategie per fidelizzare il cliente*

### 9.7. Tecniche di CRM management

- 9.7.1. *Marketing diretto*
- 9.7.2. *Integrazione multicanale*
- 9.7.3. *Marketing virale*

### 9.8. Vantaggio e pericoli da implementare CRM

- 9.8.1. *CRM, vendite e costi*
- 9.8.2. *Soddisfazione e lealtà del cliente*
- 9.8.3. *Implementazione tecnologica*
- 9.8.4. *Errori strategici e di gestione*

## Modulo 10. Integrazione dei canali online nella strategia commerciale

### 10.1. Digital e-commerce management

- 10.1.1. *Nuovi modelli di business e-commerce*
- 10.1.2. *Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce*
- 10.1.3. *Struttura tecnologica dell'e-commerce*

### 10.2. Implementazione di tecniche di e-commerce

- 10.2.1. *Social media e integrazione nell'e-commerce*
- 10.2.2. *Strategia multichannel*
- 10.2.3. *Personalizzazione del dashboard*

### 10.3. Digital Pricing

- 10.3.1. *Metodi e canali di pagamento online*
- 10.3.2. *Promozioni elettroniche*
- 10.3.3. *Timer digitale di prezzi*
- 10.3.4. *E-auctions*

### 10.4. Dall'e-commerce al m-commerce e al s-commerce

- 10.4.1. *Modelli di business di e-marketplace*
- 10.4.2. *S-commerce ed esperienza di marca*
- 10.4.3. *Acquisto mediante dispositivi mobili*

### 10.5. Customer intelligence: dall'e-CRM al s-CRM

- 10.5.1. *Integrazione del consumatore nella catena di valore*
- 10.5.2. *Tecniche di indagine e fidelizzazione online*
- 10.5.3. *Pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente*

### 10.6. Gestione di comunità virtuali: Community

- 10.6.1. *Cambi nei paradigmi di comunicazione*
- 10.6.2. *Business intelligence e consumatore 2.0*
- 10.6.3. *Gestione di reti e comunità*
- 10.6.4. *Gestione di contenuti nei social media*
- 10.6.5. *Monitoraggio, analisi e risultati nei social media*

### 10.7. Social Media Plan

- 10.7.1. *Progettazione di un piano di social media*
- 10.7.2. *Definizione della strategia da seguire in ogni media*
- 10.7.3. *Protocollo di contingenza in caso di crisi*

### 10.8. Web analytics e social media intelligence

- 10.8.1. *Stabilire gli obiettivi e i KPI*
- 10.8.2. *ROI in Digital Marketing*
- 10.8.3. *Visualizzazione e interpretazione delle Dashboards*

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

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

**11.2. Segmentazione internazionale**

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

**11.3. Posizionamento internazionale**

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

**11.4. Strategie di prodotto nei mercati internazionali**

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

**11.5. Prezzi ed esportazione**

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

**11.6. Qualità nel commercio internazionale**

- 11.6.1. Qualità e il commercio internazionale
- 11.6.2. Le Norme e i Certificati
- 11.6.3. Il marchio CE

**11.7. Promozione a livello internazionale**

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

**11.8. Distribuzione mediante canali internazionali**

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



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

07

# Metodologia

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

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





“

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

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

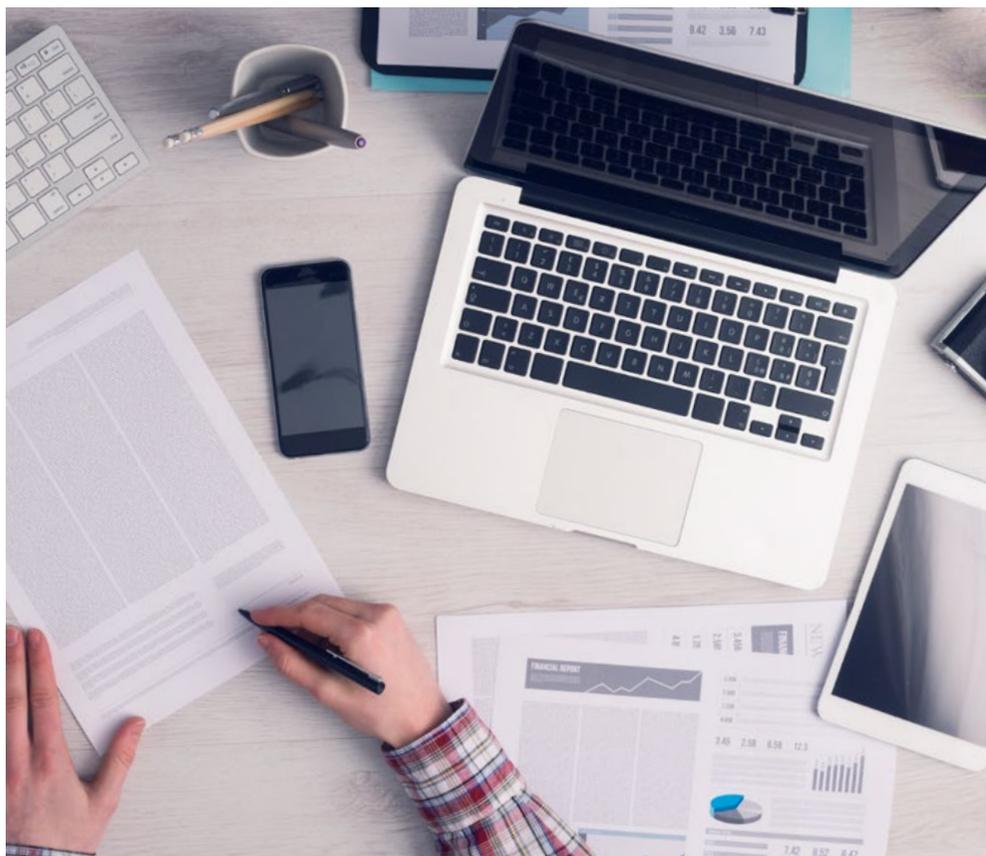
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

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



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



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

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

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

## Metodologia Relearning

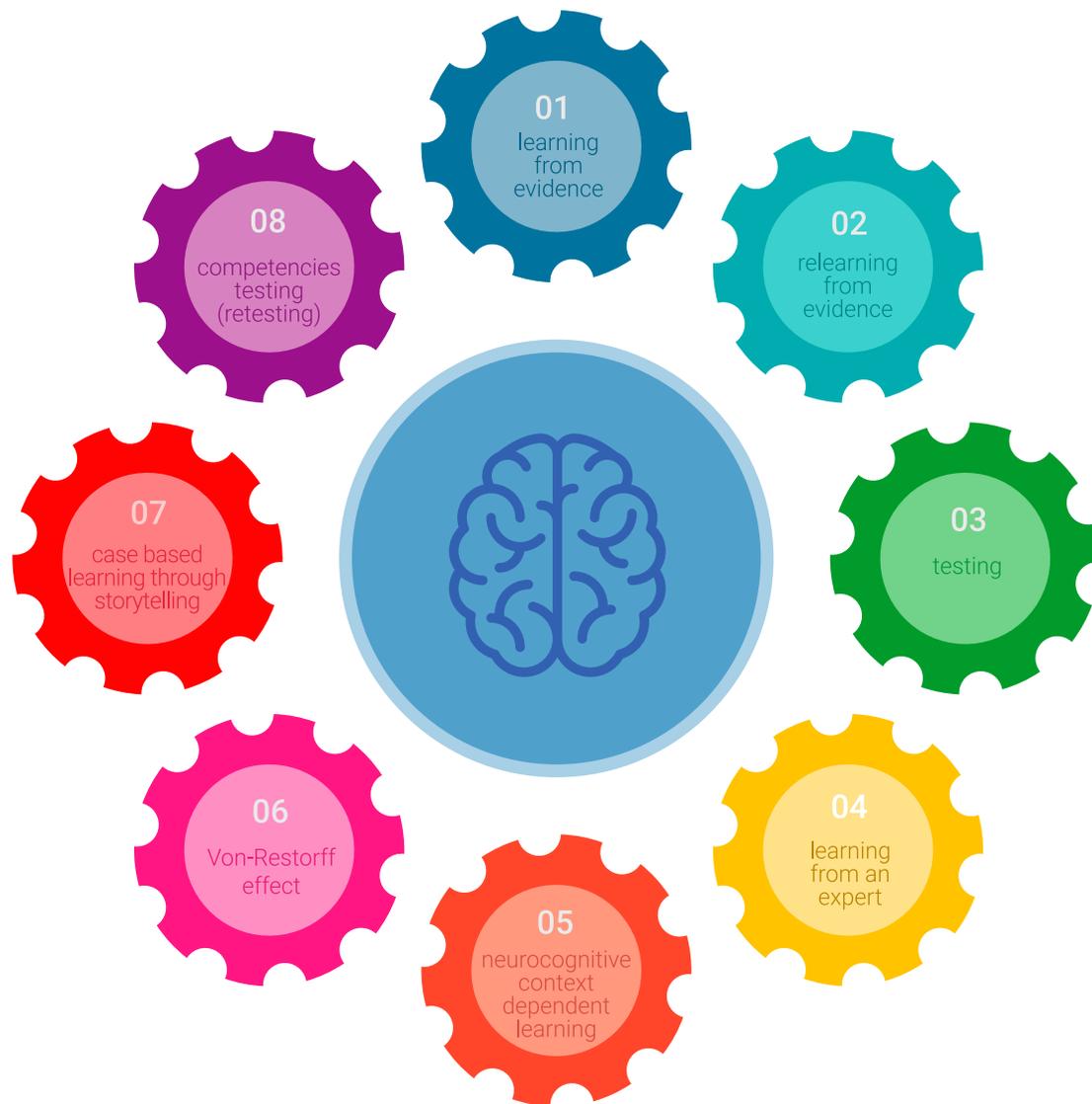
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

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

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

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





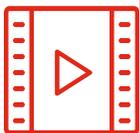
Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo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

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

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

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

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



#### Materiali di studio

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

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



#### Master class

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

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



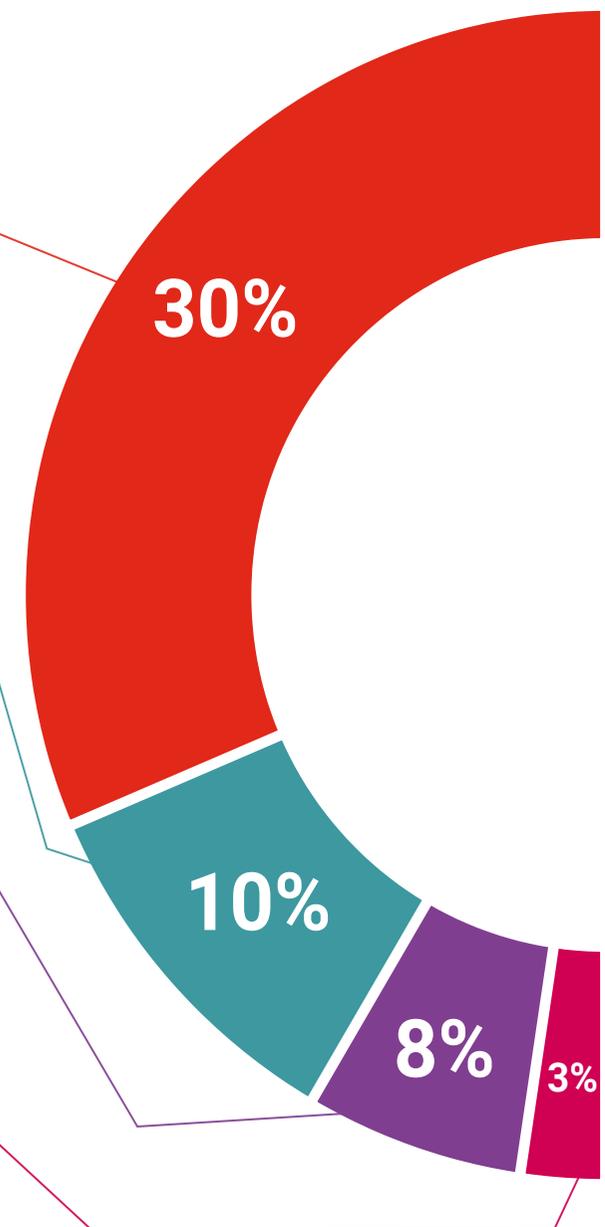
#### Stage di competenze manageriali

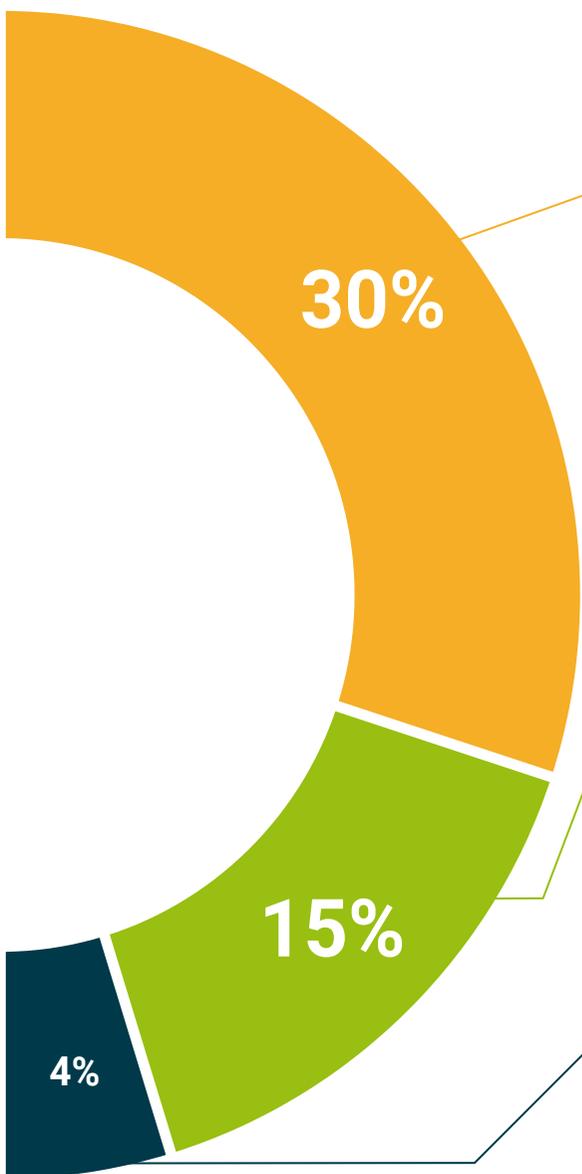
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

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





### Casi di Studio

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



### Riepiloghi interattivi

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

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profilo dei nostri studenti

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





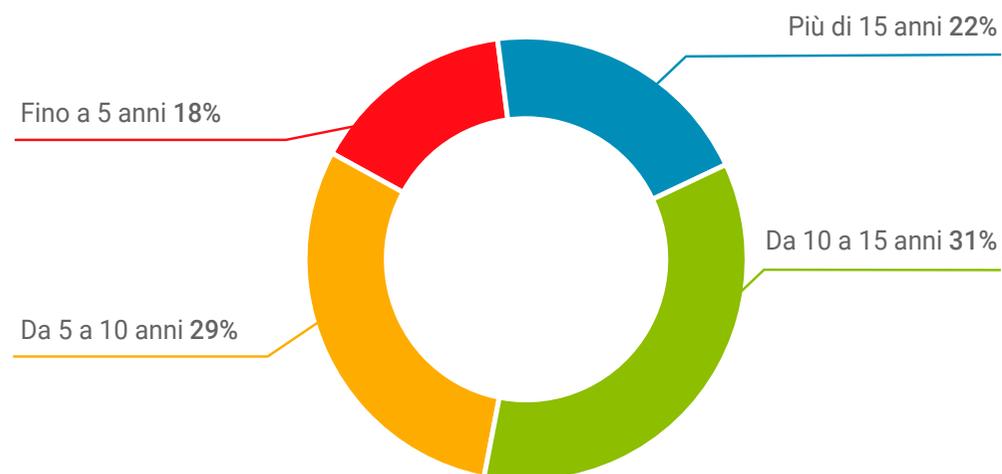
“

*Questo programma ti permetterà  
di continuare i tuoi studi senza  
rinunciare ai tuoi compiti quotidiani”*

## Età media

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

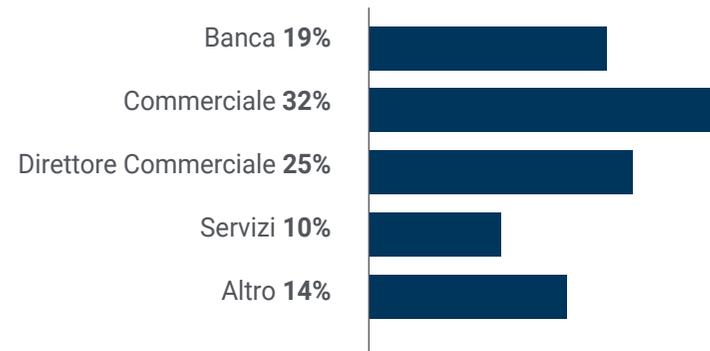
## Anni di esperienza



## Formazione

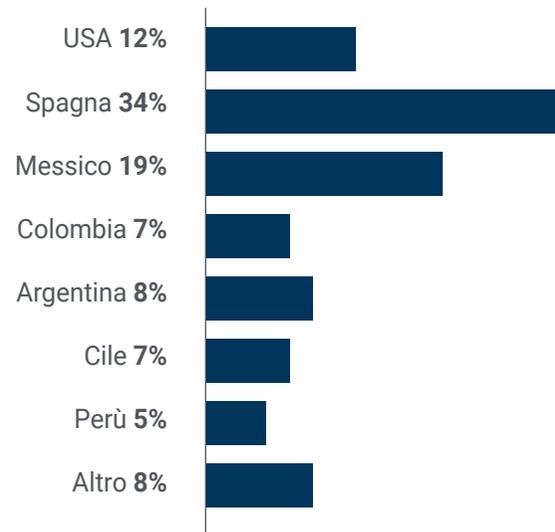


## Profilo accademico



## Distribuzione geografica

---



## Sonia Ortiz

---

Direttrice Commerciale

*"Il completamento di questo Executive Master mi ha permesso di tenermi aggiornata sulle principali novità nel Commercial and Sales Management, un settore in cui lavoro da più di 10 anni. Sono grata a TECH per la possibilità che mi ha offerto con questo programma 100% online, in caso contrario non avrei potuto continuare i miei studi"*

09

# Direzione del corso

Il personale docente del programma è composto da esperti di spicco nel marketing management e vendite, che portano la propria esperienza di anni di lavoro in questo programma. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate partecipano alla sua progettazione e preparazione completando il Master Specialistico in modo interdisciplinare, rendendolo, in questo modo, un'esperienza unica e altamente formativa a livello accademico.



“

*Un personale docente di grande prestigio che aiutano i professionisti alla ricerca d'eccellenza"*

## Direttore Ospite Internazionale

Il Dott. Aric Rindfleisch è una figura di spicco a livello internazionale nel campo del Marketing e dell'innovazione. Si dedica anche alla ricerca in settori chiave come la stampa 3D, lo sviluppo di nuovi prodotti e i valori dei consumatori.

Ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di Presidente del Marketing e CEO dell'Illinois MakerLab, il primo laboratorio di stampa 3D della Business School al mondo. Qui si è concentrato sul fornire a docenti e studenti le conoscenze e le risorse necessarie per essere all'avanguardia nell'emergente Movimento Maker, insegnando agli utenti come progettare, produrre e commercializzare oggetti fisici.

La sua carriera professionale è stata caratterizzata da un'eccezionale dedizione e da un'ampia esperienza in diversi settori. Ad esempio, ha lavorato nell'Account Management di J. Walter Thompson Japan, un'esperienza che gli ha permesso di conoscere a fondo il mondo degli affari e le dinamiche di mercato. Ha inoltre lavorato nell'amministrazione ospedaliera del Connecticut Valley Hospital, dove ha acquisito utilissime capacità di gestione e leadership.

Ma il suo contributo va oltre la ricerca, poiché ha svolto un ruolo importante nell'editoria, facendo parte del comitato editoriale e della redazione di rinomate riviste di marketing, psicologia del consumo e gestione della catena di approvvigionamento. La sua eccellenza nell'insegnamento è stata riconosciuta con diversi premi, tra cui l'inserimento nella lista dei "Top 300 Professors" d'America stilata da The Princeton Review.

Senza dubbio, il Dott. Rindfleisch ha lasciato un segno indelebile nella comunità globale. Ha infatti pubblicato numerosi articoli su riviste accademiche di fama internazionale, affrontando temi rilevanti e di attualità nel campo del Marketing.



## Dr. Rindfleisch, Aric

---

- ♦ Presidente del Marketing e Direttore esecutivo presso l'Illinois MakerLab, Urbana-Champaign, USA
- ♦ Assistente del responsabile della pubblicità presso J. Walter Thompson Giappone
- ♦ Assistente all'amministrazione ospedaliera presso il Connecticut Valley Hospital
- ♦ Dottorato di ricerca presso l'Università del Wisconsin-Madison
- ♦ M.B.A. presso la Cornell University
- ♦ Laurea in Scienze presso la Connecticut State University
- ♦ Editore associato a:
  - ♦ Rivista di Gestione della Catena di Fornitura
  - ♦ Rivista di Gestione dell'Innovazione di Prodotto
- ♦ Membro del Comitato Editoriale di:
  - ♦ Rivista dell'Accademia delle Scienze del Marketing
  - ♦ Rivista di Psicologia dei Consumatori
  - ♦ Rivista di Politica Pubblica e Marketing
  - ♦ Lettere di Marketing
  - ♦ Rivista dell'Accademia di Scienze del Marketing

“

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

09

# Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo dovrebbe essere la crescita professionale.

E, per farlo, mettiamo tutti i nostri strumenti a tua disposizione affinché tu possa acquisire la specializzazione di cui hai bisogno.



“

*Vogliamo aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che stai cercando e, a tal fine, ti offriamo un programma di qualità al miglior prezzo”*

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

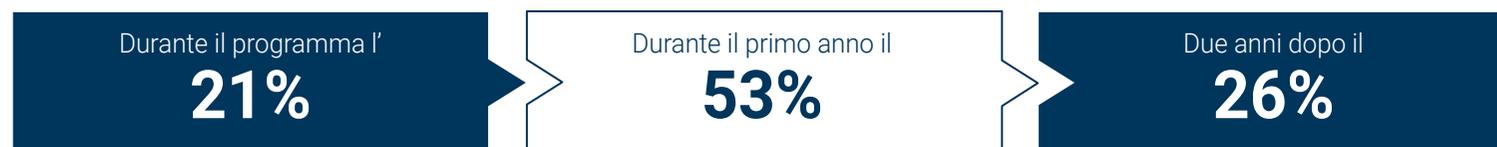
Il Executive Master in Commercial and Sales Management di TECH è un programma intensivo che prepara lo studente ad affrontare le sfide e le decisioni imprenditoriali nell'ambito commerciale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutandoti a raggiungere il successo.

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

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

*Studia in TECH e raggiungi l'eccellenza accademica e professionale che cerchi.*

### Momento del cambiamento



### Tipo di cambiamento



## Miglioramento salariale

---

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



10

# Benefici per la tua azienda

Il Executive Master in Commercial and Sales Management aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale mediante la specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico apporterà un miglioramento non solo a livello personale, ma, soprattutto, a livello professionale, aumentando la tua preparazione e arricchendo le tue capacità direttive. Inoltre, unirsi alla comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una vasta rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti e fornitori.





“

*Ottieni la specializzazione di cui hai bisogno per conferire una nuova visione di business alla tua azienda"*

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

01

### Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

---

02

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

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

03

### Creare agenti di cambiamento

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

---

04

### Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



05

### **Sviluppo di progetti propri**

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

---

06

### **Aumento della competitività**

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

# 11 Titolo

Il Executive Master in Commercial and Sales Management ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Executive Master rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”*

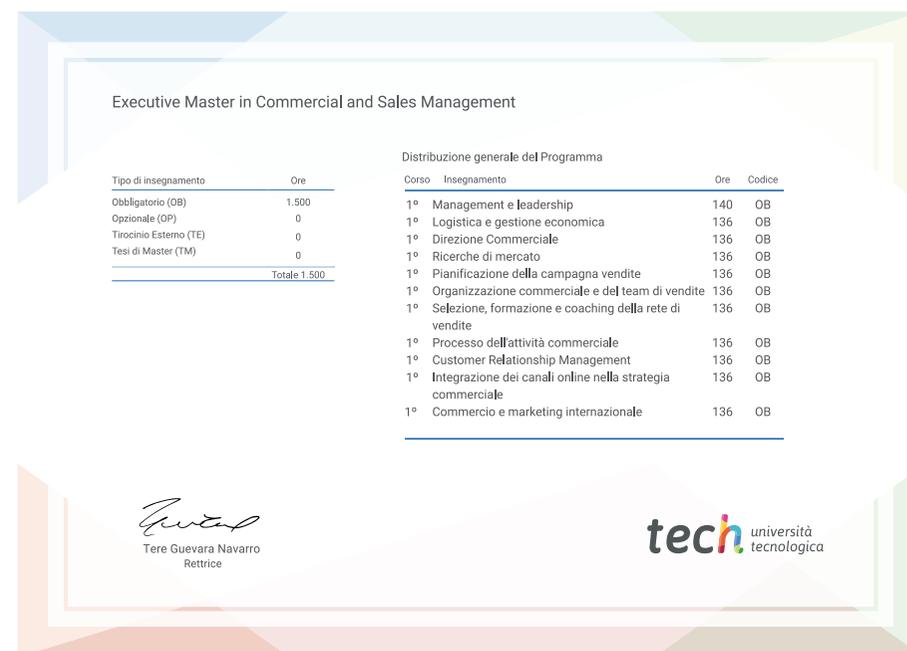
Questo **Executive Master in Commercial and Sales Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Executive Master, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Executive Master in Commercial and Sales Management**

N.° Ore Ufficiali: **1.500 O.**



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



## Executive Master Commercial and Sales Management

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

# Executive Master

## Commercial and Sales Management

