

Executive Master

MBA in Trasformazione Digitale
(CDO, Chief Digital Officer)

M B A T D C D O



tech università
tecnologica

Executive Master MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer)

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-trasformazione-digitale-cdo-chief-digital-officer

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. 26

07

Metodologia

pag. 42

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 50

09

Direzione del corso

pag. 54

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 74

11

Benefici per la tua azienda

pag. 78

12

Titolo

pag. 82

01 Benvenuto

La continua comparsa di nuove tecnologie e i notevoli progressi che si verificano ogni anno, soprattutto nel campo informatico, obbligano le imprese a essere immerse in un processo di rinnovamento continuo. È qui che spicca la figura del CDO, Chief Digital Officer, che deve guidare tale Trasformazione Digitale per cercare il massimo beneficio per la sua organizzazione. Per fare questo, è necessario padroneggiare i processi di gestione aziendale, tecniche analitiche, comunicazione digitale, Internet of Things, ecc. Questo programma approfondisce precisamente tutte le competenze che il CDO deve sviluppare per avere una carriera di successo, offrendo un formato 100% online con il quale si possono migliorare le aspettative professionali ed economiche senza dover sacrificare responsabilità lavorative o personali. A questo si aggiungono 10 *Master class* preparate da un referente internazionale come Direttore Ospite.



MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer)
TECH Università Tecnologica



“

Posizionati come un leader altamente qualificato in campo aziendale e tecnologico grazie a TECH e alle esclusive Master class incluse in questo programma 100% online”

02

Perché studiare in TECH?

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



“

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

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

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



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

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



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

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

04 Obiettivi

Poiché la figura del CDO deve coprire una vasta gamma di settori tecnologici per svolgere con successo la sua funzione, l'obiettivo del programma è fornire gli strumenti, le strategie e le conoscenze adatte che influenzano direttamente il suo lavoro quotidiano. Per questo, è stato preparato un ampio materiale didattico che copre una moltitudine di aree della gestione tecnologica, controllo dei processi e comportamenti di leadership nel settore del *Chief Digital Officer*.



“

Avrai il miglior materiale didattico a tua disposizione, in una classe virtuale disponibile 24 ore al giorno per accedervi quando vuoi”

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

Questo MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer) prepara lo studente a:

01

Padroneggiare le diverse soluzioni tecnologiche BPM e selezionare quella che meglio si adatta a ciascuna azienda

04

Sviluppare un quadro concettuale per l'analisi della maturità digitale e delle sfide a livello di strategia, processi, tecnologia, cultura e persone che l'organizzazione deve affrontare nel nuovo paradigma digitale

02

Individuare i processi di innovazione che consentano la creazione di nuovi prodotti e servizi tecnologici

05

Attuare l'automazione dei processi e l'integrazione con clienti, fornitori, dipendenti, organizzazioni, documenti, sistemi e tecnologie

03

Realizzare il progetto dei processi aziendali usando la metodologia BPM, elaborando mappe e documentando i processi

06

Sviluppare una visione strategica che consenta guidare i processi di cambio della gestione dell'innovazione e della Digital Transformation

07

Padroneggiare le diverse tendenze tecnologiche in atto, in modo da avere una visione strategica e globale quando vengono applicate ai propri progetti

10

Comprendere e riflettere sulle diverse tendenze comportamentali degli utenti, nonché sulla nuova comunicazione che tutte le aziende dovranno affrontare

08

Stabilire la Strategia Digitale, intendendola con una visione a 360°, applicata sia all'esperienza del cliente sia all'esperienza interna dell'azienda

11

Implementare il *Business Process Management* tempestivamente e con successo

09

Acquisire una visione strategica e la capacità di definire un piano di marketing, attraverso un'analisi esaustiva degli strumenti da utilizzare in: social network, *influencer Marketing*, *email Marketing*, posizionamento SEO, *mobile Marketing* e ASO, campagne di *Paid-media*, Marketing di affiliazione, pubblicità programmatica, programmi di fidelizzazione e azioni di *Co-Branding*

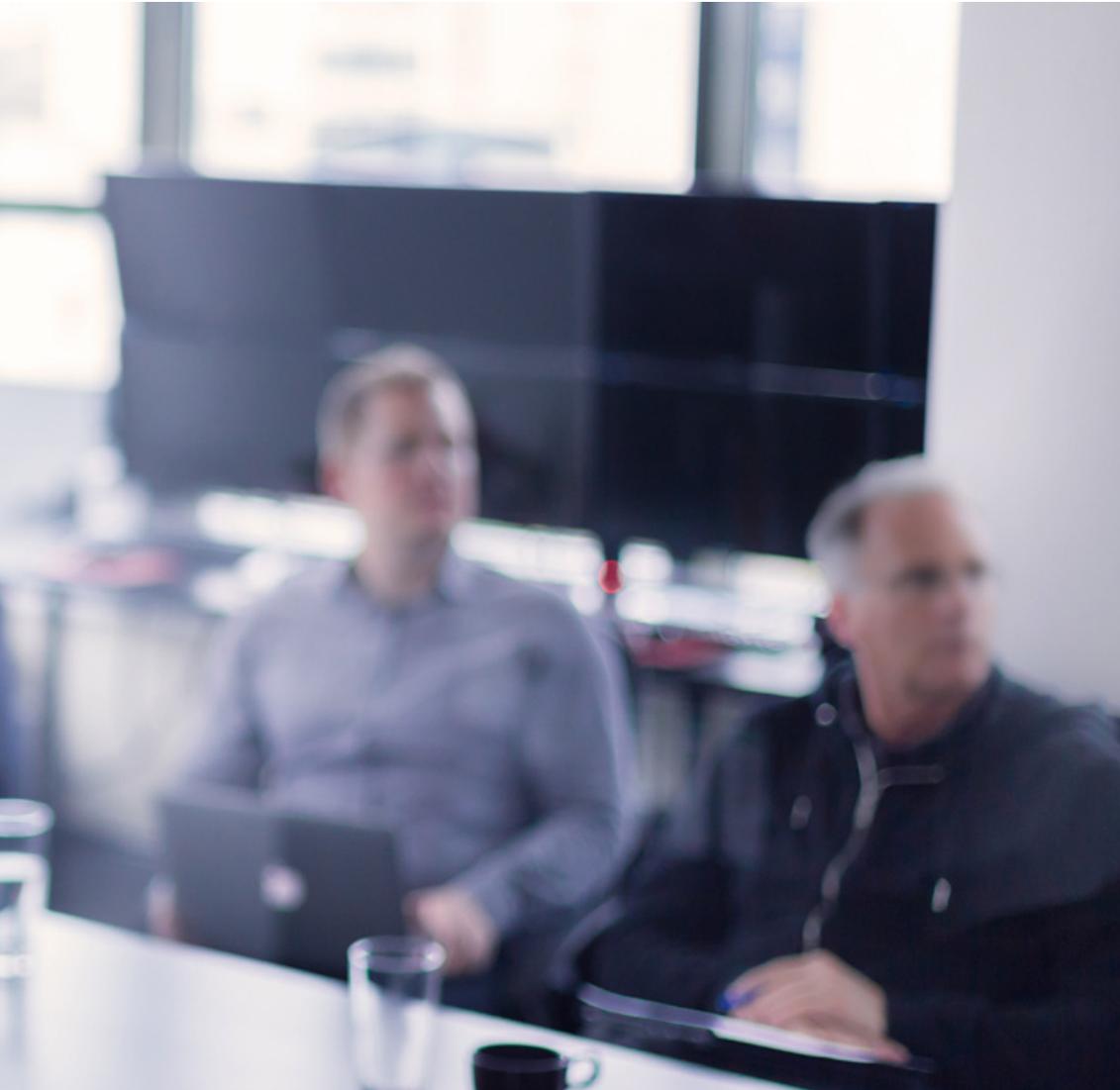
12

Creare modelli di processo tenendo conto dei tipi di navigazione più comunemente utilizzati, conoscendone gli aspetti rilevanti, al fine di scegliere il tipo di modello più adatto per ogni scenario

13

Progettare il processo desiderato e valutarne le prestazioni, formulando indicatori di gestione in base al livello dell'azienda





05

Competenze

La Trasformazione Digitale richiede ai manager una serie di competenze raffinate non solo nell'evidente ambito tecnologico, ma anche nella gestione di ambienti in costante cambiamento, nell'analisi delle procedure aziendali o nell'ottimizzazione e controllo di tali processi. Per questo motivo, il manager troverà in questo programma un contenuto eminentemente pratico, focalizzato sul miglioramento diretto delle sue competenze anche prima di terminarlo, potendo incorporare nel suo lavoro quotidiano le abilità più importanti della posizione di CDO.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has several bars of varying heights. The background is a dark blue gradient with a white diagonal line.

“

Valorizzerai il tuo lavoro, i tuoi sforzi e le tue capacità di leadership attraverso lo sviluppo delle competenze e della gestione digitale che acquisirai in questo programma”

01

Comprendere l'impatto della trasformazione digitale su clienti, processi, modelli di business, talento umano e strumenti di lavoro

02

Applicare l'uso dei nuovi strumenti tecnologici nella propria organizzazione

03

Acquisire una visione strategica per guidare i processi di cambio della gestione dell'innovazione e della Digital Transformation

04

Creare un team di trasformazione digitale comprendendo quali aree aziendali e profili dovrebbero essere coinvolti

05

Analizzare l'impatto sul business dell'uso delle tecnologie attuali



06

Guidare i cambiamenti che stanno trasformando i processi organizzativi

08

Sviluppare la visione e le capacità strategiche per definire un piano di marketing, nonché gli strumenti attualmente in uso



09

Guidare e gestire l'area di marketing digitale a livello aziendale

07

Analizzare l'ambiente digitale: impatto, sfide e opportunità dal punto di vista del marketing

10

Padroneggiare i progressi nei nuovi formati pubblicitari, avendo così la conoscenza necessaria per scommettere su di essi nella tua futura strategia

11

Implementare una strategia digitale per vedere l'impatto che sta avendo sui diversi settori di oggi

12

Riconoscere se l'azienda ha gli elementi necessari per una implementazione di successo del progetto BPM





13

Creare modelli di business process tenendo conto dei tipi di notazione più utilizzati

06

Struttura e contenuti

Seguendo la metodologia pedagogica *Relearning*, tutti i contenuti di questo programma favoriscono un insegnamento naturale ed efficace, che non richiede un investimento di enormi ore di studio per potersi superare. Al contrario, le molteplici risorse multimediali, i video di sintesi e i casi simulati basati su esempi reali rendono l'esperienza accademica molto più arricchente, ottenendo anche l'accesso a una guida di riferimento di grande utilità nella vita quotidiana del CDO più avanzato.



“

Grazie a questo MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer), potrai dare un nuovo impulso alla tua carriera professionale verso le posizioni di responsabilità più elevate nel settore digitale”

Piano di studi

L'MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer) di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare sfide e decisioni aziendali nell'ambito della gestione integrale di progetti. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante 2.700 ore di studio, lo studente analizza una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, che gli permetterà di realizzare un apprendimento più contestuale, facilitando la sua comprensione. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni reali di business.

Questo programma si occupa in modo approfondito delle principali aree dell'azienda ed è stato ideato per specializzare dirigenti che comprendano la direzione dei progetti da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per te, focalizzato sul miglioramento professionale e che ti prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo della direzione e della gestione aziendale. Un programma che comprende le esigenze degli studenti e quelle delle aziende attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze e supportati dalla migliore metodologia didattica e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha una durata di 12 mesi ed è suddiviso in 14 moduli:

Modulo 1	Ambiente digitale nei processi
Modulo 2	Trasformazione digitale delle imprese
Modulo 3	La nuova era digitale: <i>Internet of Things (IoT)</i>
Modulo 4	La trasformazione digitale come strategia a 360°
Modulo 5	Canali di marketing nell'era digitale
Modulo 6	Nuovi comportamenti nella trasformazione digitale delle imprese
Modulo 7	<i>Business Process Management (BPM)</i>
Modulo 8	Modellazione e analisi dei processi
Modulo 9	Controllo e ottimizzazione dei processi
Modulo 10	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 11	Direzione del personale e gestione del talento
Modulo 12	<i>Gestione Economico-Finanziaria</i>
Modulo 13	<i>Management Direttivo</i>



Dove, quando e come si svolge?

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

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

Modulo 1. Ambiente digitale nei processi

1.1. Il mondo digitale

- 1.1.1. Tendenze e opportunità
- 1.1.2. Trasformazione digitale: scelta o necessità
- 1.1.3. L'impatto dell'era digitale sui clienti

1.2. Impatto della trasformazione digitale

- 1.2.1. Sulla comunicazione interna ed esterna
- 1.2.2. Sui canali di vendita e i clienti
- 1.2.3. Nuovi Modelli di Business

1.3. Gestione per processi

- 1.3.1. Processi
- 1.3.2. Processo e ciclo di Deming
- 1.3.3. Mappa dei processi
 - 1.3.3.1. Gestione strategica
 - 1.3.3.2. Catena operativa o del valore
 - 1.3.3.3. Supporto o back-up

1.4. Ottimizzazione nella gestione dei processi

- 1.4.1. Approccio basato sui processi
- 1.4.2. Fasi del miglioramento dei processi
- 1.4.3. Il miglioramento continuo e l'organizzazione

1.5. Innovazione di Processo

- 1.5.1. Design Thinking
- 1.5.2. L'approccio Agile
- 1.5.3. Lean Startup

1.6. Trasformazione digitale delle imprese

- 1.6.1. Marketing online ed E-commerce
- 1.6.2. Integrare il marketing tradizionale e digitale
- 1.6.3. Strumenti di Marketing Online

1.7. Ambiente organizzativo

- 1.7.1. Gestione del cambiamento
- 1.7.2. Strategia di gestione del cambiamento
- 1.7.3. Implementazione del cambiamento nell'organizzazione

1.8. Analisi e Gestione dei Dati

- 1.8.1. Storia, evoluzione e tendenze della web analytics
- 1.8.2. L'importanza della web analytics
- 1.8.3. Big Data e Business Intelligence
 - 1.8.3.1. Big Data
 - 1.8.3.2. Business Intelligence (BI)

1.9. Innovazione Tecnologica

- 1.9.1. Imprese innovatrici
- 1.9.2. Fattori di competitività: Creatività e Innovazione
- 1.9.3. Innovazione e gestione dei processi

1.10. Applicazioni d'uso e casi di successo

- 1.10.1. Percorso di trasformazione digitale
- 1.10.2. Progettare la trasformazione digitale
- 1.10.3. Come avere successo nella trasformazione digitale

Modulo 2. Trasformazione digitale delle imprese**2.1. Trasformazione Digitale e Aziendale**

- 2.1.1. Digitalizzazione vs Trasformazione Digitale
- 2.1.2. Social Business: Piattaforme, Processi e Persone
- 2.1.3. Modelli organizzativi

2.2. Smart Company o Impresa 4.0

- 2.2.1. Differenza tra Smart Company, Digital Company e Tradicional Company
- 2.2.2. Elementi chiave di gestione nelle aziende digitalmente native
- 2.2.3. Progettazione, produzione, logistica e distribuzione dell'Impresa 4.0

2.3. Trasformazione Digitale

- 2.3.1. Sfide della trasformazione digitale
- 2.3.2. Vantaggi della trasformazione digitale
- 2.3.3. Ostacoli della trasformazione digitale

2.4. Tipologie di trasformazione digitale

- 2.4.1. Trasformazione digitale per tipo di impresa
- 2.4.2. Trasformazione digitale per modello di business
- 2.4.3. Trasformazione digitale per profilo utente

2.5. Profili che guidano la trasformazione digitale per area

- 2.5.1. Tecnologia
- 2.5.2. Marketing e Growth
- 2.5.3. Risorse umane
- 2.5.4. Direzione

2.6. Pianificazione strategica TI/SI

- 2.6.1. Il piano TI/SI
- 2.6.2. Struttura di un piano TI/SI
- 2.6.3. Fasi di un piano TI/SI

2.7. Gestione dei progetti di sistemi informativi

- 2.7.1. Requisiti funzionali e non funzionali
- 2.7.2. Tipologia di sistemi informativi
- 2.7.3. Modello entità-relazione

2.8. Differenze tra le metodologie

- 2.8.1. Differenze tra Design Thinking, Lean Startup, Agile, Growth Hacking
- 2.8.2. Approfondimento della metodologia Growth Hacking
- 2.8.3. Altre metodologie: Design Sprint, Kanban e Six Sigma

2.9. Competenze Digitali

- 2.9.1. Visione strategica, comunicativa e agile
- 2.9.2. Analisi dei dati
- 2.9.3. Gestione della creatività
- 2.9.4. Sicurezza

2.10. Conseguenze della trasformazione digitale

- 2.10.1. Digitalizzazione della società
- 2.10.2. Divario digitale
- 2.10.3. Lavoro flessibile, lavoro per obiettivi e telelavoro

Modulo 3. La nuova era digitale: Internet of Things (IoT)

3.1. Internet of Things

- 3.1.1. Analisi di Internet of Things
- 3.1.2. Risultati ed evoluzione
- 3.1.3. Implicazioni della trasformazione per le aziende

3.2. Big Data

- 3.2.1. Big Data e Small Data
- 3.2.2. 4 V dei Big Data
- 3.2.3. Analitica predittiva
- 3.2.4. Approccio Data Driven

3.3. Cloud Productivity

- 3.3.1. Caratteristiche
- 3.3.2. Modelli di distribuzione
- 3.3.3. Livelli o strati

3.4. Tecnologia Blockchain

- 3.4.1. Blockchain
- 3.4.2. Vantaggi della Blockchain
- 3.4.3. Applicazioni della Blockchain nel mondo degli affari

3.5. Intelligenza Artificiale (IA)

- 3.5.1. Intelligenza Artificiale
- 3.5.2. Tipi di intelligenza artificiale
- 3.5.3. Applicazioni dell'intelligenza artificiale
- 3.5.4. Machine Learning vs. Intelligenza Artificiale

3.6. Realtà estesa (XR)

- 3.6.1. Realtà estesa
- 3.6.2. Realtà Virtuale (VR)
- 3.6.3. Realtà Aumentata (AR)
- 3.6.4. Realtà Mista (MR)

3.7. Augmented humans o human 2.0

- 3.7.1. Human enhancement technologies (HET)
- 3.7.2. Biohacking
- 3.7.3. Accelerated learning

3.8. Stampa 3D

- 3.8.1. Evoluzione e risultati della Stampa 3D
- 3.8.2. Tipi di Stampa 3D
- 3.8.3. Applicazioni della Stampa 3D

3.9. Servizi Basati sulla Localizzazione (LBS)

- 3.9.1. Bluetooth Low Energy (BLE): Beacons
- 3.9.2. Posizione GPS
- 3.9.3. Posizione wireless: Geofencing e Geotagging (RFID e NFC, codici a barre, scanner QR)

3.10. La tecnologia 5G

- 3.10.1. Connettività
- 3.10.2. Vantaggi del 5G
- 3.10.3. Applicazioni

Modulo 4. La trasformazione digitale come strategia a 360°

<p>4.1. Strategia a 360°</p> <p>4.1.1. Brand Awareness 4.1.2. Content mapping e customer journey 4.1.3. Strategia always on</p>	<p>4.2. Rebranding</p> <p>4.2.1. Rebranding 4.2.2. Quando attuare una strategia di rebranding? 4.2.3. Come attuare una strategia di rebranding?</p>	<p>4.3. HR Marketing</p> <p>4.3.1. Recruitment Marketing 4.3.2. Fasi di HR Marketing 4.3.3. Strategia di comunicazione: interna ed esterna</p>	<p>4.4. Marketing relazionale</p> <p>4.4.1. Marketing relazionale 4.4.2. Inbound Marketing 4.4.3. Strumenti</p>
<p>4.5. Comunità ed ecosistemi di innovazione</p> <p>4.5.1. Ecosistemi di innovazione 4.5.2. Tipi di profili 4.5.3. Elementi chiave per avere una comunità interna ed esterna</p>	<p>4.6. Social Selling</p> <p>4.6.1. Social Selling 4.6.2. Come attuare una strategia di Social Selling? 4.6.3. Applicazioni basate sul Social Selling</p>	<p>4.7. Marketing esperienziale</p> <p>4.7.1. Marketing esperienziale 4.7.2. Obiettivi di una campagna di marketing esperienziale 4.7.3. Uso della tecnologia nel marketing esperienziale</p>	<p>4.8. Branded content e pubblicità nativa</p> <p>4.8.1. Branded content e Debranding 4.8.2. Content marketing vs. Brand journalism 4.8.3. Pubblicità narrativa</p>
<p>4.9. Real Time Marketing</p> <p>4.9.1. Real Time Marketing 4.9.2. Preparazione di una campagna di Real Time Marketing 4.9.3. La personalizzazione come concetto chiave 4.9.4. Responsabilità sociale d'impresa</p>	<p>4.10. Indicatori chiave di prestazione (KPI) nell'era digitale</p> <p>4.10.1. Indicatori organizzativi 4.10.2. Indicatori di innovazione 4.10.3. Indicatori di marketing</p>		

Modulo 5. Canali di marketing nell'era digitale

<p>5.1. Social media</p> <p>5.1.1. Relazionali 5.1.2. Di intrattenimento 5.1.3. Professionali 5.1.4. Di nicchia</p>	<p>5.2. Influencer marketing</p> <p>5.2.1. Classificazione degli influencer 5.2.2. Progettazione di campagne con gli influencer 5.2.3. Tipi di campagne con gli influencer</p>	<p>5.3. E-mail marketing</p> <p>5.3.1. Obiettivi dell'E-mail marketing 5.3.2. Elementi chiave dell'E-mail marketing 5.3.3. E-mail automation</p>	<p>5.4. Pagine web e SEO</p> <p>5.4.1. Pagina web 5.4.2. SEO Onpage 5.4.3. SEO Off page</p>
<p>5.5. Applicazioni mobili e ASO</p> <p>5.5.1. Tipi di applicazioni 5.5.2. Concetti principali 5.5.3. Posizionamento ASO</p>	<p>5.6. Campagne a pagamento</p> <p>5.6.1. Strategia Paid-media 5.6.2. Google ADS 5.6.3. Facebook ADS</p>	<p>5.7. Marketing di affiliazione</p> <p>5.7.1. Analisi del marketing di affiliazione 5.7.2. Tipi di marketing di affiliazione 5.7.3. Aspetti chiave</p>	<p>5.8. Pubblicità programmatica</p> <p>5.8.1. Pubblicità programmatica 5.8.2. I principali attori 5.8.3. Vantaggi della pubblicità programmatica 5.8.4. Real time Bidding (RTB)</p>
<p>5.9. Programmi di fidelizzazione</p> <p>5.9.1. Programmi di fidelizzazione 5.9.2. Importanza della gamification 5.9.3. Tipi di programmi di fidelizzazione</p>	<p>5.10. Co-Branding</p> <p>5.10.1. Campagna di Co-branding 5.10.2. Tipi di Co-branding 5.10.3. Co-Branding Vs. Co-marketing</p>		

Modulo 6. Nuovi comportamenti nella trasformazione digitale delle imprese

6.1. Nuovi comportamenti adottati

- 6.1.1. Social distancing
- 6.1.2. A-commerce
- 6.1.3. Mentor to Protége (M2P)

6.2. Tendenze nella comunicazione

- 6.2.1. Marketing inclusivo e sociale
- 6.2.2. Ecologia e prossimità
- 6.2.3. Umanizzazione
- 6.2.4. Differenziazione

6.3. Evoluzione dei contenuti

- 6.3.1. Evoluzione del fast content
- 6.3.2. Contenuto immediato
- 6.3.3. Da storytelling a storydoing
- 6.3.4. L'ascesa dei contenuti premium

6.4. L'evoluzione della ricerca

- 6.4.1. Intento di ricerca
- 6.4.2. Voice marketing
- 6.4.3. Visual search
- 6.4.4. Ricerca interattiva

6.5. Progressi dei supporti

- 6.5.1. La pubblicità digitale OOH
- 6.5.2. TV connessa e video over-the-top (OTT)
- 6.5.3. Podcasting e audio online
- 6.5.4. Streaming

6.6. Customer Centric

- 6.6.1. Customer Centric vs. Customer Experience vs. Product centric
- 6.6.2. User Generated Content
- 6.6.3. Share of voice
- 6.6.4. Personalizzazione

6.7. L'evoluzione dell'E-commerce

- 6.7.1. Evoluzione e prospettive
- 6.7.2. Tipi di sistemi
- 6.7.3. Tipi di E-commerce

6.8. Economia comportamentale

- 6.8.1. Economia comportamentale
- 6.8.2. Tipi di bias e nudge
- 6.8.3. CRO
- 6.8.4. UX vs. UI

6.9. Trasformazione Digitale: Fisico + Digitale

- 6.9.1. L'era della digitalizzazione
- 6.9.2. Social, Location e Mobile (SoLoMo)
- 6.9.3. Evoluzione dei metodi di pagamento
- 6.9.4. Nuove sfide per il retail

6.10. Evoluzione settoriale nell'ambiente digitale

- 6.10.1. Turismo
- 6.10.2. Mobilità
- 6.10.3. Salute

Modulo 7. Business Process Management (BPM)

7.1. Architettura d'impresa

- 7.1.1. Visione olistica dell'architettura d'impresa
- 7.1.2. Catena di valore
- 7.1.3. Architettura dei processi

7.2. Diagnosi di BPM

- 7.2.1. Business Process Management
- 7.2.2. Motori del business
- 7.2.3. Elementi necessari per un'implementazione di successo
- 7.2.4. Ciclo di maturità

7.3. Principi di BPM

- 7.3.1. Adattabilità al contesto
- 7.3.2. Continuità
- 7.3.3. Sviluppo delle competenze
- 7.3.4. Olismo
- 7.3.5. Istituzionalizzazione
- 7.3.6. Partecipazione degli stakeholder
- 7.3.7. Linguaggio comune
- 7.3.8. Propositi
- 7.3.9. Semplicità
- 7.3.10. Adeguatezza della tecnologia

7.4. Vantaggi del BPM

- 7.4.1. Aziendali
- 7.4.2. Clienti
- 7.4.3. Gestione
- 7.4.4. Stakeholder
- 7.4.5. Applicazioni del BPM
 - 7.4.5.1. Business Process Improvement (BPI)
 - 7.4.5.2. Enterprise Process Management (EPM)
 - 7.4.5.3. Continuous Refinement (CR)

7.5. Applicazione settoriale del BPM

- 7.5.1. Istituzioni finanziari
- 7.5.2. Telecomunicazioni
- 7.5.3. Sanità
- 7.5.4. Assicurazioni
- 7.5.6. Industria manifatturiera

7.6. Modelli di riferimento dei processi

- 7.6.1. Modello APQC
- 7.6.2. Modello SCOR

7.7. Centro di eccellenza dei processi (COE)

- 7.7.1. Funzionamento e benefici del COE
- 7.7.2. Fasi di creazione di un COE e modello di governance

7.8. Fasi di un BPM di successo

- 7.8.1. Scoprire e semplificare
- 7.8.2. Acquisire e documentare
- 7.8.3. Pubblicare e animare
- 7.8.4. Progettare e migliorare
- 7.8.5. Simulare e ottimizzare
- 7.8.6. Generare ed eseguire
- 7.8.7. Monitorare e gestire

7.9. Sfide del Business Process Management

- 7.9.1. Rischi a seconda della fase del processo
- 7.9.2. Strategie per superare i rischi
- 7.9.3. Errori di implementazione

7.10. Considerazioni sull'avvio di un progetto BPM

- 7.10.1. Selezione del giusto punto di partenza
- 7.10.2. Coinvolgere gli utenti
- 7.10.3. Misurare fin dall'inizio

Modulo 8. Modellazione e analisi dei processi

8.1. Modellazione dei processi

- 8.1.1. Scopi della modellazione dei processi
- 8.1.2. Vantaggi dell'utilizzo di un modello di notazione standardizzato
- 8.1.3. Considerazioni sulla scelta di un modello di notazione

8.2. Business Process Modelling Notation (BPMN)

- 8.2.1. Componenti di BPMN
- 8.2.2. Tipi di grafici di BPMN
- 8.2.3. Vantaggi del BPMN
- 8.2.4. Svantaggi del BPMN

8.3. Altri tipi di modellazione dei processi

- 8.3.1. Swim Lanes
- 8.3.2. Flow Charting
- 8.3.3. Event Process Chain (EPC)
- 8.3.4. Unified Modeling Language (UML)
- 8.3.5. Integrated Definition Language (IDEF)
- 8.3.6. Value Stream Mapping

8.4. Scopi della modellazione dei processi

- 8.4.1. Catena di valore
- 8.4.2. Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)
- 8.4.3. System Dynamics

8.5. Livelli della modellazione dei processi

- 8.5.1. Prospettiva aziendale
- 8.5.2. Prospettiva di business
- 8.5.3. Prospettiva operativa

8.6. Acquisizione delle informazioni

- 8.6.1. Osservazione diretta
- 8.6.2. Interviste
- 8.6.3. Sondaggi
- 8.6.4. Workshop strutturati
- 8.6.5. Conferenze web

8.7. Software di modellazione (BPMS)

- 8.7.1. AuraPortal
- 8.7.2. Bizagi Modeler
- 8.7.3. Trisotech
- 8.7.4. iGrafx
- 8.7.5. IBM Blueworks Live
- 8.7.6. OnBase by Hyland
- 8.7.7. Oracle BPM Suite
- 8.7.8. Signavio

8.8. Analisi dei processi

- 8.8.1. Fase di implementazione
- 8.8.2. Ruoli dell'analisi
- 8.8.3. Fattori di analisi dei processi
- 8.8.4. Analisi Economica
- 8.8.5. Albero delle cause e degli effetti
- 8.8.6. Analisi del rischio
- 8.8.7. Analisi della capacità delle risorse
- 8.8.8. Analisi del talento umano

8.9. Considerazioni per l'analisi dei processi

- 8.9.1. Leadership a livello dirigenziale
- 8.9.2. Maturità della gestione dei processi
- 8.9.3. Evitare di risolvere i problemi durante l'analisi
- 8.9.4. Analisi efficiente
- 8.9.5. Resistenza potenziale
- 8.9.6. Omissione di colpevolezza nelle non conformità
- 8.9.7. Comprendere la cultura organizzativa
- 8.9.8. Attenzione al cliente
- 8.9.9. Disponibilità di risorse

8.10. Simulazione di un processo di negoziazione

- 8.10.1. Considerazioni tecniche e politiche per la simulazione
- 8.10.2. Simulazione dei processi aziendali passo dopo passo
- 8.10.3. Strumenti di simulazione

Modulo 9. Controllo e ottimizzazione dei processi

9.1. Progettazione dei processi

- 9.1.1. Aspetti fondamentali della progettazione di processo
- 9.1.2. Transizione da "AS IS" a "TO BE"
- 9.1.3. Analisi economica del processo "TO BE"

9.2. Verso il controllo delle prestazioni del processo

- 9.2.1. Tenere conto del livello di maturità del processo
- 9.2.2. Interpretazioni delle prestazioni
- 9.2.3. Aspetti misurabili
- 9.2.4. Progettazione della misurazione delle prestazioni

9.3. Misurazione e controllo delle prestazioni del processo

- 9.3.1. Importanza della misurazione dei processi
- 9.3.2. Indicatori di gestione dei processi
- 9.3.3. Fasi di creazione degli indicatori di gestione

9.4. Metodi di misurazione e monitoraggio delle prestazioni

- 9.4.1. Mappatura del flusso di valore (VSM)
- 9.4.2. Sistemi di calcolo dei costi basati sulle attività
- 9.4.3. Controllo statistico

9.5. Controllo statistico dei processi

- 9.5.1. Parametri statistici
- 9.5.2. Analisi della variabilità
- 9.5.3. Carte di controllo
- 9.5.4. Piani di campionamento

9.6. Process mining

- 9.6.1. Stato dell'arte del process mining
- 9.6.2. Metodologia di process mining
- 9.6.3. Fattori da considerare per l'implementazione

9.7. Intelligenza di processo

- 9.7.1. L'intelligenza dei processi
- 9.7.2. Strumenti BAM (Business Activity Monitoring)
- 9.7.3. Scheda di Comandi (Dashboards)

9.8. Gestione del cambiamento

- 9.8.1. Resistenza al cambiamento
- 9.8.2. Gestione dell'incertezza del talento umano
- 9.8.3. Processo di gestione del cambiamento

9.9. Trasformazione dell'organizzazione

- 9.9.1. Oltre il miglioramento
- 9.9.2. Trasformazione dell'organizzazione
- 9.9.3. Ottimizzazione continua

9.10. Una nuova gestione dei processi aziendali

- 9.10.1. Aspetti di un'organizzazione orientata ai processi
- 9.10.2. Valutazione della maturità organizzativa
- 9.10.3. Implementazione del modello di governance
- 9.10.4. Progettazione della roadmap BPM

Modulo 10. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

10.1. Globalizzazione e Governance

- 10.1.1. Governance e Corporate Governance
- 10.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
- 10.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

10.2. Leadership

- 10.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 10.2.2. Leadership nelle imprese
- 10.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese

10.3. Cross Cultural Management

- 10.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 10.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali
- 10.3.3. Gestione della Diversità

10.4. Sviluppo manageriale e leadership

- 10.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
- 10.4.2. Concetto di leadership
- 10.4.3. Teorie di leadership
- 10.4.4. Stili di leadership
- 10.4.5. L'intelligenza nella leadership
- 10.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

10.5. Etica d'impresa

- 10.5.1. Etica e Morale
- 10.5.2. Etica Aziendale
- 10.5.3. Leadership ed etica nelle imprese

10.6. Sostenibilità

- 10.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 10.6.2. Agenda 2030
- 10.6.3. Le imprese sostenibili

10.7. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 10.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 10.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 10.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

10.8. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 10.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 10.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 10.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 10.8.4. Strumenti e standard della RSC

10.9. Multinazionali e diritti umani

- 10.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 10.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 10.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

10.10. Ambiente legale e Corporate Governance

- 10.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 10.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 10.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 11. Direzione del personale e gestione del talento**11.1. Management strategico del personale**

- 11.1.1. Direzione strategica e risorse umane
- 11.1.2. Management strategico del personale

11.2. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze

- 11.2.1. Analisi del potenziale
- 11.2.2. Politiche di retribuzione
- 11.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

11.3. Valutazione e gestione del rendimento lavorativo

- 11.3.1. Gestione del rendimento
- 11.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

11.4. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale

- 11.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 11.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 11.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 11.4.4. Proattività e innovazione

11.5. Motivazione

- 11.5.1. La natura della motivazione
- 11.5.2. Teoria delle aspettative
- 11.5.3. Teoria dei bisogni
- 11.5.4. Motivazione e compensazione economica

11.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 11.6.1. Le squadre ad alte prestazioni: le squadre autogestite
- 11.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

11.7. Gestione del cambiamento

- 11.7.1. Gestione del cambiamento
- 11.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
- 11.7.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento

11.8. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 11.8.1. Negoziazione
- 11.8.2. Gestione dei Conflitti
- 11.8.3. Gestione delle Crisi

11.9. Comunicazione direttiva

- 11.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 11.9.2. Dipartimento di Comunicazione
- 11.9.3. Il responsabile di comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom

11.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 11.10.1. La produttività
- 11.10.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 12. Gestione Economico-Finanziaria

12.1. Contesto Economico

- 12.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario
- 12.1.2. Istituti finanziari
- 12.1.3. Mercati finanziari
- 12.1.4. Attivi finanziari
- 12.1.5. Altri enti del settore finanziario

12.2. Contabilità Direttiva

- 12.2.1. Concetti di base
- 12.2.2. L'Attivo aziendale
- 12.2.3. Il Passivo aziendale
- 12.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 12.2.5. Il Conto Economico

12.3. Sistemi informativi e Business Intelligence

- 12.3.1. Concetto e classificazione
- 12.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 12.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti

12.4. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 12.4.1. Il modello di bilancio
- 12.4.2. Bilancio del Capitale
- 12.4.3. Bilancio di Gestione
- 12.4.5. Bilancio del Tesoro
- 12.4.6. Controllo del bilancio

12.5. Direzione Finanziaria

- 12.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
- 12.5.2. Dipartimento finanziario
- 12.5.3. Eccedenza di tesoreria
- 12.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 12.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

12.6. Pianificazione Finanziaria

- 12.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 12.6.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
- 12.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
- 12.6.4. La tabella Cash Flow
- 12.6.5. La tabella di flusso

12.7. Strategia finanziaria corporativa

- 12.7.1. Strategia corporativa e fonti di finanziamento
- 12.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese

12.8. Finanziamento strategico

- 12.8.1. Autofinanziamento
- 12.8.2. Aumento dei fondi propri
- 12.8.3. Risorse ibride
- 12.8.4. Finanziamenti tramite intermediari

12.9. Analisi e pianificazione finanziaria

- 12.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 12.9.2. Analisi del Conto Economico
- 12.9.3. Analisi del Rendimento

12.10. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 12.10.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

Modulo 13. Management Direttivo

13.1. General Management

- 13.1.1. Concetto di General Management
- 13.1.2. L'azione del General Management
- 13.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 13.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

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

- 13.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci

13.3. Direzione di operazioni

- 13.3.1. Importanza della direzione
- 13.3.2. La catena di valore
- 13.3.3. Gestione della qualità

13.4. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 13.4.1. Comunicazione interpersonale
- 13.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 13.4.3. Barriere nella comunicazione

13.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 13.5.1. Comunicazione interpersonale
- 13.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
- 13.5.3. La comunicazione nelle imprese
- 13.5.4. Strumenti nelle imprese

13.6. Comunicazione in situazioni di crisi

- 13.6.1. Crisi
- 13.6.2. Fasi della crisi
- 13.6.3. Messaggi: contenuti e momenti

13.7. Preparazione di un piano di crisi

- 13.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 13.7.2. Pianificazione
- 13.7.3. Adeguatezza del personale

13.8. Intelligenza emotiva

- 13.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 13.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 13.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

13.9. Personal Branding

- 13.9.1. Strategie per sviluppare il personal branding
- 13.9.2. Leggi del personal branding
- 13.9.3. Strumenti per la costruzione di personal branding

13.10. Leadership e gestione di team

- 13.10.1. Leadership e stile di leadership
- 13.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 13.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 13.10.4. Gestione di Team Multiculturali

07

Metodologia

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

“

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

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

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



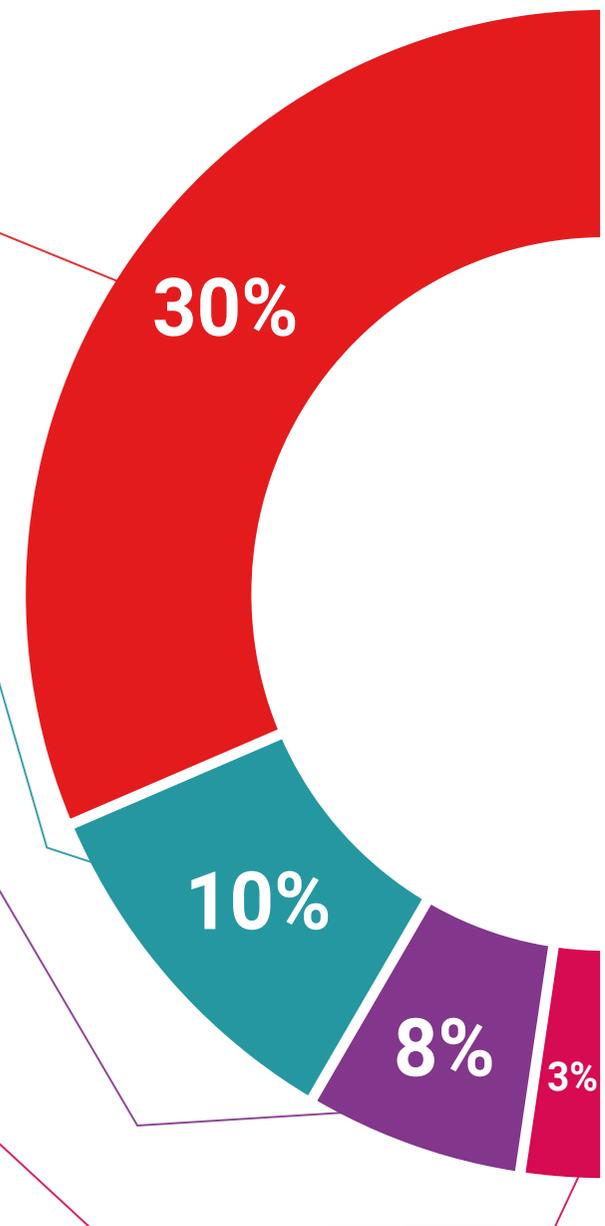
Stage di competenze manageriali

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



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

L'MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer) è un programma rivolto a professionisti del settore gestionale o imprenditori che vogliono aggiornare le loro conoscenze, scoprire nuovi modi per innovare e avanzare nella loro carriera professionale. La diversità dei partecipanti, con diversi profili accademici e di varie nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.



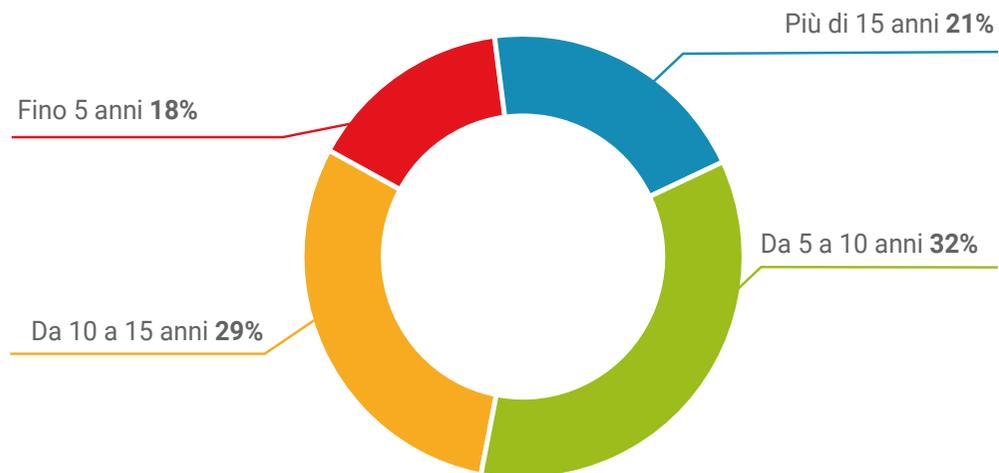
“

*Se stai cercando un miglioramento
interessante nella tua carriera mentre
lavori, questo è il tuo programma”*

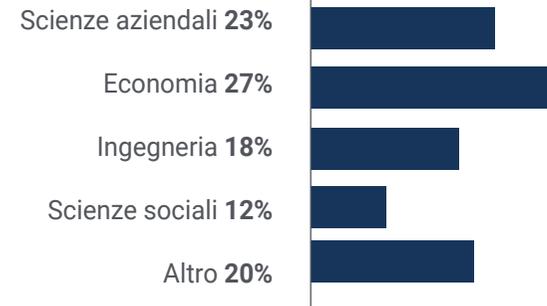
Età media

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

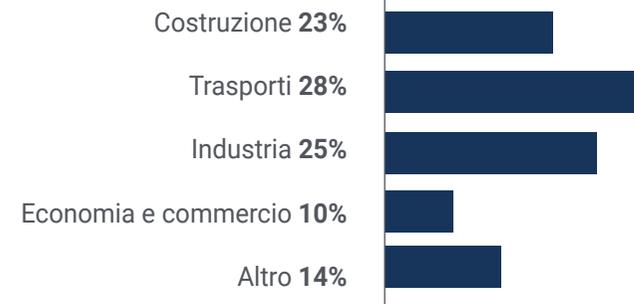
Anni di esperienza



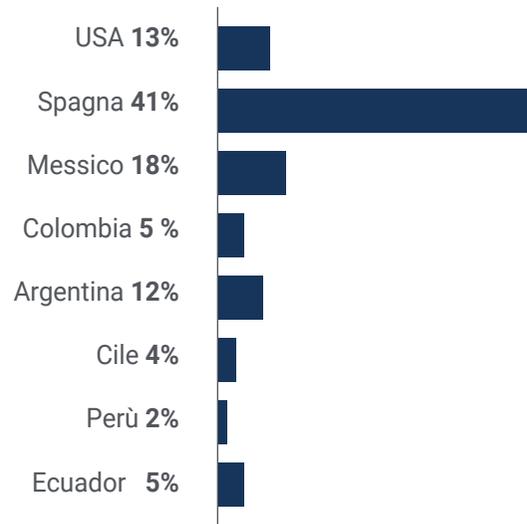
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Ricardo Rodio

Project Manager

"Cercavo da tempo un programma che mi permettesse di addentrarmi nel mondo digitale in modo esaustivo, conoscendo i principali progressi che si gestiscono in questo campo legato alla direzione di processi e progetti. Senza dubbio, TECH mi ha dato l'opportunità di completare la mia specializzazione in questo campo, ottenendo grandi benefici a livello professionale"

09

Direzione del corso

Il programma include nel suo personale docente esperti di riferimento nella direzione di progetti, che apportano a questo programma l'esperienza dei loro anni di lavoro. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate partecipano alla sua progettazione e preparazione, completando il Executive Master in modo interdisciplinare, rendendolo, così, un'esperienza unica e altamente educativa a livello accademico.





“

*Un personale docente di alto livello per insegnarti
gli aspetti chiave che potrai applicare alla tua
pratica quotidiana”*

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali di **acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è esperta in **reclutamento** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, come **NBCUniversal** e **Comcast**. Il suo percorso le ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vicepresidentessa di Acquisizione di Talento** presso **Mastercard**, supervisiona la strategia e l'esecuzione dell'onboarding dei talenti, collaborando con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, mira a **creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attirare e trattenere i migliori professionisti in tutto il mondo. Si occupa anche di **amplificare il marchio di lavoro** e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso post, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipando attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuendo all'inserimento di numerosi dipendenti in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di **Miami**, ha ricoperto posizioni manageriali di selezione del personale in aziende di varie aree.

Inoltre, è stata riconosciuta per la sua capacità di guidare le trasformazioni organizzative, **integrare le tecnologie nei processi di reclutamento** e sviluppare programmi di leadership che preparano le istituzioni alle sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato significativamente la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un leader e responsabile di team con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di impegno 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. Il suo percorso in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica 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 ad alto impatto, con notevoli capacità per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore Regionale di IT in Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile dei programmi senior in Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria produttiva in Microsoft
- Laureato in Sicurezza Informatica presso la Western Governors University
- Certificato Tecnico in *Commercial Diving* per Divers Institute of Technology
- Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto internazionale di fama con oltre due decenni di esperienza in **Digital Transformation, Marketing, Strategia e Consulenza**. In questo lungo percorso ha assunto diversi rischi ed è un sostenitore costante dell'innovazione e del cambiamento nella congiuntura aziendale. Con questa esperienza, ha collaborato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. Ha contribuito a rendere aziende come la Shell Energy leader nel mercato, focalizzate sui clienti e sul mondo digitale.

Le strategie ideate 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 misurabile attraverso metriche tangibili come CSAT, l'impegno dei dipendenti presso le 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 di trasformazione. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione redditizia" e rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione dei processi, Dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale, argomento in cui ha conseguito un master 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 Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- ♦ Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti alla Shell Energy Corporation
- ♦ Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- ♦ Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- ♦ Laurea presso l'Università di Leeds
- ♦ Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- ♦ Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- ♦ Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti 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 fama internazionale"

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens è il responsabile globale degli acquisti nella divisione di Google per le infrastrutture tecniche e i data center, la sua carriera professionale si è svolta in un'azienda dove ha svolto la maggior parte della sua attività. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati di riferimento, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione. Ha guidato la pianificazione della supply chain del data center e la valutazione dei rischi del fornitore, generando miglioramenti nel processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a risparmi significativi 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 diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **Premio per la leadership BIM**, il **Leadership Search Award**, il **Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione** e **Best Sales Model EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questa posizione, 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** di settore ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti a supporto dell'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 l'adozione e la diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton, Airbus e Siemens**, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo impegno a superare continuamente le aspettative **costruendo relazioni preziose con i clienti** e lavorando senza problemi con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, **compresi gli stakeholder, la gestione**, i membri del team e i clienti. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Responsabile degli Acquisti Globali in Google, Mountain View, USA
- Senior Analyst e Technology B2B presso Google, Stati Uniti
- Direttore delle Vendite presso Google, Irlanda
- Analista Industriale Senior presso Google, Germania
- Account Manager presso Google, Irlanda
- Accounts Payable in Eaton, UK
- Responsabile della Catena di Somministro in Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale nel settore"

Direttore Ospite Internazionale

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

I risultati di questo leader internazionale di **alto profilo internazionale** sono stati legati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare le informazioni** in quadri chiari e di attuare **azioni concrete** allineate a specifici **obiettivi aziendali**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività e adattamento ad un ritmo accelerato** di lavoro. A tutto questo, un esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale, visione del mercato** e una vera **passione per i prodotti**.

In qualità di **Global Brand and Merchandising Director** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di marketing per abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state focalizzate nel settore della **vendita al dettaglio** e delle **esigenze e del comportamento dei consumatori**. Da questo in qualità di responsabile della commercializzazione dei prodotti nei diversi mercati, ha lavorato come **team leader** nei reparti **Design, Comunicazione e Vendite**.

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato 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. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei **leader aziendali** più importanti e qualificati nel settore della **Moda e del Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con la quale è riuscito a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo di diversi marchi** e ridefinire i suoi indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- ♦ Direttore Globale del Marchio e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- ♦ Direttore del Merchandising di Calvin Klein
- ♦ Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager in Dolce&Gabbana
- ♦ Direttore del marchio presso Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Analista di Mercato presso Fastweb
- ♦ Laurea in Economia e Commercio presso l'Università del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano in TECH per offrirti un insegnamento di primo livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti ad iscriverti?"

Direttore Ospite Internazionale

Mick Gram è sinonimo di innovazione ed eccellenza nel campo della **Business Intelligence** a livello internazionale. La sua carriera di successo è legata a posizioni di leadership in multinazionali come **Walmart** e **Red Bull**. Inoltre, questo esperto è noto per la sua visione nell'**identificare le tecnologie emergenti** che, a lungo termine, hanno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che semplificano set complessi, rendendoli accessibili e facilitanti nel processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, rendendolo un bene desiderabile per molte organizzazioni che puntavano a **raccogliere informazioni e generare azioni** concrete da loro.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree 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 di Walmart Luminare per gli insight di Buyer e Channel.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea presso prestigiosi centri come l'**Università di Berkeley**, negli Stati Uniti, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. In questo modo, è diventato un **leader nato della nuova economia mondiale**, incentrata sull'impulso dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

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



*Studia nella migliore università
Online del mondo secondo Forbes!
In questo MBA avrai accesso a una
vasta libreria di risorse multimediali,
elaborate da docenti riconosciuti di
rilevanza internazionale"*

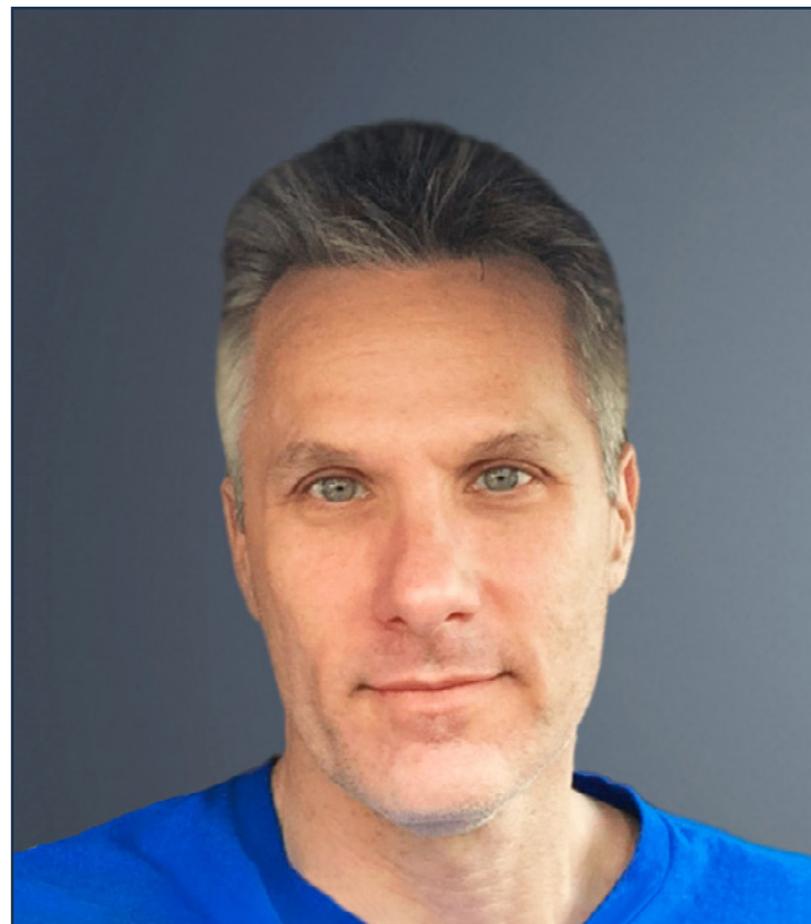
Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **Warner Bros. Discovery**. In questo ruolo, è stato determinante nella **supervisione della logistica** e dei flussi di lavoro creativi su diverse piattaforme digitali, tra cui social media, ricerca, display e media lineari.

La sua leadership è stata cruciale nel guidare le **strategie di produzione dei media a pagamento**, che hanno portato a un netto **miglioramento** dei tassi di conversione **dell'azienda**. Allo stesso tempo, ha assunto altri ruoli, come quello di Direttore dei Servizi di Marketing e di Responsabile del Traffico presso la stessa multinazionale durante il suo precedente mandato dirigenziale.

Stevenson si è occupato anche della distribuzione globale di videogiochi e di **campagne immobiliari digitali**. È stato anche **responsabile dell'introduzione di strategie operative relative alla creazione, alla finalizzazione e alla consegna di contenuti audio e immagini per spot televisivi e trailer**.

D'altra parte, l'esperto ha una laurea in Telecomunicazioni dall'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa dalla University of California, che dimostra le sue abilità nella **comunicazione** e nella **narrazione**. Inoltre, ha partecipato alla **School of Professional Development dell'Università di Harvard** a programmi all'avanguardia sull'uso dell'**Intelligenza Artificiale nel business**. Così, il suo profilo professionale si erge come uno dei più importanti nel campo del **Marketing** e dei **Media Digitali**.



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale di Warner Bros Discovery, Burbank, Stati Uniti
- Responsabile del Traffico della Warner Bros Entertainment
- Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California
- Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida

“

*Raggiungi i tuoi obiettivi
accademici e professionali con gli
esperti più qualificati del mondo!
I docenti di questo MBA ti
guideranno attraverso l'intero
processo di apprendistato"*

Direttore Ospite Internazionale

Il Dottor Eric Nyquist è un importante professionista nel campo dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua **leadership strategica** e la sua capacità di promuovere il cambiamento e l'**innovazione** nelle **organizzazioni sportive** di primo livello.

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di **Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto** alla **NASCAR**, con sede in **Florida, Stati Uniti**. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il 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 professionale**.

Infine, va notato che ha iniziato la sua **carriera sportiva** mentre lavorava a **New York** come **analista strategico principale** per **Roger Goodell** nella **National Football League (NFL)** e, in precedenza, come stagista legale nella **Federalcalcio degli Stati Uniti**.



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- Vice Presidente 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 all'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 questo titolo universitario, 100% online, potrai conciliare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, insieme ai maggiori esperti internazionali nel campo che ti interessa. Iscriviti subito!”

Direzione



Dott. Barrientos, Giancarlo

- ♦ IT Manager presso Assist-365
- ♦ Ingegnere di Sistemi Informativi con specializzazione in Ingegneria del Software presso U.S.A.L. di Buenos Aires
- ♦ Co-fondatore e CTO di LogTech
- ♦ Fondatore e CTO di Dash Core
- ♦ Master in Gestione dei Processi e Trasformazione Digitale
- ♦ Ingegnere del Software presso l'Università di El Salvador



Dott. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ Ingegnere in efficienza energetica ed economia circolare presso Aprofem
- ♦ Ingegnere Tecnico Industriale presso l'EUP di di Malaga
- ♦ Ingegnere industriale presso ETSII di Ciudad Real
- ♦ Responsabile della protezione dei dati (DPO) dell'Università Antonio Nebrija
- ♦ Esperto in gestione di progetti e consulente aziendale e mentore in organizzazioni come Youth Business Spain o COGITI di Ciudad Real
- ♦ CEO della startup GoWork, focalizzata sulla gestione delle competenze e lo sviluppo professionale e l'espansione del business attraverso l'iperetichettatura
- ♦ Editore di contenuti di preparazione tecnologica per enti pubblici e privati
- ♦ Insegnante approvato dall'EOI nei settori dell'industria, dell'imprenditoria, delle risorse umane, dell'energia, delle nuove tecnologie e dell'innovazione tecnologica

Personale docente

Dott.ssa García Salvador, Laura

- ◆ CMO - Responsabile del marketing presso Zacatrus
- ◆ CMO e Growth presso Ruralka Hoteles
- ◆ Marketing Manager di Adopta un Abuelo
- ◆ Master in Marketing Digitale presso ESIC
- ◆ Doppia Laurea in Amministrazione e Gestione delle Imprese e Pubblicità e PR

Dott. Goenaga Peña, Andrés

- ◆ Avvocato, scrittore e specialista in proprietà industriale, diritti d'autore e nuove tecnologie
- ◆ Master in Proprietà Industriale, Diritti d'Autore e Nuove Tecnologie dall'Università Externado della Colombia
- ◆ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università del Nord

Dott.ssa Garrido Brito, Stephanie

- ◆ Scrum Master presso TriNet
- ◆ Scrum Master presso Lean Tech
- ◆ Ingegnere logistico presso Marval
- ◆ Coordinatrice operativa presso Geotech Solutions
- ◆ Corso Post-Laurea in Coaching, PNL e Leadership di Team, Gestione Logistica e Processi presso la Business School Europea di Barcellona
- ◆ Master in Digital Transformation in Ingegneria Industriale e Laurea in Ingegneria Industriale presso l'Università del Nord

Dott.ssa Gómez Morales, María Daniela

- ◆ Specialista in Ingegneria Industriale
- ◆ Consulente studentesca presso l'Università del Nord
- ◆ Analista di Produzione presso Smurfit Kappa
- ◆ Analista di Consulenza e Vita Universitaria in Atlantico
- ◆ Laurea in Ingegneria Industriale presso l'Università di del Nord



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

10

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole 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. Pertanto, tutti gli sforzi e gli strumenti sono messi a disposizione affinché tu possa acquisire le competenze e le abilità necessarie per realizzare cambiamento.



“

In TECH ci impegniamo a fondo per aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che desideri”

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

L'MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer) di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare sfide e decisioni aziendali nell'ambito della Trasformazione Digitale. 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 creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto che fa per te.

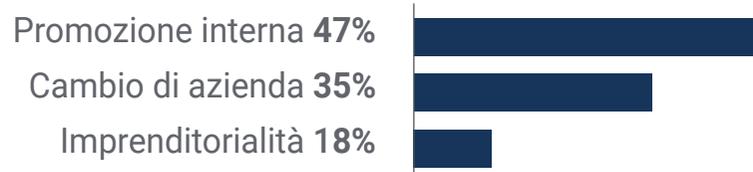
Un'opportunità unica per migliorare le tue aspettative lavorative.

Raggiungi il cambiamento professionale che desideri completando questo programma di specializzazione.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



11

Benefici per la tua azienda

L'MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer) aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico renderà lo studente migliore non solo a livello personale, ma, soprattutto, a livello professionale aumentando la sua preparazione e migliorando le sue competenze manageriali. Inoltre, entrare nella comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

*Grazie a questo programma,
potrai fornire all'azienda nuovi
concetti, strategie e prospettive
che possono portare cambiamenti
rilevanti nell'organizzazione”*

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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

05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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



12 Titolo

L'Executive Master in MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer) garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer)** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

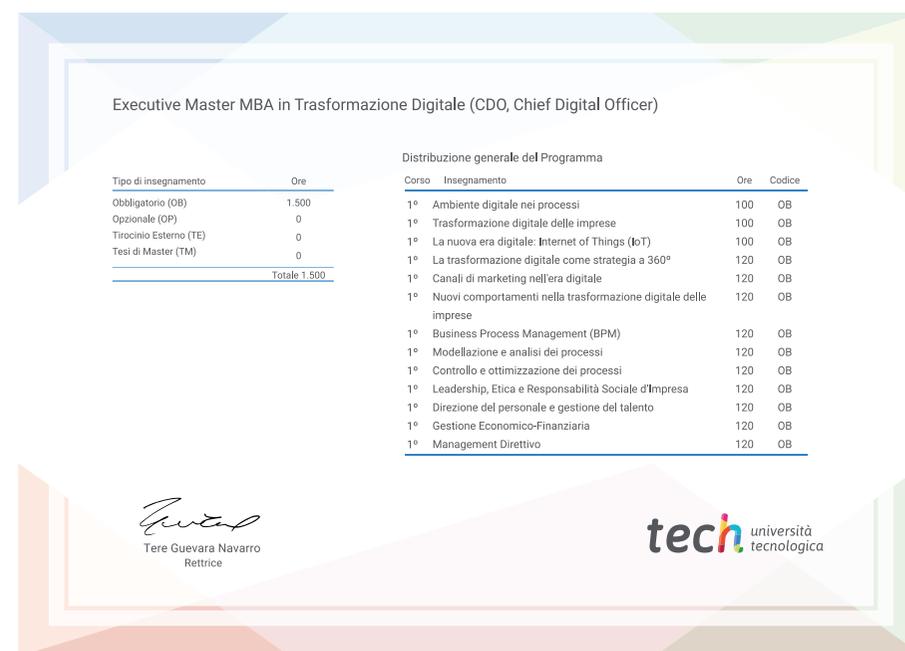
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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 MBA in Trasformazione Digitale (CDO, Chief Digital Officer)**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



*Apostille dell'Aia. 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

MBA in Trasformazione Digitale
(CDO, Chief Digital Officer)

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

Executive Master

MBA in Trasformazione Digitale
(CDO, Chief Digital Officer)

