

Executive Master MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer)

M B A S C S O



Executive Master MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati e professionisti con esperienza dimostrabile in gestione e management.

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/business-school/master/master-mba-strategia-cso-chief-strategy-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. 24

07

Metodologia

pag. 34

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 42

09

Direzione del corso

pag. 46

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 50

11

Benefici per la tua azienda

pag. 54

12

Titolo

pag. 58

01 Benvenuto

L'aumento della concorrenza e la volatilità politica ed economica di molti mercati, al giorno d'oggi, fanno sì che le strategie aziendali debbano essere perfezionate e adattate alle situazioni di incertezza. Non è un compito facile, ed è per questo che il ruolo del Chief Strategy Officer (CSO) sta acquisendo sempre più importanza. Si tratta di un manager di alto livello che deve possedere ampie competenze in materia di gestione strategica, comportamento organizzativo, analisi e pianificazione aziendale. Tali competenze gli conferiscono uno status elevato sia in termini professionali che finanziari. In questo programma, il manager avrà accesso agli strumenti e alle competenze necessarie per affermarsi come CSO di prestigio, grazie al materiale didattico preparato da leader esperti nel campo dell'analisi strategica. La metodologia 100% online di TECH garantisce l'accesso a una qualifica innovativa senza che il futuro CSO debba sacrificare alcun aspetto della sua vita professionale o personale.



MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer)
TECH Università Tecnologica



“

*Compi questo decisivo passo
avanti specializzandoti nelle qualità
che contraddistinguono un CSO
competente, grazie agli insegnamenti
dei migliori professionisti del settore”*

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.

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 fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



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.



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

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 stato progettato con il chiaro obiettivo di perfezionare le competenze dei manager per sostenere, in modo incisivo, la loro proposta di valore come CSO. A tal fine, tutti gli argomenti teorici rilevanti per lo sviluppo e la creazione di strategie aziendali saranno trattati nel corso del programma, opportunamente contestualizzati con casi studio ed esempi reali che facilitano l'apprendimento.



“

Avrai pieno accesso a letture complementari appositamente selezionate dal team di docenti, che ti permetteranno di approfondire le questioni strategiche che più ti interessano”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti

Lavoriamo insieme per raggiungerli

L'MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) prepara lo studente a:

01

Definire gli elementi della strategia come fondamento principale della gestione strategica

04

Sviluppare e attuare la strategia più appropriata per raggiungere gli obiettivi dell'azienda

02

Comprendere i diversi tipi di strategia che possono essere attuati in un'azienda



03

Analizzare il comportamento strategico di un'organizzazione a diversi livelli

05

Descrivere la logica del processo di gestione strategica e il significato di ciascuna delle sue fasi

06

Definire le relazioni fondamentali dell'azienda con l'ambiente circostante

08

Identificare i diversi percorsi di crescita che le aziende possono scegliere di seguire

09

Applicare le conoscenze teoriche a situazioni reali attraverso casi di studio

07

Analizzare l'influenza degli *Stakeholder* sull'azienda

10

Incoraggiare un atteggiamento imprenditoriale e creativo

11

Sviluppare strategie e metodologie per realizzare processi decisionali in situazioni critiche o decisive

12

Applicare tecniche appropriate per la gestione delle risorse umane

13

Sviluppare capacità di leadership per motivare il team





14

Applicare tecniche di marketing che favoriscano la notorietà dell'azienda

15

Gestire in modo appropriato gli acquisti e la catena di fornitura

16

Conoscere l'ambiente globalizzato in cui opera l'azienda e sviluppare strategie che favoriscano l'internazionalizzazione dell'azienda

05

Competenze

Al fine di garantire uno sviluppo completo ed efficace delle competenze essenziali nel lavoro quotidiano di un *Chief Strategy Officer*, TECH ha posto particolare enfasi nel corso del programma sull'acquisizione e il miglioramento delle soft skills più richieste. Ciò comporta una maggiore enfasi su questioni quali la gestione dei talenti, la gestione delle persone e la gestione del tempo e degli sforzi, tutte competenze molto apprezzate dai manager del XXI secolo.



“

Porterai la tua carriera ai massimi livelli della strategia operativa e commerciale, potendo assumere il ruolo di CSO con competenza ed efficacia"

01

Esplorare nuove opportunità di business e concentrarsi su innovazione e imprenditorialità

02

Realizzare la gestione finanziaria dell'azienda

03

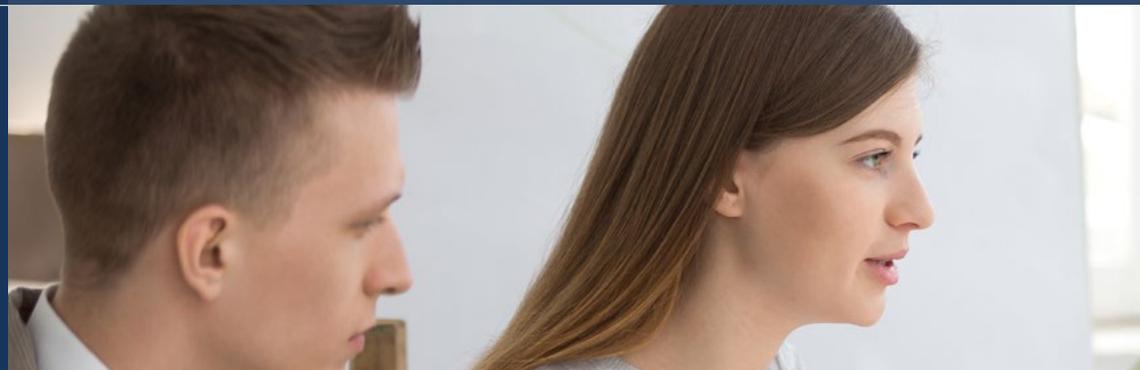
Progettare e realizzare una pianificazione strategica che risponda agli obiettivi dell'azienda e agli attuali criteri di sostenibilità

04

Condurre analisi strategiche interne ed esterne

05

Sviluppare strategie per la prevenzione e il controllo dei rischi



06

Sviluppare le competenze manageriali necessarie per gestire tutti i reparti dell'azienda

08

Implementare una strategia internazionale per migliorare i profitti dell'azienda

09

Progettare una strategia di acquisto e approvvigionamento per migliorare la redditività dell'azienda

07

Analizzare i dati della strategia dell'azienda

10

Applicare tecniche di coaching e di intelligenza emotiva per gestire e promuovere le prestazioni dei dipendenti



06

Struttura e contenuti

L'MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) è stato strutturato seguendo la metodologia didattica di TECH, il *Relearning*, che consente una totale flessibilità nella gestione del carico didattico. In questo modo, lo studente necessita di investire in un numero di ore di studio notevolmente ridotto, poiché i concetti più importanti in materia di strategia e gestione vengono acquisiti in modo naturale, mediante la ripetizione degli stessi nel corso del programma.



“

Mettiamo a disposizione tutte le nostre risorse affinché tu possa sviluppare le competenze necessarie per un futuro professionale di successo"

Piano di studi

L'MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti preparerà ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali in materia di strategia e direzione generale. Il suo obiettivo principale è quello di favorire la tua crescita personale e professionale, aiutandoti a raggiungere il successo. Il contenuto del programma è progettato per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Durante le 1.500 ore di studio, analizzerai una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, ottenendo un processo di apprendimento profondo che sarà di grande utilità per il tuo lavoro quotidiano. Si tratta, dunque, di un apprendimento in contesti aziendali reali.

Questo programma affronta in modo approfondito diverse aree aziendali ed è progettato per specializzare manager che comprendano la gestione della strategia da una prospettiva internazionale e innovativa.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in tre grandi blocchi:

Modulo 1	Management and strategy
Modulo 2	Modalità di sviluppo strategico
Modulo 3	Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria
Modulo 4	Comportamento organizzativo
Modulo 5	Direzione strategica del personale
Modulo 6	Abilità manageriali
Modulo 7	Strategy in Marketing Management
Modulo 8	Strategia aziendale e operativa
Modulo 9	Business & international strategy
Modulo 10	Business Analytics e Big Data
Modulo 11	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 12	Management del Personale e Gestione del Talento
Modulo 13	Gestione Economico-Finanziaria
Modulo 14	Direzione Commerciale e Marketing Strategico
Modulo 15	Management Direttivo



Dove, quando e come si realizza?

TECH offre la possibilità di intraprendere questo MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) completamente online. Durante i 12 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo 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. Management and strategy

1.1. Pensieri strategici

- 1.1.1. La strategia e le sue finalità
- 1.1.2. *Strategic Thinking and Strategist Skills*
- 1.1.3. Pensiero laterale e strategia dei blue oceans
- 1.1.4. Le neuroscienze applicate alla strategia

1.2. Decisioni e responsabili strategici

- 1.2.1. La governance aziendale
- 1.2.2. Team di gestione
- 1.2.3. Creazione di valore

1.3. Strategia competitiva

- 1.3.1. Analisi del mercato
- 1.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili
- 1.3.3. Ricompensa dell'investimento

1.4. Strategia Aziendale

- 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

1.6. Attuazione della strategia

- 1.6.1. Sistema di indicatori e approccio per i processi
- 1.6.2. Mappa strategica
- 1.6.3. Distinzione e allineamento

1.7. Modelli di analisi strategica

- 1.7.1. Analisi interna
- 1.7.2. Analisi esterna
- 1.7.3. Fonti di vantaggio competitivo nel settore
- 1.7.4. Vantaggi, svantaggi ed efficacia dell'analisi strategica

1.8. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti

- 1.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 1.8.2. Sei Sigma o *Six Sigma* come sistema di gestione aziendale
- 1.8.3. Modello EFQM

1.9. Lean Management

- 1.9.1. Principi base del *Lean Management*
- 1.9.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
- 1.9.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità

1.10. Etica e Strategic Management

- 1.10.1. Integrare etica e strategia
- 1.10.2. Motivazione umana ed etica
- 1.10.3. Qualità etica delle organizzazioni

Modulo 2. Modalità di sviluppo strategico

2.1. Alleanze strategiche

- 2.1.1. *Joint Ventures*
- 2.1.2. Consorzi di esportazione
- 2.1.3. Centri di acquisto
- 2.1.4. Altri tipi di cooperazione

2.2. Imprenditorialità aziendale

- 2.2.1. Esplorazione di nuove opportunità di business
- 2.2.2. Creazione di prototipi e sviluppo interno
- 2.2.3. Agenti di cambiamento interni
- 2.2.4. Progetti emergenti e disruption

2.3. Innovazione strategica

- 2.3.1. Innovazione aperta e tripla elica
- 2.3.2. Fattori di successo e di fallimento dell'innovazione
- 2.3.3. Impatto della gestione dell'innovazione sulla performance aziendale
- 2.3.4. Pensiero creativo e *Design Thinking*

2.4. Sviluppo interno

2.5. Fusioni e acquisizioni

- 2.5.1. Implicazioni finanziarie e organizzative delle Fusioni e delle Acquisizioni
- 2.5.2. Analisi e valutazione delle sinergie
- 2.5.3. Tecniche e approcci di negoziazione

2.6. Strategie di diversificazione

- 2.6.1. Specializzazione vs. Diversificazione
- 2.6.2. Scelta della modalità di ingresso nella diversificazione
- 2.6.3. Diversificazione aziendale e risultati
- 2.6.4. Strategie di ristrutturazione del portafoglio aziendale

2.7. Orientamenti di sviluppo della strategia

2.8. Criteri di successo

2.9. Sfide e implicazioni per lo sviluppo della strategia

Modulo 3. Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria**3.1. Controllo di gestione**

- 3.1.1. L'informazione come strumento del controllo di gestione
- 3.1.2. Controllo di gestione come sistema di pianificazione e direzione
- 3.1.3. Funzioni del *Controller*
- 3.1.4. Ambito di applicazione del controllo di gestione

3.2. Informazione finanziaria e decisioni di gestione

- 3.2.1. Contabilità analitica o dei costi
- 3.2.2. Contabilità di controllo

3.3. Gestione della tesoreria

- 3.3.1. Fondo di manovra contabile e fondo di di manovra necessario
- 3.3.2. Calcolo dei bisogni operativi dei fondi
- 3.3.3. *Credit Management*
- 3.3.4. Gestione dei fondi, patrimoni e *family offices*

3.4. Cash Management

- 3.4.1. Finanziamento bancario del circolante
- 3.4.2. Organizzazione del dipartimento di tesoreria
- 3.4.3. Gestione centralizzata della tesoreria

3.5. Pianificazione e controllo dei centri di responsabilità

- 3.5.1. Progettazione di un sistema di controllo di gestione
- 3.5.2. Variazioni nel controllo di gestione

3.6. Il processo di formulazione e pianificazione strategica

- 3.6.1. Formulazione e contenuto del piano strategico
- 3.6.2. *Balanced Scorecard*
- 3.6.3. Terminologia e concetti base

3.7. Pianificazione organizzativa

- 3.7.1. Unità di business e prezzi di trasferimento
- 3.7.2. Centri di fabbricazione, produzione, supporto e vendite
- 3.7.3. Funzioni e responsabilità della direzione finanziaria

3.8. Indicatori come strumento di controllo

- 3.8.1. Quadro di controllo
- 3.8.2. Numero e formato degli indicatori
- 3.8.3. Pianificazione strategica

3.9. Gestione per creare valore**3.10. Finanziamento dello sviluppo della strategia****Modulo 4. Comportamento organizzativo****4.1. Comportamento organizzativo**

- 4.1.1. Le organizzazioni
- 4.1.2. Teoria dell'organizzazione
- 4.1.3. Le imprese, le persone e la società
- 4.1.4. Evoluzione storica del comportamento aziendale

4.2. Cultura organizzativa

- 4.2.1. Valori e cultura organizzativa
- 4.2.2. Elementi chiave del cambiamento nelle organizzazioni
- 4.2.3. Evoluzione del pensiero scientifico e dell'organizzazione come sistema
- 4.2.4. Cultura e trasformazione

4.3. Direzione dell'organizzazione

- 4.3.1. Livelli e qualità manageriali
- 4.3.2. Funzione di pianificazione e organizzazione
- 4.3.3. Funzione di gestione e controllo
- 4.3.4. Il nuovo ruolo del responsabile delle risorse umane

4.4. Gestione della conoscenza

- 4.4.1. Intelligenza collettiva vs. Gestione della conoscenza
- 4.4.2. Prospettive e strumenti per la gestione della conoscenza
- 4.4.3. Ambienti collaborativi e comunità di apprendimento

4.5. Le persone nelle organizzazioni

- 4.5.1. Qualità di vita lavorativa e benessere psicologico
- 4.5.2. Team di lavoro e conduzione di riunioni
- 4.5.3. *Coaching* e *gestione di team*

4.6. Struttura dell'organizzazione

- 4.6.1. Principali meccanismi di coordinazione
- 4.6.2. Dipartimenti e organigramma
- 4.6.3. Autorità e responsabilità
- 4.6.4. *L'empowerment*

4.7. Tipi di strutture**4.8. Processi****4.9. Relazioni****4.10. Configurazioni**

Modulo 5. Direzione strategica del personale

5.1. Leadership strategica per l'economia di beni immateriali

- 5.1.1. Strategie allineamento culturale
- 5.1.2. Leadership corporativa e differenziale
- 5.1.3. Agente di cambio e trasformazione

5.2. Pensiero strategico e sistema

- 5.2.1. L'impresa come sistema
- 5.2.2. Il pensiero strategico deriva dalla cultura aziendale
- 5.2.3. Pensiero strategico derivato dalla gestione delle persone
- 5.2.4. Progettazione e implementazione di politiche e pratiche per il personale

5.3. Progettazione organizzativa strategica

- 5.3.1. *Modello di business partner*
- 5.3.2. *Share Services*
- 5.3.3. *Outsourcing*

5.4. HR analytics

- 5.4.1. *Big Data e Business Intelligence. (BI)*
- 5.4.2. Analisi e modellazione dei dati di Risorse Umane
- 5.4.3. Progettazione e sviluppo di metriche di Risorse Umane

5.5. Leadership strategica

- 5.5.1. Modelli di leadership
- 5.5.2. *Coaching*
- 5.5.3. *Mentoring*
- 5.5.4. Leadership di trasformazione

5.6. Audit e controllo strategico nella gestione delle persone

- 5.6.1. Motivi dell'audit
- 5.6.2. Strumenti di raccolta e analisi delle informazioni
- 5.6.3. Il rapporto di audit

5.7. Gestione delle risorse umane

5.8. Organizzazione del personale

5.9. Personale e comportamento

5.10. Vantaggio competitivo basato sul personale

Modulo 6. Abilità manageriali

6.1. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 6.1.1. Comunicazione interpersonale
- 6.1.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 6.1.3. Barriere della comunicazione

6.2. Comunicazione e leadership

- 6.2.1. Leadership e stile di leadership
- 6.2.2. Motivazione
- 6.2.3. Capacità e abilità di leader 2.0

6.3. Personal Branding

- 6.3.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 6.3.2. Leggi del *branding* personale
- 6.3.3. Strumenti per la costruzione di brand personali

- 6.4.1. Team di lavoro e gestione delle riunioni
- 6.4.2. Gestione dei processi di cambiamento
- 6.4.3. Gestione di team multiculturali
- 6.4.4. *Coaching*

6.4. Team Management

6.5. Negoziazione e risoluzione di conflitti

- 6.5.1. Tecniche di negoziazione efficace
- 6.5.2. Conflitti interpersonali
- 6.5.3. Negoziazione interculturale

6.6. Intelligenza emotiva

- 6.6.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 6.6.2. Autoaffermazione, empatia e ascolto attivo
- 6.6.3. Autostima e linguaggio emozionale

6.7. Capitale relazionale: *coworking*

- 6.7.1. Gestione del Capitale Umano
- 6.7.2. Analisi del rendimento
- 6.7.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità
- 6.7.4. Innovazione nella gestione del personale

6.8. Gestione del tempo

- 6.8.1. Pianificazione, organizzazione e controllo
- 6.8.2. Metodologia della gestione del tempo
- 6.8.3. Piani d'azione
- 6.8.4. Strumenti per la gestione efficace del tempo

6.9. Teoria dei giochi

6.10. Gestione del cambiamento strategico

Modulo 7. Strategy in Marketing Management**7.1. Marketing Management**

- 7.1.1. *Positioning and Value Creation*
- 7.1.2. Orientamento e posizionamento dell'azienda rispetto al marketing
- 7.1.3. Marketing strategico vs. Marketing operativo
- 7.1.4. Obiettivi di Marketing management
- 7.1.5. Comunicazioni di Marketing integrate

7.2. Funzione del Marketing strategico

- 7.2.1. Principali strategie di Marketing
- 7.2.2. Segmentazione, *Targeting* e posizionamento
- 7.2.3. Gestione del Marketing strategico

7.3. Dimensioni della strategia di marketing

- 7.3.1. Fondamenti del vantaggio competitivo
- 7.3.2. Comportamento competitivo dell'azienda
- 7.3.3. *Focus Marketing*

7.4. Strategie di sviluppo di nuovi prodotti

- 7.4.1. Creatività e innovazione nel Marketing
- 7.4.2. Generazione e filtraggio di idee
- 7.4.3. Analisi di viabilità commerciale
- 7.4.4. Sviluppo, test di mercato e commercializzazione

7.5. Politiche di determinazione dei prezzi

- 7.5.1. Obiettivi a breve e lungo termine
- 7.5.2. Tipologie di determinazione dei prezzi
- 7.5.3. Fattori che influenzano la determinazione del prezzo

7.6. Strategie di promozione e Merchandising

- 7.6.1. Gestione della pubblicità
- 7.6.2. Piano di comunicazione e mezzi
- 7.6.3. Il *Merchandising* come tecnica di marketing
- 7.6.4. *Visual Merchandising*

7.7. Strategie di distribuzione, espansione e intermediazione

- 7.7.1. Outsourcing della forza di vendita e del servizio clienti
- 7.7.2. La logistica commerciale nella gestione delle vendite di prodotti e servizi
- 7.7.3. Gestione del ciclo di vendite

7.8. Sviluppo del piano di Marketing

- 7.8.1. Analisi e diagnosi
- 7.8.2. Decisioni strategiche
- 7.8.3. Decisioni operative

7.9. Nuovi mezzi di Marketing**7.10. Marketing internazionale****Modulo 8. Strategia aziendale e operativa****8.1. Nuovi scenari nel Supply Chain Management**

- 8.1.1. Gestione in ambienti multiculturali
- 8.1.2. Innovazione in SCM
- 8.1.3. Orientamento alla domanda attraverso operazioni flessibili
- 8.1.4. Filosofie e tecniche usate in Giappone

8.2. Visione globale del Supply Chain Management

- 8.2.1. Opportunità e minacce della SCM
- 8.2.2. Disegno strategico della *Supply Chain*
- 8.2.3. Tendenze

8.3. La strategia delle operazioni

- 8.3.1. Introduzione alla strategia e ai livelli strategici
- 8.3.2. Gestione per processi
- 8.3.3. Gestione dello stock

8.4. Processo decisionale logistico

- 8.4.1. Analisi delle decisioni
- 8.4.2. Gestione e pianificazione delle operazioni globali
- 8.4.3. Gestione del rischio in SC
- 8.4.4. Processo decisionale *Hard e Soft*

8.5. Lean Operations Strategy

- 8.5.1. Sinergie strategiche con le aree funzionali
- 8.5.2. Operatori logistici
- 8.5.3. Matrice processo-prodotto

8.6. Gestione strategica degli acquisti

- 8.6.1. Nuove sfide nella gestione degli acquisti, nel *Sourcing* e nell'approvvigionamento
- 8.6.2. Funzione di acquisto in azienda e nella catena di fornitura
- 8.6.3. Funzione di acquisto come fornitore di risorse

- 8.7.1. Selezione e sviluppo dei fornitori
- 8.7.2. Generazione dei valori dall'approvvigionamento strategico
- 8.7.3. Operatori logistici e approvvigionamento

- 8.8.1. Esternalizzazione
- 8.8.2. Esternalizzazione dei processi
- 8.8.3. Globalizzazione
- 8.8.4. Delocalizzazione

8.7. Approvvigionamento strategico**8.8. Progetto della strategia di acquisti****8.9. Strategia operativa nella**

produzione

8.10. Strategia operativa nei servizi

Modulo 9. Business & international strategy

9.1. Business & international strategy

- 9.1.1. Internazionalizzazione
- 9.1.2. *Growth & development in emerging markets*
- 9.1.3. Sistema monetario internazionale

9.2. Gestione strategica del business internazionale

- 9.2.1. L'internazionalizzazione nel nuovo ordine mondiale
- 9.2.2. L'influenza della cultura sul business internazionale
- 9.2.3. Selezione dei mercati e dei Paesi
- 9.2.4. Deocalizzazione e *offshoring*

9.3. Strategie di internazionalizzazione

- 9.3.1. Motivi e requisiti per entrare nei mercati esteri
- 9.3.2. Alleanze strategiche nel processo di espansione internazionale
- 9.3.3. Modalità di ingresso in nuovi mercati internazionali

- 9.4.1. Ricerche di mercato e processo decisionale
- 9.4.2. Scelta della sede e della modalità operativa
- 9.4.3. Scelta della forma giuridica appropriata

9.4. Decisioni di internazionalizzazione

9.5. Fasi del processo di internazionalizzazione

- 9.5.1. Analisi della domanda internazionale
- 9.5.2. Diagnosi del potenziale di esportazione
- 9.5.3. Pianificazione dell'internazionalizzazione
- 9.5.4. Fasi dell'esportazione

9.6. Internazionalizzazione in base al tipo di azienda

- 9.6.1. Società di prodotti e società di servizi
- 9.6.2. Aziende internazionalizzate e multinazionali
- 9.6.3. Le PMI e il loro modello di internazionalizzazione

9.7. Ostacoli all'internazionalizzazione

- 9.7.1. Restrizioni legali
- 9.7.2. Barriere logistiche, finanziarie e commerciali
- 9.7.3. Barriere agli investimenti diretti

9.8. Cross-cultural Management

- 9.8.1. Dimensione culturale della gestione internazionale
- 9.8.2. La globalizzazione nella gestione imprenditoriale
- 9.8.3. Leadership interculturale

9.9. Diversità internazionale e rendimento

9.10. Diversità di prodotto e di mercato

Modulo 10. Business Analytics e Big Data

10.1. Gestione strategica basata sui dati

10.2. Intelligenza del cliente (CRM)

10.3. Fonti di dati e raccolta di informazioni

10.4. Archiviazione ed elaborazione

10.5. Analisi dei dati di massa per la strategia

10.6. Programmazione scientifica e Python

10.7. Analisi statistica in R

10.8. Machine Learning per il Business Analytics

10.9. Estrazione di testi e linguaggio naturale

10.10. Integrazione di strumenti per la strategia

Modulo 11. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

11.1. Globalizzazione e Governance

- 11.1.1. Governance e Corporate Governance
- 11.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
- 11.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

11.2. Cross Cultural Management

- 11.2.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 11.2.2. Contributi alla conoscenza delle culture
- 11.2.3. Gestione della Diversità

11.3. Etica d'impresa

- 11.3.1. Etica e Morale
- 11.3.2. Etica Aziendale
- 11.3.3. Leadership ed etica nelle imprese

11.4. Sostenibilità

- 11.4.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Le imprese sostenibili

11.5. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 11.5.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.5.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.5.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

11.6. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 11.6.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 11.6.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 11.6.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 11.6.4. Strumenti e standard della RSC

11.7. Multinazionali e diritti umani

- 11.7.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 11.7.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 11.7.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

11.8. Ambiente legale e Corporate Governance

- 11.8.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 11.8.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 11.8.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento

12.1. Management strategico del personale

- 12.1.1. Direzione strategica e risorse umane
- 12.1.2. Management strategico del personale

12.2. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze

- 12.2.1. Analisi del potenziale
- 12.2.2. Politiche di retribuzione
- 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

rendimento lavorativo

- 12.3.1. Gestione del rendimento
- 12.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

talenti e del personale

- 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 12.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 12.4.4. Proattività e innovazione

12.3. Valutazione e gestione del

12.4. Innovazione nella gestione dei

12.5. Motivazione

- 12.5.1. La natura della motivazione
- 12.5.2. Teoria delle aspettative
- 12.5.3. Teoria dei bisogni
- 12.5.4. Motivazione e compensazione economica

12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni

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

12.7. Comunicazione direttiva

- 12.7.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 12.7.2. Dipartimento di comunicazione
- 12.7.3. Il responsabile di comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom

12.8. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 12.8.1. La produttività
- 12.8.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria

13.1. Contesto Economico

- 13.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario
- 13.1.2. Istituti finanziari
- 13.1.3. Mercati finanziari
- 13.1.4. Attivi finanziari
- 13.1.5. Altri enti del settore finanziario

13.2. Contabilità Direttiva

- 13.2.1. Concetti di base
- 13.2.2. L'Attivo aziendale
- 13.2.3. Il Passivo aziendale
- 13.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 13.2.5. Il Conto Economico

13.3. Sistemi informativi e *Business Intelligence*

- 13.3.1. Concetto e classificazione
- 13.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 13.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti

13.4. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 13.4.1. Il modello di bilancio
- 13.4.2. Bilancio del Capitale
- 13.4.3. Bilancio di Gestione
- 13.4.5. Bilancio del Tesoro
- 13.4.6. Controllo del bilancio

13.5. Direzione Finanziaria

- 13.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
- 13.5.2. Dipartimento finanziario
- 13.5.3. Eccedenza di tesoreria
- 13.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 13.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

13.6. Pianificazione Finanziaria

- 13.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 13.6.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
- 13.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
- 13.6.4. La tabella *Cash Flow*
- 13.6.5. La tabella di flusso

13.7. Strategia finanziaria corporativa

- 13.7.1. Strategia corporativa e fonti di finanziamento
- 13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese

13.8. Finanziamento strategico

- 13.8.1. Autofinanziamento
- 13.8.2. Aumento dei fondi propri
- 13.8.3. Risorse ibride
- 13.8.4. Finanziamenti tramite intermediari

13.9. Analisi e pianificazione finanziaria

- 13.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 13.9.2. Analisi del Conto Economico
- 13.9.3. Analisi del Rendimento

13.10. Analisi e risoluzione di casi/ problemi

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

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico**14.1. Direzione commerciale**

- 14.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
- 14.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 14.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

14.2. Marketing online ed e-commerce

- 14.2.1. Realizzare strategie di Marketing Digitale e di e-commerce
- 14.2.2. Marketing digitale e media che utilizzi
- 14.2.3. E-commerce: Contesto generale
- 14.2.4. Categorie dell'E-commerce
- 14.2.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale

14.3. Marketing Digitale per rafforzare il marchio

- 14.3.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio
- 14.3.2. *Branded Content & Storytelling*

14.4. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti

- 14.4.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 14.4.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.4.3. *Ipersegmentazione*

14.5. Gestione delle campagne digitali

- 14.5.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 14.5.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
- 14.5.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

14.6. Strategie di vendita

- 14.6.1. Strategie di vendita
- 14.6.2. Metodi di vendite

14.7. Comunicazione Aziendale

- 14.7.1. Concetto
- 14.7.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
- 14.7.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
- 14.7.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
- 14.7.5. Elementi della comunicazione
- 14.7.6. Problemi di comunicazione
- 14.7.7. Scenari di comunicazione

14.8. Comunicazione e reputazione online

- 14.8.1. La reputazione online
- 14.8.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 14.8.3. Strumenti di reputazione online
- 14.8.4. Rapporto sulla reputazione online
- 14.8.5. *Branding online*

Modulo 15. Management Direttivo**15.1. General Management**

- 15.1.1. Concetto di General Management
- 15.1.2. L'azione del General Management
- 15.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 15.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

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

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

15.3. Direzione di operazioni

- 15.3.1. Importanza della direzione
- 15.3.2. La catena di valore
- 15.3.3. Gestione della qualità

15.4. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 15.4.1. Comunicazione interpersonale
- 15.4.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
- 15.4.3. La comunicazione nelle imprese
- 15.4.4. Strumenti nelle imprese

15.5. Comunicazione in situazioni di crisi

- 15.5.1. Crisi
- 15.5.2. Fasi della crisi
- 15.5.3. Messaggi: contenuti e momenti

15.6. Preparazione di un piano di crisi

- 15.6.1. Analisi dei potenziali problemi
- 15.6.2. Pianificazione
- 15.6.3. Adeguatezza del personale

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:



Materiale di studio

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

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



Master class

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

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



Stage di competenze manageriali

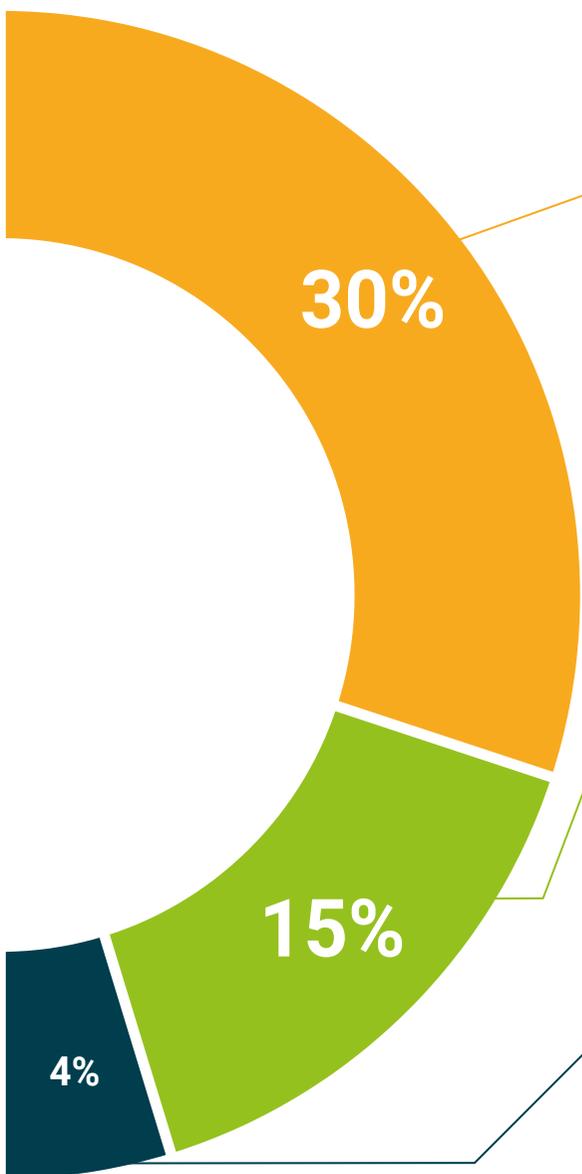
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

L'MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) è un programma rivolto ai professionisti del settore che desiderano aggiornare le proprie conoscenze, scoprire nuovi modi per svolgere con successo il proprio lavoro e avanzare nella propria carriera professionale. La diversità dei partecipanti con diversi profili accademici e di diverse nazionalità costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.





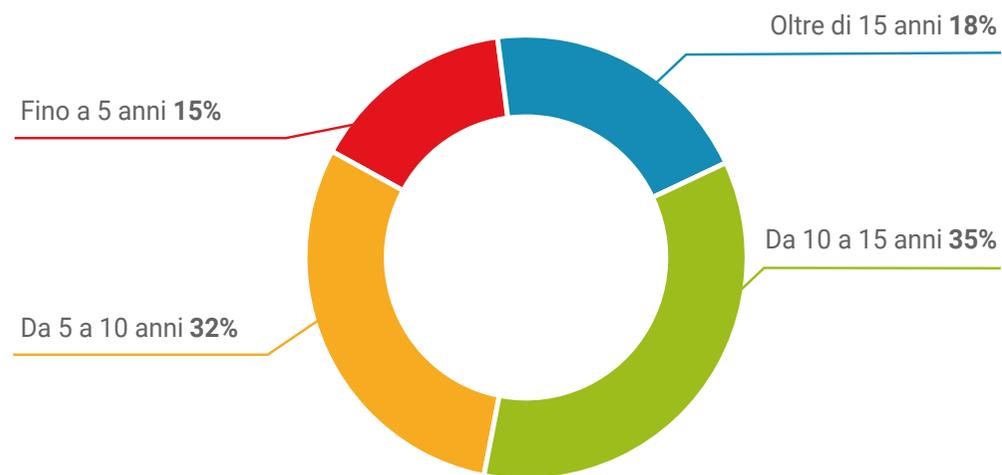
“

Se hai esperienza nel campo della gestione e del management, e stai cercando un miglioramento interessante nella tua carriera, pur continuando a lavorare, questo è il programma che fa per te"

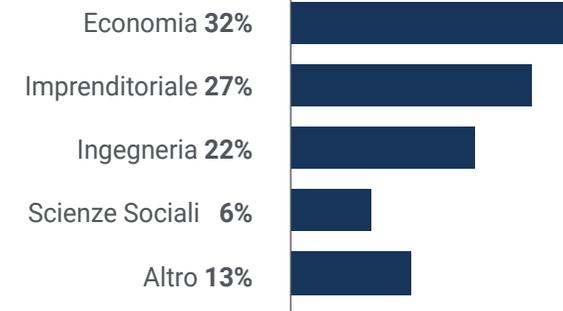
Età media

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

Anni di esperienza



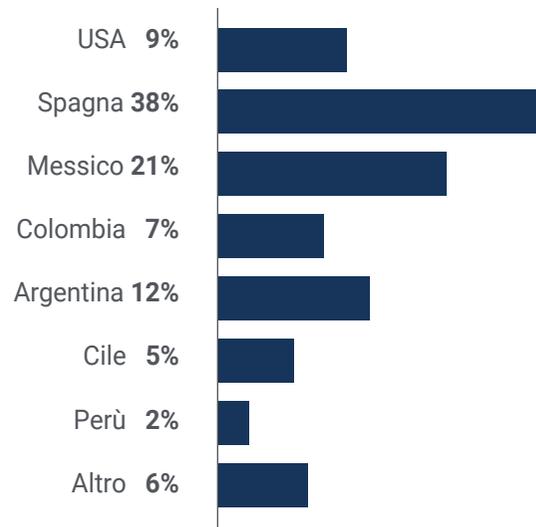
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

"Nella mia professione è fondamentale continuare a specializzarsi, poiché emergono continuamente nuove tecniche e strumenti indispensabili per il corretto sviluppo dell'azienda. Per questo cercavo un programma che mi permettesse di tenermi aggiornato. Fortunatamente, mi sono imbattuto in questo MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) di TECH, una specializzazione fondamentale per evolvere professionalmente e personalmente"

09

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende rinomati a esperti in direzione strategica, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate partecipano alla sua progettazione e preparazione, completando il master in modo interdisciplinare, rendendolo, in questo modo, un'esperienza unica e altamente educativa a livello accademico.



“

Nel corso del programma, sarai guidato da un team di docenti altamente qualificati in gestione strategica aziendale, e godrai di un tutoraggio completamente personalizzato"

Direttrice ospite internazionale

Ilias Jumadilov è un importante professionista internazionale con una vasta esperienza in Europa, Asia e Americhe. In effetti, la sua carriera si è concentrata sulla Gestione, la Strategia e lo Sviluppo del Business, ottenendo notevoli successi in diverse regioni.

Ha ricoperto il ruolo di Corporate Strategy Manager presso Schneider Electric, dove ha guidato il processo e la piattaforma strategica globale. In questo senso, il suo approccio innovativo ha permesso di identificare oltre 100 miliardi di euro in nuove opportunità di crescita ed è stato fondamentale, sia nella costruzione di modelli di previsione, sia nella fornitura di conoscenze strategiche, che ha rafforzato la posizione concorrenziale dell'impresa.

Ha inoltre ricoperto il ruolo di Direttore delle Vendite Internazionali ed Europee presso la stessa istituzione, dove ha guidato la trasformazione commerciale in diversi Paesi, istituendo organizzazioni di eccellenza nelle vendite che hanno aumentato significativamente l'efficienza e la produttività. Vale la pena notare che oltre 10.000 rappresentanti di vendita in tutto il mondo hanno adottato la loro capacità di implementare processi di vendita chiave e la loro attenzione alla segmentazione del portafoglio clienti, consolidando la loro reputazione come leader nelle vendite e nella trasformazione digitale.

Oltre alla sua carriera in Schneider Electric, Ilias Jumadilov ha fornito consulenza alle startup su temi chiave come l'intelligenza artificiale, il metaverso e il business internazionale, fornendo le proprie conoscenze approfondite nelle applicazioni aziendali di IA e la capacità di orientare strategie competitive. Allo stesso modo, la sua esperienza in Blockchain lo ha portato a co-fondare la Blockchain Network dell'Asia centrale e a contribuire in modo significativo alla legislazione sulla valuta digitale in Kirghizistan. A questo si aggiunge il suo lavoro per il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (UNDP) e altre organizzazioni, che si è distinto per il suo impatto e rilevanza in campo tecnologico ed economico.



Dott. Jumadilov, Ilias

- Direttore della strategia aziendale presso Schneider Electric, Boston e Hong Kong
- Consulente per le startup in intelligenza artificiale, metaverses e business internazionale
- Direttore delle vendite internazionali ed europee presso Schneider Electric, Barcelona e Almaty
- Product Manager e Marketing presso Schneider Electric, Grenoble
- Co-fondatore dell'Associazione Blockchain Network dell'Asia Centrale
- Master in scienze economiche presso l'Università Grenoble Alpes, Francia
- Corso Universitario in tecnologia imprenditoriale presso l'Università di Stanford, Stati Uniti
- Laurea in economia e gestione presso l'Università nazionale statale del Kirghizistan

“

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

Direzione



Dott. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- ♦ Ricercatore dell'Osservatorio CIIC - Centro Internazionale in Innovazione Continua
- ♦ Coordinatore del Dipartimento di Scienze Sociali - Collegio San Gabriel Alcalá de Henares, Madrid
- ♦ Professore di Filosofia presso un Centro educativo privato Collegio San Gabriel Alcalá de Henares, Madrid
- ♦ Professore del corso in Apprendimento basato su Problemi, presso l'Università Tecnica Privata di Loja (UTPL)
- ♦ Dottorato in Filosofia presso l'Università Complutense di Madrid



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. Per questo motivo, noi di TECH mettiamo a tua disposizione tutte le nostre risorse per consentirti di acquisire in breve tempo la specializzazione di cui hai bisogno, in modo che possa ottenere un cambiamento professionale positivo che soddisfi le tue aspettative professionali.



“

*Ci impegnamo a pieno ad aiutarti a raggiungere
il cambiamento professionale che desideri”*

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

L'MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) di TECH è un programma intensivo che ti preparerà ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali in materia di strategia e direzione generale. Il suo obiettivo principale è quello di favorire la tua crescita personale e professionale aiutandoti 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.

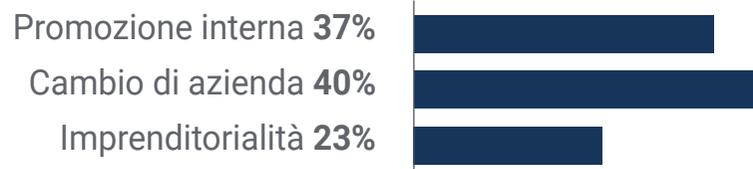
TECH mette a tua disposizione tutte le risorse per prepararti a raggiungere il successo.

Una specializzazione avanzata ti consentirà di migliorare le tue competenze professionali.

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 Strategia (CSO, Chief Strategy 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 ti migliorerà non solo a livello personale, ma soprattutto, a livello professionale, ampliando la tua preparazione e perfezionando le tue capacità manageriali. Inoltre, entrare nella comunità educativa TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

Dopo aver studiato con noi, avrai una visione globale dell'azienda che ti permetterà di segnare un prima e un dopo nella tua attività"

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Conferirai 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

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 a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Potrai lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della tua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai nostri studenti le competenze per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.

12 Titolo

Il MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer) 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 MBA in Strategia (CSO, Chief Strategy Officer)** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

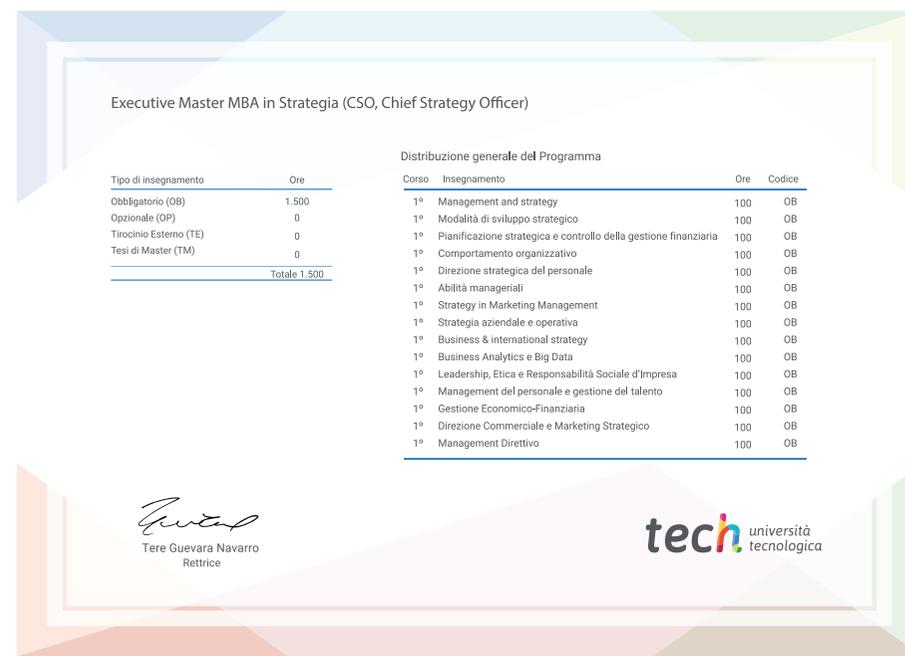
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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 Strategia (CSO, Chief Strategy Officer)**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



*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 Strategia
(CSO, Chief Strategy Officer)

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

Executive Master

MBA in Strategia

(CSO, Chief Strategy Officer)

