

Executive Master

MBA in Direzione degli Acquisti

M B A D A





tech università
tecnologica

Executive Master MBA in Direzione degli Acquisti

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

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/business-school/master/master-mba-direzione-acquisti

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. 18

06

Struttura e contenuti

pag. 22

07

Metodologia

pag. 34

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 42

09

Direzione del corso

pag. 46

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 64

11

Benefici per la tua azienda

pag. 68

12

Titolo

pag. 72

01 Benvenuto

La significativa trasformazione del concetto tradizionale di acquisto nel mondo degli affari di oggi richiede che le aziende si adattino alle attuali richieste e necessità del settore, approfondendo e migliorando i loro servizi nelle diverse aree coperte da questa disciplina, come la logistica, la produzione, la finanza, il marketing, i progetti, gli acquisti e gli approvvigionamenti. Con questo programma di TECH in Direzione degli Acquisti amplierai la tua conoscenza della gestione aziendale e avrai le competenze necessarie per implementare strategie di negoziazione positive con i fornitori, così come per definire le implicazioni finanziarie della gestione degli acquisti sulla redditività dell'azienda. Inoltre, gli studenti avranno a disposizione 10 *Master class* insegnate da un leader internazionale in questo campo.



MBA in Direzione degli Acquisti.
TECH Università Tecnologica



“

Non perdere l'opportunità di ampliare le tue abilità con le Master class che il Direttore Internazionale, invitato da TECH per questa qualifica, mette a tua disposizione”

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

Questo programma è progettato per rafforzare le capacità di leadership e di gestione degli acquisti e delle forniture, oltre a sviluppare nuove competenze e abilità che saranno indispensabili per il tuo sviluppo professionale. Al termine del programma, sarai in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.



“

Uno dei nostri obiettivi chiave è quello di aiutarti a sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente la fornitura aziendale”.

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il MBA in Direzione degli Acquisti prepara lo studente a:

01

Definire le politiche di acquisto e di approvvigionamento nel quadro della logistica integrata

02

Definire le politiche, le pratiche e le leve che modellano la gestione degli acquisti, così come le relazioni cliente-fornitore

03

Utilizzare gli strumenti di acquisto più appropriati per la selezione e la valutazione dei migliori fornitori

04

Strutturare le necessità nell'ambito degli acquisti

05

Implementare un piano di miglioramento della produttività e di riduzione dei costi



06

Valutare e misurare i risultati attraverso l'identificazione delle chiavi

08

Elaborare il piano strategico del dipartimento di approvvigionamento



09

Definire le implicazioni finanziarie della gestione degli acquisti sulla redditività dell'azienda

07

Sviluppare strategie di negoziazione che generano relazioni stabili e positive con i fornitori

10

Acquisire capacità di leadership che permetteranno di sviluppare il proprio lavoro professionale con maggiore scioltezza

05 Competenze

Dopo aver superato le valutazioni dell'MBA in Direzione degli Acquisti, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una pratica di qualità e aggiornata, basata in una metodologia didattica più innovativa.





“

Le competenze che svilupperai con questo corso ti consentiranno di ottenere il successo professionale che desideri”

01

Effettuare la diagnosi finanziaria dell'azienda

04

Comprendere l'importanza delle revisioni nel processo di acquisto e di approvvigionamento dell'azienda

02

Condurre un'analisi di mercato per capire la situazione dell'azienda e dei suoi concorrenti



03

Migliorare i processi di acquisto e approvvigionamento

05

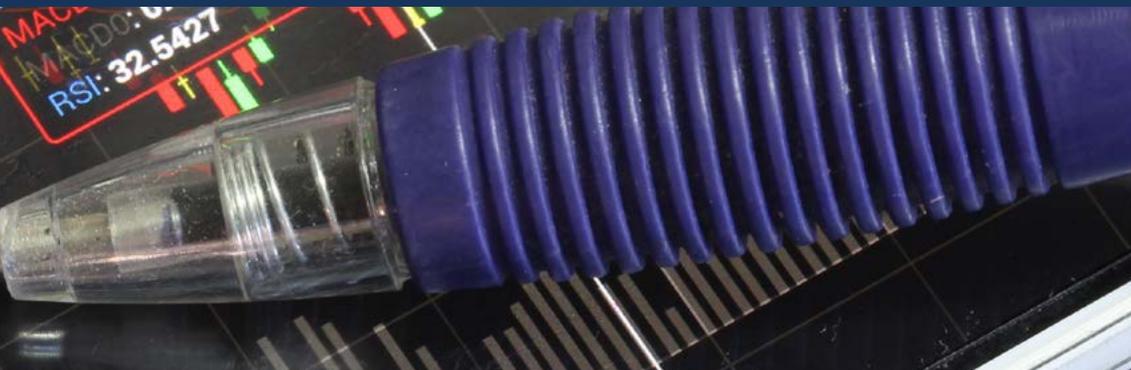
Comprendere l'azienda e il processo logistico da una visione strategica internazionale

06

Eseguire e gestire le prestazioni e la revisione contabile

08

Avere una pianificazione logistica internazionale per migliorare i profitti dell'azienda



07

Cercare e selezionare i fornitori più adatti all'azienda

09

Applicare i più alti standard di qualità in tutti i processi e progetti

06

Struttura e contenuti

L'MBA in Direzione degli Acquisti è un programma su misura, 100% online che ti consente di scegliere il luogo e il momento che si adatta alla tua disponibilità, orari ed interessi.

Un programma con una durata di 12 mesi che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante che pone le basi per il tuo successo professionale.



“

Gli sforzi a livello educativo saranno ricompensati a livello professionale. Per questo, devi sempre cercare un aggiornamento delle tue conoscenze”

Piano di studi

L'MBA in Direzione degli Acquisti di TECH Università Tecnologica è un programma intenso che ti prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali. I suoi contenuti sono pensati per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Durante le 2.700 ore di studio, analizzerai una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, ottenendo un processo di superiore a è leggere che potrà utilità per la tua pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni reali di business.

Questo programma affronta in profondità le principali aree dell'azienda ed è stato ideato per specializzare dirigenti che comprendano la gestione degli acquisti da una prospettiva strategica e innovativa.

Un corso progettato per lo studente, focalizzato sul suo miglioramento professionale per raggiungere l'eccellenza nell'ambito 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 la durata di 12 mesi e si divide in 14 moduli:

Modulo 1	Management e leadership
Modulo 2	Logistica e gestione economica
Modulo 3	Ricerche di mercato
Modulo 4	Funzione degli acquisti e approvvigionamento
Modulo 5	Gestione strategica degli acquisti
Modulo 6	Supplier relationship management
Modulo 7	Gestione di progetti e della qualità per gli acquirenti
Modulo 8	Impatto socio-ecologico
Modulo 9	Global sourcing
Modulo 10	Performance e audit
Modulo 11	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 12	Management del Personale e Gestione del Talento
Modulo 13	Direzione Commerciale e Marketing Strategico
Modulo 14	<i>Management Direttivo</i>



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo MBA in Direzione degli Acquisti completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

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

Modulo 1. Management e leadership

1.1. General management

- 1.1.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 1.1.2. Politica di gestione e processi
- 1.1.3. Society and Enterprise

1.2. Direzione strategica

- 1.2.1. Stabilire la posizione strategica: Missione, Visione e Valori
- 1.2.2. Sviluppo di nuove imprese
- 1.2.3. Crescita e consolidamento dell'azienda

1.3. Strategia competitiva

- 1.3.1. Analisi del mercato
- 1.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili
- 1.3.3. Ritorno sull'investimento

1.4. Strategia corporativa

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

1.5. Pianificazione e strategia

- 1.5.1. Importanza della Direzione Strategica nel Processo di Controllo di Gestione
- 1.5.2. Analisi del contesto e dell'organizzazione
- 1.5.3. Lean Management

1.6. Gestione del talento

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

1.7. Sviluppo manageriale e leadership

- 1.7.1. Leadership e stile di leadership
- 1.7.2. Motivazione
- 1.7.3. Intelligenza emotiva
- 1.7.4. Riunioni efficaci

1.8. Gestione del cambiamento

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

1.9. Negoziazione

- 1.9.1. Negoziazione interculturale
- 1.9.2. Approcci alla negoziazione
- 1.9.3. Tecniche di negoziazione efficace
- 1.9.4. Ristrutturazione

Modulo 2. Logistica e gestione economica

2.1. Diagnostico finanziario

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

2.2. Analisi economica delle decisioni

- 2.2.1. Controllo di Budget
- 2.2.2. Analisi della concorrenza: Analisi aziendale
- 2.2.3. Processo decisionale: L'investimento o disinvestimento imprenditoriale

2.3. Valutazione di investimenti e portfolio management

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

2.4. Gestione finanziaria per la gestione degli acquisti

- 2.4.1. Effetto moltiplicatore degli acquisti sui profitti
- 2.4.2. Costo-efficacia e riduzione dei costi
- 2.4.3. Costo-opportunità delle attività

2.5. Controllo economico degli acquisti

- 2.5.1. KPI, indicatori chiave di gestione degli acquisti
- 2.5.2. Impatto sui costi totali di una corretta gestione dei KPI
- 2.5.3. Scheda di valutazione economica e di controllo degli acquisti

2.6. Gestione del magazzino, dello stock e della logistica

- 2.6.1. Direzione di logistica di acquisti
- 2.6.2. Gestione di Stock
- 2.6.3. Gestione di Magazzini

2.7. Supply chain management

- 2.7.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 2.7.2. Cambiamento nei modelli della domanda
- 2.7.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

2.8. Processi logistici

- 2.8.1. Organizzazione e gestione mediante processi
- 2.8.2. Approvvigionamento, produzione, distribuzione
- 2.8.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
- 2.8.4. Servizio post-vendita

2.9. Logistica e clienti

- 2.9.1. Analisi della domanda e previsione
- 2.9.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 2.9.3. Collaborative planning forecasting and replacement

2.10. Logistica internazionale

- 2.10.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 2.10.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
- 2.10.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

Modulo 3. Ricerche di mercato**3.1. Nuovo contesto competitivo**

- 3.1.1. Innovazione tecnologica e impatto economico
- 3.1.2. Società della conoscenza
- 3.1.3. Il nuovo profilo del consumatore

3.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

- 3.2.1. Variabili e scale di misura
- 3.2.2. Fonti di informazione
- 3.2.3. Tecniche di campionatura
- 3.2.4. Trattamento e analisi dei dati

3.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

- 3.3.1. Tecniche dirette: focus group
- 3.3.2. Tecniche antropologiche
- 3.3.3. Tecniche indirette
- 3.3.4. Two face mirror e metodo Delphi

3.4. Segmentazione dei mercati

- 3.4.1. Tipologia di mercato
- 3.4.2. Concetto e analisi della domanda
- 3.4.3. Segmentazione e criteri
- 3.4.4. Definizione di pubblico obiettivo

3.5. Tipi di comportamento di acquisto

- 3.5.1. Comportamento complesso
- 3.5.2. Comportamento riduttivo di discordanza
- 3.5.3. Comportamento di ricerca varia
- 3.5.4. Comportamento abituale di acquisto

3.6. Sistemi informativi di Marketing

- 3.6.1. Approcci concettuali dei sistemi informativi di Marketing
- 3.6.2. Data Warehouse and Datamining
- 3.6.3. Sistemi informativi geografici

3.7. Gestione di progetti di ricerca

- 3.7.1. Strumenti di analisi informative
- 3.7.2. Sviluppo del piano di gestione delle aspettative
- 3.7.3. Valutazione di affidabilità dei progetti

3.8. Marketing intelligence

- 3.8.1. Big data
- 3.8.2. Esperienza dell'utente
- 3.8.3. Applicazione di tecniche

Modulo 4. Funzione degli acquisti e approvvigionamento**4.1. Acquisti e catena del valore**

- 4.1.1. Missione, obiettivo e struttura del dipartimento acquisti e approvvigionamento
- 4.1.2. Componenti principali del dipartimento acquisti
- 4.1.3. Acquisti e flusso logistico dell'azienda
- 4.1.4. Gestione degli indicatori, scheda di valutazione

4.2. Sviluppo della strategia di approvvigionamento

- 4.2.1. Condizioni di acquisto e di vendita
- 4.2.2. Gestione di ricevute, ordini e bolle di consegna
- 4.2.3. Gestione di problematiche e dell'inventario

4.3. Analisi del prezzo, del costo e del valore d'acquisto

- 4.3.1. *Category Management*
- 4.3.2. Sistemi RFP e RFQ
- 4.3.3. Indici internazionali per il fissaggio dei prezzi
- 4.3.4. Fissaggio dinamico dei prezzi

4.4. Gestione del rischio negli acquisti

- 4.4.1. Natura del rischio
- 4.4.2. Rischi nel mercato delle forniture
- 4.4.3. Assicurazioni
- 4.4.4. Rischi di prezzo, volatilità

4.5. E-procurement

- 4.5.1. *E-business ed E-sourcing*
- 4.5.2. Aste e aste inverse
- 4.5.3. Costi di applicazione e sistemi più comunemente usati
- 4.5.4. *E-purchasing*

4.6. Acquisti in diverse industrie e settori

- 4.6.1. Acquisto di servizi
- 4.6.2. Acquisto di beni strumentali
- 4.6.3. Acquisti di *merchandising*, marketing, pubblicità
- 4.6.4. IT, trasporti e altri settori
- 4.6.5. Appalti nel settore pubblico

Modulo 5. Gestione strategica degli acquisti

5.1. Gestione strategica degli acquisti

- 5.1.1. Nuove sfide nell'acquisto, nel sourcing e nell'approvvigionamento
- 5.1.2. Funzione di acquisto nell'azienda e nella catena di approvvigionamento
- 5.1.3. Funzione di acquisto come fornitore di risorse

5.2. Lean management nei processi di acquisto

- 5.2.1. Lean Buying
- 5.2.2. Outsourcing nella SCM
- 5.2.3. Lean Supplying

5.3. Progettazione della strategia di acquisto

- 5.3.1. Esternalizzazione
- 5.3.2. Esternalizzazione dei processi
- 5.3.3. Globalizzazione
- 5.3.4. Delocalizzazione

5.4. Outsourcing-insourcing

- 5.4.1. Modelli e processi di acquisto
- 5.4.2. Modelli di segmentazione
- 5.4.3. Ruolo dell'e-Procurement

5.5. Approvvigionamento strategico

- 5.5.1. Selezione dei fornitori e strategia
- 5.5.2. Generazione di valore dall'approvvigionamento strategico
- 5.5.3. Operatori logistici e approvvigionamento

5.6. Progettazione e gestione del magazzino

- 5.6.1. Progettazione avanzata dei magazzini
- 5.6.2. Picking e Sorting
- 5.6.3. Controllo del flusso di materiali

5.7. Lean Warehouse

- 5.7.1. Fondamenti di Lean Warehousing
- 5.7.2. Sistemi di gestione dell'inventario
- 5.7.3. Radiofrequenza nel design del magazzino

5.8. Gestione del trasporto e della distribuzione

- 5.8.1. Coordinazione tra trasporto e immagazzinaggio
- 5.8.2. Zone di attività logistica, ZAL

5.9. Logistica interna

- 5.9.1. Calcolo dei bisogni
- 5.9.2. Tipologia di magazzini in un sistema JIT
- 5.9.3. Forniture DOUKI SEISAN
- 5.9.4. Lean materials handling

Modulo 6. Supplier relationship management

6.1. Pianificazione della ricerca di fornitori

- 6.1.1. Processo di offerta e sviluppo di criteri
- 6.1.2. Identificazione dei potenziali fornitori
- 6.1.3. Selezione dei fornitori

6.2. Criteri di selezione dei fornitori

- 6.2.1. Criteri economici
- 6.2.2. Criteri di qualità
- 6.2.3. Altri criteri

6.3. Gestione delle relazioni con i fornitori

- 6.3.1. Etica delle relazioni
- 6.3.2. Pianificazione del reclutamento
- 6.3.3. Acquisizione di servizi

6.4. Integrazione dei fornitori nella catena di valore

- 6.4.1. Fasi del processo di integrazione
- 6.4.2. Rischi e parametri di controllo
- 6.4.3. Monitoraggio
- 6.4.4. Interruzione dell'integrazione

6.5. Gestione e amministrazione dei contratti

- 6.5.1. Negoziazione e attuazione
- 6.5.2. Monitoraggio e controllo dei risultati
- 6.5.3. Chiusura del contratto

Modulo 7. Gestione di progetti e della qualità per gli acquirenti**7.1. Lean Management**

- 7.1.1. Principi base del Lean Management
- 7.1.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
- 7.1.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità

7.2. Strumenti Lean per la gestione dei progetti

- 7.2.1. Strumenti per il miglioramento della qualità
- 7.2.2. Strumenti di miglioramento dei costi
- 7.2.3. Strumenti per migliorare le scadenze
- 7.2.4. Strumenti per migliorare il coinvolgimento del personale

7.3. Applicazione pratica della gestione Lean: principi e regole di base

- 7.3.1. Identificare gli sprechi negli Acquisti e Procurement
- 7.3.2. Applicazione pratica delle 4 regole Lean
- 7.3.3. Definizione unica dei sottoprocessi tramite SIPOC

7.4. Lean six-sigma nei processi di acquisto

- 7.4.1. Massimizzare il valore attraverso l'approccio di miglioramento DMAIC
- 7.4.2. Diagnosi della capacità del processo e del potenziale di miglioramento
- 7.4.3. Uso delle metriche di processo e di risultato nel Procurement

7.5. Gestione della qualità nei progetti

- 7.5.1. Pianificazione di progetti basata su requisiti e specifiche
- 7.5.2. Requisiti del cliente e valutazione della concorrenza
- 7.5.3. Obiettivi, relazioni e correlazioni
- 7.5.4. Analisi modale degli errori e degli effetti

7.6. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti

- 7.6.1. Total Quality Management
- 7.6.2. Six Sigma come sistema globale di gestione aziendale
- 7.6.3. Modello EFQM

7.7. Mappa della catena del valore nei processi di acquisto

- 7.7.1. Identificazione di obiettivi concreti di miglioramento
- 7.7.2. Regolazione e bilanciamento dei processi per ridurre il tempo non sfruttato e ottimizzare le risorse

Modulo 8. Impatto socio-ecologico**8.1. Responsabilità sociale d'impresa**

- 8.1.1. Visione strategica della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 8.1.2. Sistemi e modelli per l'implementazione di RSI
- 8.1.3. Organizzazione della RSI
- 8.1.4. Ruoli e responsabilità

8.2. SCM e corporate responsibility

- 8.2.1. Creazione di valore in un'economia di beni immateriali
- 8.2.2. RSI: Impegno imprenditoriale
- 8.2.3. Impatto sociale, ambientale ed economico

8.3. Finanza e investimenti responsabili

- 8.3.1. Trasparenza dell'informazione
- 8.3.2. Finanziamenti e investimenti responsabili
- 8.3.3. Economia sociale, cooperativismo e responsabilità sociale d'impresa

8.4. Impresa e medio ambiente

- 8.4.1. Sviluppo sostenibile
- 8.4.2. La risposta delle imprese alle problematiche ambientali
- 8.4.3. Rifiuti ed emissioni

8.5. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 8.5.1. Sistemi di gestione della responsabilità sociale
- 8.5.2. Sistemi di gestione della qualità, dell'ambiente e della salute e sicurezza sul lavoro
- 8.5.3. Audit

Modulo 9. Global sourcing

9.1. Contesto economico globale

- 9.1.1. Fondamenti dell'economia globale
- 9.1.2. La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari
- 9.1.3. Growth and Development in Emerging Markets
- 9.1.4. Sistema monetario internazionale

9.2. Adattamento degli acquisti al Global sourcing

- 9.2.1. Struttura degli acquisti
- 9.2.2. Necessità di nuove competenze
- 9.2.3. Intermediari

9.3. Gestione delle importazioni

- 9.3.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 9.3.2. Istituzioni e accordi di commercio internazionale
- 9.3.3. Gestione degli impianti e acquisti internazionali

9.4. Distribuzione logistica internazionale

- 9.4.1. Piattaforme logistiche a livello internazionale
- 9.4.2. Operatore di trasporto internazionale
- 9.4.3. Hub e distribuzione

9.5. Incoterms e gestione dei documenti internazionali

- 9.5.1. Esportazione o impianto
- 9.5.2. Il contratto di agenzia, distribuzione e compravendita internazionale
- 9.5.3. La proprietà industriale e intellettuale
- 9.5.4. Classificazione tariffaria

9.6. Modi e mezzi di pagamento internazionale

- 9.6.1. La decisione del mezzo di pagamento
- 9.6.2. Il credito documentario
- 9.6.3. Garanzia bancaria e credito documentario

9.7. Internacional Lean logistics

- 9.7.1. Fondamenti Lean con applicazione in logistica internazionale
- 9.7.2. Principali implicazioni e requisiti
- 9.7.3. Altre metodologie di miglioramento dei processi

Modulo 10. Performance e audit

10.1. Aspetti generali degli indicatori di performance aziendale

- 10.1.1. Funzioni degli indicatori di gestione
- 10.1.2. Pannello di indicatori e Balance Score Card
- 10.1.3. Indicatori logistici

10.2. Indicatori di acquisti di materiali di partenza

- 10.2.1. Indicatori di efficacia
- 10.2.2. Indicatori economici
- 10.2.3. Indicatori di relazione con il cliente interno
- 10.2.4. Indicatori dell'efficacia dell'approvvigionamento
- 10.2.5. Indicatori di efficienza dell'approvvigionamento
- 10.2.6. Obiettivi di acquisto

10.3. Indicatori di acquisto di servizi

- 10.3.1. Indicatori economici
- 10.3.2. Indicatori dell'efficacia dell'approvvigionamento
- 10.3.3. Indicatori di efficacia
- 10.3.4. Indicatori di relazione
- 10.3.5. Indicatori di relazione con il cliente interno

10.4. Altri indicatori

- 10.4.1. Indicatori di performance
- 10.4.2. Indicatori di produttività del team di acquisto

10.5. Audit di acquisto

- 10.5.2. Obiettivi di controllo
- 10.5.3. Ambito della revisione sui controlli degli acquisti
- 10.5.4. Audit interni, formazione e politiche e procedure del contraente

10.6. Benchmarking nella gestione degli acquisti

- 10.6.1. Tipi di benchmarking
- 10.6.2. Realizzare un benchmark nel mercato
- 10.6.3. Risultati e vantaggi dell'applicazione del benchmarking in un ufficio acquisti
- 10.6.4. La misura della valutazione aziendale

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. Leadership

- 11.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 11.2.2. Leadership nelle imprese
- 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali
- 11.3.3. Gestione della Diversità

11.4. Etica d'impresa

- 11.4.1. Etica e Morale
- 11.4.2. Etica Aziendale
- 11.4.3. Leadership ed etica nelle imprese

11.5. Sostenibilità

- 11.5.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 11.5.2. Agenda 2030
- 11.5.3. Le imprese sostenibili

11.6. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 11.6.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.6.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.6.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

11.7. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 11.7.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 11.7.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 11.7.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa: Fiere internazionali
- 11.7.4. Strumenti e standard della RSC

11.8. Multinazionali e diritti umani

- 11.8.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 11.8.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 11.8.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

11.9. Ambiente legale e Corporate Governance

- 11.9.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 11.9.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 11.9.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Direzione 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

12.3. Valutazione e gestione del rendimento lavorativo

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

12.4. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale

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

12.5. Motivazione

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

12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 12.6.1. I team ad alte prestazioni: I team autogestiti
- 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 della 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 Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa

13.1. Direzione commerciale

- 13.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
- 13.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 13.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

13.2. Marketing

- 13.2.1. Concetto di Marketing
- 13.2.2. Elementi base del Marketing
- 13.2.3. Attività di Marketing aziendale

13.3. Gestione strategica del Marketing

- 13.3.1. Concetto di Marketing strategico
- 13.3.2. Concetto di pianificazione strategica di Marketing
- 13.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di Marketing

13.4. Marketing online ed e-commerce

- 13.4.1. Realizzare strategie di Marketing Digitale e di e-commerce
- 13.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi
- 13.4.3. E-commerce: Contesto generale
- 13.4.4. Categorie dell'E-commerce
- 13.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale

13.5. Marketing Digitale per rafforzare il marchio

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

13.6. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti

- 13.6.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 13.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 13.6.3. Ipersegmentazione

13.7. Gestione delle campagne digitali

- 13.7.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 13.7.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
- 13.7.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

13.8. Strategie di vendita

- 13.8.1. Strategie di vendita
- 13.8.2. Metodi di vendite

13.9. Comunicazione Aziendale

- 13.9.1. Concetto
- 13.9.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
- 13.9.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
- 13.9.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
- 13.9.5. Elementi di comunicazione
- 13.9.6. Problemi di comunicazione
- 13.9.7. Scenari di comunicazione

13.10. Comunicazione e reputazione online

- 13.10.1. La reputazione online
- 13.10.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 13.10.3. Strumenti di reputazione online
- 13.10.4. Rapporto sulla reputazione online
- 13.10.5. *Branding* online

Modulo 14. Management Direttivo

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

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

14.2. Direzione di operazioni

14.2.1. Importanza della direzione
 14.2.2. La catena di valore
 14.2.3. Gestione della qualità

14.3. Oratoria e preparazione dei portavoce

14.3.1. Comunicazione interpersonale
 14.3.2. Capacità di comunicazione e influenza
 14.3.3. Barriere nella comunicazione

14.4. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

14.4.1. Comunicazione interpersonale
 14.4.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
 14.4.3. La comunicazione nelle imprese
 14.4.4. Strumenti nelle imprese

14.5. Comunicazione in situazioni di crisi

14.5.1. Crisi
 14.5.2. Fasi della crisi
 14.5.3. Messaggi: contenuti e momenti

14.6. Preparazione di un piano di crisi

14.6.1. Analisi dei potenziali problemi
 14.6.2. Pianificazione
 14.6.3. Adeguatezza del personale

14.7. Intelligenza emotiva

14.7.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
 14.7.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
 14.7.3. Autostima e comunicazione emotiva

14.8. Personal Branding

14.8.1. Strategie per sviluppare il personal branding
 14.8.2. Leggi del personal branding
 14.8.3. Strumenti per la costruzione di personal branding

14.9. Leadership e gestione di team

14.9.1. Leadership e stile di leadership
 14.9.2. Capacità e sfide del Leader
 14.9.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
 14.9.4. 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.



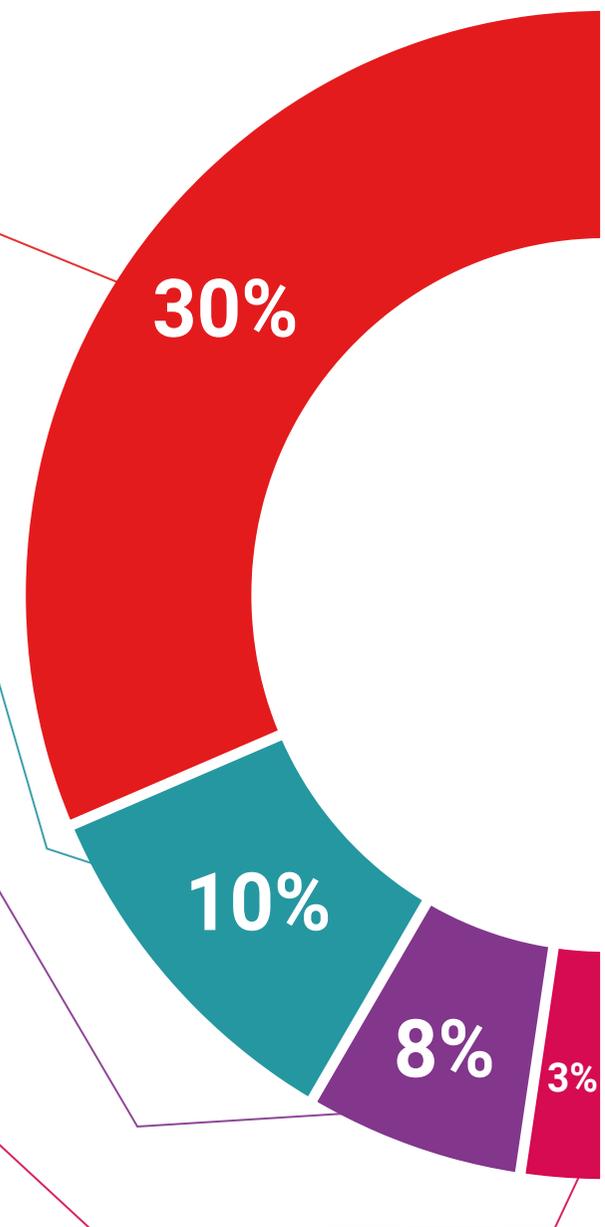
Stage di competenze manageriali

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 Direzione degli Acquisti è un programma rivolto a professionisti specializzati in gestione aziendale, che vogliono aggiornare le loro conoscenze in questo campo 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.





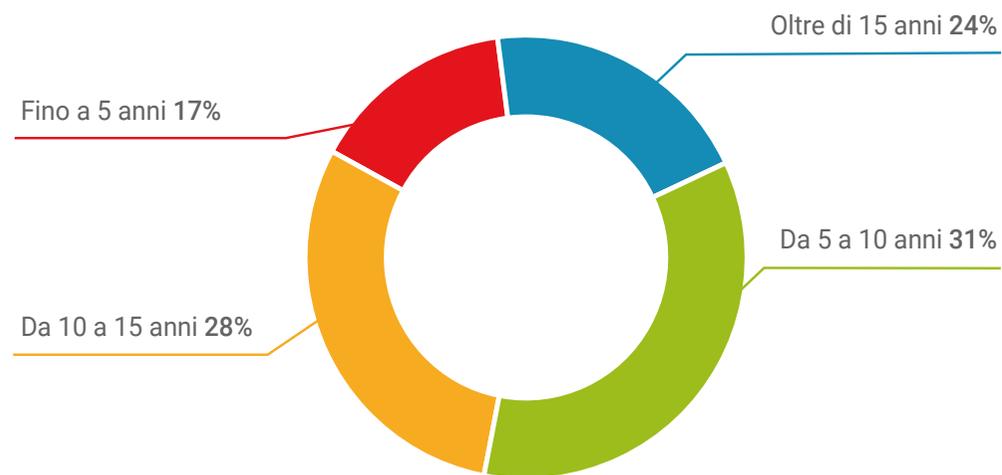
“

Se stai cercando di specializzarti per ottenere un interessante miglioramento nella tua carriera mentre continui a lavorare, questo è il programma che fa per te”

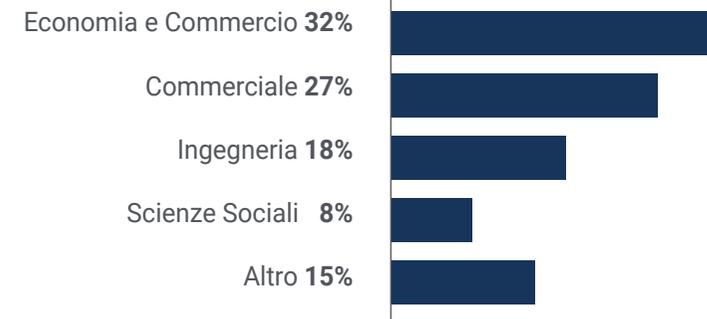
Età media

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

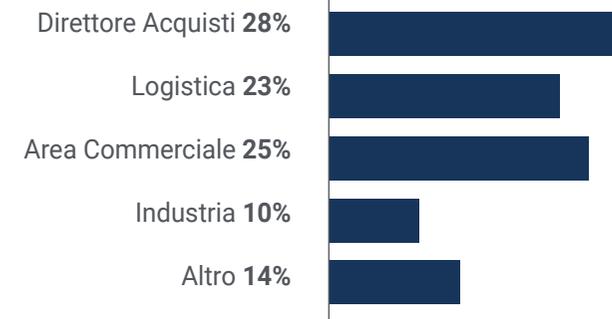
Anni di esperienza



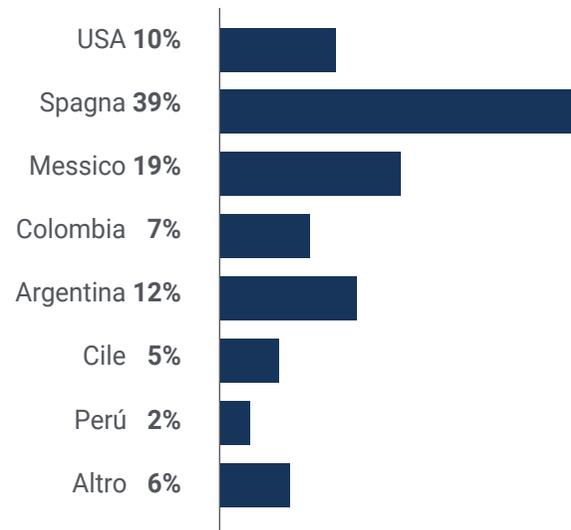
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Santos Rodríguez

Direttore di acquisti di una multinazionale

"Dopo aver completato questo programma TECH ho capito nuovi concetti e strategie nel campo della Direzione degli Acquisti che non ho studiato durante i miei anni di laurea. Ecco perché è bene continuare con programmi di specializzazione per tenersi aggiornati con i principali sviluppi del settore".

09

Direzione del corso

TECH impegno costante verso l'eccellenza accademica. Per questo, ognuno dei suoi programmi dispone di personale docente di massimo prestigio. Questi esperti hanno una vasta esperienza nei loro campi professionali e, allo stesso tempo, hanno raggiunto risultati significativi con la loro ricerca empirica e lavoro sul campo. Inoltre, questi specialisti svolgono un ruolo di primo piano all'interno della qualifica universitaria, assumendo la responsabilità selezionare i contenuti più aggiornati e innovativi per l'inserimento nei temi. Allo stesso tempo, partecipano alla realizzazione di numerose risorse multimediali di alto rigore pedagogico.



“

I professionisti che compongono questo personale docente possiedono una vasta esperienza e i migliori risultati nell'ambito della Direzione degli Acquisti”

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto professionista nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre il ruolo di responsabile globale degli acquisti nella divisione dell'Infrastruttura Tecnica e Data Center di Google, dove ha svolto la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati master, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui Marketing, analisi dei media, misurazione e attribuzione. Ha ricevuto numerosi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il BIM Leadership Award, il Search Leadership Award, il Lead Export Generation Award e il Best Sales Model Award EMEA.

Inoltre, Arens ha lavorato come Sales Manager a Dublino, Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team di 4-14 membri in tre anni e ha guidato il team di vendita per ottenere risultati e collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha anche lavorato come Analista Senior dell'industria ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti per supportare l'analisi. Ha sviluppato e redatto rapporti approfonditi per dimostrare la sua padronanza dell'argomento, compresa la comprensione dei fattori macroeconomici e politici/normativi che influenzano adozione e diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come Eaton, Airbus e Siemens, in cui ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dell'account e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo lavoro per superare continuamente le aspettative attraverso la costruzione di relazioni preziose con i clienti e lavorare in modo fluido con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, tra cui stakeholder, gestione, membri del team e clienti. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader prominente nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Global Shopping Manager- Google, California, Stati Uniti
- Responsabile principale dell'analisi e della tecnologia B2B presso Google, USA
- Direttore delle vendite presso Google, Irlanda
- Senior Industrial Analyst presso Google, Germania
- Account manager su Google, Irlanda
- Accounts Payable a Eaton, Regno Unito
- Supply Chain Manager presso Airbus, Germania

“

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

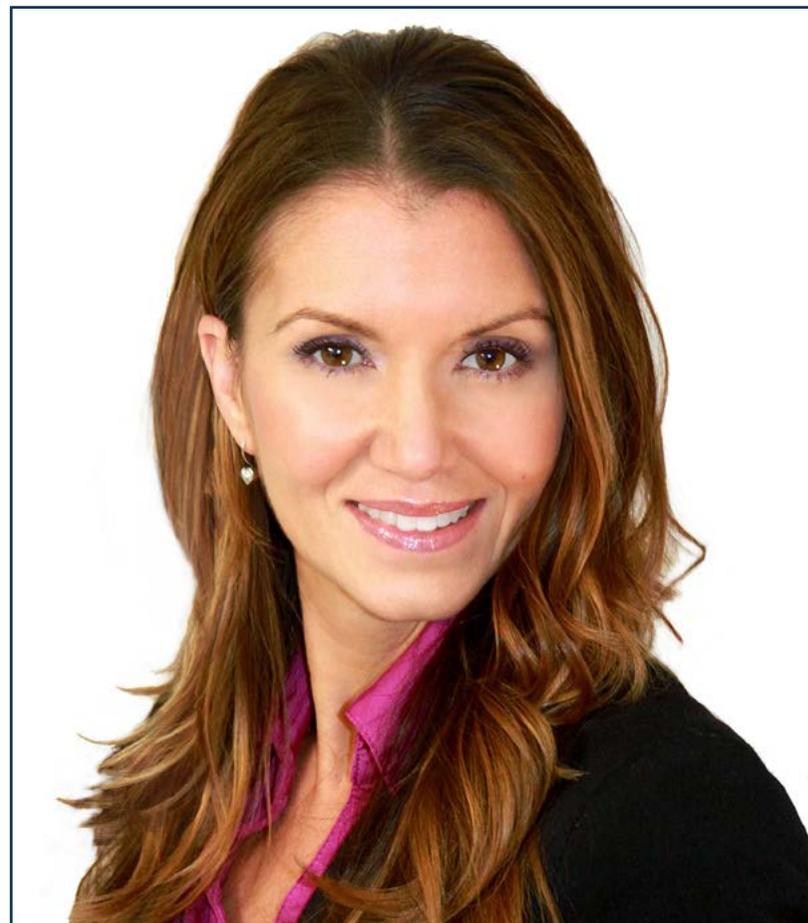
Direttrice Ospite Internazionale

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

“

TECH dispone di un gruppo distinto e specializzato di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership nelle aziende leader del mercato globale”

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 nel cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come leader e team manager con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di coinvolgimento tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. La sua esperienza in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi informatici dell'azienda negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricate di fornire infrastrutture IT a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come un manager di alto impatto, con capacità notevoli per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore IT di Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile di programmi senior su Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Senior Director di servizi di ingegneria produttiva presso Microsoft
- Laurea in sicurezza informatica presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in *Commercial Diving* presso Divers Institute of Technology
- Laureato in studi ambientali presso The Evergreen State College

“

Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questa materia e applicarli alla tua pratica quotidiana”

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un rinomato esperto internazionale con oltre due decenni di esperienza in **Trasformazione Digitale, Marketing, Strategia e Consulenza**. Attraverso questo percorso esteso, ha assunto diversi rischi ed è un costante **sostenitore di innovazione e cambio** nella congiuntura aziendale. Con questa competenza, ha collaborato con CEO e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. In questo modo, aziende come la Shell Energy sono diventate **leader di mercato, focalizzate sui clienti e sul mondo digitale**.

Le strategie progettate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di **migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti**. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il **CSAT, l'impegno dei dipendenti** nelle istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'**indicatore finanziario EBITDA** in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e **guidato team ad alte prestazioni** che hanno anche ricevuto riconoscimenti per il loro **potenziale trasformatore**. Con Shell, in particolare, l'esecutivo ha sempre cercato di superare tre sfide: soddisfare le complesse **richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitale e tecnologico**. I suoi sforzi hanno dimostrato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il manager si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali di Intelligenza Artificiale**, tematica in cui ha una laurea presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT e Salesforce**.



Dott. Arman, Romi

- ◆ Direttore della trasformazione digitale (CDO) presso la società Energy Shell, Londra, Regno Unito
- ◆ Direttore Globale di E-commerce e Servizio Clienti alla Shell Energy Corporation
- ◆ Gestore nazionale dei conti chiave (OEM e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- ◆ Senior Management Consultant (Financial Services Industry) per Accenture da Singapore
- ◆ Laurea presso l'Università di Leeds
- ◆ Laurea in applicazioni aziendali AI per dirigenti della London Business School
- ◆ Certificazione professionale in esperienza del cliente CCXP
- ◆ Corso di trasformazione digitale esecutiva di IMD



Vuoi aggiornare le tue conoscenze con la massima qualità educativa? TECH ti offre i contenuti più aggiornati del mercato accademico, progettati da autentici esperti di prestigio internazionale”

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 sviluppato diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

I risultati di questo manager di **alto profilo internazionale** sono stati collegati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare informazioni** in framework chiari e di eseguire **azioni concrete** allineate a obiettivi aziendali specifici. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività e adattamento a ritmi accelerati** di lavoro. A tutto ciò, questo esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale, visione del mercato** e una vera passione per i prodotti.

Come **Global Brand Manager e Merchandising** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse strategie di Marketing per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state centrate nel settore del **commercio al dettaglio**, delle **necessità e del comportamento del consumatore**. La Sala è stato anche responsabile di configurare la commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come **team leader** nei dipartimenti di **Design, Comunicazione e Vendite**.

D'altra parte, in aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha intrapreso progetti per promuovere la **struttura, lo sviluppo** e la **commercializzazione di diverse collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di creare **calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita. Inoltre, ha avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei principali e più qualificati **leader aziendali** della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con cui è riuscita a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo di diverse marche** e ridefinire gli indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- Brand Global Director e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- Direttore di merchandising presso Calvin Klein
- Brand Manager presso Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager presso Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato a Fastweb
- Laureato in Business and Economics all'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

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

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 si distingue per la sua visione di **identificare tecnologie emergenti** che, a lungo termine, raggiungono un impatto permanente nell'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato complessi insiemi, rendendoli accessibili e facilitatori del processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata per molte organizzazioni che scommettevano sulla **raccolta di informazioni** e sulla **generazione di azioni concrete** a partire da queste ultime.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo ancorata al cloud per l'**analisi dei Big Data**. Ha inoltre ricoperto il ruolo di **Direttore di Business Intelligence** presso **Red Bull**, in settori quali **Vendite, Distribuzione, Marketing e Supply Chain Operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API Walmart Luminare per Buyer e Channel Insights.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea in centri prestigiosi come l'**Università di Berkeley, USA**, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha acquisito competenze all'avanguardia. Così, è diventato un **vero leader della nuova economia mondiale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle sue infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

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

“

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

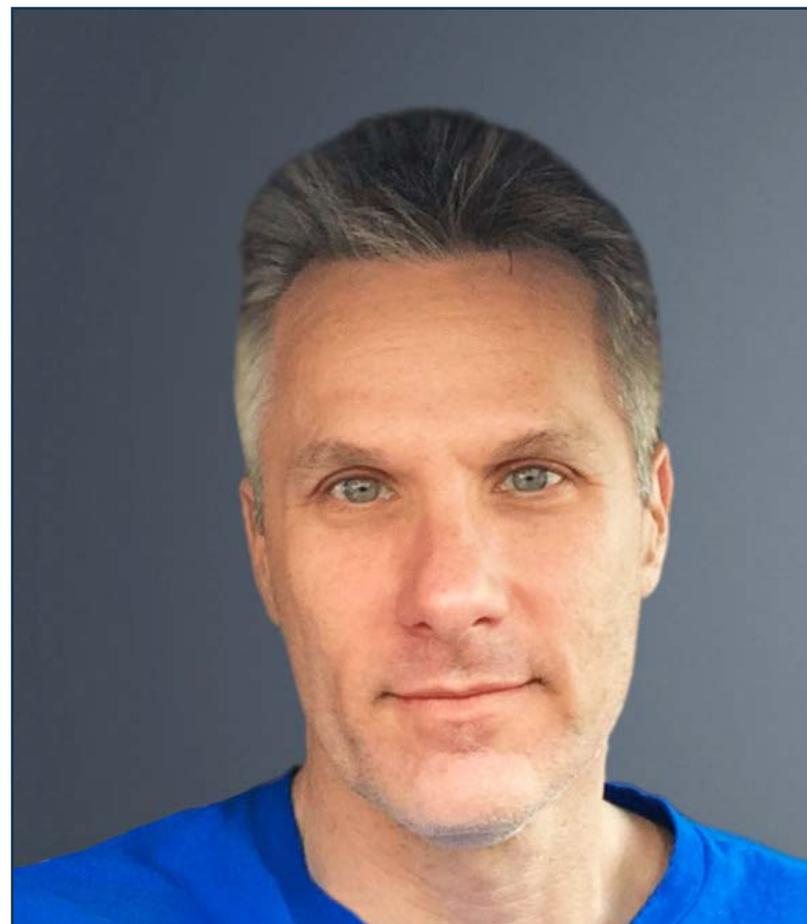
Direttore Ospite Internazionale

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 **ssupervisione della logistica e fdei flussi di lavoro creativi** su diverse piattaforme digitali, tra cui social media, ricerca, display e media lineari.

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

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

Inoltre, ha conseguito una Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California, a dimostrazione delle sue capacità **comunicative e narrative**. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso **dell'Intelligenza Artificiale nel mondo degli affari**. Il suo profilo professionale è quindi uno dei più rilevanti nell'attuale settore del **Marketing e dei Media Digitali**.



Dott. Stevenson, Scott

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

“

*Raggiungi i tuoi obiettivi
accademici e professionali con gli
esperti più qualificati al mondo!
Gli insegnanti di questo MBA
ti guideranno durante l'intero
processo di apprendimento”*

Direttore Ospite Internazionale

Il Dott. Eric Nyquist è un professionista di spicco nell'ambito dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua **leadership strategica** e la sua capacità di guidare il cambiamento e l'innovazione nelle **organizzazioni sportive** di alto livello.

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di **Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto** presso **NASCAR**, con sede in **Florida, USA**. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il dottor Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui **Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico** e **Direttore Generale degli Affari Commerciali**, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo **sviluppo strategico** al **Marketing dell'intrattenimento**.

Inoltre, Nyquist ha lasciato un segno significativo nei principali **franchising sportivi** di Chicago. In qualità di **Vicepresidente Esecutivo** del franchising dei **Chicago Bulls** e dei **Chicago White Sox** ha dimostrato la sua capacità di promuovere il **successo aziendale e strategico** nel mondo dello **sport professionistico**.

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



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- Vicepresidente della Pianificazione Strategica alla NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali alla NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale presso la National Football League (NFL)
- Affari commerciali/Stagista legale presso la Federcalcio degli Stati Uniti
- Dottorato in Giurisprudenza presso l'Università di Chicago
- Master in Business Administration-MBA presso la Booth School of Business presso l'Università di Chicago
- Laurea in Economia Internazionale presso Carleton College

“

Grazie a questa qualifica, 100% online, potrai combinare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, grazie ai maggiori esperti internazionali nel campo di tuo interesse. Iscriviti subito!”

10

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole che realizzare un programma con queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo deve essere la crescita professionale. Per questo motivo, TECH Università Tecnologica mette tutte le risorse a tua disposizione affinché tu possa acquisire la formazione necessaria per continuare il tuo processo di apprendimento e, soprattutto, affinché tu possa ottenere il miglioramento lavorativo che desideri.



“

La nostra sfida principale è quella di aiutarti a realizzare un lavoro migliore ed è per questo che competiamo sulla qualità e la professionalità"

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

L'MBA in Direzione degli Acquisti di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

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

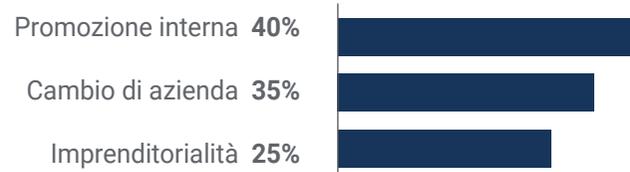
Immergiti nello studio di questo master completo e ottieni la promozione che tanto desideravi.

Ottieni un miglioramento professionale in poco tempo grazie a questa specializzazione di qualità offerta da TECH Università Tecnologica.

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 Direzione degli Acquisti 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.



“

*Aggiornati sulle strategie più efficaci in
Direzione degli Acquisti, e applicale nel
tuo lavoro quotidiano”*

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'MBA in Direzione degli Acquisti 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 Direzione degli Acquisti** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

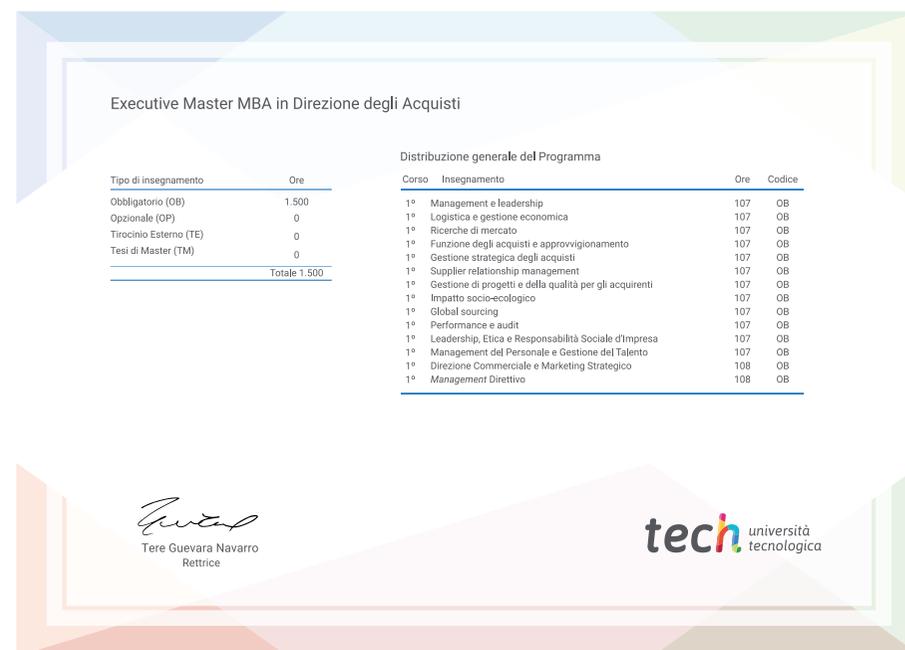
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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 Direzione degli Acquisti**

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 Direzione degli Acquisti

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

Executive Master

MBA in Direzione degli Acquisti