Master Specialistico

MBA in Digital Business Management

MSMBADBM

tech università tecnologica

Master Specialistico
MBA in Digital Business Management

Modalità: **Online**
Durata: **2 anni**
Titolo: **TECH Università Tecnologica**
Ore teoriche: **3.000**
Accesso al sito web: **www.techtitute.com/business-school/master-specialistico/master-specialistico-mba-digital-business-management**

Indice

01 Benvenuto — pag. 4

02 Perché studiare in TECH? — pag. 6

03 Perché scegliere il nostro programma? — pag. 10

04 Obiettivi — pag. 14

05 Competenze — pag. 22

06 Struttura e contenuti — pag. 28

07 Metodologia — pag. 42

08 Profilo dei nostri studenti — pag. 50

09 Impatto sulla tua carriera — pag. 54

10 Benefici per la tua azienda — pag. 58

11 Titolo — pag. 62

01

Benvenuto

La digitalizzazione è un fenomeno che si sta diffondendo in tutti i settori e che offre i vantaggi di Internet a tutte le imprese. Pertanto, la gestione aziendale deve essere orientata verso questo nuovo settore al fine di ottenere progressi contundenti e reali, poiché tutti i processi di un'azienda oggi sono legati, in un modo o nell'altro, alla digitalizzazione, motivo per cui si è verificata una crescita esponenziale delle aziende online. In questo contesto, i manager e i responsabili della aziende devono accrescere le proprie conoscenze e specializzarsi nell'uso di tutti gli strumenti offerti dall'era digitale. Per questa ragione TECH offre questo programma completo, che ti offrirà le informazioni più rilevanti per raggiungere il successo in questo settore.

Master Specialistico MBA in Digital Business Management. TECH Università Tecnologica

Le aziende cercano manager con una vasta esperienza e una conoscenza approfondita del mondo digitale, in grado di adattarsi ai cambiamenti del mercato"

02

Perché studiare in TECH?

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

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

In TECH Università Tecnologica

Innovazione

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

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

Massima esigenza

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

Il 95% | **degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo**

Networking

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

+100.000
manager specializzati ogni anno

+200
nazionalità differenti

Empowerment

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

+500 | **Accordi di collaborazione con le migliori aziende**

Talento

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

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

Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

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"

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, v**olume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.

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 ideato per rafforzare le capacità di gestione e di leadership, così come per sviluppare nuove competenze e abilità che saranno essenziali nel tuo sviluppo professionale. Al termine del programma, sarà 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 business digitali"

I tuoi obiettivi sono anche i nostri.
Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

Il **Master Specialistico MBA in Digital Business Management** ti permetterà di:

01 Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri dell'alta direzione

02 Sviluppare le principali competenze di leadership che devono definire i professionisti in attivo

03 Seguire i criteri di sostenibilità stabiliti dagli standard internazionali quando si sviluppa un piano aziendale

04 Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

05 Creare strategie aziendali che stabiliscono il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi

06 Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

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

08 Capire il modo migliore per gestire le risorse umane dell'azienda, ottenendo un miglior rendimento delle stesse a favore dei benefici dell'azienda

09 Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del suo messaggio tra i membri della sua comunità

10 Comprendere l'ambiente economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie appropriate per anticipare i cambiamenti

11 Comprendere le operazioni logistiche necessarie nell'ambiente aziendale per sviluppare un'adeguata gestione delle stesse

12 Essere in grado di applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda

13 Attuare una strategia di marketing che consenta di far conoscere il proprio prodotto ai potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata dell'azienda

14 Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: design, progettazione, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

15 Avere una conoscenza approfondita delle fasi di creazione di un'azienda

16 Implementare strategie per la digitalizzazione di un'azienda, prendendo le decisioni giuste per raggiungere gli obiettivi pianificati

17 Analizzare e identificare i fattori che generano difficoltà o opportunità negli ambienti digitali

18 Guidare i processi di cambiamento basati sulla digitalizzazione all'interno dell'azienda

19 Attuare strategie di marketing digitale e di e-commerce

20 Applicare strumenti SEO e SEM nelle campagne di marketing

21 Utilizzare i social per realizzare campagne di marketing e pubblicità

23 Sviluppare le capacità di gestione necessarie per guidare la crescita e l'espansione delle aziende che operano in ambienti digitali

22 Identificare i cambiamenti necessari per migliorare la gestione e la direzione dell'azienda, secondo l'orientamento della strategia all'ambiente digitale

24 Progettare e pianificare campagne di reputazione online

25 Saper gestire gli strumenti di monitoraggio online per analizzare la portata delle campagne di marketing

27 Capire l'analitica web e le metriche digitali degli strumenti che usiamo

26 Essere in grado di gestire campagne di e-mailing efficaci

28 Capire le nuove tendenze dell'e-commerce mediante i telefoni cellulari

05

Competenze

Dopo aver superato le valutazioni del Master Specialistico MBA in Digital Business Management, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una prassi di qualità e aggiornata, in base alla metodologia didattica più innovativa.

Sviluppa le competenze necessarie per gestire con successo un'impresa digitale"

01 Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo da raggiungere gli obiettivi dell'azienda

02 Formar parte e gestire la strategia aziendale e competitiva dell'azienda

03 Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

04 Gestire correttamente il team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

05 Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda

06 Controllare i processi di logistica, acquisti e approvvigionamento dell'azienda

07 Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

08 Applicare le strategie più appropriate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda

09 Elaborare e condurre piani di marketing

10 Incentivare l'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda

11 Condurre i diversi progetti dell'azienda

12 Puntare sullo sviluppo sostenibile dell'azienda, evitando impatti ambientali

13 Controllare e gestire le finanze aziendali

14 Sviluppare e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'impresa

15 Applicare i vari modelli di business basati sull'era digitale

16 Applicare tecniche innovative nella creazione e nella gestione dei progetti

17 Implementare tecniche di e-commerce

18 Svolgere campagne di marketing digitale per migliorare il posizionamento dell'azienda rispetto ai suoi concorrenti e la sua reputazione digitale

19 Implementare tecniche di marketing sui motori di ricerca

20 Utilizzare le reti sociali come strumento indispensabile per migliorare la conoscenza dell'azienda

21 Avere un'ampia conoscenza dei consumatori

22 Eseguire azioni di web analytics per dirigere le campagne di marketing e comunicazione in modo che siano più efficaci nel raggiungere gli obiettivi dell'azienda

06

Struttura e contenuti

Il Master Specialistico MBA in Digital Business Management è un programma su misura, 100% online, che ti consente di scegliere il luogo e il momento che meglio si adattano alla tua disponibilità, ai tuoi orari e ai tuoi interessi.

Un programma con una durata di 24 mesi che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante che getta le basi per il tuo successo professionale come manager e imprenditore di un business digitale.

Mettiamo tutte le nostre risorse a tua disposizione per aiutarti a raggiungere il successo professionale"

Piano di studi

Il Master Specialistico MBA in Digital Business Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 3.000 ore di studio analizzerai molteplici casi pratici grazie al lavoro individuale, mediante un processo di apprendimento approfondito che sarà di grande utilità per il tuo lavoro quotidiano. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Master Specialistico MBA in Digital Business Management affronta in modo approfondito lo studio delle principali aree dell'azienda, ed è stato ideato per far comprendere ai manager la direzione di un business digitale da una prospettiva strategica, internazionale ed innovatrice.

Un percorso di studi pensato per lo studente, focalizzato sul suo miglioramento professionale e che lo prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito manageriale e della gestione aziendale. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda e le soddisfa grazie a un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze, supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale che ti fornirà le competenze necessarie a risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha la durata di 24 mesi e si divide in 18 moduli:

Modulo 1.	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)
Modulo 2.	Direzione strategica e management direzionale
Modulo 3.	Direzione di persone e gestione del talento
Modulo 4.	Direzione economico-finanziaria
Modulo 5.	Direzione di operazioni e logistica
Modulo 6.	Direzione di sistemi informativi
Modulo 7.	Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale
Modulo 8.	Innovazione e direzione di progetti
Modulo 9.	Contesto competitivo e strategia
Modulo 10.	Innovazione e iniziativa imprenditoriale
Modulo 11.	Marketing Digitale e e-Commerce
Modulo 12.	Marketing nei motori di ricerca
Modulo 13.	Comunicazione digitale e reputazione online
Modulo 14.	*Performance e inbound marketing*
Modulo 15.	Analitica web e analisi di marketing
Modulo 16.	Finanza internazionale
Modulo 17.	Mobile e-Commerce
Modulo 18.	Nuove tendenze digitali

Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di intraprendere questo programma completamente online. Durante i 24 mesi della durata del corso, potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che ti consentirà di gestire autonomamente il tuo tempo di studio.

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

Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)

1.1. Globalizzazione e Gobernance
1.1.1. Globalizzazione e tendenze: internazionalizzazione dei mercati
1.1.2. Contesto economico e Gobernance Aziendale
1.1.3. Accountability o Rendiconto

1.2. Leadership
1.2.1. Contesto interculturale
1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
1.2.2. Ruoli e responsabilità direttive

1.3. Etica d'impresa
1.3.1. Etica e integrità
1.3.2. Comportamento etico aziendale
1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione

1.4. Sostenibilità
1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile
1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
1.4.3. Agenda 2030 e ODS

1.5. Responsabilità Sociale d'Impresa
1.5.1. Responsabilità Sociale delle imprese
1.5.2. Ruoli e responsabilità
1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale Aziendale

Modulo 2. Direzione strategica e management direzionale

2.1. Analisi e design organizzativo
2.1.1. Cultura organizzativa
2.1.2. Analisi organizzativa
2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa

2.2. Strategia Aziendale
2.2.1. Strategia di livello aziendale
2.2.2. Tipologie di strategie di livello aziendale
2.2.2. Determinazione della strategia aziendale
2.2.3. Strategia aziendale e immagine di prestigio

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica
2.3.1. Pensieri strategici
2.3.2. Formulazione e Pianificazione strategica
2.3.3. Sostenibilità e Strategia Aziendale

2.4. Modelli e Schemi Strategici
2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
2.4.2. Strategia aziendale: metodologie
2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia aziendale

2.5. Direzione strategica
2.5.1. Missione, visione e valori strategici
2.5.2. Balanced Scorecard/Scheda di valutazione bilanciata
2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia aziendale
2.5.4. Direzione strategica e *reporting*

2.6. Introduzione ed esecuzione strategica
2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e impatti
2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
2.6.3. Approccio di miglioramento continuo

2.7. Management Direttivo
2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
2.7.2. Politica di Gestione e Processi
2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi
2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
2.8.2. Metodo Casistico
2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

Modulo 3. Direzione di persone e gestione del talento

3.1. Comportamento organizzativo
3.1.1. Teoria delle organizzazioni
3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
3.1.3. Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza

3.2. Direzione strategica del personale
3.2.1. Progettazione del posto di lavoro, assunzione e selezione
3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione e attuazione
3.2.3. Analisi del posto di lavoro; progettazione e selezione del personale
3.2.4. Formazione e crescita professionale

3.3. Sviluppo direttivo e leadership
3.3.1. Capacità direttive: competenze e abilità del XXI secolo
3.3.2. Abilità non direttive
3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
3.3.4. Leadership e direzione del personale

3.4. Gestione del cambiamento
3.4.1. Analisi del rendimento
3.4.2. Approccio strategico
3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, progettazione e gestione dei processi
3.4.4. Approccio di miglioramento continuo

3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti
3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione

3.6. Comunicazione direttiva
3.6.1. Analisi del rendimento
3.6.2. Dirigere il cambiamento. Resistenza al cambiamento
3.6.3. Gestione dei processi di cambiamento
3.6.4. Gestione di team multiculturali

3.7. Gestione di team e svolgimento del personale
3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
3.7.2. Gestione di team e svolgimento del personale
3.7.3. Coaching e prestazioni del personale
3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo

3.8. Gestione della conoscenza e del talento
3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni
3.8.2. Modelli aziendali di gestione della conoscenza e del talento
3.8.3. Creatività e innovazione

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

4.1. Contesto economico
4.1.1. Teoria delle organizzazioni
4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
4.1.3. Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza

4.2. Contabilità Direttiva
4.2.1. Quadro contabile internazionale
4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
4.2.3. Bilanci d'esercizio delle imprese
4.2.4. Analisi dei bilanci d'esercizio: processo decisionale

4.3. Bilancio e controllo di gestione
4.3.1. Pianificazione di bilancio di previsione
4.3.2. Controllo della gestione: progetto e obiettivi
4.3.3. Supervisione e *reporting*

4.4. Responsabilità Sociale delle imprese
4.4.1. Responsabilità fiscale aziendale
4.4.2. Procedura fiscale: un approccio caso per caso

4.5. Sistemi di controllo delle imprese
4.5.1. Tipologie di controllo
4.5.2. Adempimento normativo/*compliance*
4.5.3. Revisione interna
4.5.4. Revisione Esterna

4.6. Direzione finanziaria
4.6.1. Introduzione alla direzione finanziaria
4.6.2. Direzione finanziaria e strategia aziendale
4.6.3. Direttore finanziario o *Chief Financial Officer* (CFO): competenze direttive

4.7. Pianificazione finanziaria
4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
4.7.3. Pianificazione finanziaria a breve termine
4.7.4. Pianificazione finanziaria a lungo termine

4.8. Strategia finanziaria aziendale
4.8.1. Investimenti finanziari aziendali
4.8.2. Crescita strategica: tipologie

4.9. Contesto macroeconomico
4.9.1. Analisi macroeconomica
4.9.2. Indicatori di congiuntura
4.9.3. Ciclo economico

4.10. Finanziamento strategico
4.10.1. Attività bancaria: ambiente attuale
4.10.2. Analisi e gestione del rischio

4.11. Mercati monetari e di capitali
4.11.1. Mercato a reddito fisso
4.11.2. Mercato a reddito variabile
4.11.3. Valutazione di imprese

4.12. Analisi e risoluzione di casi/problemi
4.12.1. Metodologia di risoluzione dei problemi
4.12.2. Metodo casistico

Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

5.1. Direzione delle operazioni
5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di fornitura
5.1.3. Sistema di indicatori

5.2. Direzione di acquisti
5.2.1. Gestione di Stock
5.2.2. Gestione magazzini
5.2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento

5.3. Supply chain management (1)
5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

5.4. Supply chain management (2). Esecuzione
5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking
5.4.2. Direzione Logistica
5.4.3. Acquisti

5.5. Processi logistici
5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
5.5.2. Fornitura, produzione e distribuzione
5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita

5.6. Logistica e clienti
5.6.1. Analisi della domanda e previsione
5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement

5.7. Logistica internazionale
5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

5.8. Competere dalle operazioni
5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Direzione di sistemi informativi
6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
6.1.2. Decisioni strategiche
6.1.3. Ruolo del CIO

6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale
6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
6.2.2. Modelli di business basati su Internet
6.2.3. Il valore della IT nell'azienda

6.3. Pianificazione strategica di SI
6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
6.3.2. Formulazione della strategia di SI
6.3.3. Piano di introduzione della strategia

6.4. Sistemi informativi e *business intelligence*
6.4.1. CRM e Business Intelligence
6.4.2. Gestione di Progetti di Business Intelligence
6.4.3. Architettura di Business Intelligence

6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC
6.5.1. Modelli di business di basa tecnologica
6.5.2. Capacità per innovare
6.5.3. Ridisegno dei processi della catena di valore

6.6. e-Commerce
6.6.1. Piano Strategico di e-Commerce
6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-Commerce
6.6.3. E-commerce come opportunità di internazionalizzazione

6.7. Strategie di e-Business
6.7.1. Strategie sui social media
6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente
6.7.3. Regolazione digitale

6.8. Digital business
6.8.1. Mobile e-Commerce
6.8.2. Progettazione e fruibilità
6.8.3. Operazioni dell'e-Commerce

Modulo 7. Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale

7.1. Direzione Commerciale
7.1.1. Direzione di vendite
7.1.2. Strategia commerciale
7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
7.1.4. Direzione di team di vendite

7.2. Marketing
7.2.1. Marketing e impatto aziendale
7.2.2. Variabili base del Marketing
7.2.3. Piano di Marketing

7.3. Gestione strategica di Marketing
7.3.1. Fonti di innovazione
7.3.2. Tendenze attuali nel Marketing
7.3.3. Strumenti di Marketing
7.3.4. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti

7.4. Strategia di Marketing Online
7.4.1. Approccio al Marketing Online
7.4.2. Strumenti di Marketing Online
7.4.3. Inbound marketing ed evoluzione del marketing digitale

7.5. Strategia di vendita e comunicazione
7.5.1. Posizionamento e promozione
7.5.2. Pubbliche relazioni
7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione

7.6. Comunicazione Aziendale
7.6.1. Comunicazione interna ed esterna
7.6.2. Dipartimento di Comunicazione
7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali

7.7. Strategia di Comunicazione Aziendale
7.7.1. Strategia Aziendale di Comunicazione
7.7.2. Piano di Comunicazione
7.7.3. Redazione di Comunicati Stampa/Clipping/Publicity

Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti

8.1. Innovazione
8.1.1. Macro Concetto di innovazione
8.1.2. Tipologie di innovazione
8.1.3. Innovazione continua e discontinua
8.1.4. Formazione e Innovazione

8.2. Strategia di Innovazione
8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
8.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
8.2.3. Seminari di innovazione

8.3. Progettazione e verifica del modello di business
8.3.1. Metodologia Lean Startup
8.3.2. Iniziativa di business innovatore: fasi
8.3.3. Modalità di finanziamento
8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello canvas e metriche
8.3.5. Crescita e fidelizzazione

8.4. Direzione e Gestione di Progetti
8.4.1. Opportunità di innovazione
8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
8.4.4. Esecuzione dei Progetti
8.4.5. Chiusura dei Progetti

Modulo 9. Contesto competitivo e strategia

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. Imprenditorialità e nuovi mercati

9.2. Finanza aziendale
9.2.1. Politica finanziaria e crescita
9.2.2. Metodi di valutazione aziendale
9.2.3. Struttura del capitale e leva finanziaria

9.3. Analisi economica delle decisioni
9.3.1. Controllo di Budget
9.3.2. Analisi della concorrenza. Analisi comparativa
9.3.3. Presa di decisioni. Investimento o disinvestimento imprenditoriale

9.4. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda
9.4.1. Evoluzione del modello di IT
9.4.2. Organizzazione e dipartimento IT
9.4.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico

9.5. Strategia aziendale e strategia tecnologica
9.5.1. Creazione di valore per clienti e azionisti
9.5.2. Decisioni strategiche di SI/TI
9.5.3. Strategia aziendale vs Strategia tecnologica e digitale

9.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale
9.6.1. *Business Intelligence*
9.6.2. *Data Warehouse*
9.6.3. BSC o Scheda di valutazione bilanciata

9.7. Strategia online
9.7.1. Strategia tecnologica e il suo impatto sull'innovazione digitale
9.7.2. Pianificazione strategica delle tecnologie dell'informazione
9.7.3. Strategia e Internet

9.8. Modelli di business basati su Internet
9.8.1. Analisi di aziende affermate nel settore tecnologico
9.8.2. Sistemi di generazione di modelli di business
9.8.3. Analisi di modelli di business innovativi in settori tradizionali
9.8.4. Analisi dei modelli di business innovativi su Internet

9.9. Sistemi aziendali collaborativi basati su Internet
9.9.1. I sistemi di gestione dei clienti: CRM
9.9.2. I sistemi di gestione della catena di fornitura
9.9.3. Sistemi di e-commerce

9.10. Business Sociale
9.10.1. Visione strategica del Web 2.0 e le sue sfide
9.10.2. Opportunità di convergenza e tendenze TIC
9.10.3. Come rendere redditizio il Web 2.0 e le reti sociali?
9.10.4. Mobilità e business digitale

Modulo 10 Innovazione e iniziativa imprenditoriale

10.1. *Design Thinking*
10.1.2. Strategia del Blue Ocean
10.1.3. Innovazione collaborativa
10.1.4. *Open innovation*

10.2. Intelligenza strategica dell'innovazione
10.2.1. Vigilanza tecnologica
10.2.2. Prospettiva tecnologica
10.2.3. *Coolhunting*

10.3. *Imprenditorialità e innovazione*
10.3.1. Strategie di ricerca di opportunità di affari
10.3.2. Valutazione di affidabilità di nuovi progetti
10.3.3. *Sistemi di gestione dell'innovazione*
10.3.4. Competenze *soft* di un imprenditore

10.4. Gestione delle *startup*
10.4.1. Introduzione alla gestione finanziaria nelle startup
10.4.2. Metriche finanziarie per *startup*
10.4.3. Pianificazione finanziaria: modelli di proiezione e loro interpretazione
10.4.4. Metodi di valutazione

10.5. Il Business Plan
10.5.1. Il*Business Plan* nell'era digitale
10.5.2. Modello Canvas
10.5.3. *Value Proposition Model*
10.5.4. Contenuto e presentazione

10.6. *Project management*
10.6.1. *Agile Development*
10.6.2. *Lean Management nelle Startup*
10.6.3. *Monitoraggio del progetto e gestione del progetto*

10.7. Fasi di crescita di una start-up
10.7.1. Fase di *Seed*
10.7.2. Fase di *Startup*
10.7.3. Fase di *Growth*
10.7.4. Fase di consolidamento

10.8. Finanziamento di *startups*
10.8.1. Finanziamento bancario
10.8.2. Sovvenzioni
10.8.3. Capitale di avviamento e acceleratori. *Business Angels*
10.8.4. *Venture Capital.* IPO
10.8.5. *Public to Private Partnership*

10.9. Enti nazionali e internazionali di capitale di rischio e capitale iniziale
10.9.1. Istituzioni pubbliche: CDTI, ENISA
10.9.2. Entità di *Venture Capital* nazionali e internazionali
10.9.3. Investitori privati: Caixa *Capital Risc*. Bstartup
10.9.4. FOND-ICO globale
10.9.5. Acceleratori: Wayra, Lanzadera e Plug & play

10.10. *Lean Management*
10.10.1. Principi base del *Lean Management*
10.10.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
10.10.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità

Modulo 11. Marketing Digitale e e-Commerce

11.1. Digital e-commerce management
11.1.1. Nuovi modelli di e-Commerce
11.1.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
11.1.3. Struttura tecnologica nell'e-Commerce

11.2. Operazioni e logistica nell'e-Commerce
11.2.1. Come gestire il *fulfillment*?
11.2.2. Gestione digitale del punto vendita
11.2.3. *Contact center management*
11.2.4. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi

11.3. Implementazione di tecniche di e-Commerce
11.3.1. Social media e integrazione nell'e-Commerce
11.3.2. Strategia *multichannel*
11.3.3. Personalizzazione del *dashboard*

11.4. Digital *pricing*
11.4.1. Metodi e canali di pagamento online
11.4.2. Promozioni elettroniche
11.4.3. Timer digitale di prezzi
11.4.4. E-auctions

11.5. Dall' e-commerce al m-commerce e s-commerce
11.5.1. Modelli di business di e-marketplaces
11.5.2. S-Commerce ed esperienza di marca
11.5.3. Acquisto mediante dispositivi mobili

11.6. *Customer intelligence:* dall'e-CRM al s-CRM
11.6.1. Integrazione del consumatore nella catena di valore
11.6.2. Tecniche di indagine e fidelizzazione online
11.6.3. Pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente

11.7. *Trade marketing online*
11.7.1. *Cross merchandising*
11.7.2. Progettazione e gestione di campagne su Facebook Ads
11.7.3. Progettazione e gestione di campagne con Google Ads

11.8. Marketing online per l'e-commerce
11.8.1. *Inbound Marketing*
11.8.2. Display e acquisto programmatico
11.8.3. Piano di Comunicazione

Modulo 12. Marketing nei motori di ricerca

12.1. Funzionamento dei motori di ricerca
12.1.1. Indicatori e indici
12.1.2. Algoritmi
12.1.3. SEO e *branding* aziendale

12.2. Analisi SEO
12.2.1. Determinazione dei KPI
12.2.2. Generazione di script e avvisi
12.2.3. Ottimizzazione di immagini, video e altri elementi
12.2.4. *Linkbuilding*

12.3. SEO tecnico
12.3.1. Web Performance Optimization
12.3.2. Real Time e contenuto
12.3.3. Tagging e intestazioni rilevanti
12.3.4. Tecniche avanzate di WPO

12.4. SEO e e-Commerce
12.4.1. Conversion Rate Optimization
12.4.2. Google *WebMáster* qualifica propria *Tools*
12.4.3. Social Proof e viralizzazione
12.4.4. Navigazione e indicizzabilità

12.5. *Keyword hunting* per SEM
12.5.1. *Adwords Keyword Tool*
12.5.2. Google *Suggest*
12.5.3. *Insights for Search*
12.5.4. Google*Trends*

12.6. SEM e Google Ads
12.6.1. Google *Shopping*
12.6.2. Google *Display Network*
12.6.3. Google *Ads Mobile*
12.6.4. Pubblicità su YouTube

12.7. Facebook Ads
12.7.1. Annunci di PPC/PPF (*pay per fan*)
12.7.2. Creazione di Facebook Ads
12.7.3. Facebook Power Editor
12.7.4. Ottimizzazione delle campagne

12.8. Strategia e misurazione SEM
12.8.1. *Punteggio di qualità*
12.8.2. *Site links*
12.8.3. KPI
12.8.4. Impressioni, clic, conversioni. Entrate, ROI, CPA

Modulo 13. Comunicazione digitale e reputazione online

13.1. Web 2.0 o web social
13.1.1. L'impresa nell'era della conversazione
13.1.2. Il web 2.0 sono le persone
13.1.3. Ambiente digitale e nuovi formati di comunicazione

13.2. Comunicazione e reputazione online
13.2.1. Rapporto sulla reputazione online
13.2.2. Netiquette e buona prassi sui social media
13.2.3. Branding e networking 2.0

13.3. Design e pianificazione di un piano di reputazione online
13.3.1. Piano di reputazione della marca
13.3.2. Metriche generali, ROI e CRM sociale
13.3.3. Crisi online e SEO reputazionale

13.4. Piattaforme generaliste, professionisti e microblogging
13.4.1. Facebook
13.4.2. Linkedin
13.4.3. Twitter

13.5. Piattaforme di video, immagini e mobilità
13.5.1. YouTube
13.5.2. Instagram
13.5.3. Flickr
13.5.3. Vimeo
13.5.5. Pinterest

13.6. Strategie di contenuti e narrazione
13.6.1. Blogging aziendale
13.6.2. Strategia di marketing dei contenuti
13.6.3. Creazione di un piano di contenuti
13.6.4. Strategia di cura dei contenuti

13.7. Strategie nei social media
13.7.1. Le relazioni pubbliche aziendali e i social media
13.7.2. Definizione della strategia da seguire in ogni mezzo
13.7.3. Analisi e valutazione dei risultati

13.8. Community management
13.8.1. Funzioni, compiti e responsabilità del Community Manager
13.8.2. Social Media Manager
13.8.3. Social Media Strategist

13.9. Social media plan
13.9.1. Progettazione di un piano di social media
13.9.2. Calendario, preventivo, aspettative e monitoraggio
13.9.3. Protocollo di contingenza in caso di crisi

13.10. Strumenti di monitoraggio online
13.10.1. Strumenti di gestione e applicazioni desktop
13.10.2. Strumenti di gestione di monitoraggio e studio

Modulo 14. *Performance e inbound marketing*

14.1. Permission marketing
14.1.1. Come ottenere il permesso dell'utente?
14.1.2. Personalizzazione del messaggio
14.1.3. Conferma per e-mail o Double Opt-in

14.2. Strategia e tecniche di performance
14.2.1. Performance Marketing: risultati
14.2.2. Mix di media digitali
14.2.3. L'importanza del funnel

14.3. Sviluppo di campagne di affiliazione
14.3.1. Agenzie e programmi di affiliazione
14.3.2. *Postview*
14.3.3. Design di programmi di affiliazione
14.3.4. Display e ottimizzazione delle campagne

14.4. Lancio di un programma di affiliati
14.4.1. Reti di affiliazione e affiliazione diretta
14.4.2. Monitoraggio e analisi dei risultati
14.4.3. Controllo delle frodi

14.5. Sviluppo di campagne di e-mailing
14.5.1. Liste di abbonati, leads e clienti
14.5.2. Strumenti e risorse nell'e-mail marketing
14.5.3. Redazione online per campagne di e-mail marketing

14.6. Metrica nelle e-mail di marketing
14.6.1. Metriche delle liste
14.6.2. Metriche di invio delle newsletter
14.6.3. Metriche di conversione

14.7. Inbound marketing
14.7.1. Inbound marketing efficace
14.7.2. Vantaggi dell'inbound marketing
14.7.3. Misurare il successo dell'inbound marketing

14.8. Ricerca del target
14.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer Persone*
14.8.2. *Customer Journey Mapping*
14.8.3. *Content strategy*

14.9. Ottimizzazione dei contenuti
14.9.1. Ottimizzazione contenuti per motori di ricerca
14.9.2. Generazione dei contenuti
14.9.3. Dinamizzazione dei contenuti

14.10. Conversione
14.10.1. *Lead capturing & CRO*
14.10.2. *Lead nurturing & Marketing automation*

Modulo 15. Analitica web e analisi di marketing

15.1. Analisi web
15.1.1. Fondamenti di web analytics
15.1.2. Media tradizionali vs. Media digitali
15.1.3. Metodologia di base dell'analista web

15.2. Google *Analytics*
15.2.1. Configurazione di un account
15.2.2. *Tracking API Javascript*
15.2.3. Dossier e segmenti personalizzati

15.3. Analisi qualitativo
15.3.1. Tecniche di ricerca applicata in web analytics
15.3.2. *Customer journey*
15.3.3. *Purchase funnel*

15.4. Metriche digitali
15.4.1. Metriche di base
15.4.2. Ratio
15.4.3. Stabilire obiettivi e KPIs

15.5. Aree di analisi di una strategia
15.5.1. Acquisizione del traffico
15.5.2. Attivazione
15.5.3. Conversione
15.5.4. Fidelizzazione

15.6. *Data science & Big data*
15.6.1. *Business Intelligence*
15.6.2. Metodologia e analisi di grandi volumi di dati
15.6.3. Estrazione, trattamento e caricamento dei dati

15.7. Visualizzazione dei dati
15.7.1. Visualizzazione e interpretazione di *dashboards*
15.7.2. Trasformazione del dato in valore
15.7.3. Integrazione delle fonti
15.7.4. Presentazione dei dossier

15.8. Strumenti di web analytics
15.8.1. Base tecnologica di uno strumento di AW
15.8.2. *Registri e etichette*
15.8.3. Tagging basico e adhoc

Modulo 16. Finanza internazionale

16.1. Ingegneria dei processi e dei prodotti
16.1.1. Strategie di Innovazione
16.1.2. Open Innovation
16.1.3. Organizzazione e cultura innovatrici
16.1.4. Team multifunzionali

16.2. Lancio e industrializzazione di nuovi prodotti
16.2.1. Design di nuovi prodotti
16.2.2. *Lean Design*
16.2.3. Industrializzazione di nuovi prodotti
16.2.4. Fabbricazione e montaggio

16.3. Digital ***e-commerce management***
16.3.1. Nuovi modelli di e-commerce
16.3.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
16.3.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce

16.4. Operazioni e logistica nell'e-commerce
16.4.1. Gestione digitale del punto vendita
16.4.2. *Contact center management*
16.4.3. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi

16.5. E-Logistics B2C e B2B
16.5.1. E-Logistics
16.5.2. Il B2C: e-fulfilment, l'ultimo miglio
16.5.3. El B2B: e-procurement. Market Places

16.6. *Digital pricing*
16.6.1. Metodi e canali di pagamento online
16.6.2. Promozioni elettroniche
16.6.3. Timer digitale di prezzi
16.6.4. E-auctions

16.7. Il magazzino nell'e-Commerce
16.7.1. Peculiarità del magazzino nell'e-Commerce
16.7.2. Design e pianificazione del magazzino
16.7.3. Infrastrutture Team fissi e mobili
16.7.4. Suddivisione in zone e posizioni

16.8. Il design del negozio online
16.8.1. Progettazione e fruibilità
16.8.2. Funzionalità più comuni
16.8.3. Alternative tecnologiche

16.9. *Supply chain management* e tendenze future
16.9.1. Il futuro dell'e-Business
16.9.2. La realtà di oggi e il futuro dell'e-Commerce
16.9.3. Modelli operativi SC per Aziende Globali

Modulo 17. Mobile e-Commerce

17.1. Mobile marketing
17.1.1. Nuovi usi di consumo e mobilità
17.1.2. Modello SoLoMo
17.1.3. Le 4 P del Marketing Mix in mobilità

17.2. Tecnologia mobile
17.2.1. Operatori mobili
17.2.2. Dispositivi mobili e sistemi operativi
17.2.3. Applicazioni mobili e webapp
17.2.4. Sensori e integrazione con il mondo fisico

17.3. Tendenze nel mobile marketing
17.3.1. Mobile publishing
17.3.2. *Advergaming* e *Gamification*
17.3.3. Geolocalizzazione mobile
17.3.4. Realtà aumentata

17.4. Comportamento degli utenti di dispositivi mobili
17.4.1. Nuove abitudini di ricerca sui dispositivi mobili
17.4.2. Multi-Screen
17.4.3. Il dispositivo mobile come motore d'acquisto
17.4.4. ASO, attrazione e fidelizzazione degli utenti mobili

17.5. Interfaccia utente ed esperienza di acquisto
17.5.1. Regole e piattaforme di m-Commerce
17.5.2. Omnichannel
17.5.3. Mobile & Proximity Marketing
17.5.4. Gap tra consumatore e inserzionista
17.5.5. Gestori di contenuto nel mobile commerce

17.6. App e acquisti
17.6.1. Progettazione di App Mobile Commerce
17.6.2. App store
17.6.3. App marketing per fidelizzare clienti
17.6.4. App marketing per e-commerce

17.7. Pagamenti con dispositivi mobili
17.7.1. Catena di valore e modelli di business dei metodi di pagamento con dispositivi mobili
17.7.2. Chiavi per migliorare l'UX nel pagamento con dispositivi mobili
17.7.3. Strategie di posizionamento nel mercato dei pagamenti con dispositivi mobili
17.7.4. Gestione della frode

17.8. Analitica mobile
17.8.1. Metodologia di misurazione e Mobile analytics
17.8.2. Metriche mobili: i principali KPI
17.8.3. Analisi della redditività
17.8.4. *Mobile analytics*

17.9. *Mobile commerce*
17.9.1. Servizi
17.9.2. Applicazioni
17.9.3. *Mobile social shopping*

17.10. *Mobile social media applications*
17.10.1. Integrazione del dispositivo mobile nei Social Network
17.10.2. Mobilità, relazione, ubiquità e pubblicità
17.10.3. Facebook Places
17.10.4. Geolocalizzazione, elenchi mobili, raccomandazioni e acquisti online

Modulo 18. Nuove tendenze digitali

18.1. Internet of Things
18.1.1. Visioni e sfide
18.1.2. Tecnologie chiave
18.1.3. Progetti pionieri

18.2. Gamification
18.2.1. Tecniche di gamification aziendale
18.2.2. *Gamification design framework*
18.2.3. Meccanismi di funzionamento e motivazione
18.2.4. Benefici e ritorno sull'investimento

18.3. Big Data
18.3.1. Applicazione di settore
18.3.2. Modelli di business
18.3.3. Nuove professioni

18.4. Intelligenza artificiale
18.4.1. Aspetti metodologici nell'intelligenza artificiale
18.4.2. Ricerca euristica
18.4.3. Metodi di inferenza delle regole
18.4.4. Reti semantiche

18.5. Robotica
18.5.1. Morfologia dei robot
18.5.2. Strumenti matematici per la localizzazione spaziale
18.5.3. Controllo cinematico
18.5.4. Criteri di impianto di un robot industriale

18.6. Modellazione e simulazione
18.6.1. Modellazione DEVS
18.6.2. Modellazione delle entrate aleatorie
18.6.3. Generazione delle entrate aleatorie
18.6.4. Progettazione di esperimenti e ottimizzazione

18.7. Impianto della crittografia nei progetti tecnologici
18.7.1. Firma elettronica
18.7.2. Certificato digitale
18.7.3. Crittografia dei dati
18.7.4. Applicazioni pratiche della crittografia

18.8. Altre tendenze
18.8.1. Stampanti 3D
18.8.2. Droni
18.8.3. Visione artificiale
18.8.4. Realtà aumentata

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

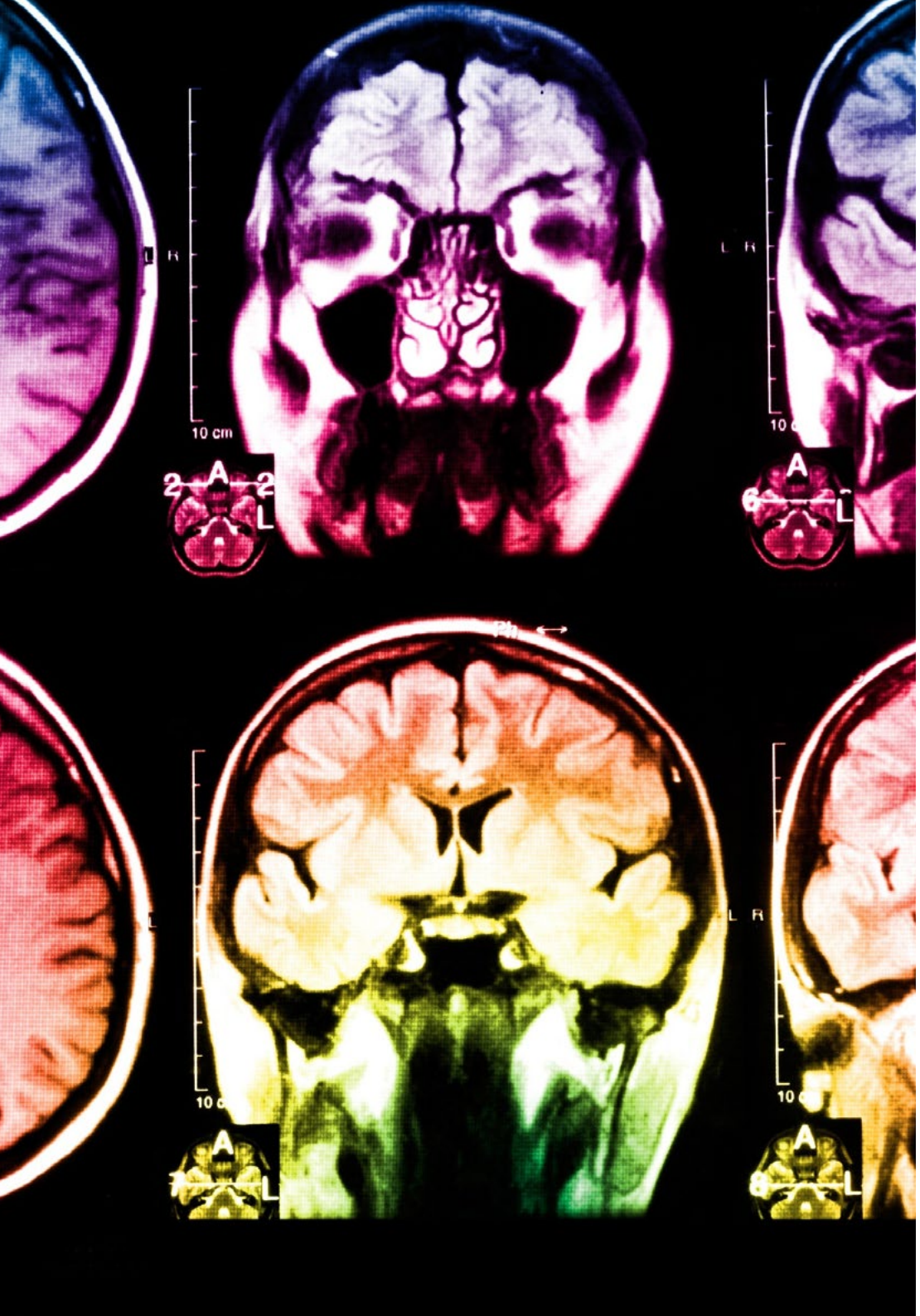
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

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.

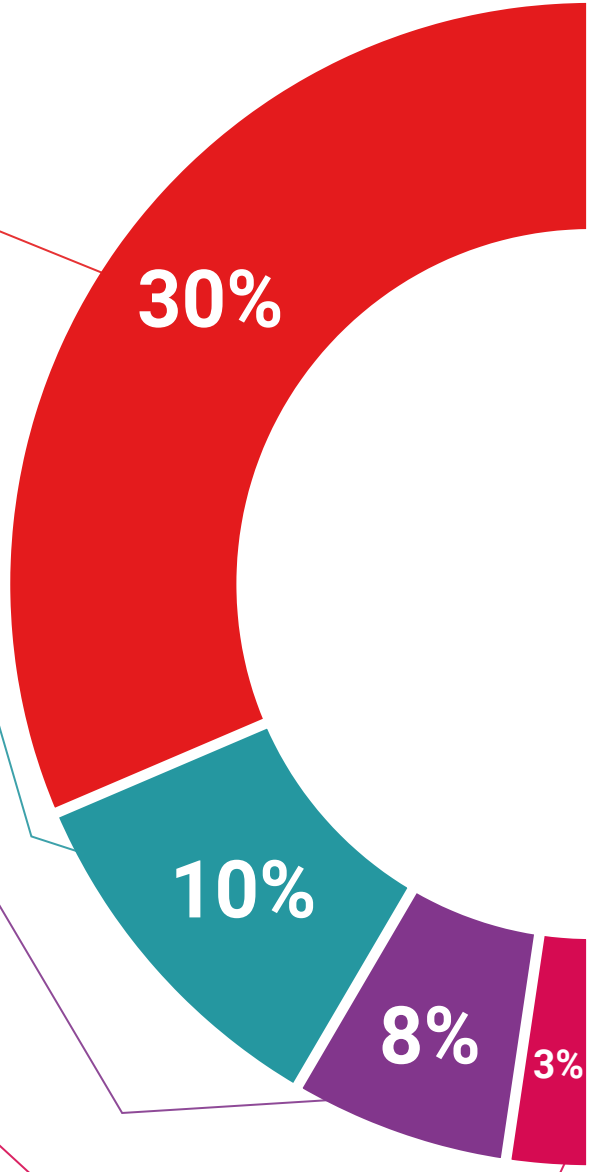
Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.

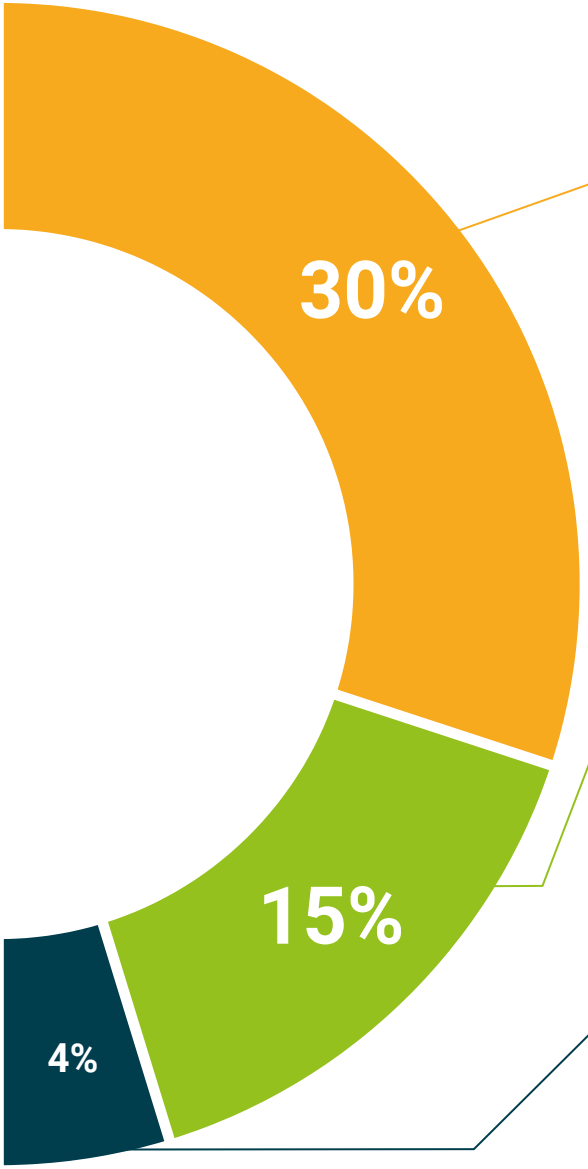
Stage di competenze manageriali

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

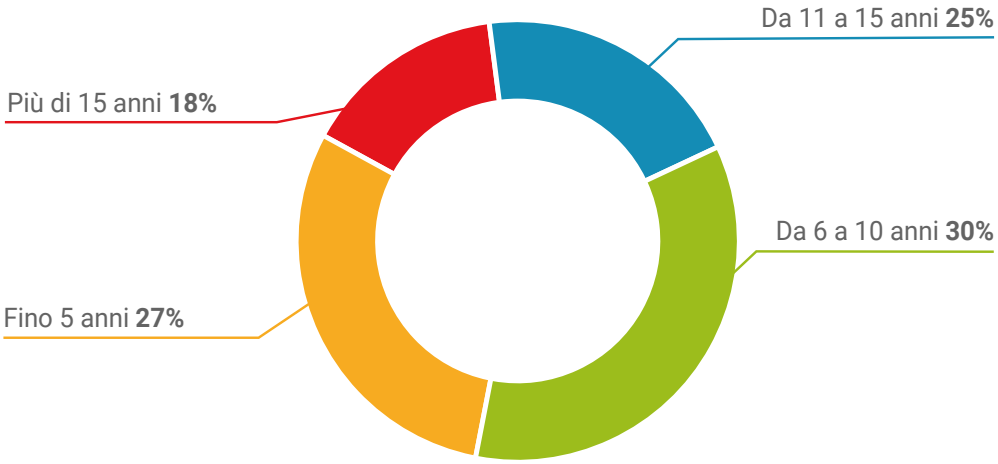
Il Master Specialistico MBA in Digital Business Management è un programma rivolto a professionisti con esperienza che vogliono aggiornare le loro conoscenze e progredire nella loro carriera professionale. La diversità dei partecipanti con diversi profili accademici e di diverse nazionalità costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.

I nostri studenti sono professionisti esperti alla ricerca di una qualifica di alto livello per avanzare nelle loro carriere"

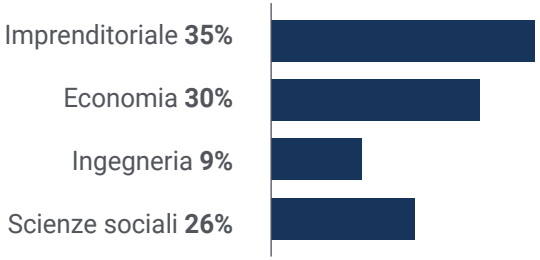
Età media

Da **35** y **45** anni

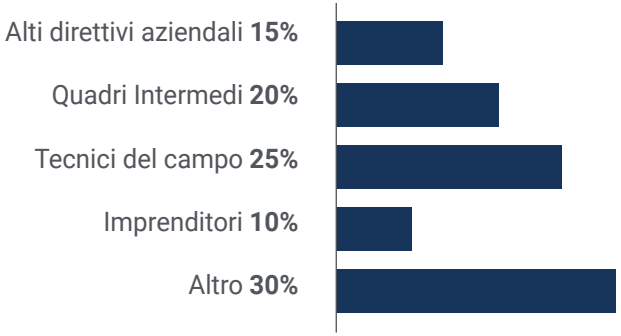
Anni di esperienza



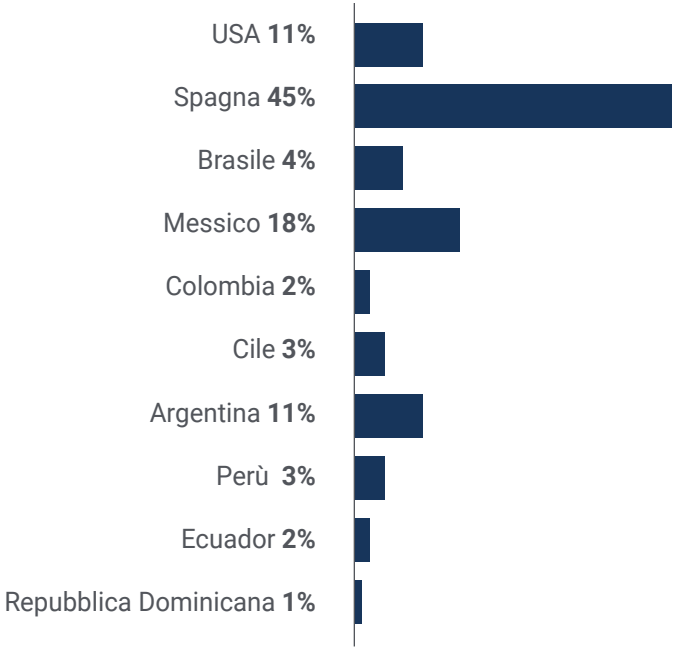
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Manuel Mendoza

Direttore di una multinazionale

Aver completato questo programma di TECH mi ha permesso di accrescere la mia preparazione e di ottenere la spinta di cui avevo bisogno per avanzare nella mia carriera. Senza dubbio, è stata un'opportunità unica per ottenere una promozione e per muovermi con maggiore sicurezza nel mio lavoro quotidiano"

09

Prospettive di 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 quindi la crescita professionale. È per questo che mettiamo tutti i nostri strumenti a disposizione affinché tu possa acquisire le competenze e le abilità necessarie che ti permettano di realizzare questo cambiamento.

Ti aiutiamo a fare il salto professionale che stavi cercando con un programma ad alto impatto sulla tua carriera"

Un programma unico, con le informazioni più rilevanti sull'argomento, in modo che possa ottenere il miglioramento professionale che desideri.

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

Il Master Specialistico MBA in Digital Business Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che 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.

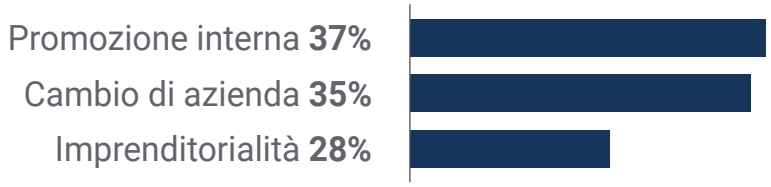
Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto che fa per te.

Il completamento di questo programma ti permetterà di dare una spinta alla tua carriera.

Momento del cambiamento

Durante il programma l'	Durante il primo anno il	Due anni dopo il
31%	**43%**	**26%**

Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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

Salario precedente	Incremento salariale del	Salario posteriore
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

10

Benefici per la tua azienda

Il Master Specialistico MBA in Digital Business Management aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale grazie alla specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico ti farà migliorare non solo a livello personale, ma, soprattutto, a livello professionale, aumentando la tua preparazione e migliorando le tue capacità direttive. Unirsi alla comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una vasta rete di contatti e per trovare futuri partner professionali, clienti e fornitori.

Al completamento di questo Master Specialistico conferirai una nuova visione di business alla tua azienda"

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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 reale o svilupparne di nuovi nell'ambito delle R&S o del Business Development della tua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornisce agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e dare un impulso all'organizzazione.

11

Titolo

Il Master Specialistico in Aggiornamento di Urologia ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.

Completa con successo questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità"

Questo **Master Specialistico MBA in Digital Business Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

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

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

Titolo: **Master Specialistico MBA in Digital Business Management**

N. Ore Ufficiali: **3.000 O.**

tech università tecnologica

Conferisce il presente

DIPLOMA

a

Dott./Dott.ssa _____, con documento d'identità n°_____

Per aver completato con esito positivo e accreditato il programma di

MASTER SPECIALISTICO

in

MBA in Digital Business Management

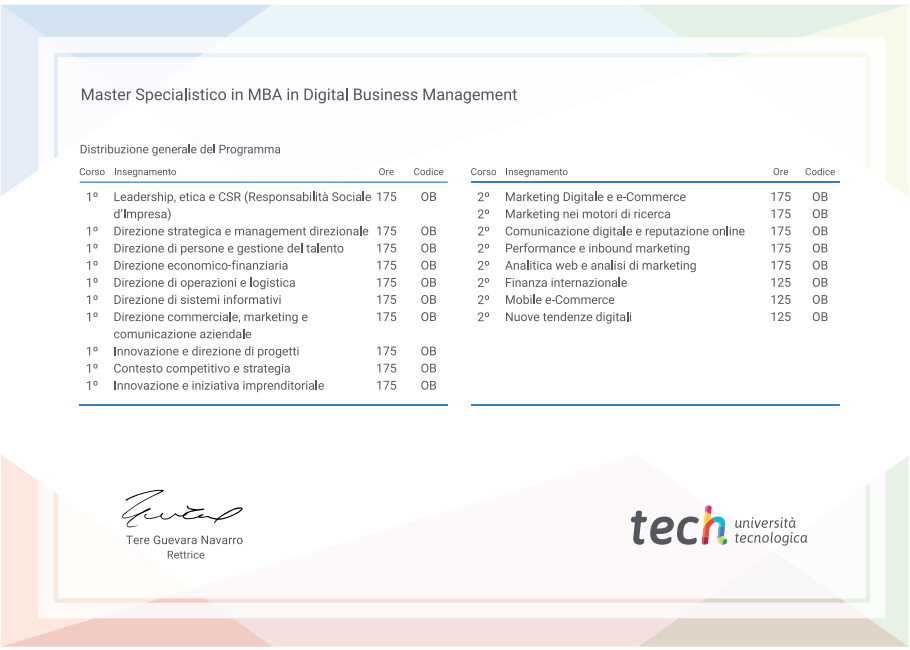
Si tratta di un titolo rilasciato da questa Università ed equivalente a 3.000 ore, con data di inizio gg/mm/aaaa e con data di fine gg/mm/aaaa.

TECH è un Istituto Privato di Istruzione Superiore riconosciuto dal Ministero della Pubblica Istruzione a partire dal 28 giugno 2018.

In data 17 Giugno 2020

Tere Guevara Navarro
Rettrice

Questo titolo deve essere sempre accompagnato da un titolo universitario rilasciato dall'autorità competente per l'esercizio della pratica professionale in ogni paese. codice unico TECH: AFWORD23S techtitute.com/titulos



Master Specialistico in MBA in Digital Business Management

Distribuzione generale del Programma

Corso	Insegnamento	Ore	Codice
1°	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)	175	OB
1°	Direzione strategica e management direzionale	175	OB
1°	Direzione di persone e gestione del talento	175	OB
1°	Direzione economico-finanziaria	175	OB
1°	Direzione di operazioni e logistica	175	OB
1°	Direzione di sistemi informativi	175	OB
1°	Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale	175	OB
1°	Innovazione e direzione di progetti	175	OB
1°	Contesto competitivo e strategia	175	OB
1°	Innovazione e iniziativa imprenditoriale	175	OB

Corso	Insegnamento	Ore	Codice
2°	Marketing Digitale e e-Commerce	175	OB
2°	Marketing nei motori di ricerca	175	OB
2°	Comunicazione digitale e reputazione online	175	OB
2°	Performance e inbound marketing	175	OB
2°	Analitica web e analisi di marketing	175	OB
2°	Finanza internazionale	125	OB
2°	Mobile e-Commerce	125	OB
2°	Nuove tendenze digitali	125	OB

Tere Guevara Navarro
Rettrice

tech università tecnologica

*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.

Master Specialistico
MBA in Digital Business Management

Modalità: **Online**
Durata: **2 anni**
Titolo: **TECH Università Tecnologica**
Ore teoriche: **3.000**

Master Specialistico

MBA in Digital Business Management

tech università tecnologica