

Master Specialistico Senior International Management

M A D G I



tech università
tecnologica

Master Specialistico Senior International Management

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/scuola-di-business/master-specialistico/master-specialistico-senior-international-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 globalizzazione ha permesso l'internazionalizzazione degli affari in modo agile e competitivo, favorendo l'espansione nei mercati esteri e ottenendo maggiori benefici per le aziende. In questo contesto, la figura del manager è essenziale per realizzare una gestione strategica che permetta l'adattamento al nuovo ambiente. Per aumentare la competitività di questi professionisti, è stato creato questo Master Specialistico in Senior International Management, con il quale potranno aumentare le loro competenze ed orientare le loro aspettative verso il mercato internazionale.



Master Specialistico in Senior International Management
TECH Università Tecnologica



“

Le aziende chiedono un nuovo profilo manageriale, più in linea con le nuove tendenze e che si distingue per possedere conoscenze tecnologiche, ascolto attivo con i propri lavoratori ed essere autocritico del proprio lavoro”

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 di massima esigenza accademica. Un centro internazionale ad alto rendimento internazionale per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

*TECH è un'Università Tecnologica
all'avanguardia che mette tutte le sue
risorse a portata di mano degli studenti per
aiutarli a raggiungere il successo aziendale"*

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

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

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

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

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



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico. la tua capacità di affrontare le incertezze. la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

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



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia. **volume + tecnologia = prezzo dirompente.** In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

02

Perché scegliere il nostro programma?

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

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



“

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

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

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

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

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

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

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

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

05

Accesso a una potente rete di contatti

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

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

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

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

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

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

04

Obiettivi

Questo programma è progettato per rafforzare le capacità di gestione e di leadership oltre a sviluppare nuove competenze ed abilità che saranno essenziali durante lo sviluppo professionale. Dopo aver terminato il programma, sarà in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.



“

*Questo programma ti aiuterà a specializzarti
nella gestione degli affari internazionali per
renderti più competitivo nella pratica quotidiana”*

I tuoi obiettivi sono anche i nostri.

Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

Il Master Specialistico in Senior International Management ti permetterà di:

01

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

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

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

05

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

03

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

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

10

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

08

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

11

Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario 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

12

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

13

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

16

Creare strategie innovative in linea con i nostri progetti

14

Realizzare la strategia di marketing che ci permetta di far conoscere il nostro prodotto ai nostri potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata della nostra azienda

17

Delineare strategie per identificare, analizzare e sviluppare opportunità di business nei mercati internazionali

15

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

18

Implementare operazioni e attività strategiche nell'International Business

19

Strutturare e gestire aziende internazionali

22

Delineare strategie per gestire le risorse umane in un ambiente diverso e internazionale

20

Implementare la tecnologia e i sistemi informativi per ottenere un vantaggio competitivo

23

Analizzare gli aspetti politici, economici, legali e culturali dell'ambiente internazionale ed il loro impatto sul successo dell'azienda

21

Sviluppare le competenze necessarie per creare e gestire progetti multinazionali

24

Identificare i rischi finanziari e le opportunità che comporta il business internazionale

25

Avere una conoscenza approfondita riguardante i mercati dei cambi

26

Essere in grado di partecipare con successo al finanziamento di operazioni nei mercati internazionali

27

Avere un'ampia conoscenza delle organizzazioni finanziarie internazionali





28

Essere capace di identificare il talento nelle aziende internazionali

29

Applicare strumenti di marketing utili per migliorare l'immagine e la reputazione dell'azienda a livello internazionale

30

Avere una conoscenza approfondita del regime giuridico del commercio internazionale

05

Competenze

Dopo aver superato le valutazioni del Master Specialistico in Senior International Management, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una pratica aggiornata e di qualità, basata sulla metodologia didattica più innovativa.



A grayscale photograph of a hand pointing at a business chart on a document. The chart includes a bar graph and a pie chart. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Acquisire le competenze necessarie per svilupparsi con successo nella direzione internazionale del business”

01

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

02

Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda

03

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i dipendenti

04

Realizzare una corretta gestione del 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 logistici così come gli acquisti e i rifornimenti dell'azienda

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

Puntare sull'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda

08

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

11

Portare avanti i diversi progetti dell'azienda

09

Elaborare e condurre piani di marketing

12

Puntare sullo sviluppo sostenibile dell'azienda, evitando impatti ambientali

13

Gestire strategicamente in ambienti globalizzati, raggiungendo il successo a livello aziendale

14

Gestire con successo un'azienda internazionale e le sue risorse umane

15

Puntare sull'innovazione e la creazione per la progettazione di nuovi prodotti

16

Possedere una conoscenza approfondita della distribuzione e dell'organizzazione di una multinazionale

17

Realizzare investimenti internazionali di alto valore per la redditività dell'azienda



18

Gestire e dirigere tutti i dipartimenti dell'azienda in maniera appropriata

20

Sviluppare il marketing digitale e l'e-commerce come parte indispensabile dell'azienda



21

Gestire tutti i processi dell'azienda per controllare i livelli di qualità del dipartimento

19

Essere al corrente della tassazione internazionale che verrà applicata alla società, a causa della sua partecipazione ai mercati globalizzati

22

Possedere nozioni approfondite dei regolamenti internazionali, da prendere in considerazione nel momento in cui si conducono affari internazionali

06

Struttura e contenuti

Il Master Specialistico in Senior International Management 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 2 anni che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante che getta le basi per il tuo successo professionale come manager e imprenditore.



“

Un programma molto ben strutturato grazie al quale potrai realizzare un percorso attraverso gli ultimi concetti della gestione aziendale internazionale”

Piano di studi

Il Master Specialistico in Senior International Management 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 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, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Master Specialistico in Senior International Management si occupa in maniera approfondita delle principali aree dell'azienda ed è ideato per far comprendere ai manager una direzione internazionale di business da una prospettiva strategica e innovatrice.

Un piano progettato per il perfezionamento professionale e che ti prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito direttivo e della gestione aziendale. Un programma che comprende le sue esigenze e quelle della sua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze e supportato dalla migliore metodologia educativa e da un corpo docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo corso ha la durata di 2 anni e si divide in 17 moduli:

Modulo 1	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)
Modulo 2	Direzione strategica e management direttivo
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	Leadership e management in aziende internazionali
Modulo 10	Finanza e investimenti internazionali I
Modulo 11	Finanza e investimenti internazionali II
Modulo 12	Gestione internazionale delle persone e gestione della diversità
Modulo 13	Operazioni internazionali. Attuazione della Lean Logistics
Modulo 14	Marketing e vendite internazionali
Modulo 15	Diritto e tassazione internazionale
Modulo 16	Marketing online ed e-commerce
Modulo 17	Innovazione e sviluppo in ambito internazionale



Dove, quando e come si comunica?

TECH offre la possibilità di realizzare questo programma completamente online. Durante i 2 anni di formazione, si potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento. Questo consentirà di autogestire 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 amministrazione

- 1.1.1. Globalizzazione e tendenze:
Internazionalizzazione dei mercati
- 1.1.2. Contesto economico e Amministrazione Aziendale
- 1.1.3. Accountability o Rendimento dei Conti

1.2. Leadership

- 1.2.1. Contesto interculturale
- 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
- 1.2.3. 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 Corporativa

Modulo 2. Direzione strategica e Management direttivo

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 Corporativa

- 2.2.1. Strategia di livello corporativo
- 2.2.2. Tipologie di strategie di livello corporativo
- 2.2.3. Determinazione della strategia corporativa
- 2.2.4. Strategia corporativa e immagine di prestigio

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Pensieri strategici
- 2.3.2. Sviluppo e Pianificazione strategica
- 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Corporativa

2.4. Modelli e Schemi Strategici

- 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
- 2.4.2. Strategia Corporativa: metodologie
- 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia corporativa

2.5. Direzione strategica

- 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
- 2.5.2. Balanced Scorecard Scheda di Valutazione
- 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia corporativa
- 2.5.4. Direzione strategica e Reporting

2.6. Introduzione ed esecuzione strategica

- 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e effetti
- 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
- 2.6.3. Metodo di perfezionamento 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 del Caso
- 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 dell'organizzazione
- 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 3.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza

3.2. Direzione strategica del personale

- 3.2.1. Struttura del posto di lavoro, assunzione e selezione
- 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione ed attuazione
- 3.2.3. Analisi del posto di lavoro; struttura 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, struttura e gestione dei processi
- 3.4.4. Metodo di perfezionamento 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 del personale
- 3.7.3. Coaching e rendimento 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 corporativi 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 corporative, tipologie e gestione della conoscenza

4.2. Contabilità Direttiva

- 4.2.1. Principi contabili internazionali
- 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
- 4.2.3. Bilanci aziendali d'esercizio
- 4.2.4. Analisi dei Bilanci d'esercizio: processi decisionali

4.3. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 4.3.1. Pianificazione del bilancio
- 4.3.2. Controllo di Gestione: struttura e obiettivi
- 4.3.3. Supervisione e reporting

4.4. Responsabilità fiscali delle aziende

- 4.4.1. Responsabilità fiscale aziendale
- 4.4.2. Procedura fiscale: approccio a un caso di paese

4.5. Sistemi di controllo delle aziende

- 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. Direttivo 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 Corporativi
- 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. Business Bancario: ambiente attuale
- 4.10.2. Analisi e gestione del rischio

4.11. Mercati monetari e di capitali

- 4.11.1. Mercato a Rendita Fissa
- 4.11.2. Mercato a Rendita 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 del Caso

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, 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 di 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 base 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 nei 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 digital marketing

- 7.4.1. Approccio al Digital Marketing
- 7.4.2. Strumenti di Digital Marketing
- 7.4.3. Inbound Marketing ed evoluzione del Digital Marketing

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 corporativa

- 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. Quadro Teorico 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 corporativa
- 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. Realizzazione dei progetti
- 8.4.5. Chiusura dei progetti

Modulo 9. Leadership e management in aziende internazionali

9.1. Cross-cultural management

- 9.1.1. Dimensione culturale della gestione internazionale
- 9.1.2. La globalizzazione nella gestione imprenditoriale
- 9.1.3. Leadership interculturale
- 9.1.4. Azienda, governo e società

9.2. Controllo di gestione

- 9.2.1. Piano strategico
- 9.2.2. Il Processo di Controllo di Gestione
- 9.2.3. Preventivi e misurazione dei risultati

9.3. Gestione strategica del business internazionale

- 9.3.1. L'internazionalizzazione nel nuovo ordine mondiale
- 9.3.2. L'influenza della cultura sul business internazionale
- 9.3.3. La selezione dei mercati e dei paesi
- 9.3.4. Delocalizzazione e Offshoring

9.4. Strategie di internazionalizzazione

- 9.4.1. Motivi e requisiti per entrare nei mercati esteri
- 9.4.2. Alleanze strategiche nel processo di espansione internazionale
- 9.4.3. Modalità per entrare in nuovi mercati internazionali

9.5. Decisioni di internazionalizzazione

- 9.5.1. Studi di mercato e processo decisionale
- 9.5.2. Scelta del luogo e della modalità di funzionamento
- 9.5.3. Scelta della giusta forma giuridica

9.6. Fasi del processo di Internazionalizzazione

- 9.6.1. Analisi della domanda internazionale
- 9.6.2. Diagnosi del potenziale di esportazione
- 9.6.3. Pianificazione dell'internazionalizzazione
- 9.6.4. Fasi dell'esportazione

9.7. Internazionalizzazione in funzione del tipo di impresa

- 9.7.1. Aziende di prodotti e aziende di servizi
- 9.7.2. Aziende internazionalizzate e multinazionali
- 9.7.3. Le PMI e il loro modello di internazionalizzazione

9.8. Ostacoli all'internazionalizzazione

- 9.8.1. Restrizioni legali
- 9.8.2. Ostacoli logistici, finanziari e commerciali
- 9.8.3. Ostacoli agli investimenti diretti

Modulo 10. Finanza e investimenti internazionali I

10.1. Business & international strategy

- 10.1.1. Internazionalizzazione
- 10.1.2. Growth & development in emerging markets
- 10.1.3. Sistema monetario internazionale

10.2. Macroeconomia e politica monetaria

- 10.2.1. Il PIL
- 10.2.2. L'equilibrio finanziario
- 10.2.3. Il ruolo del settore pubblico
- 10.2.4. Politica monetaria e fiscale

10.3. La crisi finanziaria attuale

- 10.3.1. Errori del sistema finanziario internazionale
- 10.3.2. Norme contabili e contabilità creativa
- 10.3.3. Negligenza bancaria
- 10.3.4. Paradisi fiscali

10.4. Mercati valutari

- 10.4.1. Operazioni con valute
- 10.4.2. Il mercato valutario anticipato
- 10.4.3. Strumenti derivati per la copertura del rischio di cambio e di tasso d'interesse
- 10.4.4. Apprezzamento e svalutazione della valuta

10.5. Liberalizzazione dei mercati finanziari

- 10.5.1. Eurodollari ed euro-obblighi
- 10.5.2. Nuovi titoli internazionali
- 10.5.3. Globalizzazione

10.6. I mercati finanziari

- 10.6.1. Caratteristiche dei mercati finanziari
- 10.6.2. Funzioni dei mercati finanziari
- 10.6.3. Componenti dei mercati finanziari

10.7. Metodi di pagamento e riscossione internazionali

- 10.7.1. Banconote, assegni personali e bancari
- 10.7.2. Bonifico, ordine di pagamento e pagamento
- 10.7.3. Clausole documentarie e crediti documentari
- 10.7.4. Factoring, swap internazionale e altri mezzi

10.8. Finanziamento delle operazioni nei mercati internazionali

- 10.8.1. Incoterms
- 10.8.2. Strumenti derivati per la copertura di possibili fluttuazioni del prezzo delle materie prime
- 10.8.3. Crediti all'esportazione sostenuti ufficialmente
- 10.8.4. Copertura con contratti di scambio (swap)
- 10.8.5. Il consenso OCSE

Modulo 11. Finanza e investimenti internazionali II**11.1. Istituzioni finanziarie internazionali**

- 11.1.1. Il fondo per l'internazionalizzazione dell'azienda
- 11.1.2. Il gruppo della banca mondiale
- 11.1.3. La Banca Interamericana di Sviluppo
- 11.1.4. La banca dello sviluppo dei Caraibi

11.2. Formazione dei tassi di cambio

- 11.2.2. Teoria della parità dei tassi di cambio
- 11.2.3. La teoria delle aspettative del tasso di cambio
- 11.2.4. Teoria della parità di potere d'acquisto (PPP)
- 11.2.5. Equilibrio del mercato dei capitali

11.3. Programmi di conversione del debito

- 11.3.1. Quadro legale attuale
- 11.3.2. Funzionamento
- 11.3.3. Conversione del debito in investimenti pubblici
- 11.3.4. Conversione del debito in investimenti privati

11.4. L'investimento nell'azienda

- 11.4.1. Concetto e classificazione
- 11.4.2. Tappe nello studio del progetto di investimento
- 11.4.3. L'investimento come operazione finanziaria

11.5. Metodi di valutazione economica

- 11.5.1. Periodo di recupero
- 11.5.2. Flusso di cassa totale e medio per unità monetaria impegnata
- 11.5.3. Valore attuale netto e tasso interno di rendimento
- 11.5.4. Periodo di recupero scontato e tasso di rendimento
- 11.5.5. Rendimento NPV previsto

11.6. Analisi tecnica e analisi fondamentale

- 11.6.1. Definizione e ambito di applicazione
- 11.6.2. Studio di grafici e tendenze
- 11.6.3. Studio settoriale e azionario nell'analisi fondamentale
- 11.6.4. Coefficienti e analisi fondamentale

11.7. Analisi degli investimenti in ambienti a rischio

- 11.7.1. Aggiustamento del tasso di sconto
- 11.7.2. Riduzione dei flussi di cassa a condizioni di certezza
- 11.7.3. Simulazione di scenari

11.8. Mercato azionario internazionale

- 11.8.1. Mercato di Wall Street (New York)
- 11.8.2. Mercato dell'oro
- 11.8.3. Debito esterno mondiale
- 11.8.4. Club di Parigi
- 11.8.5. Mercato dei titoli ADR e GDR

Modulo 12. Gestione internazionale delle persone e gestione della diversità**12.1. Gestione del talento nelle aziende internazionali**

- 12.1.1. Panoramica globale sulla gestione dei talenti
- 12.1.2. La mappa dei talenti dell'organizzazione
- 12.1.3. Tendenze culturali e di internazionalizzazione
- 12.1.4. Internazionalizzazione della gestione dei talenti

12.2. Gestione delle carriere internazionali

- 12.2.1. Il profilo del professionista internazionale
- 12.2.2. Global Mobility
- 12.2.3. Gestione degli espatriati

12.3. Gestione della diversità

- 12.3.1. Lavorare con la diversità
- 12.3.2. Diversità, CSR e Coaching
- 12.3.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità
- 12.3.4. Gestione di team multiculturali

12.4. Nuovo quadro di relazioni industriali

- 12.4.1. Riforma del Lavoro
- 12.4.2. Contrattazione collettiva
- 12.4.3. Relazioni strategiche con i sindacati
- 12.4.4. Relazioni industriali e ristrutturazione aziendale

12.5. HR Marketing: una visione internazionale

- 12.5.1. Employer Branding
- 12.5.2. HR Customer Experience

12.6. Multinazionali e diritti umani

- 12.6.1. Globalizzazione, diritti umani e aziende multinazionali
- 12.6.2. Multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 12.6.3. Strumenti giuridici specifici

12.7. Gestione degli espatriati

- 12.7.1. Gestione dei processi di espatrio
- 12.7.2. Rimpatrio
- 12.7.3. Competenze individuali per il successo nelle destinazioni internazionali

12.8. Remunerazione degli espatriati

- 12.8.1. Retribuzione economica
- 12.8.2. Luogo e valuta di pagamento
- 12.8.3. Politiche fiscali

Modulo 13. Operazioni internazionali

13.1. Global supply chain

- 13.1.1. Global supply chain
- 13.1.2. Gestione della catena di rifornimento globale: logistica e mercati internazionali
- 13.1.3. Il triplo asse della catena di rifornimento

13.2. Gestione delle importazioni

- 13.2.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 13.2.2. Istituzioni e accordi di commercio internazionale
- 13.2.3. Legislatura doganale
- 13.2.4. Gestione degli impianti e acquisti internazionali

13.3. Distribuzione logistica internazionale

- 13.3.1. Operatore di trasporto internazionale
- 13.3.2. Hub e distribuzione

13.4. Incoterms e gestione dei documenti internazionali

- 13.4.1. Esportazione o impianto
- 13.4.2. Il contratto di agenzia, distribuzione e compravendita internazionale
- 13.4.3. Proprietà industriale e intellettuale
- 13.4.4. Classificazione tariffaria

13.5. Modi e mezzi di pagamento internazionale

- 13.5.1. La decisione del mezzo di pagamento
- 13.5.2. Il credito documentario
- 13.5.3. Garanzia bancaria e credito documentario

13.6. Internacinal Lean logistics

- 13.6.1. Fondamenti *Lean* con applicazione in logistica internazionale
- 13.6.2. Strategie di eliminazione dei rifiuti logistici
- 13.6.3. Principali implicazioni e requisiti
- 13.6.4. Altre metodologie di miglioramento dei processi

13.7. Operati va Lean

- 13.7.1. Decisioni Lean
- 13.7.2. Strumenti Lean
- 13.7.3. Lean e perfezionamento continuo nell'SCM

13.8. Creazione di valore

- 13.8.1. Definizione delle strategie logistiche internazionali
- 13.8.2. Economic Value Added
- 13.8.3. Progetti internazionali

Modulo 14. Marketing e vendite internazionali

14.1. La ricerca di mercati internazionali

- 14.1.1. Emerging Markets Marketing
- 14.1.2. Analisi PES
- 14.1.3. Cosa, come e dove esportare?
- 14.1.4. Strategie di marketing-mix internazionale

14.2. Segmentazione internazionale

- 14.2.1. Criteri per la segmentazione di mercati a livello internazionale
- 14.2.2. Nicchie di mercato
- 14.2.3. Strategie di segmentazione internazionale

14.3. Posizionamento internazionale

- 14.3.1. Branding in mercati internazionali
- 14.3.2. Strategie di posizionamento nei mercati internazionali
- 14.3.3. Marche globali, regionali e locali

14.4. Strategie di prodotto nei mercati internazionali

- 14.4.1. Modificazione, adattamento e diversificazione dei prodotti
- 14.4.2. Prodotti standardizzati globali
- 14.4.3. Il portafoglio prodotti

14.5. Prezzi ed esportazione

- 14.5.1. Calcolo dei prezzi di esportazione
- 14.5.2. Incoterms
- 14.5.3. Strategia internazionale del prezzo

14.6. Qualità nel marketing internazionale

- 14.6.1. Qualità e marketing internazionale
- 14.6.2. Le Norme e i Certificati
- 14.6.3. Il marchio CE

14.7. Promozione e livello internazionale

- 14.7.1. Il MIX di promozione internazionale
- 14.7.2. Advertising e pubblicità
- 14.7.3. Fiere internazionali
- 14.7.4. Marca Paese

14.8. Distribuzione mediante canali internazionali

- 14.8.1. Channel & Trade Marketing
- 14.8.2. Consorzi di esportazione
- 14.8.3. Tipo di esportazione e commercio esterno

Modulo 15. Diritto e tassazione internazionale**15.1. Regime legale per il commercio internazionale**

- 15.1.1. Diritto commerciale internazionale
- 15.1.2. Regolamentazione delle relazioni commerciali transnazionali
- 15.1.3. Autoregolamentazione del mercato
- 15.1.4. Portata della soft law nel Diritto commerciale transnazionale

15.2. Diritti di proprietà industriale e del commercio internazionale

- 15.2.1. Registrazione internazionale e meccanismi di cooperazione
- 15.2.2. La regolamentazione internazionale e l'impatto della gestione del commercio globale
- 15.2.3. Diritti sovranazionali

15.3. Proprietà intellettuale e concorrenza sleale

- 15.3.1. Obiettivi e contenuti dei diritti
- 15.3.2. Applicazione transfrontaliera della proprietà intellettuale
- 15.3.3. Concorrenza sleale e mercato interno
- 15.3.4. Il diritto antitrust

15.4. Società nell'ambito internazionale

- 15.4.1. Costituzione di società
- 15.4.2. Costituzione di società al di fuori dello Stato di costituzione
- 15.4.3. Mobilità e trasformazione delle società
- 15.4.4. Diritto societario e Unione europea

15.5. Contratto commerciale internazionale

- 15.5.1. Business internazionale e significato del diritto contrattuale
- 15.5.2. Formazione e contenuto del contratto
- 15.5.3. Determinazione dello stato giuridico

15.6. Vendite e acquisti internazionali e contratti accessori

- 15.6.1. Vendita internazionale di beni
- 15.6.2. Contratti di trasporto internazionale di merci
- 15.6.3. Mezzi di pagamento
- 15.6.4. Contratti di assicurazione, garanzia e finanziamento

15.7. Contratti di collaborazione

- 15.7.1. Distribuzione commerciale
- 15.7.2. Trasferimento di tecnologia e proprietà industriale
- 15.7.3. Commercio elettronico e reti di telecomunicazione

15.8. Diritto fallimentare e arbitrato commerciale internazionale

- 15.8.1. Bilanci e sviluppo del concorso
- 15.8.2. Efficacia extraterritoriale delle procedure d'insolvenza e coordinamento tra le procedure
- 15.8.3. Configurazione dell'attività di arbitrato internazionale e convenzione di arbitrato
- 15.8.4. Procedimento arbitrale e intervento giudiziario
- 15.8.5. Controllo giudiziario del lodo arbitrale

15.9. Pianificazione fiscale internazionale

- 15.9.1. Strumenti finanziari ibridi
- 15.9.2. Pianificazione degli investimenti esteri
- 15.9.3. Tassazione delle transazioni immobiliari internazionali
- 15.9.4. Prezzi di trasferimento

15.10. Obblighi fiscali internazionali

- 15.10.1. Tassazione in alcuni paesi
- 15.10.2. Politiche di mobilità internazionale
- 15.10.3. Obblighi di ritenuta alla fonte sul reddito da lavoro
- 15.10.4. Misure anti-evasione nei trattati di doppia imposizione

Modulo 16. Marketing online ed e-commerce

16.1. Strategia in digital marketing

- 16.1.1. Segmentazione e posizionamento nel contesto competitivo
- 16.1.2. Nuove strategie di marketing di prodotti e servizi
- 16.1.3. From Innovation to Cash Flow

16.2. Strategia tecnologica

- 16.2.1. Concetti base sullo sviluppo web
- 16.2.2. Hosting e cloud computing
- 16.2.3. Sistemi di gestione dei contenuti (CMS)
- 16.2.4. Formati e media digitali
- 16.2.5. Piattaforma tecnologica di e-commerce

16.3. Regolazione digitale

- 16.3.1. Informativa sulla privacy e LPD
- 16.3.2. Usurpazione di profili e fake followers
- 16.3.3. Aspetti legali di marketing, pubblicità e contenuti digitali

16.4. Ricerche di mercato online

- 16.4.1. Strumenti di indagini quantitative nei mercati online
- 16.4.2. Strumenti di indagini qualitative dinamiche dei clienti

16.5. Digital e-Commerce management

- 16.5.1. Nuovi modelli di business e-commerce
- 16.5.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
- 16.5.3. Struttura tecnologica in e-commerce

16.6. Operazioni e logistica nell'e-commerce

- 16.6.1. Come gestire il fulfillment
- 16.6.2. Gestione digitale del punto vendita
- 16.6.3. Contact center management
- 16.6.4. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi

16.7. Implementazione di tecniche di e-commerce

- 16.7.1. Social media e integrazione nell'e-commerce
- 16.7.2. Strategia multichannel
- 16.7.3. Personalizzazione di Dashboard

16.8. Digital pricing

- 16.8.1. Mezzi e passarelle di pagamento online
- 16.8.2. Promozioni elettroniche
- 16.8.3. Timer digitale di prezzi
- 16.8.4. Aste elettroniche

16.9. Strategie nei social media

- 16.9.1. Il piano di comunicazione corporativa 2.0
- 16.9.2. Relazioni pubbliche aziendali e social media
- 16.9.3. Analisi e valutazione dei risultati

16.10. Community management

- 16.10.1. Funzioni, compiti e responsabilità del Community Manager
- 16.10.2. Social Media Manager
- 16.10.3. Social Media Strategist

Modulo 17. Innovazione e sviluppo in ambito internazionale

17.1. Pensiero creativo: innovazione

- 17.1.1. L'innovazione nell'impresa tecnologica
- 17.1.2. Tecniche allo Fomentare della creatività
- 17.1.3. Processo di concezione di idee innovative

17.2. La proprietà industriale e intellettuale

- 17.2.1. Proprietà industriale
- 17.2.2. Marchi e nomi di dominio
- 17.2.3. Proprietà intellettuale

17.3. Ingegneria del processo

- 17.3.1. Strategia di Innovazione
- 17.3.2. Innovazione aperta.
- 17.3.3. Organizzazione e cultura innovatrice
- 17.3.4. Team multifunzionali.

17.4. Innovazione e ingegneria del prodotto di logistica

- 17.4.1. Gestione dello sviluppo del prodotto
- 17.4.2. I prototipi

17.5. Lancio e industrializzazione di nuovi prodotti

- 17.5.1. Progettazione di nuovi prodotti
- 17.5.2. Lean Design
- 17.5.3. Industrializzazione di nuovi prodotti
- 17.5.4. Realizzazione e montaggio

17.6. Reingegnerizzazione per l'innovazione radicale dei processi aziendali

- 17.6.1. Origini ed evoluzione della reingegneria di processi
- 17.6.2. Obiettivi della reingegneria
- 17.6.3. Approccio corretto alla reingegnerizzazione

17.7. Project management

- 17.7.1. Agile Development
- 17.7.2. Lean Management nelle Startup
- 17.7.3. Monitoraggio del progetto e gestione del progetto

17.8. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti

- 17.8.1. TQM (Total Quality Management)
- 17.8.2. Seis Sigma e Six Sigma come sistema di gestione aziendale
- 17.8.3. Modello EFQM



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”

In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

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

“

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo"



Siamo la prima Università online che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione.



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 intensivo della Business School di TECH Università Tecnologica prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i *casì di studio* di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.

“ *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 solo la legge sulla base del contenuto teorico.

Il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare 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 reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

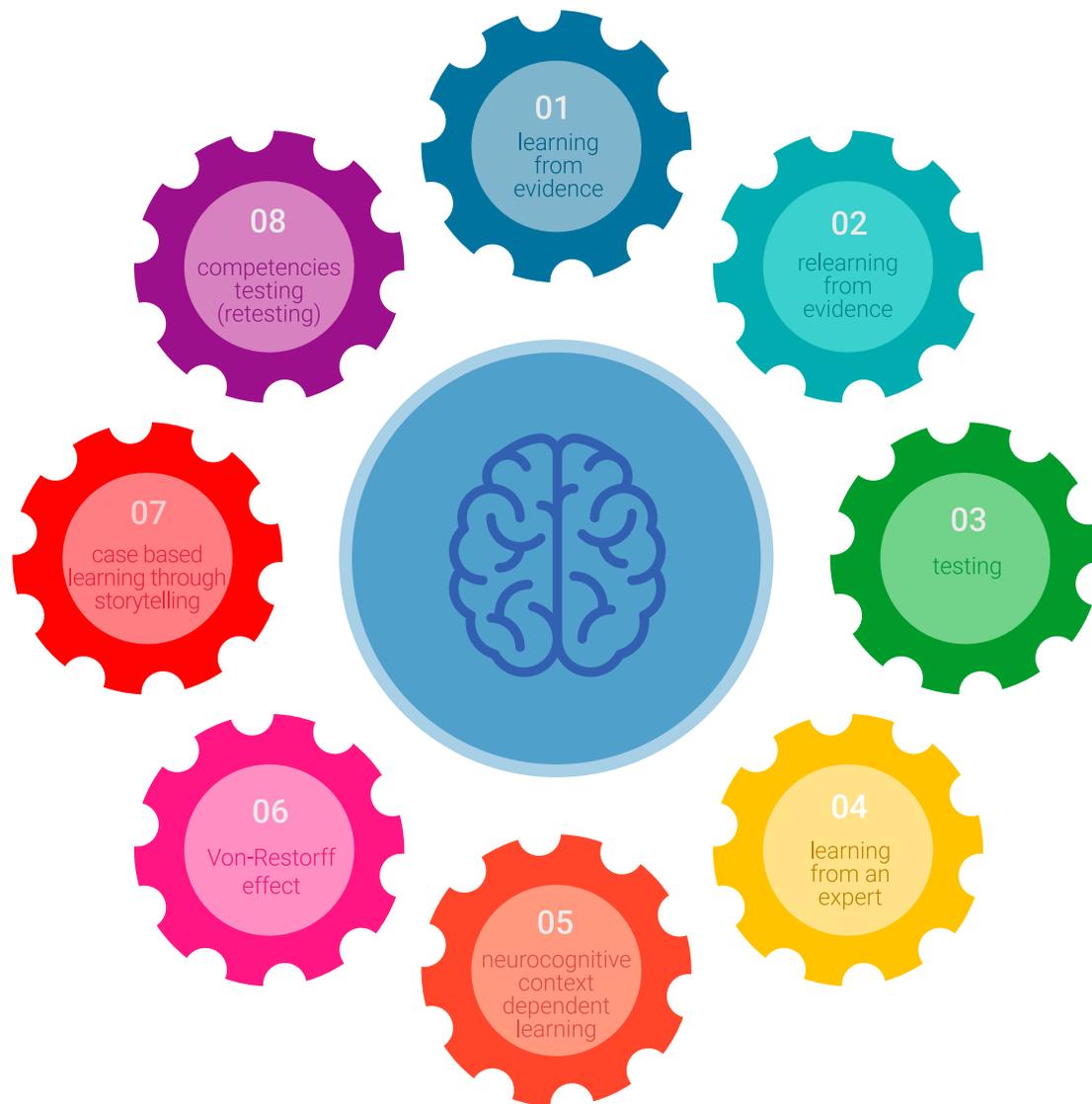
La nostra Università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento. 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 disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a 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 Business School è l'unica scuola di lingua spagnola 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.





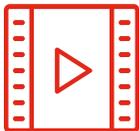
Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, 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 contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, 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 prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



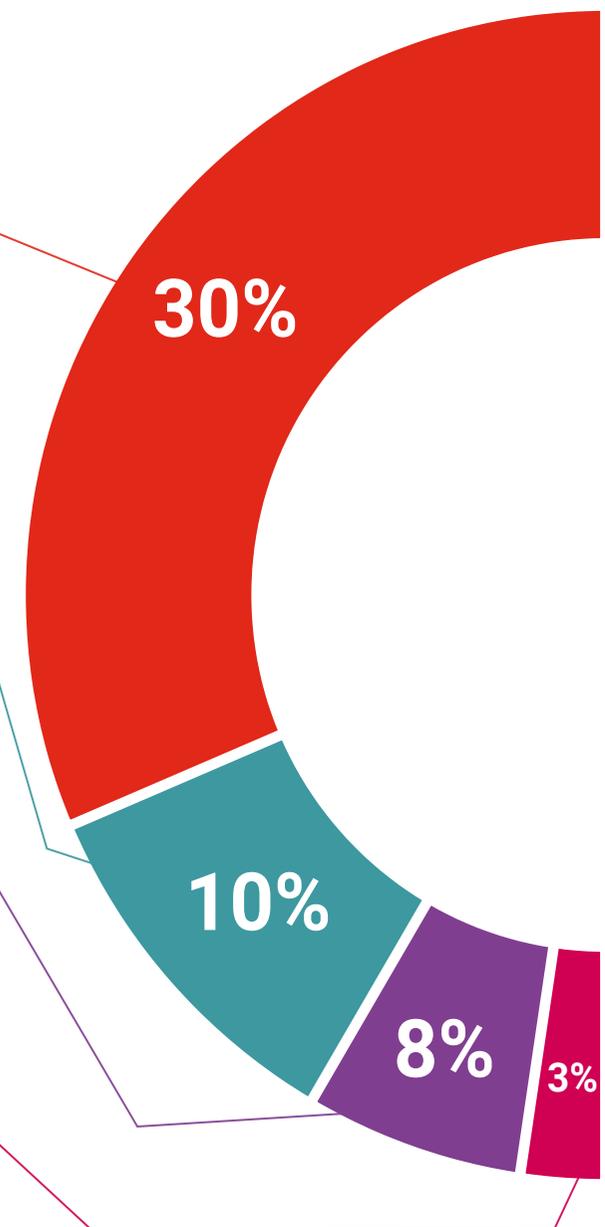
Pratica di competenze manageriali

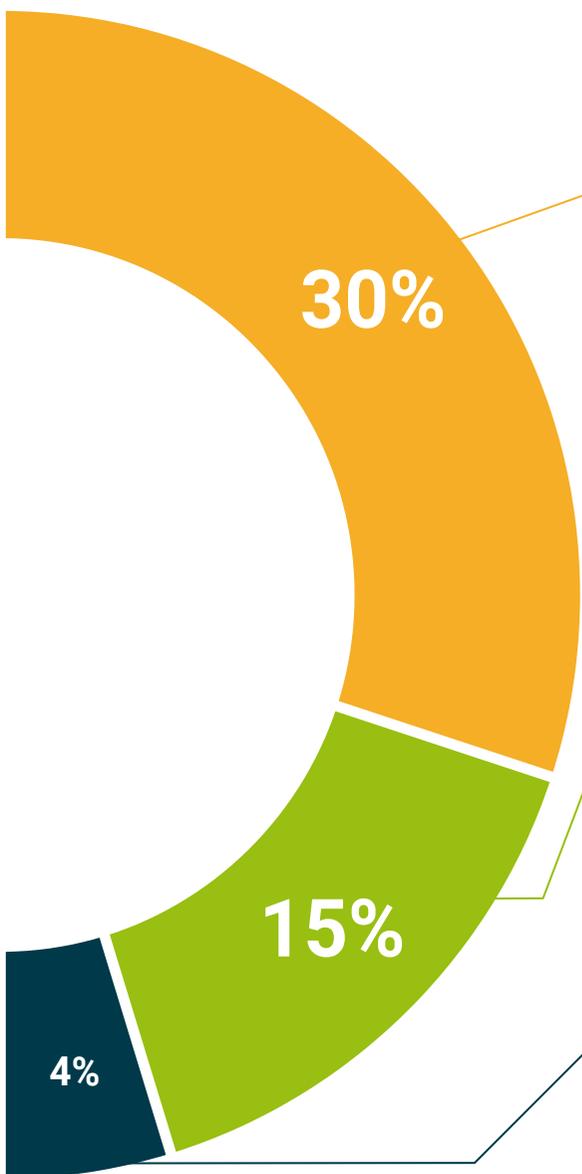
Realizzerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 formazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti dell'alta direzione in America Latina.



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 formazione 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 di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

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





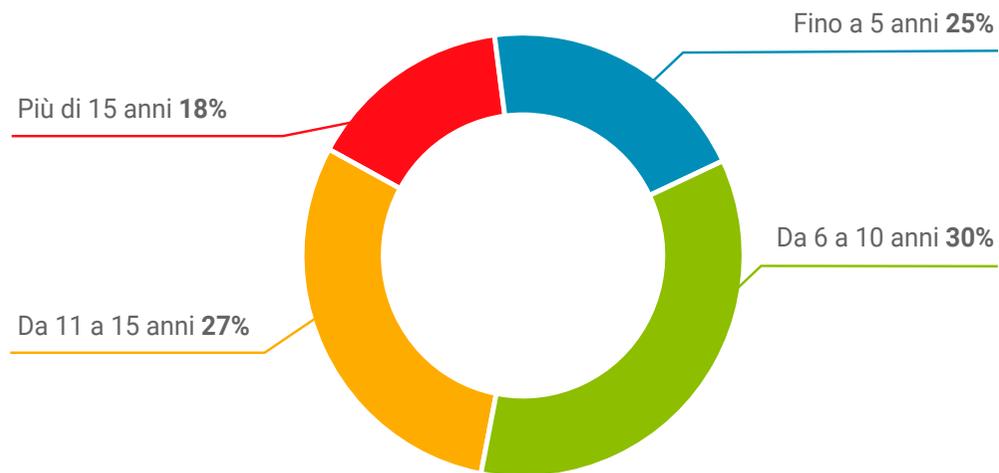
“

Se hai esperienza in direzione aziendale e sei alla ricerca di un interessante miglioramento della tua carriera pur continuando a lavorare, questo è il programma che fa per te"

Età media

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

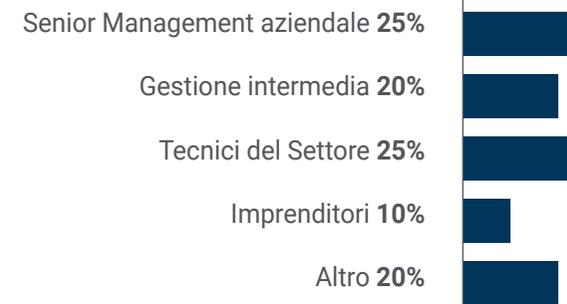
Anni di esperienza



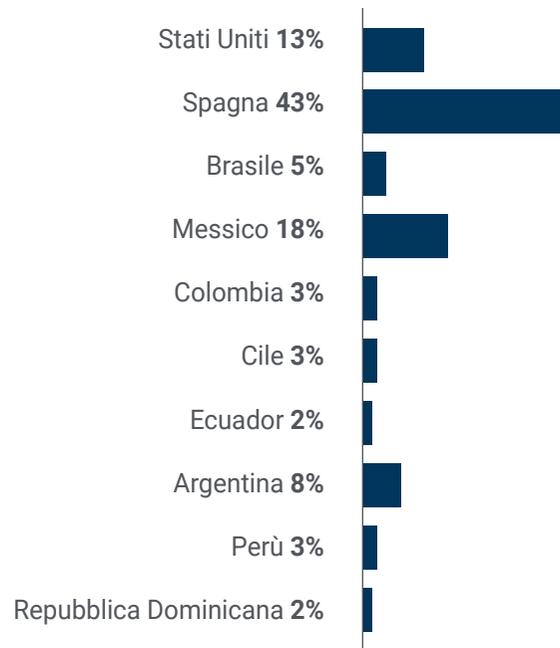
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Mónica Martínez

Direttrice di una multinazionale

"Il conseguimento di questo Master Specialistico mi ha permesso di avanzare nella mia carriera per diventare direttrice della società per cui lavoro da anni. Senza dubbio, un successo professionale che non avrei raggiunto se non fosse stato per questa specializzazione di alta qualità che TECH mi ha offerto"

09

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole che realizzare un programma di queste caratteristiche prevede un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo dovrebbe essere la crescita professionale. Pertanto, mettiamo tutti i nostri strumenti a disposizione affinché possa acquisire le competenze e le abilità necessarie che permetteranno di realizzare questo cambiamento.



“

In TECH ci prefiggiamo l'obiettivo di aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che meriti"

Sei pronto a dare una svolta alla tua carriera professionale? Un eccellente avanzamento di carriera ti aspetta

Il Master Specialistico in Senior International Management di TECH Università Tecnologica, è un programma intensivo che prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali a livello nazionale ed internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti nel raggiungimento del tuo successo.

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

Una grande percentuale dei nostri studenti raggiunge il successo lavorativo dopo aver studiato con noi.

Se desideri un cambiamento positivo nella tua professione, non lasciarti scappare l'opportunità di specializzarti in TECH.

Creare un cambiamento positivo

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



10

Benefici per la tua azienda

Il Master Specialistico in Senior International Management contribuisce a potenziare al massimo il talento dell'organizzazione attraverso la specializzazione in leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico apporterà miglioramenti non solo a livello personale ma soprattutto a livello professionale, potenziando la tua preparazione e migliorando le tue capacità direttive. Inoltre, entrare nella comunità educativa TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti per trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

Il conseguimento di questo Master Specialistico apporterà una nuova visione di business nella tua azienda”

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Apporterai 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

Poter lavorare su un progetto concreto o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della tua compagnia.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e portare avanti l'azienda.

11 Titolo

Il Master Specialistico in Senior International Management garantisce, oltre alla formazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso al Master Specialistico rilasciato dalla TECH Università Tecnologica.



“

Supera con successo questo programma e ricevi il tuo titolo universitario senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Specialistico in Senior International Management** possiede il programma più completo e aggiornato presente sul mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, il suo corrispondente titolo **Master Privato** rilasciato da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Master Specialistico in Senior International Management**

N° Ore Ufficiali: **3.000 O.**



*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.



Master Specialistico Senior International Management

- » Modalità: **online**
- » Durata: **2 anni**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Master Specialistico

Senior International Management