

Master Privato

MBA in Direzione delle
Politiche Educative



tech università
tecnologica



tech università
tecnologica

Master Privato

MBA in Direzione delle Politiche Educative

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

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/educazione/master/master-mba-direzione-politiche-educative

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Direzione del corso

pag. 18

05

Struttura e contenuti

pag. 36

06

Metodologia

pag. 52

07

Titolo

pag. 60

01

Presentazione

L'educazione costituisce la base per la crescita e dello sviluppo di qualsiasi società. La sua struttura dinamica, in continua evoluzione, è alimentata dall'innovazione metodologica della ricerca in ambito didattico e dai progressi tecnologici che creano nuove forme e modelli di lavoro. Questo panorama è variegato e si adatta alle politiche attuate, che dipendono anche dalle decisioni organizzative delle istituzioni. Questo programma permette di acquisire la visione più ampia della realtà educativa attuale e della sua applicazione locale, incorporando conoscenze specifiche delle aree più interessanti del panorama, in modo che il professionista possa aggiornare i propri strumenti personali e professionali in questo campo.



“

Acquisisci la visione più completa e aggiornata della Direzione delle Politiche Educative e gli strumenti di lavoro necessari per intervenire nei nuovi scenari con la formazione di un esperto"

Intervenire come professionista nel settore educativo comporta la necessità di conoscere in modo ampio e profondo tutti gli aspetti che determinano la legalità in cui tutte le azioni da sviluppare devono essere iscritte. Questo ambito legale è fondamentale per garantire che tutti gli atti siano in linea con gli scopi previsti nelle istituzioni educative, al fine di omogeneizzare gli obiettivi e i modi di agire.

In questo senso, la legislazione suppone uno strumento di difesa degli interessi di tutti i gruppi che partecipano al processo educativo, compresi professionisti, studenti e famiglie. Questa protezione è multifattoriale. Vale a dire, si applica ai gruppi vulnerabili negli alunni, agli insegnanti che intervengono nelle aule, a quelli di professionisti di rami complementari, tra gli altri.

In questo contesto, l'inclusione è uno dei settori in cui le leggi diventano un'arma necessaria per ottenere il sostegno specifico di cui hanno bisogno i gruppi di studenti con diversità. La loro conoscenza può rappresentare un passo decisivo verso l'accesso alle risorse di sostegno a cui le scuole, e per estensione gli studenti, hanno diritto.

Un altro aspetto che questo MBA sviluppa e che rappresenta anche un passo di qualità necessario per i professionisti in questo campo, è quello relativo alle politiche di qualità applicabili alle organizzazioni educative. Imparerai a progettare e valutare il rispetto di un buon programma di qualità che assicuri che i processi di insegnamento/ apprendimento e di organizzazione soddisfino i criteri necessari.

Tutti questi processi devono concretizzarsi in un adattamento reale e possibile alle esigenze di ogni alunno, in modo totalmente individualizzato. Pertanto, verrà proposto uno studio intensivo e competente che illustrerà come sviluppare adattamenti didattici utilizzando gli strumenti e i Ricorso materiali più innovativi sotto la guida di esperti con una vasta esperienza nel settore, al fine di creare un processo che permetta realmente agli studenti di potenziare il proprio apprendimento, tenendo conto dei relativi modi ottimali di affrontare ogni area di studio.

Questo **Master Privato MBA in Direzione delle Politiche Educative** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici in cui il processo di autovalutazione può essere svolto per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile dotato di connessione a internet



Un'analisi approfondita dell'attuale regime giuridico e della legislazione applicabile alle organizzazioni educative"

“

Aggiornati sulla Direzione delle Politiche Educative attualmente applicabili con un MBA di massima importanza per il professionista in questo campo"

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Con un sistema di apprendimento flessibile, ma con il massimo impatto, questo MBA è un modo ottimale per far progredire la tua carriera.

Uno studio completo che ti permetterà di muoverti in sicurezza nell'ambiente educativo.



02

Obiettivi

L'obiettivo finale di questo MBA è quello di portare gli studenti attraverso un processo di apprendimento intensivo e completo che consente loro di imparare in modo molto efficiente. In questo processo, il professionista sarà in grado di accedere alla conoscenza più completa per quanto riguarda la Direzione delle Politiche Educative attuali, la loro forma di applicazione, il loro scopo e il modo in cui influenzano o determinano l'organizzazione di qualsiasi organizzazione educativa e del suo personale.



“

Promuoviamo l'acquisizione degli obiettivi di questo MBA attraverso un programma stimolante e accessibile, che porta i nostri studenti al massimo delle loro capacità"



Obiettivi generali

- ♦ Approfondire la conoscenza dell'attuale realtà socio-educativa
- ♦ Acquisire le basi delle conoscenze antropologiche necessarie per comprendere l'evoluzione dell'educazione
- ♦ Apprendere quali sono gli aspetti dell'economia dell'educazione e come si sviluppano
- ♦ Studiare la normativa vigente e il regime giuridico applicabile alle istituzioni scolastiche
- ♦ Conoscere le politiche di qualità nelle istituzioni educative
- ♦ Imparare a valutare la qualità delle istituzioni educative
- ♦ Conoscere la legislazione relativa alle politiche di uguaglianza e diversità in classe

“

Un processo di acquisizione di conoscenze teoriche e pratiche di alta qualità che ti permetterà di fare un passo avanti nella tua capacità di insegnare"





Obiettivi specifici

Modulo 1. Sociologia dell'educazione

- ♦ Conoscere i principi di base della sociologia
- ♦ Interpretare la realtà sociale da una prospettiva sociologica
- ♦ Analizzare il campo d'azione della sociologia
- ♦ Approfondire le prime teorie sociologiche
- ♦ Discutere il ruolo del sociologo nella nostra società
- ♦ Riflettere sull'influenza della scuola nella società odierna
- ♦ Conoscere i principali metodi di ricerca sociologica
- ♦ Rivedere l'idea generale della sociologia come scienza e il suo rapporto storico con l'educazione
- ♦ Comprendere i diversi approcci alla natura dell'istruzione e alla sua influenza sulla società
- ♦ Analizzare le conseguenze della disuguaglianza educativa tra gruppi etnici e di genere in termini di benessere sociale ed economico

Modulo 2. Antropologia sociale e culturale

- ♦ Conoscere le teorie e i fondamenti dell'Antropologia Sociale e Culturale e delle sue metodologie
- ♦ Identificare, sviluppare e comprendere i concetti chiave delle teorie della cultura per raggiungere una migliore conoscenza della persona come essere sociale e culturale
- ♦ Comprendere come l'antropologia dia un contributo importante alla comprensione delle diverse forme culturali e sociali contemporanee, evitando l'etnocentrismo e la discriminazione
- ♦ Acquisire conoscenze per comprendere la realtà territoriale, socio-economica, politica e culturale contemporanea
- ♦ Comprendere il comportamento umano sulla base degli elementi differenziali delle culture esistenti

Modulo 3. Politica educativa e istruzione comparata

- ♦ Studiare i modelli educativi di diversi paesi e regioni
- ♦ Comprendere i fenomeni sociali ed educativi che si sviluppano nei diversi Paesi
- ♦ Stabilire una panoramica dello stato del sistema educativo mondiale e contribuire al suo miglioramento
- ♦ Analizzare il funzionamento di alcune società e migliorare la qualità dell'attuale sistema educativo

Modulo 4. Economia dell'educazione

- ♦ Comprendere e analizzare il ruolo del settore educativo nello sviluppo economico
- ♦ Analizzare l'intervento pubblico in ambito educativo
- ♦ Apprendimento di strategie di ricerca specifiche per il lavoro empirico in Economia dell'Educazione
- ♦ Studiare il ruolo del settore pubblico nell'istruzione, l'importanza dell'istruzione e del capitale umano nella crescita economica
- ♦ Analizzare gli effetti dei diversi fattori che determinano la qualità dell'istruzione

Modulo 5. Tecnologie di informazione e comunicazione per l'educazione

- ♦ Acquisire le necessarie competenze e conoscenze digitali, integrate da competenze pedagogiche e metodologiche adeguate al contesto attuale
- ♦ Avviare efficacemente corrette pratiche TIC per garantire lo sviluppo professionale degli insegnanti nella gestione delle fonti digitali per l'uso didattico, la comunicazione nelle reti digitali per scopi pedagogici, la capacità di creare materiali didattici utilizzando strumenti digitali e la gestione dei problemi, nonché la conoscenza delle aree di sicurezza per l'uso corretto delle TIC in classe

- ♦ Saper gestire e creare un'identità digitale in base al contesto, con la consapevolezza dell'importanza dell'impronta digitale e delle possibilità che gli strumenti TIC offrono in questo senso, conoscendone quindi i benefici e i rischi
- ♦ Generare e saper applicare strumenti TIC
- ♦ Combinare diversi strumenti TIC a scuola come strumento educativo
- ♦ Identificare e scoprire l'importanza dell'aggiornamento continuo degli insegnanti

Modulo 6. Esclusione sociale e politiche di inclusione

- ♦ Conoscere e comprendere criticamente le basi teoriche e metodologiche che, da prospettive pedagogiche, sociologiche e psicologiche, sono alla base dei processi socio-educativi
- ♦ Analizzare i dilemmi etici che le nuove esigenze e forme di esclusione sociale della società della conoscenza pongono alla professione docente
- ♦ Conoscere i principi e i fondamenti della considerazione per le diversità
- ♦ Analizzare criticamente e incorporare le questioni più rilevanti della società odierna che riguardano l'educazione familiare e scolastica
- ♦ Risvegliare l'interesse e la sensibilità per le realtà socioculturali

Modulo 7. Legislazione e regime giuridico delle organizzazioni educative

- ♦ Conoscere l'organizzazione del sistema educativo
- ♦ Scoprire il ruolo che la professione di insegnante occupa al suo interno
- ♦ Gestire gli aspetti amministrativi del sistema educativo
- ♦ Conoscere le diverse leggi educative
- ♦ Apprendere i documenti obbligatori di un Centro Educativo: PEC, PGA e RRI
- ♦ Acquisire gli strumenti necessari per l'organizzazione del corpo studentesco

Modulo 8. Valutazione dei programmi educativi

- ♦ Conoscere e utilizzare la terminologia specifica della valutazione dei programmi educativi e preparazione
- ♦ Conoscere e applicare i modelli di valutazione dei programmi alla pratica socio-educativa
- ♦ Pianificare progetti di valutazione di programmi educativi e preparazione contestualizzati
- ♦ Acquistare competenze per la valutazione di programmi educativi e preparazione
- ♦ Elaborare, interpretare, valutare e diffondere le relazioni di valutazione dei programmi

Modulo 9. Politiche di qualità nelle organizzazioni educative

- ♦ Comprendere l'importanza della partecipazione ai processi di miglioramento della scuola
- ♦ Discutere la responsabilità delle scuole nei processi di valutazione e miglioramento
- ♦ Ampliare la conoscenza degli sviluppi storici e degli approcci al miglioramento e alla qualità della scuola
- ♦ Analizzare l'attuale contesto scolastico per quanto riguarda la qualità e il miglioramento
- ♦ Approfondire la comprensione del concetto di qualità dell'istruzione secondo diversi approcci
- ♦ Riflettere sul ruolo della qualità dell'istruzione come tendenza educativa contemporanea a livello internazionale
- ♦ Analizzare il ruolo delle organizzazioni internazionali nella definizione della qualità dell'istruzione

Modulo 10. Uguaglianza e diversità in classe

- ♦ Conoscere i diversi termini strettamente correlati tra loro e la loro applicazione in classe
- ♦ Individuare i possibili fattori di insuccesso scolastico
- ♦ Acquisire gli strumenti necessari per prevenire l'insuccesso scolastico a scuola

- ♦ Individuare i segnali di una possibile forma di bullismo a scuola
- ♦ Sviluppare strumenti per promuovere una scuola inclusiva e interculturale
- ♦ Acquisire le competenze necessarie per lavorare con i diversi strumenti TIC
- ♦ Identificare i diversi disturbi nelle scuole
- ♦ Migliorare il funzionamento psicomotorio nel sistema educativo per la prima infanzia

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

- ♦ Analizzare l'impatto della globalizzazione sulla governance e la governance aziendale
- ♦ Valutare l'importanza di una leadership efficace nella gestione e nel successo delle imprese
- ♦ Definire le strategie di gestione interculturale e la loro rilevanza in diversi ambienti aziendali
- ♦ Sviluppare capacità di leadership e comprendere le sfide attuali che i leader affrontano
- ♦ Determinare i principi e le pratiche dell'etica aziendale e la loro applicazione nel processo decisionale aziendale
- ♦ Strutturare strategie per l'implementazione e il miglioramento della sostenibilità e della responsabilità sociale nelle aziende

Modulo 12. Direzione del personale e gestione del talento

- ♦ Determinare il rapporto tra la direzione strategica e la gestione delle risorse umane
- ♦ Approfondire le competenze necessarie per una gestione efficace delle risorse umane in base alle competenze
- ♦ Approfondire le metodologie per la valutazione delle prestazioni e la gestione delle prestazioni
- ♦ Integrare le innovazioni nella gestione dei talenti e il loro impatto sulla fidelizzazione del personale
- ♦ Sviluppare strategie per la motivazione e lo sviluppo di team ad alte prestazioni

- ♦ Proporre soluzioni efficaci per la gestione del cambiamento e la risoluzione dei conflitti nelle organizzazioni

Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria

- ♦ Analizzare il contesto macroeconomico e la sua influenza sul sistema finanziario internazionale
- ♦ Definire i sistemi di informazione e Business Intelligence per il processo decisionale finanziario
- ♦ Differenziare le decisioni finanziarie chiave e la gestione del rischio nella direzione finanziaria
- ♦ Valutare le strategie per la pianificazione finanziaria e ottenere finanziamenti aziendali

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico

- ♦ Strutturare il quadro concettuale e l'importanza della direzione commerciale nelle imprese
- ♦ Approfondire gli elementi e le attività fondamentali del marketing e il loro impatto sull'organizzazione
- ♦ Determinare le fasi del processo di pianificazione strategica di marketing
- ♦ Valutare strategie per migliorare la comunicazione aziendale e la reputazione digitale dell'azienda

Modulo 15. Executive Management

- ♦ Definire il concetto di General Management e la sua rilevanza nella gestione aziendale
- ♦ Valutare i ruoli e le responsabilità del manager nella cultura organizzativa
- ♦ Analizzare l'importanza della gestione operativa e della qualità nella catena del valore
- ♦ Sviluppare capacità di comunicazione interpersonale e oratoria per la formazione dei portavoce

03

Competenze

Questo MBA è un processo volto a raggiungere la massima formazione dei professionisti del settore dell'istruzione. Concretizzato nel settore della Direzione delle Politiche Educative, il suo approccio raccoglie tutti gli aspetti necessari per percorrere i diversi campi di conoscenza che lo studente deve padroneggiare per essere in grado esercitare in modo sicuro in qualsiasi istituto scolastico. Aggiornato e completo, questo MBA permetterà allo studente di acquisire le competenze di uno specialista.





“

Con un approccio orientato all'acquisizione di competenze reali, questo MBA favorirà l'assimilazione delle conoscenze e la loro applicazione pratica"



Competenze generali

- Agire sulla base della legislazione in vigore nel settore dell'istruzione
- Raggiungere la certezza del diritto nelle azioni e negli interventi nel campo dell'educazione, che derivano dalla legislazione applicabile
- Promuovere la qualità dei centri educativi e degli interventi didattici
- Promuovere misure per l'integrazione della diversità

“

Impara dalle mani di professionisti esperti in questo campo, con una visione realistica e contestuale dell'applicazione della Direzione delle Politiche Educative e cosa significano per il professionista di questo settore”





Competenze specifiche

- Descrivere la realtà socio-educativa attuale
- Analizzare l'evoluzione dei sistemi educativi da un punto di vista antropologico
- Agire su base in linea con la legislazione e i regolamenti educativi vigenti
- Attuare politiche economiche nel settore educativo al fine di ottimizzare le risorse
- Eseguire la gestione della qualità nelle istituzioni educative
- Valutare la qualità dei processi in diverse aree delle istituzioni educative
- Sviluppare programmi educativi per l'uguaglianza e la diversità in linea con la legislazione vigente

04

Direzione del corso

Uno dei principali elementi di differenziazione dei programmi accademici di MBA è il suo personale docente. Composto da esperti nel campo dell'istruzione e del diritto, uniscono la loro esperienza professionale con le capacità didattiche di specialisti dell'istruzione superiore. Un'opportunità per imparare direttamente dai migliori incorporando all'apprendimento la visione realistica e diretta di questo campo d'azione.



TEAM BUILDING

- Company Trip
- Sports
- Holiday parties
- Friday Potluck
- Sporting Event
-

“

Impara dalle mani di professionisti esperti in questo campo, con una visione realistica e contestuale dell'applicazione della Direzione delle Politiche Educative e cosa significano per il professionista di questo settore"

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali per l'**acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è un'esperta in **assunzioni** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni di leadership in diverse organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, tra cui **NBCUniversal** e **Comcast**. La sua esperienza gli ha permesso di distinguersi in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vice Presidentessa per l'Acquisizione dei Talenti** presso **Mastercard**, è responsabile della supervisione della strategia e dell'esecuzione del processo di assunzione dei talenti, collaborare con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, il suo obiettivo è **creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attrarre e trattenere i migliori professionisti da tutto il mondo. Inoltre, si occupa di **amplificare il marchio del datore** di lavoro e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso pubblicazioni, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipare attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuire all'inserimento di numerosi lavoratori in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto incarichi dirigenziali nella selezione del personale in aziende di diversi settori.

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



Dott.ssa Dove, Jennifer

- ♦ Vice presidentessa per l'Acquisizione di Talenti alla Mastercard, New York, Stati Uniti
- ♦ Direttrice Acquisizione di Talenti in NBCUniversal, New York, Stati Uniti
- ♦ Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- ♦ Direttrice del Reclutamento presso Rite Hire Advisory
- ♦ Vice Presidentessa Esecutivo della Divisione Vendite di Ardor NY Real Estate
- ♦ Direttrice del Personale presso Valerie August & Associates
- ♦ Responsabile dei Conti presso BNC
- ♦ Responsabile dei Conti presso Vault
- ♦ Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

*Un'esperienza di
formazione unica, chiave
e decisiva per infondere il
tuo sviluppo professionale"*

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un leader e responsabile di team con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di impegno tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. Il suo percorso in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

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



Dott. Gauthier, Rick

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e guidato team ad alte prestazioni che hanno anche ricevuto riconoscimenti per il loro potenziale di trasformazione. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione redditizia" e rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione dei processi, Dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale, argomento in cui ha conseguito un master presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in IoT e Salesforce.



Dott. Arman, Romi

- ♦ Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso la Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- ♦ Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti alla Shell Energy Corporation
- ♦ Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- ♦ Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- ♦ Laurea presso l'Università di Leeds
- ♦ Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- ♦ Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- ♦ Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti IMD

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens è il responsabile globale degli acquisti nella divisione di Google per le infrastrutture tecniche e i data center, la sua carriera professionale si è svolta in un'azienda dove ha svolto la maggior parte della sua attività. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati di riferimento, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione. Ha guidato la pianificazione della supply chain del data center e la valutazione dei rischi del fornitore, generando miglioramenti nel processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a risparmi significativi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing, analisi dei media, misurazione e attribuzione**. Ha ricevuto diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **Premio per la leadership BIM**, il **Leadership Search Award**, **Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione** e **Best Sales Model EMEA**.

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

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



Dott. Arens, Manuel

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato progetti per promuovere la **struttura, lo sviluppo e la commercializzazione di diverse collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di **creare calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione i **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

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



Dott. La Sala, Andrea

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree quali **vendite, distribuzione, marketing e supply chain operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API di Walmart Luminate per gli insight di Buyer e Channel.

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



Dott. Gram, Mick

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

“

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

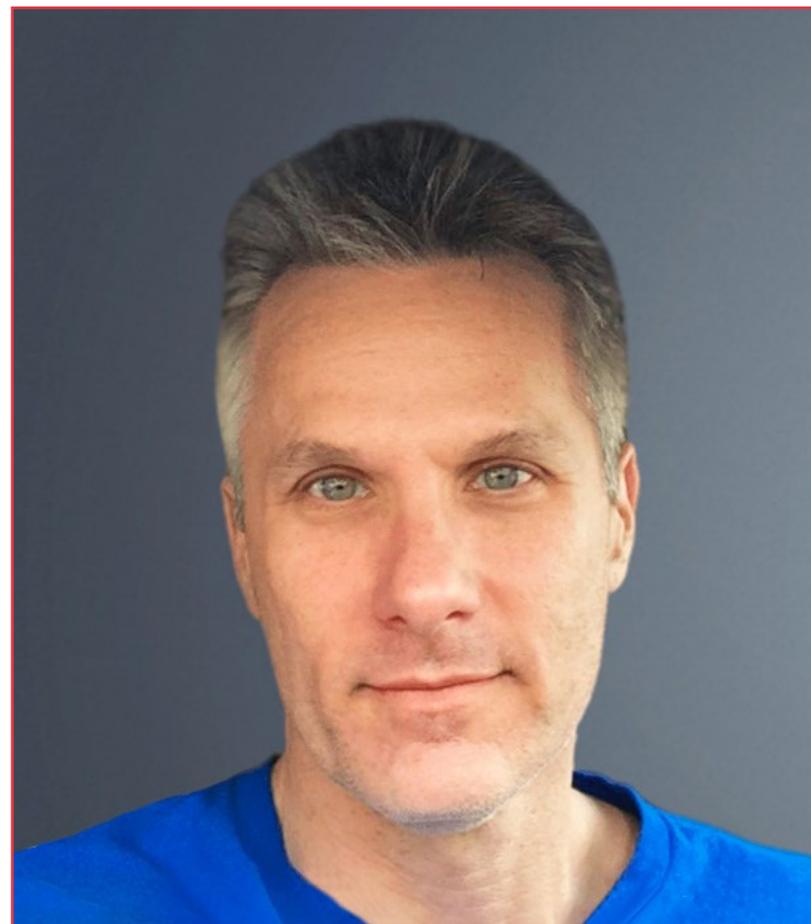
Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

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



Dott. Stevenson, Scott

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

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



Dott. Nyquist, Eric

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

“

Grazie a questo titolo universitario, 100% online, potrai conciliare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, insieme ai maggiori esperti internazionali nel campo che ti interessa. Iscriviti subito!”

05

Struttura e contenuti

I contenuti sono stati sviluppati dai professionisti più competenti di questo settore, con un criterio di alta qualità in ciascuno dei momenti della stessa. Per questo, sono stati selezionati i temi più rilevanti e completi, con gli aggiornamenti più innovativi e di maggiore interesse del momento.





“

Tutti i contenuti sono stati selezionati al fine di configurare un percorso completo e di massima attualità che ti permetta di terminare con il maggior bagaglio di conoscenze in questo campo”

Modulo 1. Sociologia dell'educazione

- 1.1. Introduzione alla sociologia
 - 1.1.1. Che cos'è la sociologia?
 - 1.1.1.1. Concetti di base
 - 1.1.1.2. Ambito della sociologia
 - 1.1.2. Gli inizi della sociologia
 - 1.1.2.1. Auguste Comte
 - 1.1.2.2. Emile Durkheim
 - 1.1.2.3. Karl Marx
 - 1.1.2.4. Max Weber
 - 1.1.3. Autori contemporanei
 - 1.1.3.1. Michel Foucault
 - 1.1.3.2. Jürgen Habermas
 - 1.1.3.3. Il ruolo del sociologo nella società
- 1.2. Fondamenti della sociologia dell'educazione
 - 1.2.1. Obiettivo della sociologia dell'educazione
 - 1.2.2. Rapporto tra educazione e sociologia
 - 1.2.3. Funzioni sociali dell'educazione
- 1.3. L'educazione come istituzione sociale
 - 1.3.1. Concetto di istituzione sociale
 - 1.3.2. Funzioni dell'educazione come istituzione sociale
 - 1.3.3. Educazione alla cittadinanza
 - 1.3.4. Il ruolo trasformativo dell'educazione
- 1.4. Principali istituzioni sociali
 - 1.4.1. La famiglia
 - 1.4.2. La scuola
 - 1.4.3. La società
 - 1.4.4. Rapporto tra famiglia, scuola e società
- 1.5. Teorie sulla scolarizzazione I
 - 1.5.1. I codici linguistici di Berstein
 - 1.5.2. Scuole e capitalismo industriale: Bowles e Gintis
 - 1.5.3. Ivan Illich e il curriculum nascosto
 - 1.5.4. La riproduzione culturale

- 1.6. Teorie sulla scolarizzazione II
 - 1.6.1. Istruzione e disuguaglianza
 - 1.6.2. James Coleman
 - 1.6.3. Jeannie Oakes
- 1.7. Genere ed etnia nella sociologia dell'educazione
 - 1.7.1. Introduzione e concetti
 - 1.7.2. Genere e sistema educativo
 - 1.7.3. Revisione del modello
 - 1.7.4. Istruzione ed etnicità
- 1.8. Attenzione alle differenze
 - 1.8.1. Attenzione alla diversità
 - 1.8.2. Inclusione e integrazione scolastica
 - 1.8.3. Insegnamento personalizzato
 - 1.8.4. Procedure per l'insegnamento personalizzato
- 1.9. Nuove sfide per la sociologia dell'educazione
 - 1.9.1. La società che cambia
 - 1.9.2. Globalizzazione e istruzione
 - 1.9.3. Istruzione e nuove tecnologie della comunicazione
 - 1.9.4. Tecnologie educative
- 1.10. Metodi di ricerca sociologica
 - 1.10.1. Concetti di base
 - 1.10.2. Il processo di ricerca
 - 1.10.3. I metodi di ricerca
 - 1.10.4. L'influenza della sociologia

Modulo 2. Antropologia sociale e culturale

- 2.1. Obiettivo dell'antropologia dell'educazione
 - 2.1.1. Definizione di antropologia
 - 2.1.2. Adattamento, variazione e cambiamento
 - 2.1.3. Antropologia generale
 - 2.1.4. Sottodiscipline dell'antropologia
 - 2.1.5. Antropologia applicata

- 2.2. Lavoro sul campo
 - 2.2.1. Etnografia
 - 2.2.2. Tecniche etnografiche
 - 2.2.3. Disegno di ricerca
 - 2.2.4. Codici etici
 - 2.2.5. L'indagine
 - 2.3. Cultura
 - 2.3.1. Delimitazione concettuale
 - 2.3.1.1. Cultura e natura
 - 2.3.1.2. Livelli di cultura
 - 2.3.2. Etnocentrismo, relativismo culturale e diritti umani
 - 2.3.3. Universalità, generalità e particolarità
 - 2.3.4. Meccanismi di cambiamento culturale
 - 2.3.5. Globalizzazione
 - 2.4. Letnicità
 - 2.4.1. Gruppi etnici ed etnicità
 - 2.4.2. Gruppi etnici, nazioni e nazionalità
 - 2.4.3. Coesistenza pacifica
 - 2.4.4. Le radici del conflitto etnico
 - 2.5. Forme di vita
 - 2.5.1. Strategie di adattamento
 - 2.5.2. Cacciatori
 - 2.5.3. Raccoglitori
 - 2.5.4. Pascolo
 - 2.5.5. Modalità di produzione
 - 2.5.6. Distribuzione e scambio
 - 2.6. Famiglie, parentela e genitorialità
 - 2.6.1. Famiglie
 - 2.6.2. Genitorialità
 - 2.6.3. Calcolo della parentela
 - 2.6.4. Terminologia della parentela
 - 2.7. Il matrimonio
 - 2.7.1. Matrimonio tra persone dello stesso sesso
 - 2.7.2. Incesto ed esogamia
 - 2.7.3. Spiegazioni del tabù dell'incesto
 - 2.7.4. Endogamia
 - 2.7.5. Il matrimonio come alleanza tra gruppi
 - 2.7.6. Il divorzio
 - 2.7.7. Matrimoni plurali
 - 2.8. Sistemi politici
 - 2.8.1. Bande e tribù
 - 2.8.2. I capi tribù
 - 2.8.3. Stati
 - 2.8.4. L'origine dello Stato
 - 2.9. Genere
 - 2.9.1. Definizione di genere
 - 2.9.2. Il genere tra i cacciatori
 - 2.9.3. Sessualità e genere
 - 2.9.4. Il genere tra i raccoglitori
 - 2.9.5. Patriarcato e violenza
 - 2.9.6. Femminilizzazione della povertà
 - 2.10. Antropologia applicata
 - 2.10.1. Utilità dell'antropologia
 - 2.10.2. Antropologia accademica
 - 2.10.3. Antropologia e istruzione
 - 2.10.4. Antropologia urbana
 - 2.10.5. Antropologia medica
- Modulo 3. Politica educativa e istruzione comparata**
- 3.1. Istruzione e Politica dell'educazione
 - 3.1.1. Natura e obiettivi della politica dell'educazione
 - 3.1.2. Ideologie e istruzione
 - 3.1.3. I sistemi educativi e il problema della loro riforma

- 3.2. Fondamenti dell'educazione comparata
 - 3.2.1. Definizione di educazione comparativa
 - 3.2.2. Evoluzione dell'educazione comparata
 - 3.2.3. Prospettive attuali dell'educazione comparata
 - 3.2.4. Obiettivi e fonti dell'educazione comparata
- 3.3. Metodologia della ricerca comparativa
 - 3.3.1. Definizione del disegno metodologico
 - 3.3.2. Fasi della ricerca educativa comparativa
 - 3.3.3. Disegno di ricerca
 - 3.3.4. Sviluppo della ricerca
- 3.4. Fonti e risorse dell'educazione comparata
 - 3.4.1. Organizzazione dell'informazione in campo educativo
 - 3.4.2. Risorse e strumenti utili per l'educazione comparata
 - 3.4.3. Esempi di disegni di studi comparativi
- 3.5. Sistemi educativi in Europa
 - 3.5.1. Modelli di regolamentazione
 - 3.5.2. Il modello scolastico francese
 - 3.5.3. Il sistema scolastico inglese
 - 3.5.4. La riforma dell'istruzione in Spagna
- 3.6. Politica educativa sovranazionale
 - 3.6.1. Definizione e oggetto di studio
 - 3.6.2. Le politiche educative sovranazionali contemporanee
 - 3.6.3. Tipi e approcci delle politiche sovranazionali
- 3.7. Organizzazioni internazionali e istruzione
 - 3.7.1. Rilevanza delle agenzie internazionali nel settore dell'istruzione
 - 3.7.2. Agenzie delle Nazioni Unite
 - 3.7.3. La Banca Mondiale
- 3.8. La politica educativa nell'Unione Europea
 - 3.8.1. Le fasi della politica educativa europea
 - 3.8.2. Obiettivi della politica educativa europea
 - 3.8.3. Il futuro della politica educativa comunitaria





- 3.9. Panoramica internazionale dell'istruzione
 - 3.9.1. Il contesto educativo globale
 - 3.9.2. Il XXI secolo e l'istruzione
 - 3.9.3. Educazione, sviluppo sostenibile e pace
- 3.10. Collegamenti tra ricerca comparativa e Direzione della politica educativa
 - 3.10.1. Contesto attuale tra ricerca comparativa e politiche educative
 - 3.10.2. Fasi tra le due discipline
 - 3.10.3. Metodologia per lo studio comparato delle politiche educative

Modulo 4. Economia dell'educazione

- 4.1. Introduzione all'economia
 - 4.1.1. Concetto di economia
 - 4.1.2. Elementi che definiscono l'economia
 - 4.1.3. Funzionamento dell'economia
 - 4.1.4. Sistemi economici
- 4.2. Economia dell'educazione
 - 4.2.1. Educazione ed economia
 - 4.2.2. Storia dell'economia dell'educazione
 - 4.2.3. Aspetti economici dell'educazione
- 4.3. Fonti e modelli di finanziamento dell'istruzione
 - 4.3.1. Meccanismi finanziari nell'istruzione
 - 4.3.2. Finanziamento dell'istruzione obbligatoria
 - 4.3.3. Finanziamento dell'istruzione post-obbligatoria
 - 4.3.4. Modelli di finanziamento
- 4.4. Beni pubblici ed esternalità dell'attività educativa
 - 4.4.1. Esternalità nel settore educativo
 - 4.4.2. Forme di intervento pubblico nel settore educativo
 - 4.4.3. I benefici dell'educazione
 - 4.4.4. Educazione come bene pubblico o privato?
 - 4.4.5. Motivazione dell'intervento pubblico in ambito educativo
- 4.5. Sviluppo economico ed educazione
 - 4.5.1. Educazione e produzione
 - 4.5.2. Educazione e convergenza economica
 - 4.5.3. Problemi di definizione e di stima economica
 - 4.5.4. Il contributo del settore educativo alla crescita economica

- 4.6. Analisi delle determinanti del benessere economico
 - 4.6.1. Contesto teorico
 - 4.6.2. Analisi descrittiva dello sviluppo economico e sociale globale
 - 4.6.3. Lo sviluppo umano e i suoi fattori determinanti
- 4.7. Produzione e rendimento in ambito educativo
 - 4.7.1. Contestualizzazione della produzione educativa
 - 4.7.2. Funzione di produzione educativa
 - 4.7.3. Input nel processo di produzione
 - 4.7.4. Modelli per la misurazione dei risultati e delle prestazioni educative
 - 4.7.5. Progettazione e interpretazione dei dati nella produzione educativa
 - 4.7.6. Valore economico educativo
- 4.8. Mercato del lavoro ed educazione
 - 4.8.1. Concetti di base
 - 4.8.2. Funzionalismo tecnologico e teoria del capitale umano
 - 4.8.3. Credenzialismo e teoria delle corrispondenze
 - 4.8.4. Teoria dei filtri
 - 4.8.5. Economia globalizzata e occupazione
- 4.9. Mercato del lavoro e docenti
 - 4.9.1. Il mercato del lavoro nel secolo XXI
 - 4.9.2. Differenze tra mercato del lavoro e mercato del lavoro educativo
 - 4.9.3. Il professionista dell'insegnamento
- 4.10. Investimenti e spese per il settore educativo
 - 4.10.1. Sistemi educativi OCSE
 - 4.10.2. Spesa per il settore educativo
 - 4.10.3. L'istruzione come investimento
 - 4.10.4. Giustificazione per l'intervento pubblico
- 5.1. TIC, alfabetizzazione digitale e competenze
 - 5.1.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.1.2. La scuola nella società della conoscenza
 - 5.1.3. Le TIC nel processo di insegnamento e apprendimento
 - 5.1.4. Alfabetizzazione e competenze digitali
 - 5.1.5. Il ruolo dell'insegnante in aula
 - 5.1.6. Competenze digitali degli insegnanti
 - 5.1.7. Riferimenti bibliografici
 - 5.1.8. Hardware in classe: PDI, tablet e smartphone
 - 5.1.9. Internet come risorsa educativa: web 2.0 e m-Learning
 - 5.1.10. Il docente come parte del web 2.0: come costruire la propria identità digitale?
 - 5.1.11. Linee guida per la creazione dei profili degli insegnanti
 - 5.1.12. Creare un profilo insegnante su Twitter
 - 5.1.13. Riferimenti bibliografici
- 5.2. Creare contenuti pedagogici con le TIC e le loro possibilità in classe
 - 5.2.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.2.2. Condizioni per l'apprendimento partecipativo
 - 5.2.3. Il ruolo dello studente in classe con gli strumenti TIC: prosumer
 - 5.2.4. Creazione di contenuti sul web 2.0: strumenti digitali
 - 5.2.5. Il blog come risorsa pedagogica in classe
 - 5.2.6. Linee guida per la creazione di un blog didattico
 - 5.2.7. Elementi del blog come risorsa educativa
 - 5.2.8. Riferimenti bibliografici
- 5.3. Ambienti di apprendimento personali per gli insegnanti
 - 5.3.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.3.2. Preparazione degli insegnanti per l'integrazione delle TIC
 - 5.3.3. Le comunità di apprendimento
 - 5.3.4. Definizione di ambienti personali dell'apprendimento
 - 5.3.5. Uso didattico del PLE e del PNL
 - 5.3.6. Progettare e creare il nostro PLE in classe
 - 5.3.7. Riferimenti bibliografici
- 5.4. Apprendimento collaborativo e curatela dei contenuti
 - 5.4.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.4.2. Apprendimento collaborativo per un'introduzione efficace delle TIC in classe
 - 5.4.3. Strumenti digitali per il lavoro collaborativo
 - 5.4.4. Curatela dei contenuti
 - 5.4.5. La content curation come pratica didattica per promuovere le competenze digitali degli studenti
 - 5.4.6. L'insegnante curatore di contenuti Scoop.it
 - 5.4.7. Riferimenti bibliografici

Modulo 5. Tecnologie di informazione e comunicazione per l'educazione

- 5.5. Uso pedagogico dei social network Sicurezza nell'uso di strumenti TIC in aula
 - 5.5.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.5.2. Principio dell'apprendimento connesso
 - 5.5.3. I social network: strumenti per la creazione di comunità di apprendimento
 - 5.5.4. La comunicazione nei social network: gestire i nuovi codici comunicativi
 - 5.5.5. Tipi di social network
 - 5.5.6. Come utilizzare i social media in classe: creazione di contenuti
 - 5.5.7. Sviluppare le competenze digitali di studenti e docenti con l'integrazione dei social network in classe
 - 5.5.8. Introduzione e obiettivi della sicurezza nell'uso delle TIC in classe
 - 5.5.9. Identità digitale
 - 05.5.10. Rischi per i minori su internet
 - 5.5.11. Educazione ai valori con strumenti TIC: metodologia di apprendimento-servizio (SLE) con risorse TIC
 - 5.5.12. Piattaforme per la promozione della sicurezza su Internet
 - 5.5.13. La sicurezza di internet come parte dell'educazione: scuole, famiglie, alunni e insegnanti
 - 5.5.14. Riferimenti bibliografici
- 5.6. Creazione di contenuti audiovisivi con strumenti TIC ABP e TIC
 - 5.6.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.6.2. Tassonomia di Bloom e TIC
 - 5.6.3. Il podcast educativo come elemento didattico
 - 5.6.4. Creazione audio
 - 5.6.5. L'immagine come elemento didattico
 - 5.6.6. Strumenti TIC con uso didattico delle immagini
 - 5.6.7. Modifica delle immagini con le TIC: strumenti per la modifica delle immagini
 - 5.6.8. Cos'è il PBL?
 - 5.6.9. Processo di lavoro con PBL e TIC
 - 5.6.10. Progettare il PBL con gli strumenti TIC
 - 5.6.11. Possibilità educative nel web 3.0
 - 5.6.12. Youtuber e instagrammer: l'apprendimento informale nei media digitali
 - 5.6.13. Il videotutorial come risorsa didattica in classe
 - 5.6.14. Piattaforme per la diffusione di materiali audiovisivi
 - 5.6.15. Linee guida per la creazione di un video didattico
 - 5.6.16. Riferimenti bibliografici
- 5.7. Regolamenti e legislazione applicabili alle TIC
 - 5.7.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.7.2. Leggi organiche sulla protezione dei dati
 - 5.7.3. Guida alle raccomandazioni per la privacy dei minori su internet
 - 5.7.4. Diritti dell'autore: copyright e creative commons
 - 5.7.5. Utilizzo di materiale protetto da copyright
 - 5.7.6. Riferimenti bibliografici
- 5.8. Gamification: motivazione e TIC in classe
 - 5.8.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.8.2. La gamification entra in classe attraverso gli ambienti di apprendimento virtuali
 - 5.8.3. Apprendimento basato sul gioco (GBL)
 - 5.8.4. La realtà aumentata (RA) in aula
 - 5.8.5. Tipi di realtà aumentata ed esperienze in classe
 - 5.8.6. Codici QR in classe: generazione di codici e applicazioni didattiche
 - 5.8.7. Esperienze di classe
 - 5.8.8. Riferimenti bibliografici
- 5.9. Competenza mediatica nella classe delle TIC
 - 5.9.1. Introduzione e obiettivi
 - 5.9.2. Promuovere la competenza mediatica degli insegnanti
 - 5.9.3. Padroneggiare la comunicazione per motivare l'insegnamento
 - 5.9.4. Comunicare i contenuti pedagogici con le TIC
 - 5.9.5. Importanza dell'immagine come risorsa pedagogica
 - 5.9.6. Le presentazioni digitali come risorsa didattica in classe
 - 5.9.7. Lavorare con le immagini in classe
 - 5.9.8. Condividere le immagini sul web 2.0
 - 5.9.9. Riferimenti bibliografici
- 5.10. Valutazione per l'apprendimento potenziato dalle TIC
 - 5.10.1. Introduzione e valutazione degli obiettivi per l'apprendimento potenziato tramite strumenti TIC
 - 5.10.2. Strumenti di valutazione: portfolio digitale e rubriche
 - 5.10.3. Costruire un ePortfolio con Google Sites
 - 5.10.4. Creare rubriche di valutazione
 - 5.10.5. Progettare valutazioni e autovalutazioni con Google Forms
 - 5.10.6. Riferimenti bibliografici

Modulo 6. Esclusione sociale e politiche di inclusione

- 6.1. Concetti di base su uguaglianza e diversità
 - 6.1.1. Diversità e pari opportunità
 - 6.1.2. Coesione sociale, esclusione, disuguaglianza e ambito educativo
 - 6.1.3. Processi di esclusione nel campo dell'educazione formale e non formale: aspetti differenziali e immagini della diversità
- 6.2. Natura e origine delle principali cause di esclusione sociale e disuguaglianze nelle società moderne e contemporanee
 - 6.2.1. Contesto attuale dell'esclusione sociale
 - 6.2.2. Nuova realtà socio-demografica
 - 6.2.3. Nuova realtà lavorativa
 - 6.2.4. Crisi del welfare state
 - 6.2.5. Nuove forme relazionali e nuovi legami sociali
- 6.3. Esclusione a scuola
 - 6.3.1. Premessa epistemologica
 - 6.3.2. Riferimenti sociologici
 - 6.3.3. Contesto sociale che genera disuguaglianze
 - 6.3.4. Esclusione sociale e integrazione
 - 6.3.5. Scolarizzazione ed esclusione educativa
 - 6.3.6. Meritocrazia e democratizzazione dell'istruzione secondaria
 - 6.3.7. Il discorso neoliberale e gli effetti del potere
- 6.4. Principali fattori di insuccesso scolastico
 - 6.4.1. Definizione di fallimento scolastico
 - 6.4.2. Cause del fallimento scolastico
 - 6.4.3. Difficoltà associate al fallimento
 - 6.4.4. Metodi di individuazione dell'insuccesso scolastico
- 6.5. Scuola inclusiva e interculturalità
 - 6.5.1. Società pluriculturale ed educazione interculturale
 - 6.5.2. L'educazione inclusiva come risposta
 - 6.5.3. Convivenza democratica in classe
 - 6.5.4. Proposte metodologiche per l'educazione inclusiva

- 6.6. Approcci pratici alla tutela delle diversità
 - 6.6.1. L'educazione inclusiva in Spagna
 - 6.6.2. L'educazione inclusiva in Francia
 - 6.6.3. L'educazione inclusiva in Sudamerica
- 6.7. L'esclusione digitale nella società della conoscenza
 - 6.7.1. Strumenti TIC e divario digitale
 - 6.7.2. Le possibilità di impiego degli strumenti TIC per favorire l'occupabilità
 - 6.7.3. Come migliorare il contributo degli strumenti TIC all'inclusione sociale
- 6.8. L'inclusione delle TIC all'interno della scuola diversa
 - 6.8.1. Strumenti TIC come risorse inclusive
 - 6.8.2. Preparazione dei docenti, strumenti TIC e interesse per la diversità
 - 6.8.3. Adattamento degli strumenti TIC alle esigenze degli studenti
- 6.9. Esclusione sociale e innovazione pedagogica
 - 6.9.1. Inclusione, un nuovo paradigma
 - 6.9.2. La denaturalizzazione dell'insuccesso scolastico
 - 6.9.3. Difendere la diversità
 - 6.9.4. Mettere in discussione l'omogeneità
 - 6.9.5. Rinuncia al ruolo di insegnante
- 6.10. Esigenze e pratiche nelle politiche sociali per l'inclusione
 - 6.10.1. Le politiche di inclusione come garanzia di affermazione dei diritti
 - 6.10.2. Anticipare i problemi sociali
 - 6.10.3. Partecipazione sociale
 - 6.10.4. Articolazione a più livelli

Modulo 7. Legislazione e regime giuridico delle organizzazioni educative

- 7.1. Organizzazione scolastica
 - 7.1.1. La complessità dell'organizzazione scolastica
 - 7.1.2. L'organizzazione scolastica e i suoi elementi
 - 7.1.3. L'organizzazione scolastica e la legislazione educativa
- 7.2. Politica e amministrazione educativa
 - 7.2.1. Politica educativa
 - 7.2.2. Amministrazione scolastica: livelli e distribuzione delle competenze
 - 7.2.3. Gli organi di coordinamento amministrativo del sistema educativo

- 7.3. Legislazione educativa e livelli di specificazione curricolare
 - 7.3.1. La legislazione educativa e la piramide normativa
 - 7.3.2. La legislazione educativa e i diversi tipi di norme giuridiche
 - 7.3.3. I livelli di concretezza curricolare nel sistema educativo
- 7.4. Il contesto legislativo recente
 - 7.4.1. La legge generale sull'istruzione e il periodo di transizione democratica
- 7.5. L'educazione nel quadro dell'Unione Europea
 - 7.5.1. Concezioni generali dell'Unione Europea e dell'Educazione
 - 7.5.2. Lo spazio Europeo dell'educazione superiore e i suoi elementi
 - 7.5.3. Altri sistemi educativi nell'Unione Europea
- 7.6. La configurazione del Sistema Educativo
 - 7.6.1. L'organigramma dell'attuale sistema educativo: il LOE, il LOMCE e il LOMLOE
 - 7.6.2. Gli elementi essenziali del sistema educativo
 - 7.6.3. Le caratteristiche di base dell'istruzione prescolare e primaria
- 7.7. Diritti e libertà nel campo dell'istruzione
 - 7.7.1. I diritti e le libertà nel campo dell'istruzione nella Costituzione
 - 7.7.2. Il diritto all'istruzione
 - 7.7.3. Libertà di educazione
- 7.8. Struttura e organizzazione delle scuole: il PEC, la PGA e il RRI
 - 7.8.1. La struttura delle scuole
 - 7.8.2. L'organizzazione delle scuole
 - 7.8.3. Documenti pedagogico-normativi: il PEC, il PGA e il RRI
- 7.9. Aspetti fondamentali delle scuole
 - 7.9.1. Il calendario scolastico e gli orari
 - 7.9.2. L'edificio scolastico e le sue aule
- 7.10. Altre idee essenziali sull'organizzazione delle scuole
 - 7.10.1. L'organizzazione del corpo studentesco
 - 7.10.2. La promozione scolastica
 - 7.10.3. Attenzione alla diversità
 - 7.10.4. Tutoraggio
 - 7.10.5. La valutazione delle scuole
 - 7.10.6. L'ambiente educativo

Modulo 8. Valutazione dei programmi educativi

- 8.1. Concetto e componenti del programma: Valutazione pedagogica
 - 8.1.1. La valutazione
 - 8.1.2. Valutazione e istruzione
 - 8.1.3. Componenti della valutazione educativa
- 8.2. Modelli e metodologie di valutazione
 - 8.2.1. Standard per la valutazione educativa
 - 8.2.2. Modelli di valutazione educativa
 - 8.2.3. Valutazione intesa come processo
- 8.3. Standard per la ricerca valutativa
 - 8.3.1. Concetto generale sugli standard
 - 8.3.2. Organizzazione e contenuto degli standard
 - 8.3.3. Riflessioni sugli standard
- 8.4. Principio di complementarità. Metodi e tecniche
 - 8.4.1. Definizione del principio di complementarità
 - 8.4.2. Metodologia di applicazione del principio di complementarità
 - 8.4.3. Tecniche di complementarità
- 8.5. Tecniche e strumenti di valutazione educativa
 - 8.5.1. Strategie di valutazione educativa
 - 8.5.2. Tecniche e strumenti di valutazione educativa
 - 8.5.3. Esempi di tecniche di valutazione educativa
- 8.6. Dati, statistiche, file e indici disponibili. Analisi dei contenuti
 - 8.6.1. Concettualizzazione dell'analisi del contenuto
 - 8.6.2. Prime proposte metodologiche di analisi del contenuto
 - 8.6.3. Componenti dell'analisi dei dati
 - 8.6.4. Tecniche di analisi dei dati

- 8.7. Sondaggi, questionari, colloqui, osservazione, autodiagnosi, esami e scale di valutazione
 - 8.7.1. Concetto di strumento di valutazione educativa
 - 8.7.2. Criteri per la selezione degli strumenti di valutazione
 - 8.7.3. Tipi di tecniche e strumenti di valutazione
- 8.8. Esigenze, carenze e richieste: Valutazione iniziale e progettazione del programma
 - 8.8.1. Valutazione iniziale Introduzione
 - 8.8.2. Analisi delle necessità
 - 8.8.3. Progettazione del programma
- 8.9. Sviluppo del programma: Valutazione istruttiva del programma
 - 8.9.1. Introduzione
 - 8.9.2. Valutazione istruttiva: Sviluppo
 - 8.9.3. Conclusioni
- 8.10. Conclusione del programma: Valutazione finale e sommativa
 - 8.10.1. Introduzione
 - 8.10.2. Valutazione finale e sommativa
 - 8.10.3. Conclusioni
- 9.4. Politiche, piani e programmi per il miglioramento della qualità dell'istruzione
 - 9.4.1. Il concetto e il contesto del movimento per il miglioramento della qualità della scuola
 - 9.4.2. Sviluppo storico della qualità scolastica
 - 9.4.3. Contributi delle politiche di miglioramento della qualità scolastica
 - 9.4.4. Fasi del processo di miglioramento della qualità scolastica
- 9.5. Qualità dell'istruzione e sistemi di valutazione
 - 9.5.1. Introduzione: qualità e valutazione
 - 9.5.1.1. Funzioni della valutazione della qualità
 - 9.5.1.2. Oggetti della valutazione della qualità
 - 9.5.1.3. Caratteristiche della valutazione della qualità
 - 9.5.1.4. Uso improprio della valutazione della qualità
 - 9.5.2. Indicatori di qualità
 - 9.5.3. Valutazione nei centri educativi
 - 9.5.4. Conclusioni
- 9.6. Prospettive di valutazione della qualità educativa
 - 9.6.1. Valutazione come agente di miglioramento
 - 9.6.2. Approccio di valutazione globale
 - 9.6.3. I rischi potenziali della valutazione
 - 9.6.4. Conclusioni

Modulo 9. Politiche di qualità nelle organizzazioni educative

- 9.1. La qualità dell'istruzione: discorsi, politiche e pratiche
 - 9.1.1. Introduzione: qualità e istruzione
 - 9.1.2. Qualità educativa e neoliberalismo
 - 9.1.3. Discorsi sulla politica educativa
 - 9.1.4. Il diritto a un'istruzione di qualità
- 9.2. Dibattiti sulla qualità dell'istruzione
 - 9.2.1. Introduzione
 - 9.2.2. Qualità e scuola pubblica
 - 9.2.3. Le controversie sulla qualità dell'istruzione
 - 9.2.4. Conclusioni
- 9.3. Discorsi politici contemporanei sulla qualità dell'istruzione a livello internazionale
 - 9.3.1. Introduzione
 - 9.3.2. I cambiamenti discorsivi in materia di istruzione
 - 9.3.3. Qualità e sviluppo economico
 - 9.3.4. Concetto di sviluppo umano
 - 9.3.5. Discorsi internazionali sulla qualità dell'istruzione
- 9.7. Pratiche contemporanee di miglioramento della qualità educativa
 - 9.7.1. Le politiche di qualità educativa in Spagna
 - 9.7.2. Politiche di qualità educativa in America Latina
 - 9.7.3. Politiche di qualità educativa in Francia
- 9.8. Approccio di genere e qualità dell'istruzione
 - 9.8.1. Genere e qualità dell'istruzione
 - 9.8.2. Il genere come elemento di qualità
 - 9.8.3. Conclusioni
- 9.9. Approccio alla cittadinanza ed educazione alla qualità
 - 9.9.1. Partecipazione dei cittadini e miglioramento della qualità dell'istruzione
 - 9.9.2. Democrazia e qualità
 - 9.9.3. Conclusioni

- 9.10. Università e qualità dell'istruzione
 - 9.10.1. La qualità universitaria: concetto e dimensioni
 - 9.10.2. L'università di massa
 - 9.10.3. Gli attori educativi intorno alla qualità
 - 9.10.4. Ricerca, qualità e università
 - 9.10.5. Conclusioni

Modulo 10. Uguaglianza e diversità in classe

- 10.1. Concetti di base su uguaglianza e diversità
 - 10.1.1. Uguaglianza, diversità, differenza, giustizia ed equità
 - 10.1.2. La diversità come parte positiva e intrinseca della vita
 - 10.1.3. Relativismo ed etnocentrismo
 - 10.1.4. Dignità umana e diritti umani
 - 10.1.5. Prospettive teoriche sulla diversità in aula
 - 10.1.6. Riferimenti bibliografici
- 10.2. Evoluzione dall'educazione speciale all'educazione inclusiva nella prima infanzia
 - 10.2.1. Concetti chiave dall'educazione specifica a quella inclusiva
 - 10.2.2. Condizioni per una scuola inclusiva
 - 10.2.3. Promuovere l'educazione inclusiva nell'educazione infantile
- 10.3. Caratteristiche ed esigenze nella prima infanzia
 - 10.3.1. Acquisizione di abilità motorie
 - 10.3.2. Acquisizione dello sviluppo psicologico
 - 10.3.3. Sviluppo della soggettivazione
- 10.4. Esclusione a scuola
 - 10.4.1. Il curriculum nascosto
 - 10.4.2. Intolleranza e xenofobia
 - 10.4.3. Come individuare il bullismo in classe?
 - 10.4.4. Riferimenti bibliografici
- 10.5. Principali fattori di insuccesso scolastico
 - 10.5.1. Stereotipi e pregiudizi
 - 10.5.2. Profezie che si autoavverano, l'Effetto Pigmalione
 - 10.5.3. Altri fattori che influenzano l'insuccesso scolastico
 - 10.5.4. Riferimenti bibliografici
- 10.6. Scuola inclusiva e interculturale
 - 10.6.1. La scuola come entità aperta
 - 10.6.2. Dialogo
 - 10.6.3. Educazione interculturale e attenzione alla diversità
 - 10.6.4. Che cos'è la scuola interculturale?
 - 10.6.5. Problemi nell'ambiente scolastico
 - 10.6.6. Azioni
 - 10.6.7. Proposte sull'interculturalità su cui lavorare in classe
 - 10.6.8. Riferimenti bibliografici
- 10.7. L'esclusione digitale nella società della conoscenza
 - 10.7.1. Trasformazioni nella società dell'informazione e della conoscenza
 - 10.7.2. L'accesso alle informazioni
 - 10.7.3. Web 2.0: da consumatori a creatori
 - 10.7.4. Rischi nell'uso delle TIC
 - 10.7.5. Il divario digitale: un nuovo tipo di esclusione
 - 10.7.6. L'istruzione di fronte all'esclusione digitale
 - 10.7.7. Riferimenti bibliografici
- 10.8. L'inclusione delle TIC all'interno della scuola diversa
 - 10.8.1. Inclusione scolastica e digitale
 - 10.8.2. L'inclusione digitale a scuola: vantaggi e requisiti
 - 10.8.3. Cambiamenti nella concezione del processo educativo
 - 10.8.4. Trasformazioni nei ruoli di insegnante e studente
 - 10.8.5. Le TIC come elemento di attenzione alla diversità
 - 10.8.6. L'uso delle TIC per gli alunni con bisogni educativi di supporto
 - 10.8.7. Riferimenti bibliografici
- 10.9. Metodologie attive per l'apprendimento con le TIC
 - 10.9.1. Introduzione e obiettivi
 - 10.9.2. Le TIC e il nuovo paradigma educativo: la personalizzazione dell'apprendimento
 - 10.9.3. Metodologie attive per un apprendimento efficace basato sulle TIC
 - 10.9.4. Imparare con la ricerca
 - 10.9.5. Apprendimento collaborativo e cooperativo
 - 10.9.6. Apprendimento basato su problemi e progetti

- 10.9.7. Flipped classroom
- 10.9.8. Strategie per scegliere le TIC giuste per ogni metodologia: intelligenze multiple e paesaggi di apprendimento
- 10.9.9. Riferimenti bibliografici
- 10.10. Apprendimento collaborativo e flipped classroom
 - 10.10.1. Introduzione e obiettivi
 - 10.10.2. Definizione di apprendimento collaborativo
 - 10.10.3. Differenze con l'apprendimento cooperativo
 - 10.10.4. Strumenti per l'apprendimento cooperativo e collaborativo: Padlet
 - 10.10.5. Definizione di flipped classroom
 - 10.10.6. Azioni didattiche per la programmazione della classe flipped
 - 10.10.7. Strumenti digitali per la creazione della classe capovolta
 - 10.10.8. Esperienze di classe capovolta
 - 10.10.9. Riferimenti bibliografici

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

- 11.1. Globalizzazione e Governance
 - 11.1.1. Governance e Corporate Governance
 - 11.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
 - 11.1.3. Il Ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance
- 11.2. Leadership
 - 11.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
 - 11.2.2. Leadership nelle imprese
 - 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali
 - 11.3.3. Gestione della Diversità
- 11.4. Sviluppo manageriale e leadership
 - 11.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
 - 11.4.2. Concetto di leadership
 - 11.4.3. Teorie di leadership
 - 11.4.4. Stili di leadership
 - 11.4.5. L'intelligenza nella leadership
 - 11.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

- 11.5. Etica d'impresa
 - 11.5.1. Etica e Morale
 - 11.5.2. Etica Aziendale
 - 11.5.3. Leadership ed etica nelle imprese
- 11.6. Sostenibilità
 - 11.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Le imprese sostenibili
- 11.7. Responsabilità sociale d'impresa
 - 11.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.8. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile
 - 11.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
 - 11.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
 - 11.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
 - 11.8.4. Strumenti e standard della RSC
- 11.9. Multinazionali e diritti umani
 - 11.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
 - 11.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
 - 11.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani
- 11.10. Ambiente legale e *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
 - 11.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
 - 11.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento

- 12.1. Direzione Strategica di persone
 - 12.1.1. Direzione strategica e risorse umane
 - 12.1.2. Management strategico del personale
- 12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze
 - 12.2.1. Analisi del potenziale
 - 12.2.2. Politiche di retribuzione
 - 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

- 12.3. Valutazione e gestione delle prestazioni
 - 12.3.1. Gestione del rendimento
 - 12.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi
- 12.4. Innovazione in gestione del talento e del personale
 - 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
 - 12.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
 - 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
 - 12.4.4. Proattività e innovazione
- 12.5. Motivazione
 - 12.5.1. La natura della motivazione
 - 12.5.2. Teoria delle aspettative
 - 12.5.3. Teoria dei bisogni
 - 12.5.4. Motivazione e compensazione economica
- 12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni
 - 12.6.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
 - 12.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni
- 12.7. Gestione del cambiamento
 - 12.7.1. Gestione del cambiamento
 - 12.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
 - 12.7.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento
- 12.8. Negoziazione e gestione dei conflitti
 - 12.8.1. Negoziazione
 - 12.8.2. Gestione dei Conflitti
 - 12.8.3. Gestione delle Crisi
- 12.9. Comunicazione direttiva
 - 12.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
 - 12.9.2. Dipartimento di comunicazione
 - 12.9.3. Il responsabile di comunicazione di azienda. Il profilo del Dircom
- 12.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento
 - 12.10.1. La produttività
 - 12.10.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria

- 13.1. Contesto Economico
 - 13.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario nazionale
 - 13.1.2. Istituti finanziari
 - 13.1.3. Mercati finanziari
 - 13.1.4. Attivi finanziari
 - 13.1.5. Altri enti del settore finanziario
- 13.2. Contabilità direttiva
 - 13.2.1. Concetti di base
 - 13.2.2. L'Attivo aziendale
 - 13.2.3. Il Passivo aziendale
 - 13.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
 - 13.2.5. Il Conto Economico
- 13.3. Sistemi informativi e Business Intelligence
 - 13.3.1. Concetto e classificazione
 - 13.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
 - 13.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti
- 13.4. Bilancio di previsione e controllo di gestione
 - 13.4.1. Il modello di bilancio
 - 13.4.2. Bilancio di Capitale
 - 13.4.3. Bilancio di Gestione
 - 13.4.5. Bilancio del Tesoro
 - 13.4.6. Controllo del bilancio
- 13.5. Direzione finanziaria
 - 13.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
 - 13.5.2. Dipartimento finanziario
 - 13.5.3. Eccedenza di tesoreria
 - 13.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
 - 13.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

- 13.6. Pianificazione finanziaria
 - 13.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
 - 13.6.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
 - 13.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
 - 13.6.4. La tabella *Cash Flow*
 - 13.6.5. La tabella di flusso
- 13.7. Strategia Finanziaria d'Impresa
 - 13.7.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
 - 13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale
- 13.8. Finanziamento strategico
 - 13.8.1. Autofinanziamento
 - 13.8.2. Aumento dei fondi propri
 - 13.8.3. Risorse ibride
 - 13.8.4. Finanziamenti tramite intermediari finanziari
- 13.9. Analisi e pianificazione finanziaria
 - 13.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
 - 13.9.2. Analisi del Conto Economico
 - 13.9.3. Analisi del Rendimento
- 13.10. Analisi e risoluzione di casi/problemi
 - 13.10.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategia

- 14.1. Direzione commerciale
 - 14.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
 - 14.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
 - 14.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Concetto di Marketing
 - 14.2.2. Elementi base del marketing
 - 14.2.3. Attività di marketing aziendale
- 14.3. Gestione strategica del Marketing
 - 14.3.1. Concetto di Marketing strategico
 - 14.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing
 - 14.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di marketing

- 14.4. Marketing online ed e-commerce
 - 14.4.1. Obiettivi di Marketing digitale e e-commerce
 - 14.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi
 - 14.4.3. E-commerce: Contesto generale
 - 14.4.4. Categorie dell'e-commerce
 - 14.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale
- 14.5. Digital Marketing per rafforzare il marchio
 - 14.5.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Digital Marketing per captare e fidelizzare clienti
 - 14.6.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Ipersegmentazione
- 14.7. Gestione delle campagne digitali
 - 14.7.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
 - 14.7.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
 - 14.7.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali
- 14.8. Strategie di vendita
 - 14.8.1. Strategie di vendita
 - 14.8.2. Metodi di vendite
- 14.9. Comunicazione aziendale
 - 14.9.1. Concetto
 - 14.9.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
 - 14.9.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
 - 14.9.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
 - 14.9.5. Elementi della comunicazione
 - 14.9.6. Problemi di comunicazione
 - 14.9.7. Scenari di comunicazione
- 14.10. Comunicazione e reputazione online
 - 14.10.1. La reputazione online
 - 14.10.2. Come misurare la reputazione digitale?
 - 14.10.3. Strumenti di reputazione online
 - 14.10.4. Rapporto sulla reputazione online
 - 14.10.5. Branding online

Modulo 15. Management Direttivo

- 15.1. General Management
 - 15.1.1. Concetto di General Management
 - 15.1.2. L'azione del General Management
 - 15.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
 - 15.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione
- 15.2. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
 - 15.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
- 15.3. Direzione di operazioni
 - 15.3.1. Importanza della direzione
 - 15.3.2. La catena di valore
 - 15.3.3. Gestione della qualità
- 15.4. Oratoria e preparazione dei portavoce
 - 15.4.1. Comunicazione interpersonale
 - 15.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
 - 15.4.3. Barriere nella comunicazione
- 15.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative
 - 15.5.1. Comunicazione interpersonale
 - 15.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
 - 15.5.3. La comunicazione nelle imprese
 - 15.5.4. Strumenti nelle imprese
- 15.6. Comunicazione in situazioni di crisi
 - 15.6.1. Crisi
 - 15.6.2. Fasi della crisi
 - 15.6.3. Messaggi: contenuti e momenti
- 15.7. Preparazione di un piano di crisi
 - 15.7.1. Analisi dei potenziali problemi
 - 15.7.2. Pianificazione
 - 15.7.3. Adeguatezza del personale

- 15.8. Intelligenza emotiva
 - 15.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
 - 15.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
 - 15.8.3. Autostima e comunicazione emotiva
- 15.9. Personal Branding
 - 15.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale
 - 15.9.2. Leggi del branding personale
 - 15.9.3. Strumenti per la costruzione di brand personali
- 15.10. Leadership e gestione di team
 - 15.10.1. Leadership e stile di leadership
 - 15.10.2. Capacità e sfide del Leader
 - 15.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
 - 15.10.4. Gestione di Team Multiculturali



Fai un salto verso la massima qualità e diventa un professionista altamente qualificato sul mercato del lavoro"

06

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 Education School utilizziamo il metodo casistico

In una data situazione concreta, cosa dovrebbe fare un professionista? Durante il programma, gli studenti affronteranno molteplici casi simulati basati su situazioni reali, in cui dovranno indagare, stabilire ipotesi e infine risolvere la situazione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo.

Con TECH l'educatore, il docente o il maestro sperimenta una forma di apprendimento che sta smuovendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Si tratta di una tecnica che sviluppa lo spirito critico e prepara l'educatore per il processo decisionale, la difesa di argomenti e il confronto di opinioni.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli educatori che seguono questo metodo non solo riescono ad assimilare i concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che esaminano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono all'educatore di integrarsi meglio nella pratica quotidiana.
3. L'assimilazione delle idee e dei concetti è resa più facile ed efficace grazie all'uso di situazioni prese dalla docenza reale.
4. La sensazione di efficienza degli sforzi compiuti diventa uno stimolo molto importante per gli studenti e si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

L'educatore imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate utilizzando software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.



All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Con questa metodologia sono stati formati oltre 85.000 educatori con un successo senza precedenti in tutte le specialità. La nostra metodologia pedagogica è sviluppata in un contesto 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 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.

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del nostro sistema di apprendimento è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



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.



Tecniche e procedure educative in video

TECH aggiorna lo studente sulle ultime tecniche, progressi educativi, in primo piano nell'attualità dell'educazione. Tutto questo, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato in prima persona per un'assimilazione e comprensione corretta. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

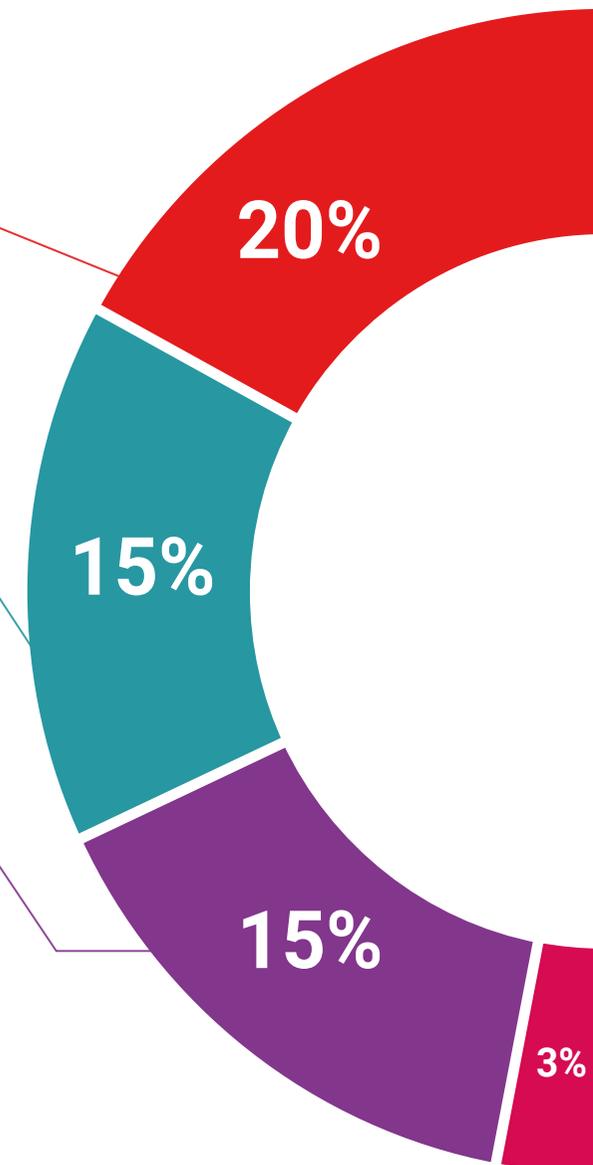
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

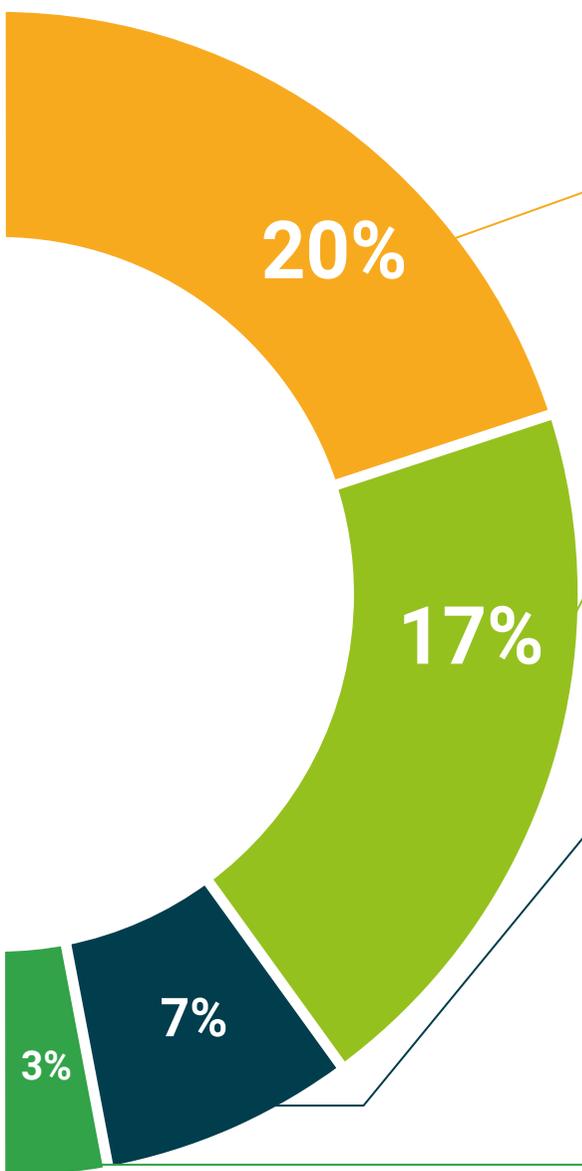
Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



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.





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, TECH ti presenta il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo della cura e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



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.



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.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



07

Titolo

L'MBA in Direzione delle Politiche Educative garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **MBA in Direzione delle Politiche Educative** 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 Privato** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Master Privato MBA in Direzione delle Politiche Educative**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



Master Privato MBA in Direzione delle Politiche Educative

Tipo di insegnamento	Ore
Obbligatorio (OB)	1.500
Opzionale (OP)	0
Tirocinio Esterno (TE)	0
Tesi di Master (TM)	0
Totale	1.500

Distribuzione generale del Programma			
Corso	Insegnamento	Ore	Codice
1°	Sociologia dell'educazione	100	OB
1°	Antropologia sociale e culturale	100	OB
1°	Politica educativa e istruzione comparata	100	OB
1°	Economia dell'educazione	100	OB
1°	Tecnologie di informazione e comunicazione per l'educazione	100	OB
1°	Esclusione sociale e politiche di inclusione	100	OB
1°	Legislazione e regime giuridico delle organizzazioni educative	100	OB
1°	Valutazione dei programmi educativi	100	OB
1°	Politiche di qualità nelle organizzazioni educative	100	OB
1°	Uguaglianza e diversità in classe	100	OB
1°	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa	100	OB
1°	Direzione del personale e gestione del talento	100	OB
1°	Gestione Economico-Finanziaria	100	OB
1°	Direzione Commerciale e Marketing Strategico	100	OB
1°	Executive Management	100	OB

Tere Guevara Navarro
Tere Guevara Navarro
Rettrice

tech università tecnologica

*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.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Master Privato

**MBA in Direzione delle
Politiche Educative**

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

Master Privato

MBA in Direzione delle
Politiche Educative

