

Esperto Universitario

Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti



Esperto Universitario Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 24 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/educazione/specializzazione/specializzazione-pianificazione-gestione-economico-finanziaria-progetti

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 28

06

Titolo

pag. 36

01

Presentazione

La gestione economica consiste nel determinare le risorse finanziarie e umane necessarie per realizzare un progetto e calcolarne il costo. Include anche il monitoraggio e il controllo delle entrate e delle uscite, dei costi generati durante l'attuazione del progetto, in modo da poter individuare eventuali deviazioni e prendere le decisioni necessarie per correggerle.



“

Questo Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti darà un senso di sicurezza allo svolgimento della tua professione, e ti aiuterà a crescere personalmente e professionalmente”

Pianificazione e controllo sono concetti interdipendenti, privi di significato l'uno senza l'altro. In un'organizzazione, è necessario sviluppare un sistema informativo che passi dalla pianificazione alla realtà e dalla realtà, a seconda delle deviazioni, nuovamente alla pianificazione per la sua revisione, in un processo di apprendimento e miglioramento continuo, chiudendo così il ciclo aziendale. Pianificazione e controllo di gestione sono concetti reciprocamente interconnessi: È difficile raggiungere gli obiettivi se la loro implementazione non viene pianificata in anticipo.

Durante il processo di pianificazione vengono definiti gli obiettivi, le finalità e i traguardi da raggiungere a breve e a lungo termine. Nella maggior parte dei casi queste aspettative saranno sostenute da strategie, piani d'azione e stanziamenti di risorse; tuttavia, i progressi e il raggiungimento di questi obiettivi devono essere quantificati. Il bilancio, grazie ai numeri, ci permette di far conoscere in un linguaggio certo i risultati che otterremo se realizzeremo ciò che abbiamo pianificato. In altre parole, alcuni aspetti qualitativi o soggettivi dei risultati da raggiungere vengono trasformati in aspetti pienamente misurabili e chiari, in modo da ottenere, in primo luogo, una visione economica numerica degli stessi e, in secondo luogo, determinare il contributo richiesto a ciascun membro dell'organizzazione. (Ministero dello Sviluppo).

Questo Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti educativi introduce gli studenti ai diversi progetti tecnologici che possono affrontare nel campo della realtà virtuale, della realtà aumentata, della realtà mista, dell'intelligenza artificiale e della robotica. Progetti metodologici come gamification, *flipped classroom*, *design thinking*, project-based learning, educational coaching. Progetti basati su valori come l'educazione emotiva, la lotta al bullismo e alla violenza di genere, ma anche progetti basati sulle prove e le loro fasi, progetti artistici, sanitari, sportivi, linguistici, di eccellenza e altri.

Questo programma prepara gli studenti ad analizzare la situazione e i problemi educativi, a diagnosticare gli indicatori educativi, i diversi problemi educativi, infrastrutturali, socio-economici, amministrativi e istituzionali.

Questo **Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti Educativi
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Novità su alterazioni visive e prestazioni scolastiche
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare attenzione alle metodologie innovative in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti Educativi
- ♦ Il tutto completato da lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Approfitta l'opportunità di scoprire
gli ultimi progressi in Pianificazione
e Gestione Economico-Finanziaria
di Progetti e di migliorare la
preparazione dei tuoi studenti"*



Questo Esperto Universitario è il miglior investimento che tu possa fare nella scelta di un programma di aggiornamento per due motivi: oltre a rinnovare le tue conoscenze in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti, otterrai una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Global University"

Il personale docente del programma comprende riconosciuti professionisti nel campo della Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti Educativi, così come rinomati specialisti appartenenti a società scientifiche e università prestigiose, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studi 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 progettazione di questo programma è centrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo studente dovrà cercare di risolvere i diversi casi pratici che gli verranno presentati durante il corso. A tal fine, il professionista dell'educazione sarà assistito da un innovativo sistema di video interattivi creato da rinomati esperti in materia di Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti Educativi, e con grande esperienza nell'insegnamento.

Aggiorna le tue conoscenze grazie al programma di Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti.

Aumenta la tua sicurezza nel processo decisionale aggiornando le tue conoscenze con questo programma di Esperto Universitario.



02 Obiettivi

L'Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti ha lo scopo di facilitare le prestazioni dei professionisti che si dedicano a lavorare con gli studenti nel campo dell'istruzione.



“

Questo Esperto Universitario è progettato per aiutarti ad aggiornare le tue conoscenze in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti mediante l'uso delle ultime tecnologie educative, per contribuire con qualità e sicurezza al processo decisionale e di accompagnamento degli studenti”



Obiettivi generali

- ♦ Conoscere a fondo gli elementi più importanti del progetto educativo
- ♦ Preparare persone nel campo dell'educazione per migliorare i progetti che realizzano, o per svilupparne di nuovi di propria creazione o in base alle evidenze
- ♦ Studiare tutte le fasi di programmazione e implementazione di un progetto educativo
- ♦ Analizzare i fattori da prendere in considerazione nella progettazione e realizzazione di progetti educativi
- ♦ Ottenere una visione d'insieme dell'intero processo e non solo un punto di vista parziale
- ♦ Comprendere il ruolo di ciascuno degli attori educativi in ogni fase della programmazione e dell'attuazione del progetto educativo
- ♦ Approfondire i fattori di successo del progetto educativo
- ♦ Diventare un esperto per guidare o partecipare a un progetto educativo di qualità

“

*Cogli l'opportunità e aggiornati
sulle ultime novità in Pianificazione
e Gestione Economico-Finanziaria
di Progetti”*





Obiettivi specifici

Modulo 1. Tipi di progetti educativi

- ♦ Conoscere i tipi più comuni di progetti educativi nelle scuole
- ♦ Scoprire i progetti educativi più innovativi del momento
- ♦ Comprendere la varietà di possibilità per la programmazione e l'implementazione di progetti educativi
- ♦ Analizzare i progetti educativi più comuni e innovativi nel campo della tecnologia
- ♦ Studiare progetti educativi basati sulle metodologie più innovative
- ♦ Comprendere i progetti educativi incentrati sui valori che migliorano i vari fattori del processo di insegnamento-apprendimento
- ♦ Determinare il concetto di progetti basati sull'evidenza

Modulo 2. Benefici dell'implementazione di un progetto educativo

- ♦ Imparare a sviluppare un progetto basato sulle evidenze in tutte le sue fasi
- ♦ Conoscere i progetti didattici artistici più importanti e innovativi
- ♦ Scoprire i progetti educativi più necessari nel campo della salute in un centro educativo
- ♦ Analizzare i progetti di educazione allo sport che possono essere di interesse per le scuole
- ♦ Comprendere i tipi di progetti didattici di apprendimento delle lingue

Modulo 3. Pianificazione e gestione economico-finanziaria di progetti educativi

- ♦ Comprendere i termini più importanti del marketing educativo
- ♦ Conoscere gli aspetti fondamentali necessari per una pubblicità efficace di un progetto educativo
- ♦ Scoprire la necessità del marketing nell'attuazione di un progetto educativo in un istituto scolastico

- ♦ Analizzare il processo di pianificazione commerciale
- ♦ Apprendere le fasi necessarie per l'analisi, la definizione degli obiettivi, la progettazione della strategia e la valutazione in relazione all'area marketing del progetto educativo
- ♦ Indagare la segmentazione dei mercati e della clientela
- ♦ Identificare le esigenze dei clienti per progettare un marketing efficace e realistico
- ♦ Sviluppare tecniche appropriate per il posizionamento e la costruzione del marchio personale

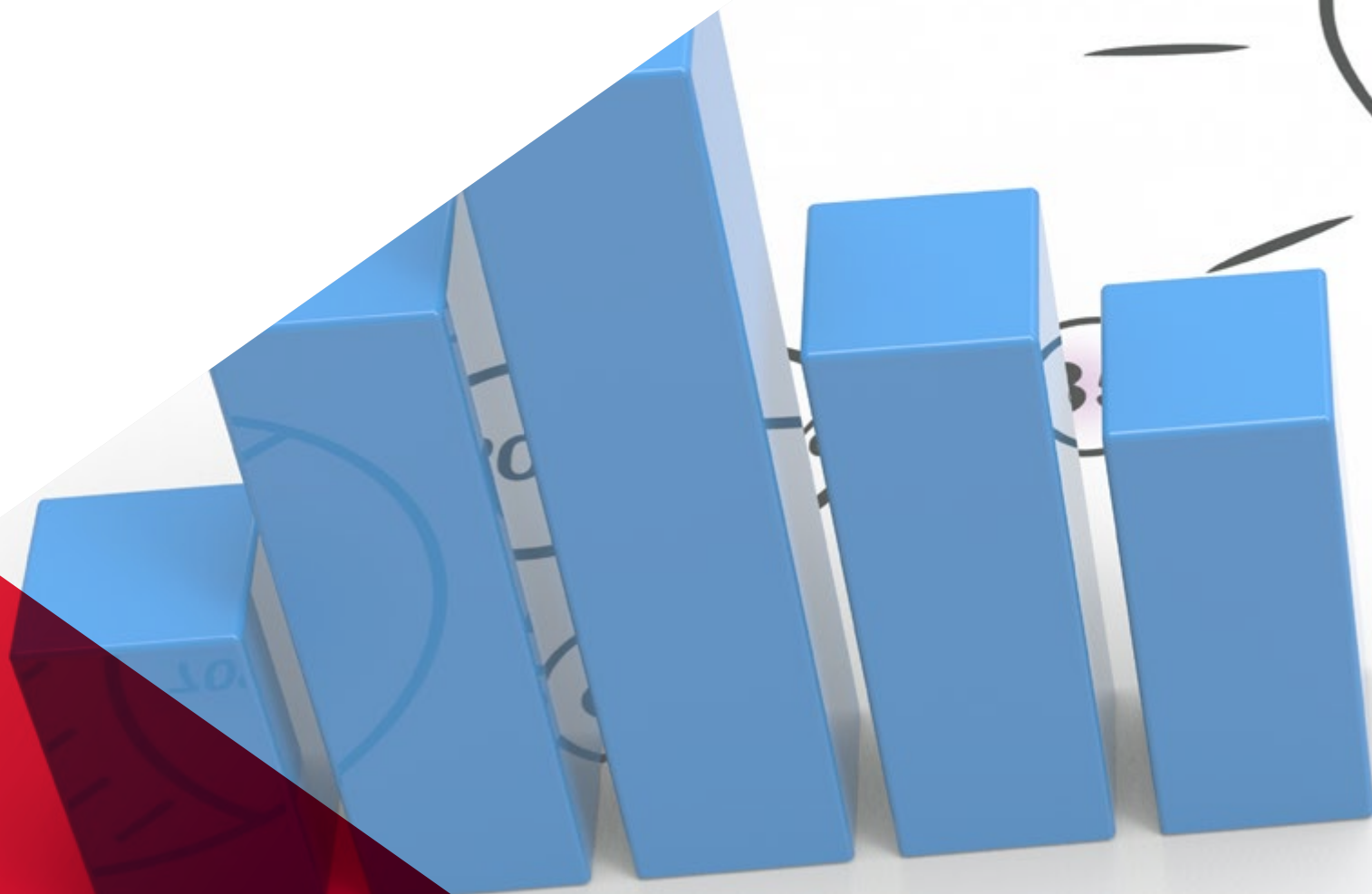
Modulo 4. Marketing e pubblicità di un progetto educativo

- ♦ Indagare la creatività pubblicitaria nei progetti educativi
- ♦ Imparare a creare annunci nella sfera digitale
- ♦ Analizzare tutte le aree necessarie nel campo del marketing e della pubblicità in relazione all'offerta educativa
- ♦ Scoprire i social network più importanti da utilizzare per il marketing e la pubblicità del progetto educativo
- ♦ Conoscere la modalità di impiego di ciascuno di essi per ottenere un'efficienza ottimale
- ♦ Indagare le fasi di sviluppo delle campagne pubblicitarie per il progetto educativo
- ♦ Imparare a creare e gestire strategie di marketing per le aziende di servizi
- ♦ Comprendere tutte le aree necessarie relative alle strategie di marketing
- ♦ Analizzare il processo di valutazione del rapporto costo-beneficio delle campagne

03

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende i migliori esperti in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente. Alla progettazione ed elaborazione del master, inoltre, partecipano altri rinomati specialisti che completano il programma in modo interdisciplinare.





“

*Impara da professionisti autorevoli le ultime novità
nei procedimenti nel campo della Pianificazione e
Gestione Economico-Finanziaria di Progetti”*

Direzione



Dott. Pattier Bocos, Daniel

- Cariche: Specialista in innovazione didattica
- Ricercatore e docente presso la Facoltà di Educazione dell'Università Complutense di Madrid
- Finalista per il premio come miglior insegnante in Spagna ai Premi Educa Abanca

Personale docente

Dott. Lozano Morote, María

- Cariche: Esperta in Gestione di Progetti Educativi
- Avvocata, MBA, mediatrice ed esperta di gestione di progetti educativi
- Attualmente lavora come responsabile di progetti educativi in una fondazione educativa spagnola

Dott. Ortiz Gómez, Juan Saunier

- Cariche: Docente specializzato in leadership educativa nei centri in processi di cambiamento e innovazione
- Esperto in gestione e direzione di centri educativi
- Insegnante di scuola media e superiore, con esperienza come direttore generale di un istituto educativo

Dott.ssa Martin Arteaga, Andrea Carolina

- Cariche: Community Manager specializzata in ricerche di mercato
- Dottorato in Scienze Pedagogiche. Istituto Pedagogico dell'America Latina e dei Caraibi (IPLAC). "Identidad UBEVISTA"
- Laurea in Pubblicità e Public Relations Università dello Zulia
- Diploma in Educazione universitaria. Istituto Pedagogico dell'America Latina e dei Caraibi
- Convegno Cuba Venezuela (IPLAC)
- Specializzazione in Fotografia, Scuola Nazionale di Belle Arti Julio Arraga



04

Struttura e contenuti

La struttura dei contenuti è stata ideata da un team di professionisti provenienti dai migliori centri educativi e dalle migliori università spagnole, consapevoli dell'importanza di una preparazione e un aggiornamento costanti al momento di svolgere il proprio lavoro e che si impegnano a impartire un insegnamento di qualità basato sulle nuove tecnologie educative.



“

Questo Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato”

Modulo 1. Tipi di progetti educativi

- 1.1. Progetti tecnologici
 - 1.1.1. Realtà virtuale
 - 1.1.2. Realtà aumentata
 - 1.1.3. Realtà mista
 - 1.1.4. Lavagne digitali
 - 1.1.5. Progetto iPad o tablet
 - 1.1.6. Cellulari in classe
 - 1.1.7. Robotica educativa
 - 1.1.8. Intelligenza artificiale
 - 1.1.9. *E-learning* e educazione online
 - 1.1.10. Stampanti 3D
- 1.2. Progetti metodologici
 - 1.2.1. Gamification
 - 1.2.2. Educazione basata sul gioco
 - 1.2.3. *Flipped classroom*
 - 1.2.4. Apprendimento basato su progetti
 - 1.2.5. Apprendimento basato su problemi
 - 1.2.6. Apprendimento basato sul pensiero
 - 1.2.7. Apprendimento Basato sulle Competenze
 - 1.2.8. Apprendimento cooperativo
 - 1.2.9. *Design Thinking*
 - 1.2.10. Metodologia Montessori
 - 1.2.11. Pedagogia musicale
 - 1.2.12. Coaching educativo
- 1.3. Progetti di valori
 - 1.3.1. Educazione emotiva
 - 1.3.2. Progetti anti-bullismo
 - 1.3.3. Progetti per sostenere le associazioni
 - 1.3.4. Progetti per la pace
 - 1.3.5. Progetti per la non discriminazione
 - 1.3.6. Progetti di solidarietà
 - 1.3.7. Progetti contro la violenza di genere
 - 1.3.8. Progetti di inclusione
 - 1.3.9. Progetti interculturali
 - 1.3.10. Progetti di coesistenza
- 1.4. Progetti basati sull'evidenza
 - 1.4.1. Introduzione ai progetti basati sull'evidenza
 - 1.4.2. Analisi preliminare
 - 1.4.3. Determinazione dell'obiettivo
 - 1.4.4. Ricerca scientifica
 - 1.4.5. Scelta del progetto
 - 1.4.6. Contestualizzazione locale o nazionale
 - 1.4.7. Studio di fattibilità
 - 1.4.8. Attuazione del progetto basato sull'evidenza
 - 1.4.9. Monitoraggio del progetto basato sull'evidenza
 - 1.4.10. Valutazione del progetto basato sull'evidenza
 - 1.4.11. Pubblicazione di risultati
- 1.5. Progetti artistici
 - 1.5.1. LOVA (L'Opera come Veicolo di Apprendimento)
 - 1.5.2. Teatro
 - 1.5.3. Progetti musicali
 - 1.5.4. Coro e orchestra
 - 1.5.5. Progetti sull'infrastruttura del centro
 - 1.5.6. Progetti di arti visive
 - 1.5.7. Progetti di arti plastiche
 - 1.5.8. Progetti di arti decorative
 - 1.5.9. Progetti di arte di strada
 - 1.5.10. Progetti incentrati sulla creatività

- 1.6. Progetti di salute
 - 1.6.1. Servizi infermieristici
 - 1.6.2. Progetti di alimentazione sana
 - 1.6.3. Progetti dentali
 - 1.6.4. Progetti oftalmologici
 - 1.6.5. Piano di primo soccorso
 - 1.6.6. Piano di emergenza
 - 1.6.7. Progetti con enti sanitari esterni
 - 1.6.8. Progetti di cura della persona
- 1.7. Progetti sportivi
 - 1.7.1. Costruzione o ristrutturazione di parchi giochi
 - 1.7.2. Costruzione o ristrutturazione di impianti sportivi
 - 1.7.3. Creazione di club sportivi
 - 1.7.4. Corsi extrascolastici
 - 1.7.5. Progetti sportivi individuali
 - 1.7.6. Progetti sportivi collettivi
 - 1.7.7. Gare sportive
 - 1.7.8. Progetti con enti sportivi esterni
 - 1.7.9. Progetti per generare abitudini sane
- 1.8. Progetti linguistici
 - 1.8.1. Progetti di immersione linguistica nella scuola stessa
 - 1.8.2. Progetti di immersione linguistica locale
 - 1.8.3. Progetti di immersione linguistica internazionale
 - 1.8.4. Progetti di fonetica
 - 1.8.5. Assistenti di conversazione
 - 1.8.6. Insegnanti madrelingua
 - 1.8.7. Preparazione agli esami ufficiali di lingua
 - 1.8.8. Progetti di motivazione all'apprendimento delle lingue
 - 1.8.9. Progetti di scambio
- 1.9. Progetti di eccellenza
 - 1.9.1. Progetti di miglioramento della lettura
 - 1.9.2. Progetti di miglioramento del calcolo
 - 1.9.3. Progetti di miglioramento delle lingue
 - 1.9.4. Collaborazione con organizzazioni prestigiose

- 1.9.5. Concorsi e premi
- 1.9.6. Progetti per valutazioni esterne
- 1.9.7. Connessione con le aziende
- 1.9.8. Preparazione ai test standardizzati di riconoscimento e prestigio
- 1.9.9. Progetti di eccellenza nella cultura e nello sport
- 1.9.10. Pubblicità
- 1.10. Altri progetti di innovazione
 - 1.10.1. *Outdoor Education*
 - 1.10.2. Youtubers e influencers
 - 1.10.3. *Mindfulness*
 - 1.10.4. Tutoraggio tra pari
 - 1.10.5. Metodo RULER
 - 1.10.6. Orti scolastici
 - 1.10.7. Comunità di apprendimento
 - 1.10.8. Scuola democratica
 - 1.10.9. Stimolazione precoce
 - 1.10.10. Angoli di apprendimento

Modulo 2. Benefici dell'implementazione di un progetto educativo

- 2.1. La scuola come istituzione: identità, stile e presenza
 - 2.1.1. Gruppi che compongono una scuola: l'istituzione, gli alunni e le loro famiglie, gli educatori
 - 2.1.2. Il progetto educativo è una realtà viva
 - 2.1.3. Definire le dimensioni del progetto educativo
 - 2.1.3.1. Verso la tradizione. Identità/carattere propri, missione
 - 2.1.3.2. Verso il futuro. Lo stile, la visione
 - 2.1.3.3. Il legame tradizione-futuro: Presenza, valori
 - 2.1.4. Onestà e coerenza
 - 2.1.5. Identità. Lo sviluppo aggiornato della propria missione (carattere proprio)
 - 2.1.6. Stile. Dall'immagine di ciò che si vuole fare (visione) a come realizzarlo
 - 2.1.7. Presenza. La realizzazione pratica dei valori
 - 2.1.8. Le tre dimensioni del progetto educativo come referenti strategici

- 2.2. Per gli alunni e le loro famiglie
 - 2.2.1. L'immagine della scuola dice molto del suo progetto educativo
 - 2.2.2. Dimensioni relazionali del progetto educativo
 - 2.2.2.1. Verso i destinatari interni dell'azione educativa: gli alunni
 - 2.2.2.2. Verso i compagni esterni dell'azione educativa: le famiglie
 - 2.2.3. Comunicazione e coerenza
 - 2.2.4. Dimensioni comunicative essenziali di un progetto educativo
 - 2.2.5. Identità. Un'educazione fondata e olistica, radicata nella tradizione
 - 2.2.6. Stile. Apprendimento di conoscenze e competenze nel campo della formazione del carattere
 - 2.2.7. Presenza. L'educazione dei cittadini di oggi con un'impronta
 - 2.2.8. Le tre dimensioni del progetto educativo come base del marketing scolastico
 - 2.2.9. Relazione clientelare e appartenenza
- 2.3. Per gli educatori: insegnanti e altro personale
 - 2.3.1. Educatori come *stakeholder*
 - 2.3.2. Gli educatori, la chiave di volta di un progetto educativo
 - 2.3.3. Capitale umano, capitale sociale e capitale decisionale
 - 2.3.4. La partecipazione essenziale degli educatori alla definizione del progetto educativo
 - 2.3.5. Clima e coerenza
 - 2.3.6. Progetto, cambiamento e persone: non è possibile regolarli tutti e tre
 - 2.3.7. Identità. Chiarezza delle intenzioni educative e dell'identità dell'educatore
 - 2.3.8. Stile. Configurazione di una modalità comune di presenza, principi metodologici e pratiche didattiche
 - 2.3.9. Presenza. Definizione delle priorità educative, delle strutture organizzative, dei bisogni formativi
 - 2.3.10. Le tre dimensioni del progetto educativo come assi della gestione delle risorse umane
- 2.4. Per la forza motrice del centro. 1: miglioramento dello stile di gestione
 - 2.4.1. I fattori chiave di una scuola: stile di gestione, leader e allineamento collettivo
 - 2.4.2. Progetto educativo e direzione del centro
 - 2.4.3. Il direttore come riferimento morale
 - 2.4.4. Lo stile dirigenziale come riferimento pedagogico
 - 2.4.5. Si può parlare di progetto dirigenziale?
 - 2.4.6. Elementi dello stile di gestione in funzione del progetto educativo
 - 2.4.6.1. Le strutture organizzative
 - 2.4.6.2. Stili di gestione
 - 2.4.6.3. La possibilità di altre leadership
 - 2.4.6.4. Forme di partecipazione e delega
 - 2.4.7. Adeguatezza delle strutture organizzative all'identità, allo stile e alla presenza della scuola
 - 2.4.8. Lo sviluppo graduale di una cultura manageriale locale
- 2.5. Per la forza motrice del centro: 2. Creazione di leader
 - 2.5.1. I dirigenti come leader
 - 2.5.2. I tre capitali del leader-umano, sociale e decisionale-e il progetto educativo
 - 2.5.3. Far emergere il talento
 - 2.5.4. Capacità, impegno e servizio
 - 2.5.5. Progetto educativo, flessibilità organizzativa e leadership
 - 2.5.6. Progetto educativo, processi di innovazione e leadership
 - 2.5.7. Progetto educativo, creatività e leadership
 - 2.5.8. Verso un ruolo di leadership per gli insegnanti
 - 2.5.9. Educazione per diventare leader
- 2.6. Per la forza motrice del centro: 3. Allineamento alla missione-visione-valori
 - 2.6.1. Il bisogno di allineamento
 - 2.6.2. Principali ostacoli all'allineamento
 - 2.6.3. Il leader come allineatore
 - 2.6.4. Apprendimento permanente come educatore: sviluppare le proprie linee di competenza
 - 2.6.5. Dallo zaino alle abitudini didattiche condivise
 - 2.6.6. Progetto educativo e sviluppo di una cultura professionale dell'insegnamento
 - 2.6.7. Disporre di risorse per una valutazione autentica
 - 2.6.8. Valutazione della qualità del servizio educativo
 - 2.6.8.1. La realtà locale
 - 2.6.8.2. Carattere sistemico
 - 2.6.8.3. Priorità assoluta delle attività di insegnamento-apprendimento

- 2.7. Per l'avanzamento dell'istruzione: 1. Adattarsi agli studenti, alle metodologie attive e alle esigenze dell'ambiente
 - 2.7.1. L'importanza delle finalità educative
 - 2.7.2. L'importanza della conoscenza scientifica sul modo in cui impariamo
 - 2.7.3. Come si manifesta l'evoluzione di un centro?
 - 2.7.4. Concentrazione nei processi di crescita
 - 2.7.5. Concentrazione nei processi di apprendimento sistematico
 - 2.7.6. Privilegiare le metodologie attive: ciò che conta è l'apprendimento
 - 2.7.7. Privilegiare l'apprendimento situato
 - 2.7.8. Adeguatezza alla domanda dell'ambiente
 - 2.7.9. Oltre le esigenze attuali: un progetto educativo con una "visione di futuro"
 - 2.7.10. Progetto educativo e ricerca operativa
- 2.8. Per l'avanzamento dell'istruzione: 2. Migliorare l'ambiente di convivenza, apprendimento e lavoro. Sostenibilità
 - 2.8.1. Il progetto educativo come base per un clima scolastico adeguato
 - 2.8.2. Progetto educativo e coesistenza
 - 2.8.3. Progetto educativo e stile di apprendimento
 - 2.8.4. Progetto educativo e organizzazione del lavoro
 - 2.8.5. Accompagnamento gestionale
 - 2.8.6. La sostenibilità del lavoro in un centro educativo
 - 2.8.7. Elementi di sostenibilità
 - 2.8.7.1. Il piano strategico della scuola
 - 2.8.7.2. Indicatori pratici di qualità
 - 2.8.7.3. Il sistema di valutazione globale
 - 2.8.7.4. La propria tradizione educativa
- 2.9. Per l'avanzamento dell'istruzione: 3. Rapporto con l'ambiente, con altri centri della zona o della stessa rete
 - 2.9.1. Avere un profilo proprio e una voce riconoscibile nell'ambiente
 - 2.9.2. Aprirsi alla realtà circostante
 - 2.9.2.1. Conoscenza dell'ambiente
 - 2.9.2.2. Interagire con esso
 - 2.9.3. Identificazione con altri centri della stessa istituzione o area
 - 2.9.4. Dall'apprendimento tra pari in classe all'apprendimento da scuola a scuola

- 2.9.5. Esperienze condivise
- 2.9.6. Progetto quadro istituzionale e progetto educativo proprio
 - 2.9.6.1. Il quadro comune
 - 2.9.6.2. Esigenze e sensibilità diverse
 - 2.9.6.3. Cosa apporta la dialettica globale-locale al proprio progetto educativo
- 2.9.7. Progetto educativo e quadro giuridico propri
- 2.10. Per l'avanzamento dell'istruzione: 4. Approfondimento dell'ideologia e dello stile
 - 2.10.1. Ideologia, missione, carattere proprio. Tre termini complementari
 - 2.10.2. La missione è alla base delle linee fondamentali del progetto educativo
 - 2.10.3. Il progetto educativo sviluppa il carattere specifico
 - 2.10.4. Allineamento tra progetto educativo e ideologia
 - 2.10.5. Dare forma a uno stile di fare e riflettere nell'educazione
 - 2.10.6. Gli aggiornamenti del progetto educativo rinnovano la prospettiva da cui si affrontano le nuove realtà
 - 2.10.7. È necessario un ripensamento periodico dei fondamenti
 - 2.10.8. Ideologia, progetto educativo e trasmissione di una tradizione educativa

Modulo 3. Pianificazione e gestione economico-finanziaria di progetti educativi

- 3.1. Analisi della situazione e questioni educative
 - 3.1.1. Esame diagnostico
 - 3.1.2. Indicatori educativi
 - 3.1.3. Problemi educativi
 - 3.1.4. Problemi di infrastruttura
 - 3.1.5. Problemi socioeconomici
 - 3.1.6. Problemi amministrativi e istituzionali
 - 3.1.7. Problemi ambientali
 - 3.1.8. Problemi storico-culturali
 - 3.1.9. Analisi causa-effetti
 - 3.1.10. Analisi SWOT

- 3.2. Introduzione alla pianificazione e gestione economico-finanziaria di progetti educativi
 - 3.2.1. Preparazione e valutazione del progetto
 - 3.2.2. Processo decisionale associato a un progetto
 - 3.2.3. Tipologie di progetti
 - 3.2.4. Valutazione del progetto
 - 3.2.5. Valutazione sociale del progetto
 - 3.2.6. Progetti di pianificazione dello sviluppo
 - 3.2.7. Ambito di studio del progetto
 - 3.2.8. Lo studio tecnico del progetto
 - 3.2.9. Studi di mercato
 - 3.2.10. Studio organizzativo e finanziario
- 3.3. Struttura economica e ricerca sul mercato dell'istruzione
 - 3.3.1. Struttura dei mercati
 - 3.3.2. Domanda di prodotti educativi
 - 3.3.3. Prezzi
 - 3.3.4. L'offerta
 - 3.3.5. Mercati del progetto
 - 3.3.6. Obiettivo e fasi della ricerca di mercato
 - 3.3.7. Il consumatore
 - 3.3.8. Strategia commerciale
 - 3.3.9. Analisi dell'ambiente
 - 3.3.10. La domanda
- 3.4. Tecniche di proiezione e stima di costi
 - 3.4.1. La proiezione
 - 3.4.2. Metodi di proiezione
 - 3.4.3. Metodi qualitativi e causali
 - 3.4.4. Modello di serie temporali
 - 3.4.5. Informazioni sui costi
 - 3.4.6. Costi differenziali e futuri
 - 3.4.7. Elementi di costo rilevanti
 - 3.4.8. Funzioni di costo a breve termine
 - 3.4.9. Analisi costi-volumi-utilità
 - 3.4.10. Costi contabili e costi dell'IVA (Imposta sul Valore Aggiunto)





- 3.5. Contesto economico per lo studio tecnico e il dimensionamento
 - 3.5.1. Ambito di studio e processo produttivo
 - 3.5.2. Economie di scala
 - 3.5.3. Modello Lange
 - 3.5.4. Investimenti in attrezzature
 - 3.5.5. Equilibrio personale e scelta di alternative tecnologiche
 - 3.5.6. Fattori che influiscono nelle dimensioni del progetto
 - 3.5.7. L'economia della dimensione
 - 3.5.8. L'ottimizzazione della dimensione
 - 3.5.9. Dimensione di un progetto in un mercato in crescita
 - 3.5.10. Dimensione di un progetto con una domanda costante
- 3.6. Decisioni di localizzazione ed effetti economici dell'organizzazione
 - 3.6.1. Fattori di studio e di localizzazione
 - 3.6.2. Metodi di valutazione dei fattori non quantificabili
 - 3.6.3. Metodo qualitativo a punti
 - 3.6.4. Il metodo di Brown e Gibson
 - 3.6.5. Massimizzazione del valore attuale netto
 - 3.6.6. Studio dell'organizzazione del progetto
 - 3.6.7. Gli effetti economici delle variabili organizzative
 - 3.6.8. Investimento nell'organizzazione
 - 3.6.9. I costi dell'operazione amministrativa
 - 3.6.10. Importanza dei sistemi amministrativi nella preparazione e valutazione dei progetti
- 3.7. Il quadro giuridico e gli investimenti nei progetti
 - 3.7.1. La rilevanza del quadro giuridico
 - 3.7.2. Considerazioni economiche sullo studio legale
 - 3.7.3. Alcuni effetti economici dello studio legale
 - 3.7.4. Il sistema giuridico dell'organizzazione sociale
 - 3.7.5. Investimenti preliminari all'avviamento
 - 3.7.6. Investimenti in capitale circolante
 - 3.7.7. Metodo contabile
 - 3.7.8. Metodo del periodo di ritardo
 - 3.7.9. Metodo del deficit massimo cumulativo
 - 3.7.10. Inversioni durante l'intervento

- 3.8. Benefici del progetto e costruzione di un flusso di cassa
 - 3.8.1. Tipi di benefici
 - 3.8.2. Valori degli scarti
 - 3.8.3. Politiche dei prezzi
 - 3.8.4. Analisi della redditività per la determinazione dei prezzi
 - 3.8.5. Elementi del flusso di cassa
 - 3.8.6. Struttura di un flusso di cassa
 - 3.8.7. Flusso di cassa dell'investitore
 - 3.8.8. Flussi di cassa da progetti in corso
 - 3.8.9. EBITDA
 - 3.8.10. Altre considerazioni
- 3.9. Criteri di valutazione del progetto e tasso di sconto
 - 3.9.1. Il criterio del valore attuale netto (VAN)
 - 3.9.2. Il criterio del tasso di rendimento interno (IRR)
 - 3.9.3. Altri criteri decisionali
 - 3.9.4. Effetti dell'inflazione sulla valutazione dei progetti
 - 3.9.5. Costo del capitale
 - 3.9.6. Il costo del debito
 - 3.9.7. Il costo del capitale proprio o patrimoniale
 - 3.9.8. Modello di pricing del capitale per determinare il costo del patrimonio
 - 3.9.9. Tasso medio aziendale rispetto al CAPM
 - 3.9.10. Il problema di agenzia
- 3.10. Analisi dei rischi e sensibilità
 - 3.10.1. Considerazioni preliminari
 - 3.10.2. Modello unidimensionale di sensibilizzazione al VAN
 - 3.10.3. Modello di sensibilizzazione del VAN multidimensionale, simulazione Monte Carlo
 - 3.10.4. Usi e abusi della sensibilità
 - 3.10.5. Preparazione e valutazione sociale del progetto
 - 3.10.6. Costi e benefici sociali
 - 3.10.7. Incidenza degli effetti di ricaduta o delle esternalità
 - 3.10.8. Incidenza degli immateriali
 - 3.10.9. Incidenza del tasso di sconto sociale
 - 3.10.10. Valutazione privata e sociale

Modulo 4. Marketing e pubblicità di un progetto educativo

- 4.1. Introduzione al marketing
 - 4.1.1. Introduzione al marketing
 - 4.1.2. Esigenze di marketing
 - 4.1.3. Evoluzione del concetto di marketing
 - 4.1.4. Nuove tendenze del marketing
 - 4.1.5. Dal Marketing transazionale al Marketing relazionale
 - 4.1.6. Responsabilità sociale corporativa
 - 4.1.7. Marketing
 - 4.1.7.1. Marketing 1.0
 - 4.1.7.2. Marketing 2.0
 - 4.1.7.3. Marketing 3.0
 - 4.1.7.4. Marketing 4.0
 - 4.1.8. Marketing olistico
- 4.2. Pianificazione commerciale
 - 4.2.1. Pianificazione strategica aziendale e pianificazione del marketing
 - 4.2.2. Il piano di marketing nell'azienda
 - 4.2.3. Fase 1: Analisi della situazione
 - 4.2.3.1. Analisi del mercato
 - 4.2.3.2. Microcontesto
 - 4.2.3.3. Macrocontesto
 - 4.2.3.4. Analisi interna
 - 4.2.4. Fase 2: Decisione degli obiettivi
 - 4.2.5. Fase 3: Progettazione di strategie
 - 4.2.5.1. Il prodotto
 - 4.2.5.2. Il prezzo
 - 4.2.5.3. La distribuzione
 - 4.2.5.4. La comunicazione
 - 4.2.6. Fase 4: Valutazione, organizzazione, attuazione e monitoraggio della strategia
 - 4.2.6.1. Valutazione della strategia commerciale
 - 4.2.6.2. Organizzazione del reparto marketing e attuazione della strategia commerciale
 - 4.2.6.3. Monitoraggio della strategia commerciale (feedback)

- 4.3. Indagare la segmentazione dei mercati e della clientela
 - 4.3.1. Migliorare l'efficacia delle azioni di marketing attraverso una corretta segmentazione dei clienti
 - 4.3.2. Differenziare i lead delle campagne per indirizzare gli sforzi verso coloro che acquisteranno i prodotti
 - 4.3.3. Selezionare i mercati e i pubblici che meglio si adattano ai prodotti/servizi e alle caratteristiche dell'azienda
 - 4.3.4. Identificare le esigenze dei clienti e progettare un mix di marketing efficace per soddisfarle
 - 4.3.5. Ottenere un elevato vantaggio competitivo e generare opportunità di crescita per la vostra azienda
 - 4.3.6. Sapere quali variabili devono far parte del mio programma di segmentazione
 - 4.3.7. Quali sono i vantaggi dell'implementazione di un programma di segmentazione
 - 4.3.8. Incorporare la segmentazione nel processo commerciale e di marketing dell'azienda
- 4.4. Posizionamento e costruzione dei brand personali
 - 4.4.1. Come si genera il cosiddetto valore di marca
 - 4.4.2. Le chiavi per una gestione di successo del marchio sia online che offline
 - 4.4.3. Gli elementi che compongono il marchio e le caratteristiche che devono soddisfare
 - 4.4.4. Caratteristiche, vantaggi e svantaggi delle diverse strategie esistenti per la gestione del marchio
 - 4.4.5. Strategie appropriate per migliorare il posizionamento del prodotto o del servizio attraverso il branding e la comunicazione
- 4.5. Creatività pubblicitaria e nuove forme di comunicazione aziendale
 - 4.5.1. Che cos'è la creatività e quali sono le condizioni migliori per creare
 - 4.5.2. Cosa serve per avere l'idea giusta
 - 4.5.3. Come funziona il pensiero del creativo pubblicitario
 - 4.5.4. Come si struttura un messaggio pubblicitario
 - 4.5.5. Come creare *publicity*
 - 4.5.6. Come creare annunci nella sfera digitale
 - 4.5.7. Quali sono i motivi principali per cui è necessario avere un marchio
 - 4.5.8. Quali sono le differenze tra il logo e il marchio
- 4.6. Offerta educativa
 - 4.6.1. Progetto educativo
 - 4.6.2. Ideologia
 - 4.6.3. Servizi extra
 - 4.6.4. Utilizzo di materiali diversi
 - 4.6.5. Certificazioni
 - 4.6.6. Differenze della tua offerta formativa
 - 4.6.7. Metodologia
 - 4.6.8. Personale docente
 - 4.6.9. Strutture
 - 4.6.10. Servizi ausiliari. (Ubicazione e vie di accesso)
- 4.7. Social network
 - 4.7.1. Campagna Facebook ADS
 - 4.7.1.1. Creare campagne persuasive e ad alto impatto, guidando il cliente lungo l'intero percorso di acquisto e utilizzando i giusti obiettivi della campagna
 - 4.7.1.2. Sfruttare al 100% la piattaforma Facebook, conoscendone la struttura e il funzionamento
 - 4.7.1.3. Creare annunci in differenti formati su Facebook, conoscendone la struttura e il funzionamento.
 - 4.7.1.4. Preparare una presentazione di tutti i processi di vendita
 - 4.7.1.5. Creare e ottimizzare la vostra pagina Facebook per ottenere i migliori risultati
 - 4.7.1.6. "Spiare" la concorrenza e utilizzarla come punto di riferimento per migliorare i propri prodotti e servizi
 - 4.7.1.7. Controllare il ROI della campagna e aumentare così i risultati
 - 4.7.2. Campagna Twitter ADS
 - 4.7.2.1. Obiettivo
 - 4.7.2.2. Pubblico
 - 4.7.2.3. Offerte
 - 4.7.2.4. Budget
 - 4.7.2.5. Creatività
 - 4.7.2.6. Analisi della campagna

- 4.7.3. Campagna su Instagram
 - 4.7.3.1. Contenuti
 - 4.7.3.2. Ottimizzare il profilo
 - 4.7.3.3. Uso di *hashtag*
 - 4.7.3.4. Incoraggiare la partecipazione
 - 4.7.3.5. Mostrare le esperienze dei clienti
 - 4.7.3.6. Instagram per gli eventi
- 4.7.4. Campagne di e-mail marketing
- 4.7.5. Campagne su WhatsApp
- 4.7.6. Le app
- 4.7.7. Blog
- 4.8. Creazione e gestione di strategie di marketing per le aziende di servizi
 - 4.8.1. Che cos'è il Marketing dei servizi e le strategie, le metodologie e gli strumenti
 - 4.8.2. Aspetti diversi di marketing dei servizi
 - 4.8.3. Piano di marketing dei servizi
 - 4.8.4. Posizionamento di successo nel mark-up del servizio
 - 4.8.5. Analizzare il comportamento dei clienti nelle aziende di servizi
- 4.9. Strategie di marketing
 - 4.9.1. Introduzione
 - 4.9.2. Decisioni sul prodotto
 - 4.9.2.1. Dimensioni del prodotto
 - 4.9.2.2. Decisioni sul portafoglio prodotti
 - 4.9.2.3. Creazione di nuovi prodotti
 - 4.9.2.4. Il ciclo di vita del prodotto
 - 4.9.3. Decisioni sul prezzo
 - 4.9.3.1. Politiche e strategie di determinazione dei prezzi
 - 4.9.3.2. Fattori determinanti della politica dei prezzi
 - 4.9.3.3. Strategie di determinazione dei prezzi
 - 4.9.4. Decisioni sulla distribuzione
 - 4.9.4.1. Decisioni relative alla gestione della distribuzione





- 4.9.5. Decisioni sulla comunicazione
 - 4.9.5.1. Vendita personale
 - 4.9.5.2. Promozione delle vendite
 - 4.9.5.3. Le PR
 - 4.9.5.4. La pubblicità
 - 4.9.5.5. Altri strumenti di comunicazione
- 4.10. Marketing *metrics*: analisi della redditività delle campagne
 - 4.10.1. Utilità di diverse metriche in base al tipo di azienda, alla sua strategia e ai suoi obiettivi
 - 4.10.2. Principali indicatori utilizzati per misurare la performance delle attività commerciali e di marketing delle aziende
 - 4.10.3. L'importanza di valutare le azioni di marketing svolte in azienda ai fini della gestione e del miglioramento
 - 4.10.4. Evitare l'uso inappropriato delle metriche
 - 4.10.5. Utilizzare le metriche di marketing per valutare la redditività, l'efficienza e l'efficacia dei programmi



*Un'esperienza formativa unica,
chiave e decisiva per potenziare
il tuo sviluppo professionale*

05

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.

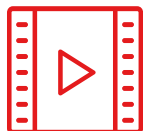
Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

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

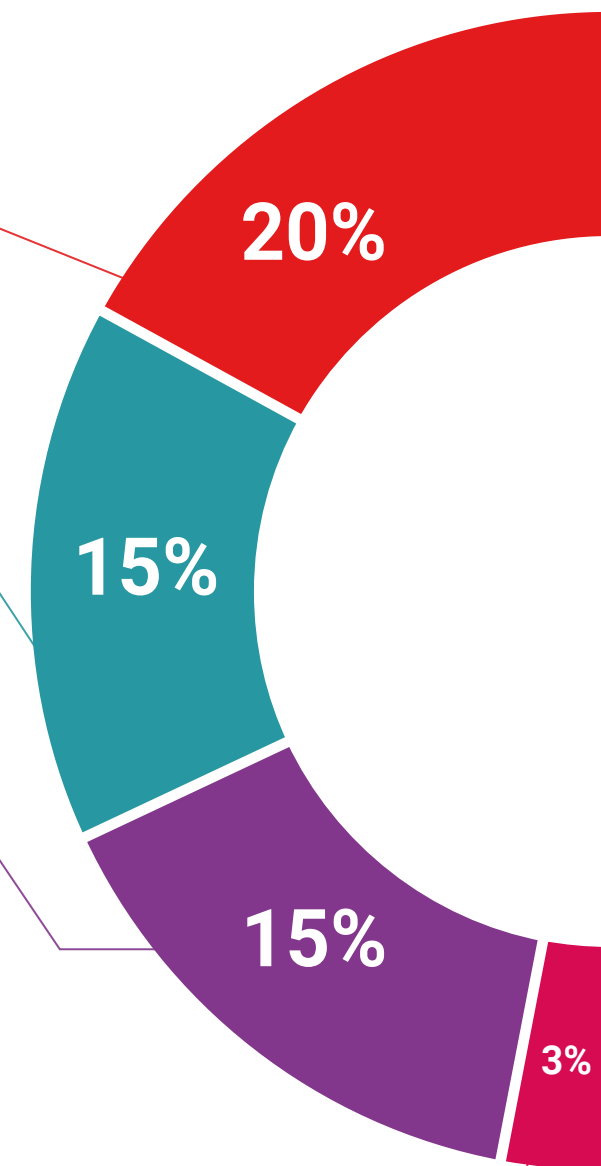
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

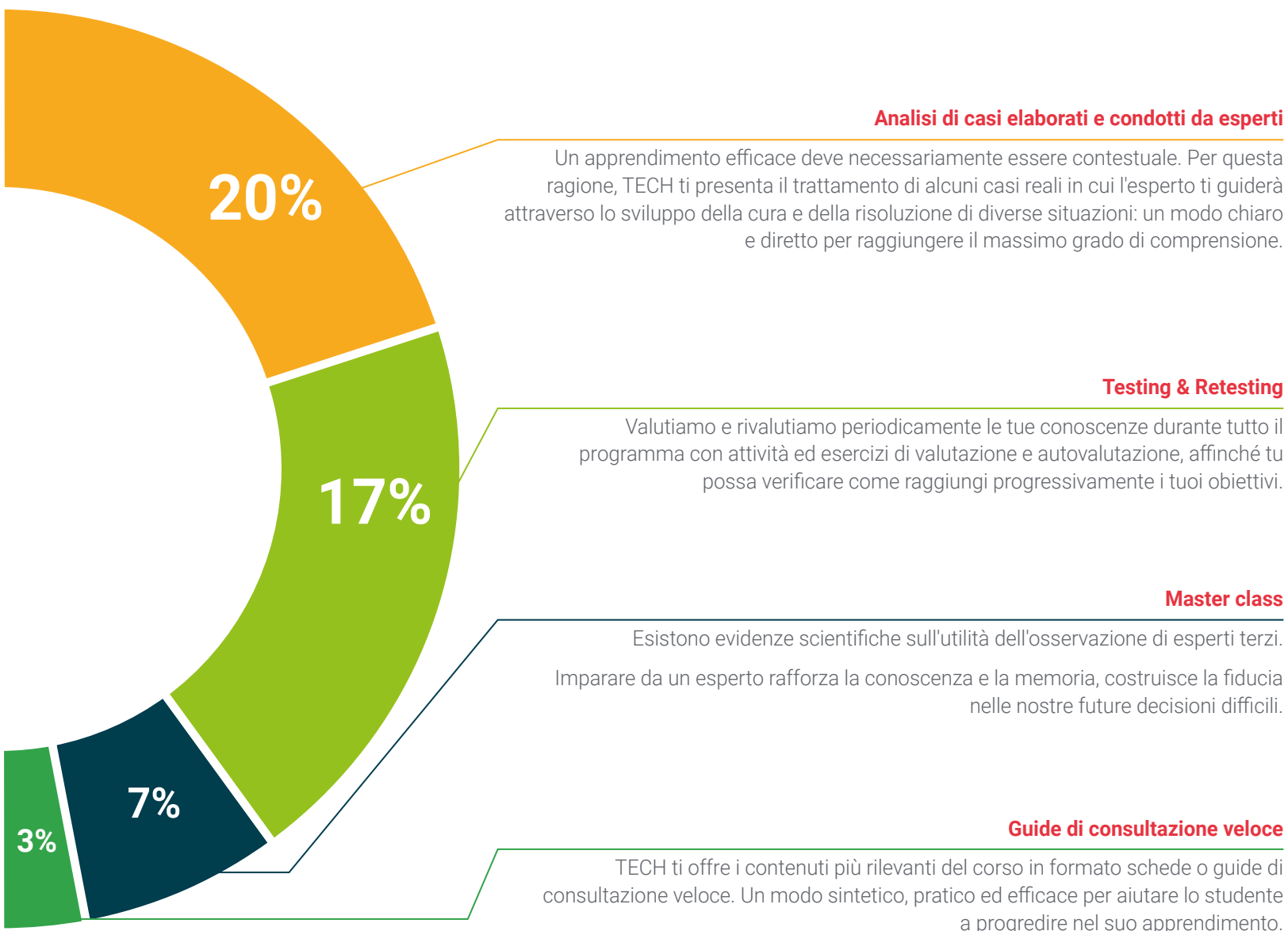
Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Lecture 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.





06

Titolo

L'Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Global University.



“

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

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti rilasciato da TECH Global University, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di TECH Global University è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: Esperto Universitario in Pianificazione e Gestione Economico-Finanziaria di Progetti

Modalità: online

Durata: 6 mesi

Accreditamento: 24 ECTS



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



Esperto Universitario
Pianificazione e Gestione
Economico-Finanziaria
di Progetti

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 24 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Pianificazione e Gestione
Economico-Finanziaria
di Progetti



tech global
university