

Master Privato

MBA in Direzione Tecnica
di Data Science in Azienda



tech università
tecnologica

Master Privato

MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda

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

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/informatica/master/master-mba-direzione-tecnica-data-science-azienda

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 16

04

Direzione del corso

pag. 20

05

Struttura e contenuti

pag. 42

06

Metodologia

pag. 58

07

Titolo

pag. 66

01

Presentazione

Questa specializzazione intensiva è rivolta a coloro che sono interessati a raggiungere un livello superiore di conoscenza in materia di Direzione Tecnica di Data Science in Azienda. Il suo programma di formazione è unico per la selezione accurata delle tecnologie, comprese quelle più recenti e richieste dal mondo aziendale. L'inclusione di moduli specifici per il miglioramento della visione aziendale e la gestione di team multidisciplinari, inoltre, permette a questo programma di coprire gran parte delle esigenze educative di qualsiasi professionista che voglia conoscere e impiegare le ultime tecnologie teoriche e pratiche.



“

Grazie ai migliori sistemi di e-learning del momento, questo MBA ti permetterà di imparare in modo contestuale, acquisendo il lato pratico richiesto”

In un mondo che cambia così rapidamente, non si può fare a meno di osservare la proliferazione di nuove tecnologie. Oggi siamo abituati a vedere come strumenti, piattaforme o tecnologie all'avanguardia diventino elementi obsoleti con una ridotta applicabilità nell'ambiente aziendale.

Allo stesso modo, è naturale che tecnologie inesistenti o nascenti in mercati di nicchia diventino di tendenza in contesti più generali.

Si tratta senza dubbio di un processo inarrestabile e in continua evoluzione, il massimo esponente dell'attuale rivoluzione tecnologica, che costringe gli informatici ad essere sempre più specializzati.

Alla luce di questa situazione, l'MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda viene offerto come un programma di specializzazione completo, che include le tecnologie più all'avanguardia richieste dal mondo aziendale.

Sia dal punto di vista tecnico che aziendale, sono stati selezionati argomenti che non sono normalmente trattati nei consueti programmi educativi. L'obiettivo è infatti quello di fornire agli studenti le conoscenze tecnologiche necessarie per affrontare i molteplici problemi tecnologici del momento mediante l'utilizzo delle tecniche più appropriate e avanzate.

La combinazione di materie prettamente tecniche e commerciali, rendono questo Master Privato una specializzazione all'avanguardia, rivolta in particolare ai professionisti che cercano di approfondire le tecnologie attualmente più diffuse.

L'obiettivo principale è quello di preparare gli studenti ad applicare in modo rigoroso e realistico le conoscenze acquisite nel mondo reale, in una realtà professionale che riproduce le condizioni che potrebbero incontrare nel prossimo futuro.

Essendo un programma impartito al 100% online, gli studenti non dovranno rinunciare ai loro altri impegni quotidiani. Una volta portato a termine il programma, gli studenti avranno acquisito conoscenze prestigiose che consentiranno loro di progredire sia a livello personale sia a livello professionale.

Questo **MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Tecnologia Informatica Avanzata
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ La sua particolare 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 programma intensivo per farti crescere sul piano professionale e che ti permetterà di migliorare in un settore sempre più richiesto"

“

Un programma altamente qualificante che consentirà agli studenti di progredire rapidamente e costantemente nell'acquisizione di conoscenze, con il rigore scientifico di una didattica di qualità globale”

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore, 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 su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso accademico. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Un programma completo e all'avanguardia che ti permetterà di avanzare in modo graduale e completo nell'acquisizione delle conoscenze di cui hai bisogno per intervenire in questo settore.

Un piano di studi ampio ma allo stesso tempo mirato, che ti fornirà le conoscenze specifiche di cui gli ingegneri informatici devono disporre per competere con i migliori del settore.



02 Obiettivi

L'obiettivo di questa specializzazione è quello di formare i professionisti in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda, con le conoscenze e le competenze necessarie per svolgere la loro attività, utilizzando i protocolli e le tecniche più avanzate del momento. Attraverso un approccio di lavoro completamente adattabile allo studente, questo MBA li porterà progressivamente ad acquisire competenze che eleveranno verso un livello professionale superiore. Una formazione unica progettata da professionisti con una vasta esperienza nel settore.





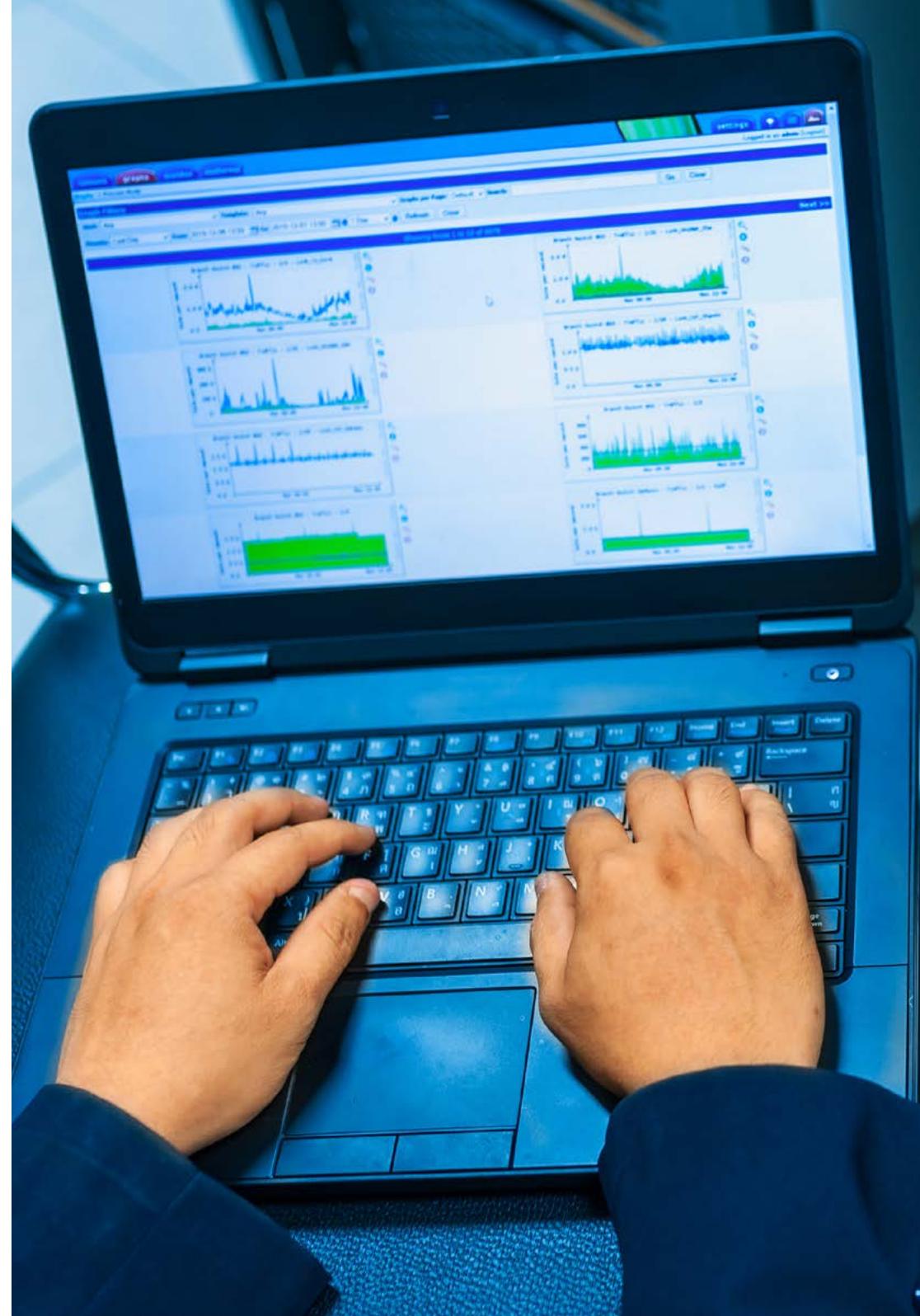
“

Approfondisci le tue conoscenze nel campo delle tecnologie informatiche includendo nel tuo bagaglio culturale gli aspetti più avanzati di questo settore professionale”



Obiettivi generali

- ◆ Analizzare i sistemi ERP e CRM, il contributo e i benefici
- ◆ Progettare e selezionare strumenti ERP o CRM idonei per ogni azienda
- ◆ Sviluppare ogni tappa del ciclo di vita dei dati
- ◆ Esaminare il processo di estrazione dei dati
- ◆ Analizzare una piattaforma web e ottimizzare il suo funzionamento
- ◆ Valutare le sessioni e il traffico per conoscere meglio il pubblico
- ◆ Sviluppare conoscenze specialistiche su sistemi mantenibili, scalabili e affidabili
- ◆ Analizzare i diversi modelli di dati e il loro impatto sulle applicazioni
- ◆ Analizzare i modelli classici dei sistemi e identificare le differenze per l'uso nelle applicazioni distribuite
- ◆ Esaminare il paradigma di computazione distribuito e stabilire il modello del microservizio
- ◆ Creare conoscenze specializzate in IoT
- ◆ Sviluppare l'architettura di riferimento e il *framework* tecnologico di IoT
- ◆ Analizzare i concetti della metodologia Agile per gestire progetti e sviluppare gli elementi e i processi del *framework* SCRUM
- ◆ Esaminare e sviluppare gli elementi del metodo KANBAN per gestire progetti
- ◆ Basare la differenziazione dell'azienda sulle risorse immateriali
- ◆ Identificare le opportunità di miglioramento per mezzo della mindfulness
- ◆ Presentare un modello di business basato sulla gestione del cambiamento e dell'incertezza piuttosto che sulla "rottura" della resistenza
- ◆ Dare energia all'azienda sfruttando la gestione delle emozioni come via per il successo





Obiettivi specifici

Modulo 1. Principali sistemi di gestione delle informazioni

- ◆ Sviluppare una strategia commerciale
- ◆ Creare conoscenze specializzate per il processo decisionale commerciale
- ◆ Progettare un sistema di *reporting* unificato
- ◆ Determinare come stabilire la comunicazione e lo scambio di informazioni tra i reparti dell'azienda e i clienti
- ◆ Essere in grado di trasformare le informazioni per il processo decisionale
- ◆ Sviluppare un piano di Marketing per la fidelizzazione dei clienti
- ◆ Progettare un piano di Marketing per aumentare le vendite

Modulo 2. Tipi e cicli di vita del dato

- ◆ Generare conoscenze specialistiche per l'analisi dei dati
- ◆ Unificare dati diversi, ottenere la coerenza delle informazioni
- ◆ Produrre informazioni pertinenti ed efficaci per il processo decisionale
- ◆ Stabilire le migliori pratiche per la gestione dei dati in base alla loro tipologia e ai loro usi
- ◆ Utilizzare gli strumenti per la gestione dei dati (con R)

Modulo 3. Numero di apprendimento automatico

- ◆ Valutare le competenze acquisite nel processo di passaggio dall'informazione alla conoscenza
- ◆ Sviluppare i diversi tipi di apprendimento automatico
- ◆ Analizzare le metriche e i metodi di validazione dei diversi algoritmi di apprendimento automatico
- ◆ Ricompilare le diverse implementazioni dei vari metodi di apprendimento automatico
- ◆ Determinare i modelli di ragionamento probabilistico
- ◆ Esaminare il potenziale del deep learning
- ◆ Dimostrare la conoscenza dei diversi algoritmi di apprendimento automatico

Modulo 4. Analitica web

- ◆ Generare conoscenze specialistiche nell'uso della Web Analytics
- ◆ Esaminare l'evoluzione e lo sviluppo dalle origini ai giorni nostri
- ◆ Stabilire una configurazione ottimale di Google Analytics, uno strumento di lavoro fondamentale nel Marketing online
- ◆ Analizzare il traffico web per comprendere il comportamento degli utenti
- ◆ Elaborare metriche di base e avanzate che ci consentano di valutare le hit o le interazioni con il sito web
- ◆ Determinare i parametri di monitoraggio: metriche e componenti
- ◆ Configurare lo strumento Google Analytics e l'uso di tag di tracciamento sul sito web
- ◆ Distinguere tra le due versioni esistenti di Google Analytics: UA e GA4
- ◆ Mettere in pratica l'organizzazione e la struttura di Universal Analytics: conti, proprietà e viste
- ◆ Analizzare il comportamento degli utenti attraverso l'interpretazione di report predeterminati e/o personalizzati
- ◆ Valutare i sottoinsiemi di traffico dei dati totali visualizzati nei report utilizzando i segmenti
- ◆ Valutare le conversioni ottimizzando la strategia di Marketing e prendere decisioni in base ai risultati ottenuti

Modulo 5. Normativa per la gestione dei dati

- ◆ Esaminare il regolamento sulla protezione dei dati e la normativa relacionada
- ◆ Analizzare i differenti principi che regolano il trattamento dei dati personali
- ◆ Stabilire le basi che legittimano il trattamento dei dati personali
- ◆ Rispettare i diritti di protezione dei dati delle persone, nel loro esercizio e la loro tutela
- ◆ Valutare i rischi per consentire l'elaborazione di un adeguato piano di trattamento dei rischi
- ◆ Identificare le pratiche che potrebbero essere vietate o che potrebbero essere considerate ad alto rischio derivanti da tecnologie che utilizzano l'intelligenza artificiale
- ◆ Sviluppare le attività e le fasi in cui è strutturato il processo di valutazione di impatto sulla protezione dei dati
- ◆ Implementare misure che consentano di offrire soluzioni di conformità
- ◆ Esaminare le responsabilità dei responsabili e degli incaricati del trattamento
- ◆ Identificare le violazioni e le sanzioni associate

Modulo 6. Sistemi scalabili ed affidabili per l'uso massivo dei dati

- ◆ Stabilire i concetti di affidabilità, scalabilità e manutenibilità
- ◆ Valutare modelli relazionali, documentali e di rete
- ◆ Analizzare l'archiviazione strutturata sotto forma di log, B-trees e altre strutture utilizzate nei motori di dati
- ◆ Esaminare i modelli di coerenza e la loro relazione con il concetto di replica
- ◆ Valutare i diversi modelli di replica e i problemi ad essi associati
- ◆ Sviluppare i principi fondamentali delle transazioni distribuite
- ◆ Esaminare il partizionamento del database e le relative key per assicurarsi che siano bilanciate

Modulo 7. Amministrazione dei sistemi per distribuzioni ripartite

- ◆ Definire i requisiti per le applicazioni distribuite
- ◆ Utilizzare gli strumenti più avanzati per sfruttare le applicazioni distribuite
- ◆ Analizzare l'utilizzo di strumenti per la gestione delle infrastrutture
- ◆ Esaminare gli strumenti più utili per l'implementazione di modelli IaaS e PaaS
- ◆ Definire il modello PaaS e alcuni degli strumenti attualmente utilizzati per la sua implementazione
- ◆ Valutare gli strumenti di monitoraggio per i sistemi distribuiti
- ◆ Proporre tecniche di verifica e test per piattaforme distribuite
- ◆ Analizzare le opzioni più comunemente utilizzate nell'implementazione di piattaforme Cloud

Modulo 8. Internet of Things

- ◆ Determinare cosa sia IoT (*Internet of Things*) e IIoT (*Industrial Internet of Things*)
- ◆ Analizzare il consorzio Internet industriale
- ◆ Sviluppare l'architettura di riferimento dell'IoT
- ◆ Esaminare e classificare i sensori e i dispositivi IoT
- ◆ Stabilire i protocolli di comunicazione e le tecnologie utilizzate nell'IoT
- ◆ Analizzare i diversi tipi di piattaforme IoT
- ◆ Sviluppare i vari meccanismi di gestione dei dati
- ◆ Stabilire i requisiti di sicurezza per la gestione dei dati IoT
- ◆ Presentare le diverse aree di applicazione dell'IoT

Modulo 9. Gestione di progetti e metodologie Agile

- ◆ Presentare la metodologia PMI per la gestione dei progetti
- ◆ Stabilire la differenza tra progetti, programmi e portfolio di progetti
- ◆ Valutare l'evoluzione delle organizzazioni che lavorano con progetti
- ◆ Analizzare quali sono gli attivi dei processi nelle organizzazioni
- ◆ Esaminare la matrice dei gruppi di processi e delle aree di conoscenza analizzando i processi che la compongono
- ◆ Introdurre la famiglia di credenziali PMI per la gestione dei progetti
- ◆ Valutare il contesto delle metodologie Agile per la gestione dei progetti
- ◆ Definire il contesto VUCA (volatilità, incertezza, complessità e ambiguità)
- ◆ Identificare i valori di Agile
- ◆ Introdurre i 12 principi del manifesto Agile
- ◆ Analizzare il *framework* Agile SCRUM per la gestione dei progetti
- ◆ Definire i pilastri di Scrum
- ◆ Identificare e definire i valori di Scrum
- ◆ Stabilire i ruoli in un team Scrum
- ◆ Introdurre le cerimonie tipiche di Scrum
- ◆ Valutare gli artefatti utilizzati dal team Scrum
- ◆ Analizzare gli accordi del team Scrum
- ◆ Esaminare gli indicatori per misurare le performance di un team Scrum
- ◆ Introdurre il *framework* Agile KANBAN per la gestione dei progetti
- ◆ Analizzare gli elementi che compongono il metodo Kanban: valori, principi e pratiche generali
- ◆ Identificare e definire i valori Kanban
- ◆ Sviluppare i principi del metodo Kanban
- ◆ Analizzare le diverse pratiche generali del metodo Kanban
- ◆ Esaminare i parametri per valutare le prestazioni in Kanban
- ◆ Identificare e analizzare le differenze tra le tre metodologie: PMI, Scrum e Kanban

Modulo 10. Comunicazione, leadership e gestione di team

- ◆ Presentare le competenze gestionali necessarie per garantire il successo nel settore tecnologico
- ◆ Proporre un modello di leadership adatto al cambiamento
- ◆ Stabilire l'intelligenza emotiva come strumento di gestione di base in azienda
- ◆ Analizzare le opportunità di miglioramento attraverso il *mentoring*, il *coaching* e le loro differenze
- ◆ Promuovere un maggiore stato di consapevolezza sulla comunicazione
- ◆ Aumentare la soddisfazione del personale in azienda e ridurre i livelli di stress, migliorando le relazioni dei lavoratori con i superiori e i dipendenti, con i clienti e anche nella sfera personale
- ◆ Sviluppare strategie di negoziazione e risoluzione dei conflitti nell'azienda tecnologica

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

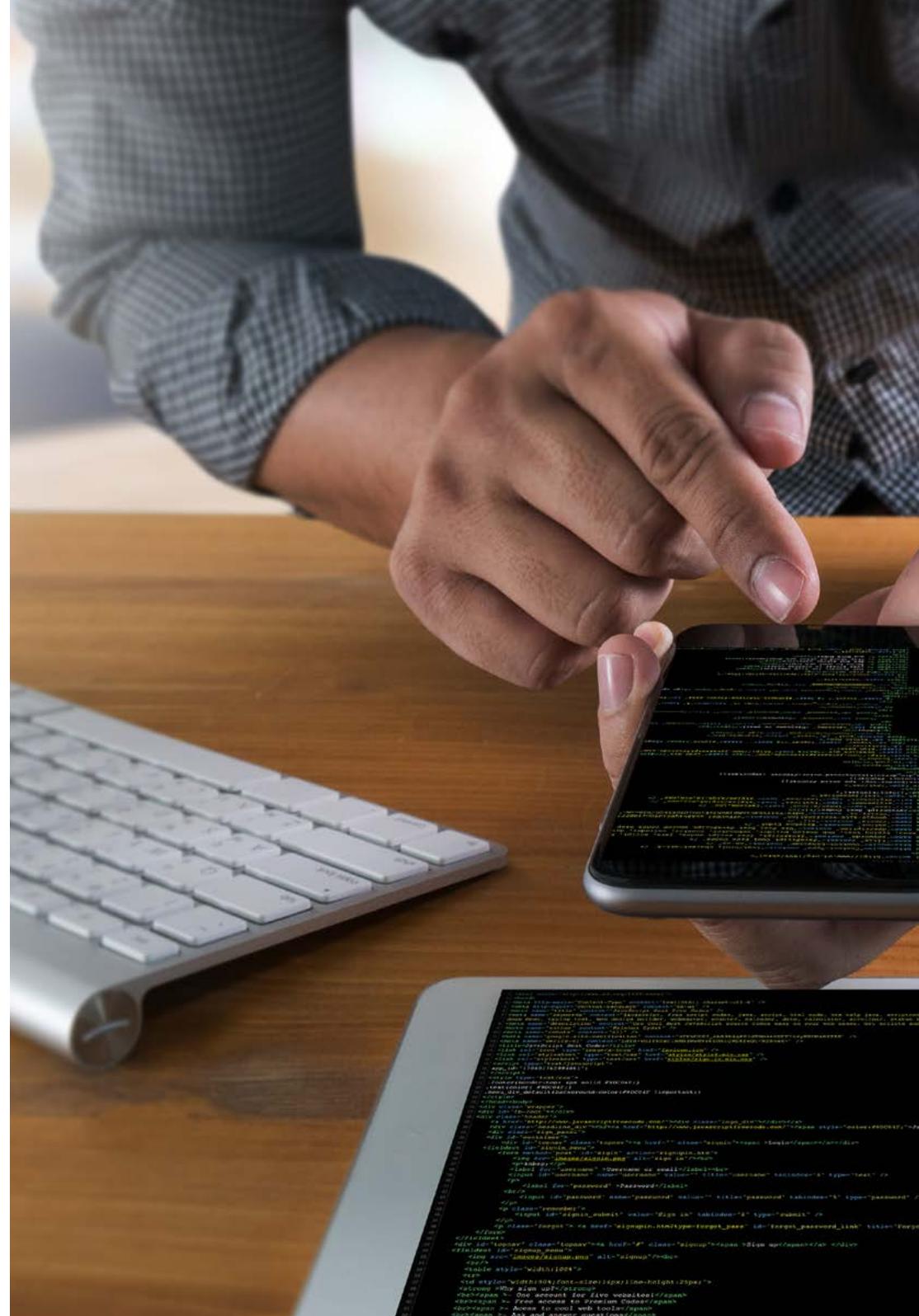
- ◆ Analizzare l'impatto della globalizzazione sulla governance e la governance aziendale
- ◆ Valutare l'importanza di una leadership efficace nella gestione e nel successo delle imprese
- ◆ Definire le strategie di gestione interculturale e la loro rilevanza in diversi ambienti aziendali
- ◆ Sviluppare 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 Strategia

- ◆ 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. Management Direttivo

- ◆ 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

“*Una specializzazione completa e di grande interesse per gli esperti di informatica, che permetterà di competere tra i migliori del settore*”

03

Competenze

Superando le valutazioni di MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda, lo studente avrà acquisito le competenze professionali necessarie per svolgere un lavoro di qualità nel campo dell'informatica. Inoltre, acquisirà nuove competenze e tecniche che lo aiuteranno a completare le conoscenze che già possedeva in precedenza, ponendolo in un momento di massimo aggiornamento.



“

Grazie a un programma creato per stimolare la tua crescita professionale, nel modo più rapido e intensivo, aumenterai la tua capacità di intervenire in tutte le aree della Tecnologia Informatica Avanzata”

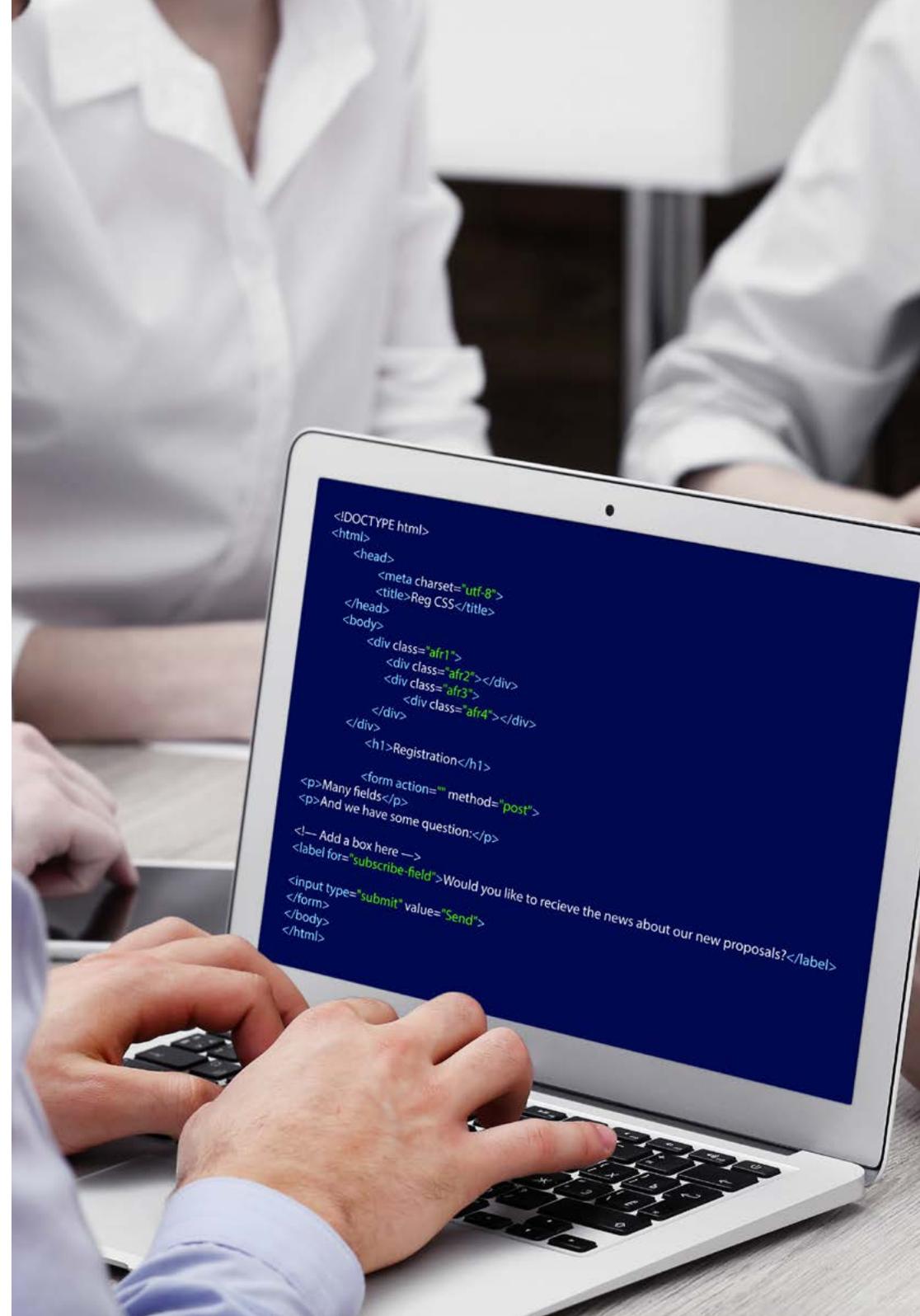


Competenza generale

- ◆ Rispondere alle necessità attuali del settore riguardante le Tecnologie Informatiche Avanzate

“

Un'esperienza di specializzazione unica, chiave e decisiva per potenziare il tuo sviluppo professionale”





Competenze specifiche

- ◆ Essere specializzati nei sistemi informatici più comuni
- ◆ Utilizzare algoritmi, strumenti e piattaforme per applicare le tecniche apprendimento automatico
- ◆ Conoscere le principali norme relative alla gestione e alla protezione di dati aziendali
- ◆ Gestire l'architettura specifica per il trattamento di un alto volume di informazioni per lo sfruttamento del mercato
- ◆ Utilizzare le principali tecnologie relative a IoT e sapere come si applicano alla realtà
- ◆ Realizzare processi di web analytics per conoscere meglio il potenziale cliente come strumento chiave per guidare azioni strategiche
- ◆ Gestire i progetti e il personale in modo efficace

04

Direzione del corso

Nel suo massimo di offrire un'istruzione d'élite per tutti, TECH ha professionisti rinomati per lo studente ad acquisire una solida conoscenza in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda. Il presente MBA ha un team altamente qualificato e con una vasta esperienza nel settore, che offrirà i migliori strumenti per lo studente nello sviluppo delle sue capacità durante il corso. In questo modo, lo studente ha le garanzie che richiede per specializzarsi a livello internazionale in un settore in crescita che lo catapulterà al successo professionale.



“

*Trionfa con l'aiuto dei migliori e acquisisci
le conoscenze e competenze adeguate
per affermarti nel settore dell'informatica
avanzata”*

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 Presidente 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 **promuovere 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



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

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**, il **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**, tra gli altri.

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 Luminare 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 **Federalcalcio** 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!”

Direzione



Dott. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO e CTO presso Prometeus Global Solutions
- CTO presso Korporate Technologies
- CTO presso AI Shephers GmbH
- Consulente e Assessore Aziendale Strategico presso Alliance Medical
- Direttore di Design e Sviluppo presso DocPath
- Dottorato in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- Dottorato in Economia Aziendale e Finanza conseguito presso l'Università Camilo José Cela
- Dottorato in Psicologia presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- Master in Executive MBA presso l'Università Isabel I
- Master in Direzione Commerciale e Marketing presso l'Università Isabel I
- Master in Big Data presso la Formación Hadoop
- Master in Tecnologie Informatiche Avanzate presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- Membro di: Gruppo di Ricerca SMILE

Personale docente

Dott. Montoro Montarroso, Andrés

- ◆ Membro del Gruppo di Ricerca SMIL dell'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Ricercatore presso l'Università di Granada
- ◆ Scienziato dei Dati presso Prometheus Global Solutions
- ◆ Vicepresidente e Developer Software presso CireBits
- ◆ Dottorato in Tecnologia Informatica Avanzata presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Laurea in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Master in Data Science e Computer Engineering presso l'Università di Granada
- ◆ Docente invitato nella materia dei Sistemi basati sulla conoscenza presso la Escuela Superior de Informática de Ciudad Real, tenendo la lezione: *Tecniche Avanzate di Intelligenza Artificiale: Ricerca e analisi di potenziali radicali nei Social Media*
- ◆ Docente ospite in materia di Data Mining presso la Scuola Superiore di Informatica di Ciudad Real, tenendo la lezione: *Applicazioni dell'Elaborazione del Linguaggio Naturale: Logica sfocata per l'analisi dei messaggi sui social media*
- ◆ Relatore al Seminario sulla Prevenzione della Corruzione nelle Pubbliche Amministrazioni e l'Intelligenza Artificiale presso la Facoltà di Giurisprudenza e Scienze Sociali di Toledo, tenendo la lezione: *Tecniche di Intelligenza Artificiale*
- ◆ Relatore nel primo Seminario Internazionale di Diritto Amministrativo e Intelligenza Artificiale (DAIA) Organizzatore presso il Centro di Studi Europei Luis Ortega Álvarez e presso l'Istituto di Ricerca TransJus. Conferenza intitolata *Analisi dei Sentimenti per la prevenzione dei messaggi di odio sui social media*

Dott.ssa Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Consulente per la Protezione dei Dati e Sicurezza delle Informazioni presso il Gruppo Oesía
- ◆ Vicedirettore della Revisione Contabile presso la Segreteria Generale della Compagnia Logistica di Idrocarburi CLH
- ◆ Consulente nell'Area delle Relazioni Legali Aziendali presso Canal de Isabel II
- ◆ Consulente e Revisore presso Helas Consultores SL
- ◆ Consulente e Revisore presso Alaro Avant
- ◆ Avvocata nell'Area delle Nuove Tecnologie presso Lorenzo Abogados
- ◆ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Master in Consulenza Legale per le Imprese conseguito presso l'Istituto Aziendale
- ◆ Corso Superiore in Direzione e Sicurezza Digitale e Gestione della Crisi presso l'Università di Alcalá e l'Alleanza Spagnola di Sicurezza e Crisi (AESYC)
- ◆ Membro di: Associazione Professionale Spagnola di Privacy (APEP) , ISMS Forum

Dott. Peris Morillo, Luis Javier

- ◆ Responsabile tecnico presso Capitole Consulting per Inditex
- ◆ Senior Technical Lead e Delivery Lead Support presso HCL Technologies
- ◆ Redattore tecnico presso Baeldung
- ◆ Agile Coach e Direttore Operativo presso Mirai Advisory
- ◆ Sviluppatore, Team Lead, Scrum Master, Agile Coach e Product Manager presso DocPath
- ◆ Tecnologo presso ARCO
- ◆ Laureato in Ingegneria Superiore in Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Post-laurea in Gestione dei progetti presso il (CEOE)

Dott.ssa García La O, Marta

- ◆ Specialista in Marketing Digitale e Social Network
- ◆ Gestione, amministratrice e *Account Manager* presso Think Planificación y Desarrollo SI
- ◆ Istruttrice manageriale senior presso Think Planning and Development SI
- ◆ Specialista in Marketing presso Versas Consultores
- ◆ Diploma di Laurea in Scienze Aziendali presso l'Università di Murcia
- ◆ Master in Direzione Commerciale e Marketing presso la Fundesem Business School

Dott. García Niño, Pedro

- ◆ Specialista in Posizionamento Web e SEO
- ◆ Direttore delle vendite di servizi informatici presso Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Tecnico specialista in hardware e software presso Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Specialista in e Google Ads (PPC e SEM)
- ◆ Specialista in SEO On Page e Off Page
- ◆ Specialista in Analisi del Marketing Digitale e Misurazione delle Performance

Dott. Tato Sánchez, Rafael

- ◆ Direttore Tecnico presso Indra Sistemas SA
- ◆ Ingegnere di Sistemi presso ENA TRÁFICO SAU
- ◆ Master in Industria 4.0. presso l'Università in Internet
- ◆ Master in Ingegneria Industriale presso l'Università Europea
- ◆ Laurea in Ingegneria Elettronica Industriale e Automatica presso l'Università Europea
- ◆ Ingegnere Tecnico Industriale presso l'Università Politecnica di Madrid

Dott. Díaz Díaz-Chirón, Tobías

- ◆ Consulente esperto in Telecomunicazioni
- ◆ Membro del Gruppo di Ricerca SMIL dell'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Consulente presso Blue Telecom
- ◆ Freelance dedicato principalmente al settore delle telecomunicazioni, specializzato in reti 4G/5G
- ◆ OpenStack: deploy and administration
- ◆ Ingegnere Senior in Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancia
- ◆ Specializzazione in Architettura e reti di computer
- ◆ Professore Associata dell'Università di Castilla-La Mancha
- ◆ Relatore in corsi di Sepecam sull'amministrazione delle reti

Dott.ssa Martínez Cerrato, Yésica

- ◆ Specialista in Educazione, Business e Marketing
- ◆ Responsabile della formazione tecnica presso Securitas Seguridad España
- ◆ *Product Manager* in Sicurezza Elettronica presso Securitas Seguridad España
- ◆ Analista di Business Intelligence presso Ricopia Technologies
- ◆ Tecnico informatico e responsabile delle aule informatiche OTEC presso l'Università di Alcalá de Henares
- ◆ Collaboratrice dell'Associazione ASALUMA
- ◆ Laurea in Ingegneria delle Comunicazioni conseguita presso la Scuola Politecnica dell'Università di Alcalá de Henares

**Dott.ssa Fernández Meléndez, Galina**

- ◆ Specialista in Big Data
- ◆ Analista Dati presso Aresi Gestión de Fincas
- ◆ Data Analyst presso ADN Mobile Solution
- ◆ Laurea in Economia Aziendale presso l'Università Bicentennial di Aragua Caracas, Venezuela
- ◆ Diploma in Pianificazione e Finanza Pubblica presso la Scuola Venezuelana di Pianificazione
- ◆ Master in Analisi dei Dati e Business Intelligence presso l'Università di Oviedo
- ◆ MBA in Business Administration e Management presso la European Business School di Barcellona
- ◆ Master in Big Data e Business Intelligence presso la Business School Europea di Barcellona

“

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

05

Struttura e contenuti

Il programma è stato ideato sulla base dell'efficacia didattica, selezionando accuratamente i contenuti per poter offrire una specializzazione completa, che comprenda tutti gli ambiti di studio indispensabili per raggiungere una reale conoscenza della materia. Comprendendo le novità e gli aspetti più innovativi del settore. È stato quindi definito un programma di studi i cui moduli offrono un'ampia panoramica della Direzione Tecnica di Data Science in Azienda. Gli studenti potranno ampliare le proprie conoscenze fin dal primo modulo, e questo consentirà loro di crescere a livello professionale e con la consapevolezza di poter contare sul supporto di esperti.





“

Tutte le materie e le aree di conoscenza sono state raccolte in un programma di studio completo e assolutamente aggiornato, al fine di portare lo studente al massimo livello teorico e pratico"

Modulo 1. Principali sistemi di gestione delle informazioni

- 1.1. ERP e CRM
 - 1.1.1. ERP
 - 1.1.2. CRM
 - 1.1.3. Differenze tra ERP e CRM: Punto di vendita
 - 1.1.4. Successo aziendale
- 1.2. ERP
 - 1.2.1. ERP
 - 1.2.2. Tipologie di ERP
 - 1.2.3. Sviluppo di un progetto di implementazione di ERP
 - 1.2.4. ERP Ottimizzatore di risorse
 - 1.2.5. Architettura di un sistema ERP
- 1.3. Informazione fornita da ERP
 - 1.3.1. Informazione fornita da ERP
 - 1.3.2. Vantaggi e svantaggi
 - 1.3.3. L'informazione
- 1.4. Sistemi ERP
 - 1.4.1. Sistemi e strumenti attuali di ERP
 - 1.4.2. Processo decisionale
 - 1.4.3. Quotidianità con un ERP
- 1.5. CRM: progetto di implementazione
 - 1.5.1. CRM: Progetto di implementazione
 - 1.5.2. CRM come strumento commerciale
 - 1.5.3. Strategie per il sistemi di informazione
- 1.6. CRM: Fedeltà del cliente
 - 1.6.1. Punto di partenza
 - 1.6.2. Vendere o fidelizzare
 - 1.6.3. Fattori di successo nel sistema di fidelizzazione
 - 1.6.4. Strategie multicanale
 - 1.6.5. Progettazione delle azioni di fidelizzazione
 - 1.6.6. E-fidelizzazione

- 1.7. CRM: campagne di comunicazione
 - 1.7.1. Azioni e piano di comunicazione
 - 1.7.2. Importanza del cliente informato
 - 1.7.3. L'ascolto del cliente
- 1.8. CRM: prevenire l'insoddisfazione
 - 1.8.1. Disdette dei clienti
 - 1.8.2. Identificazione di errori per tempo
 - 1.8.3. Processo di miglioramento
 - 1.8.4. Recupero del cliente insoddisfatto
- 1.9. CRM: Azioni speciali di comunicazione
 - 1.9.1. Obiettivi e progettazione di un evento aziendale
 - 1.9.2. Disegno e realizzazione dell'evento
 - 1.9.3. Azioni del dipartimento
 - 1.9.4. Analisi dei risultati
- 1.10. Marketing relazionale
 - 1.10.1. Implementazione: Errori
 - 1.10.2. Metodologia, segmentazione e processi
 - 1.10.3. Modi di muoversi a seconda del dipartimento
 - 1.10.4. Strumenti CRM

Modulo 2. Tipi e cicli di vita del dato

- 2.1. La statistica
 - 2.1.1. Statistica: statistiche descrittive, inferenze statistiche
 - 2.1.2. Popolazione, campione, individuo
 - 2.1.3. Variabili: definizione, scale di misurazione
- 2.2. Tipi di dati statistici
 - 2.2.1. Secondo la tipologia
 - 2.2.1.1. Quantitativi: dati continui e discreti
 - 2.2.1.2. Qualitativi: dati binominali, nominali e ordinali
 - 2.2.2. Secondo la forma
 - 2.2.2.1. Numerici
 - 2.2.2.2. Testuali
 - 2.2.2.3. Logici

- 2.2.3. Secondo la fonte
 - 2.2.3.1. Primari
 - 2.2.3.2. Secondari
- 2.3. Ciclo di vita dei dati
 - 2.3.1. Fasi del ciclo
 - 2.3.2. Tappe del ciclo
 - 2.3.3. Principi FAIR
- 2.4. Fasi iniziali del ciclo
 - 2.4.1. Definizione delle mete
 - 2.4.2. Determinazione delle risorse necessarie
 - 2.4.3. Diagramma di Gantt
 - 2.4.4. Struttura dei dati
- 2.5. Raccolta di dati
 - 2.5.1. Metodologia di raccolta
 - 2.5.2. Strumenti di raccolta
 - 2.5.3. Canali di raccolta
- 2.6. Pulizia del dato
 - 2.6.1. Fasi di pulizia dei dati
 - 2.6.2. Qualità del dato
 - 2.6.3. Elaborazione dei dati (con R)
- 2.7. Analisi dei dati, interpretazione e valutazione dei risultati
 - 2.7.1. Misure statistiche
 - 2.7.2. Indici di relazione
 - 2.7.3. Data Mining
- 2.8. Deposito del dato (Datawarehouse)
 - 2.8.1. Elementi che lo integrano
 - 2.8.2. Design
 - 2.8.3. Aspetti da considerare
- 2.9. Disponibilità del dato
 - 2.9.1. Accesso
 - 2.9.2. Utilità
 - 2.9.3. Sicurezza

Modulo 3. Numero di apprendimento automatico

- 3.1. La conoscenza nei database
 - 3.1.1. Pre-elaborazione dei dati
 - 3.1.2. Analisi
 - 3.1.3. Interpretazione e valutazione dei risultati
- 3.2. Machine Learning
 - 3.2.1. Apprendimento supervisionato e non
 - 3.2.2. Apprendimento per rinforzo
 - 3.2.3. Apprendimento semi-supervisionato: Altri modelli di apprendimento
- 3.3. Classificazione
 - 3.3.1. Alberi di decisione e apprendimento basato su regole
 - 3.3.2. Macchine di Supporto Vettoriale (SVM) e algoritmi dei nearest neighbors (KNN)
 - 3.3.3. Metriche per gli algoritmi di ordinamento
- 3.4. Regressione
 - 3.4.1. Regressione lineare e logistica
 - 3.4.2. Modelli di regressione non lineari
 - 3.4.3. Analisi di serie temporali
 - 3.4.4. Metriche per algoritmi di regressione
- 3.5. Clustering
 - 3.5.1. Raggruppamento gerarchico
 - 3.5.2. Raggruppamento partizionale
 - 3.5.3. Metriche per algoritmi di clustering
- 3.6. Regole di associazione
 - 3.6.1. Misure di interesse
 - 3.6.2. Metodi per estrarre regole
 - 3.6.3. Metriche per gli algoritmi di regole di associazione
- 3.7. Multiclassificatori
 - 3.7.1. "Bootstrap aggregation" o "bagging"
 - 3.7.2. Algoritmo di "Random Forests"
 - 3.7.3. Algoritmo di "Boosting"

- 3.8. Modelli di ragionamento probabilistico
 - 3.8.1. Ragionamento probabilistico
 - 3.8.2. Reti bayesiane o reti di credenze
 - 3.8.3. "Hidden Markov Models"
- 3.9. Percettore Multistrato
 - 3.9.1. Rete neuronale
 - 3.9.2. Apprendimento automatico con reti neurali
 - 3.9.3. Diminuzione del grado, "backpropagation" e funzioni di attivazione
 - 3.9.4. Implementazione di una rete neuronale artificiale
- 3.10. Apprendimento profondo
 - 3.10.1. Rete neuronale profonda: Introduzione
 - 3.10.2. Reti convoluzionali
 - 3.10.3. Sequence Modeling
 - 3.10.4. Tensorflow y Pytorch

Modulo 4. Analitica web

- 4.1. Web analytics
 - 4.1.1. Introduzione
 - 4.1.2. Evoluzione del web analytics
 - 4.1.3. Processo di analisi
- 4.2. Google Analytics
 - 4.2.1. Google Analytics
 - 4.2.2. Uso
 - 4.2.3. Obiettivi
- 4.3. Hits. Interazioni con il sito web
 - 4.3.1. Metriche di base
 - 4.3.2. KPI (Key Performance Indicators)
 - 4.3.3. Percentuali di conversione adeguate
- 4.4. Dimensioni frequenti
 - 4.4.1. Fonte
 - 4.4.2. Mezzo
 - 4.4.3. Keyword
 - 4.4.4. Campagna
 - 4.4.5. Tag personalizzato
- 4.5. Configurazione di Google Analytics
 - 4.5.1. Installazione. Creazione dell'account
 - 4.5.2. Versioni dello strumento: UA/GA4
 - 4.5.3. Tag personalizzato
 - 4.5.4. Obiettivi di conversione
- 4.6. Organizzazione di Google Analytics
 - 4.6.1. Account
 - 4.6.2. Proprietà
 - 4.6.3. View
- 4.7. Relazioni di Google Analytics
 - 4.7.1. In tempo reale
 - 4.7.2. Pubblico
 - 4.7.3. Acquisizione
 - 4.7.4. Comportamento
 - 4.7.5. Conversioni
 - 4.7.6. E-commerce
- 4.8. Relazioni avanzate di Google Analytics
 - 4.8.1. Relazioni personalizzate
 - 4.8.2. Pannelli
 - 4.8.3. API
- 4.9. Filtri e segmenti
 - 4.9.1. Filtro
 - 4.9.2. Segmento
 - 4.9.3. Tipi di segmenti: predefiniti/personalizzati
 - 4.9.4. Liste di Remarketing
- 4.10. Piano di digital analytics
 - 4.10.1. Misurazione
 - 4.10.2. Implementazione dell'ambiente tecnologico
 - 4.10.3. Conclusioni

Modulo 5. Normativa per la gestione dei dati

- 5.1. Quadro normativo
 - 5.1.1. Quadro normativo e definizioni
 - 5.1.2. Responsabili, corresponsabili e incaricati del trattamento
 - 5.1.3. Prossimo quadro normativo in materia di intelligenza artificiale
- 5.2. Principi relativi al trattamento dei dati personali
 - 5.2.1. Legalità, correttezza, trasparenza e limitazione della finalità
 - 5.2.2. Minimizzazione dei dati, correttezza e limitazione del periodo di conservazione
 - 5.2.3. Integrità e confidenzialità
 - 5.2.4. Responsabilità proattiva
- 5.3. Legittimazione e abilitazione al trattamento
 - 5.3.1. Basi di legittimazione
 - 5.3.2. Abilitazioni per il trattamento delle categorie speciali di dati
 - 5.3.3. Comunicazioni dei dati
- 5.4. Diritti degli individui
 - 5.4.1. Trasparenza e informazione
 - 5.4.2. Accesso
 - 5.4.3. Rettifica e cancellazione (diritto alla dimenticanza), limitazione e portabilità
 - 5.4.4. Opposizione e decisioni individuali automatizzate
 - 5.4.5. Limite ai diritti
- 5.5. Analisi e gestione dei rischi
 - 5.5.1. Identificazione dei rischi e minacce per i diritti e le libertà delle persone fisiche
 - 5.5.2. Valutazione dei rischi
 - 5.5.3. Piano di trattamento dei rischi
- 5.6. Misure di responsabilità proattiva
 - 5.6.1. Identificazione di tecniche per garantire e accreditare l'adempimento
 - 5.6.2. Misure organizzative
 - 5.6.3. Misure tecniche
 - 5.6.4. Gestione di violazioni della sicurezza dei dati personali
 - 5.6.5. Il registro di attività di trattamento

- 5.7. La valutazione d'impatto sulla protezione dei dati personali (PIA o DPIA)
 - 5.7.1. Attività che richiedono EIPD
 - 5.7.2. Metodologia di valutazione
 - 5.7.3. Identificazione dei rischi, minacce e consultazione alle autorità di controllo
- 5.8. Regolazione contrattuale: responsabili, incaricati e altri soggetti
 - 5.8.1. Contratti in materia di protezione dei dati
 - 5.8.2. Attribuzione di responsabilità
 - 5.8.3. Contratti tra corresponsabili
- 5.9. Trasferimenti internazionali di dati
 - 5.9.1. Definizione e garanzie da adottare
 - 5.9.2. Le clausole contrattuali tipo
 - 5.9.3. Altri strumenti per regolare i trasferimenti
- 5.10. Infrazioni e sanzioni
 - 5.10.1. Infrazioni e sanzioni
 - 5.10.2. Criteri di classificazione in materia di sanzioni
 - 5.10.3. Il responsabile della protezione dei dati
 - 5.10.4. Funzioni delle autorità di controllo

Modulo 6. Sistemi scalabili ed affidabili per l'uso massivo dei dati

- 6.1. Scalabilità, affidabilità e mantenimento
 - 6.1.1. Scalabilità
 - 6.1.2. Affidabilità
 - 6.1.3. Mantenimento
- 6.2. Modelli di dati
 - 6.2.1. Evoluzione dei modelli di dati
 - 6.2.2. Confronto del modello relazionale con il modello NoSQL basato sui documenti
 - 6.2.3. Modello di grafi
- 6.3. Motori di archiviazione e recupero dei dati
 - 6.3.1. Archiviazione strutturata in log
 - 6.3.2. Archiviazione in tabelle di segmenti
 - 6.3.3. Alberi B

- 6.4. Servizi, messaggistica e formati per codificare dati
 - 6.4.1. Flusso di dati in servizio REST
 - 6.4.2. Flusso di dati nella messaggistica
 - 6.4.3. Formati di invio dei messaggi
- 6.5. Risposta
 - 6.5.1. Teorema CAP
 - 6.5.2. Modelli di consistenza
 - 6.5.3. Modelli di risposta in base ai concetti di capo e seguaci
- 6.6. Transazioni distribuite
 - 6.6.1. Operazioni atomiche
 - 6.6.2. Transazioni distribuite da diversi punti di vista (Calvin, Spanner)
 - 6.6.3. Serialità
- 6.7. Suddivisione
 - 6.7.1. Tipi di suddivisione
 - 6.7.2. Indici di suddivisione
 - 6.7.3. Bilanciamento delle suddivisioni
- 6.8. Elaborazione per lotti
 - 6.8.1. Elaborazione per lotti
 - 6.8.2. MapReduce
 - 6.8.3. Approcci posteriori a MapReduce
- 6.9. Processo dei flussi di dati
 - 6.9.1. Sistemi di messaggistica
 - 6.9.2. Persistenza dei flussi di dati
 - 6.9.3. Usi e operazioni con flussi di dati
- 6.10. Casistica di uso: Twitter, Facebook, Uber
 - 6.10.1. Twitter: l'uso di Caches
 - 6.10.2. Facebook: modelli non relazionali
 - 6.10.3. Uber: diversi modelli per diversi propositi



Modulo 7. Amministrazione dei sistemi per distribuzioni ripartite

- 7.1. Amministrazione classica. Il modello monolitico
 - 7.1.1. Applicazioni classiche. Il modello monolitico
 - 7.1.2. Requisiti del sistema per applicazioni monolitiche
 - 7.1.3. L'amministrazione dei sistemi monolitici
 - 7.1.4. Automatizzazione
- 7.2. Applicazioni distribuite: Il microservizio
 - 7.2.1. Paradigma di computazione distribuita
 - 7.2.2. Modelli basati sui microservizi
 - 7.2.3. Requisiti del sistema per modelli distribuiti
 - 7.2.4. Applicazioni monolitiche e Applicazioni distribuite
- 7.3. Strumenti per lo sfruttamento delle risorse
 - 7.3.1. Gestione del "ferro"
 - 7.3.2. Virtualizzazione
 - 7.3.3. Emulazione
 - 7.3.4. Paravirtualizzazione
- 7.4. Modelli IaaS, PaaS e SaaS
 - 7.4.1. Modello IaaS
 - 7.4.2. Modello PaaS
 - 7.4.3. Modello SaaS
 - 7.4.4. Pattern di progettazione
- 7.5. Contenitorizzazione
 - 7.5.1. Virtualizzazione con cgroups
 - 7.5.2. Contenitori
 - 7.5.3. Dall'applicazione al contenitore
 - 7.5.4. Orchestrazione dei contenitori
- 7.6. Clustering
 - 7.6.1. Alto rendimento e alta disponibilità
 - 7.6.2. Modelli di alta disponibilità
 - 7.6.3. Cluster con piattaforma SaaS
 - 7.6.4. Securitizzazione dei cluster

- 7.7. Cloud computing
 - 7.7.1. Cluster vs cloud
 - 7.7.2. Tipologie di cloud
 - 7.7.3. Modelli di servizio sul cloud
 - 7.7.4. Sottoscrizione
- 7.8. Monitoraggio e testing
 - 7.8.1. Tipi di monitoraggio
 - 7.8.2. Visualizzazione
 - 7.8.3. Prove di infrastruttura
 - 7.8.4. Ingegneria del caos
- 7.9. Caso di studio: Kubernetes
 - 7.9.1. Struttura
 - 7.9.2. Amministrazione
 - 7.9.3. Distribuzione dei servizi
 - 7.9.4. Sviluppo dei servizi per K8S
- 7.10. Caso di studio: OpenStack
 - 7.10.1. Struttura
 - 7.10.2. Amministrazione
 - 7.10.3. Distribuzione
 - 7.10.4. Sviluppo dei servizi per OpenStack

Modulo 8. *Internet of Things*

- 8.1. Internet of Things (IoT)
 - 8.1.1. Internet del futuro
 - 8.1.2. Internet of Things e Industrial Internet of Things
 - 8.1.3. Il consorzio di internet industriale
- 8.2. Architettura di riferimento
 - 8.2.1. Architettura di riferimento
 - 8.2.2. Strati e componenti
- 8.3. Dispositivi IoT
 - 8.3.1. Classificazione
 - 8.3.2. Componenti
 - 8.3.3. Sensori e azionatori
- 8.4. Protocolli di comunicazione
 - 8.4.1. Classificazione
 - 8.4.2. Modello OSI
 - 8.4.3. Tecnologie
- 8.5. Piattaforme IoT e IIoT
 - 8.5.1. La piattaforma IoT
 - 8.5.2. Piattaforme cloud con obiettivo generale
 - 8.5.3. Piattaforme industriali
 - 8.5.4. Piattaforme con codice aperto
- 8.6. Gestione dei dati in piattaforme IoT
 - 8.6.1. Meccanismi di gestione
 - 8.6.2. Dati aperti
 - 8.6.3. Scambio di dati
 - 8.6.4. Visualizzazione dei dati
- 8.7. Sicurezza in IoT
 - 8.7.1. Requisiti di sicurezza
 - 8.7.2. Aree di sicurezza
 - 8.7.3. Strategie di sicurezza
 - 8.7.4. Sicurezza in IIoT
- 8.8. Aree di applicazione dei sistemi IoT
 - 8.8.1. Cure intelligenti
 - 8.8.2. Salute e condizione fisica
 - 8.8.3. Casa intelligente
 - 8.8.4. Altre applicazioni
- 8.9. Applicazione di IIoT nei vari settori industriali
 - 8.9.1. Fabbricazione
 - 8.9.2. Trasporto
 - 8.9.3. Energia
 - 8.9.4. Agricoltura e allevamento
 - 8.9.5. Altri settori
- 8.10. Integrazione di IIoT nel modello di industria 4.0
 - 8.10.1. IoRT (Internet of Robotics Things)
 - 8.10.2. Fabbricazione additiva 3D
 - 8.10.3. Big Data Analytics

Modulo 9. Gestione di progetti e metodologie Agile

- 9.1. Direzione e gestione di progetti
 - 9.1.1. Il progetto
 - 9.1.2. Fasi di un progetto
 - 9.1.3. Project Management
- 9.2. Metodologia PMI per la gestione di progetti
 - 9.2.1. PMI (Project Management Institute)
 - 9.2.2. PMBOK
 - 9.2.3. Differenza tra progetti, programmi e portfolio di progetti
 - 9.2.4. Evoluzione delle organizzazioni che lavorano con progetti
 - 9.2.5. Patrimonio dei processi nelle organizzazioni
- 9.3. Metodologia PMI per la gestione di progetti: processi
 - 9.3.1. Gruppi di processo
 - 9.3.2. Aree di conoscenza
 - 9.3.3. Matrice dei processi
- 9.4. Metodologia Agile per la gestione di progetti
 - 9.4.1. Contesto VUCA (volatilità, incertezza, complessità e ambiguità)
 - 9.4.2. Valori di Agile
 - 9.4.3. Principi del manifesto Agile
- 9.5. Framework Agile SCRUM per la gestione di progetti
 - 9.5.1. Scrum
 - 9.5.2. I pilastri della metodologia Scrum
 - 9.5.3. I valori di Scrum
- 9.6. Framework Agile SCRUM per la gestione di progetti. Processo
 - 9.6.1. Il processo di Scrum
 - 9.6.2. Ruoli tipizzati in un processo Scrum
 - 9.6.3. Le cerimonie in Scrum
- 9.7. Framework Agile SCRUM per la gestione di progetti. Artefatti
 - 9.7.1. Artefatti in un processo Scrum
 - 9.7.2. La squadra Scrum
 - 9.7.3. Metriche per la valutazione del rendimento di una squadra Scrum

- 9.8. Framework Agile KANBAN per la gestione di progetti. Metodo Kanban
 - 9.8.1. Kanban
 - 9.8.2. Benefici di Kanban
 - 9.8.3. Metodo Kanban Elementi
- 9.9. Framework Agile KANBAN per la gestione di progetti. Pratiche del metodo Kanban
 - 9.9.1. I valori di Kanban
 - 9.9.2. Principi del metodo Kanban
 - 9.9.3. Pratiche generali del metodo Kanban
 - 9.9.4. Metriche per la valutazione del rendimento di Kanban
- 9.10. Confronto: PMI, SCRUM e KANBAN
 - 9.10.1. PMI-SCRUM
 - 9.10.2. PMI-KANBAN
 - 9.10.3. SCRUM-KANBAN

Modulo 10. Comunicazione, leadership e gestione di team

- 10.1. Sviluppo organizzativo in azienda
 - 10.1.1. Clima, cultura e sviluppo organizzativo in azienda
 - 10.1.2. Gestione del capitale umano
- 10.2. Modelli di direzione. Processo decisionale
 - 10.2.1. Cambio del paradigma nei modelli di direzione
 - 10.2.2. Processo direttivo dell'impresa tecnologica
 - 10.2.3. Processo decisionale. Strumenti di pianificazione
- 10.3. Leadership: Delegazione ed empowerment
 - 10.3.1. Leadership
 - 10.3.2. Delegazione ed empowerment
 - 10.3.3. Valutazione dell'impegno
- 10.4. Leadership: Gestione della talento e dell'impegno
 - 10.4.1. Gestione del talento in azienda
 - 10.4.2. Gestione dell'impegno in azienda
 - 10.4.3. Miglioramento della comunicazione nell'azienda
- 10.5. Coaching applicato in azienda
 - 10.5.1. Coaching direttivo
 - 10.5.2. Coaching di squadre

- 10.6. Mentoring applicato in azienda
 - 10.6.1. Profilo del mentore
 - 10.6.2. I 4 processi di un programma di mentoring
 - 10.6.3. Strumenti e tecniche in un processo di Mentoring
 - 10.6.4. Benefici del mentoring in ambito aziendale
- 10.7. Gestire i team. Le relazioni interpersonali
 - 10.7.1. Relazioni interpersonali
 - 10.7.1.1. Stili relazionali. Approcci
 - 10.7.1.2. Riunioni efficaci e accordi in situazioni difficili
- 10.8. Gestione di team II. I conflitti
 - 10.8.1. I conflitti
 - 10.8.2. Prevenire, affrontare e risolvere il conflitto
 - 10.8.2.1. Strategie per prevenire il conflitto
 - 10.8.2.2. Gestione dei conflitti: Principi di base
 - 10.8.2.3. Strategie per risolvere conflitti
 - 10.8.3. Stress e motivazione lavorativa
- 10.9. Gestione di team III. La negoziazione
 - 10.9.1. La negoziazione in ambito direttivo delle aziende tecnologiche
 - 10.9.2. Stili di negoziazione
 - 10.9.3. Fasi di negoziazione
 - 10.9.3.1. Ostacoli da superare nella negoziazione
- 10.10. Gestione di team IV. Tecniche di negoziazione
 - 10.10.1. Tecniche e strategie di negoziazione
 - 10.10.1.1. Strategie e principali tipi di negoziazione
 - 10.10.1.2. Tattiche di negoziazione e questioni pratiche
 - 10.10.2. La figura del soggetto negoziatore





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. Direzione del personale e gestione del talento

- 12.1. Management strategico del personale
 - 12.1.1. Direzione strategica e risorse umane
 - 12.1.2. Management strategico del personale
- 12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze
 - 12.2.1. Analisi del potenziale
 - 12.2.2. Politiche di retribuzione
 - 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione
- 12.3. Valutazione e gestione 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
 - 12.4.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
 - 12.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni
- 12.7. Gestione del cambiamento
 - 12.5.1. 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
 - 12.6.1. Negoziazione
 - 12.8.2. Gestione dei Conflitti
 - 12.8.3. Gestione delle Crisi
- 12.9. Comunicazione direttiva
 - 12.7.1. 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. *Branding* personale
 - 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

“

Un'offerta didattica unica che si contraddistingue per la qualità dei suoi contenuti e il suo eccellente personale docente, composto da professionisti di prestigio”

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”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

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

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori Scuole di Informatica del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ti confrontiamo nel metodo dei casi, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il corso, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

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

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

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

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

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

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



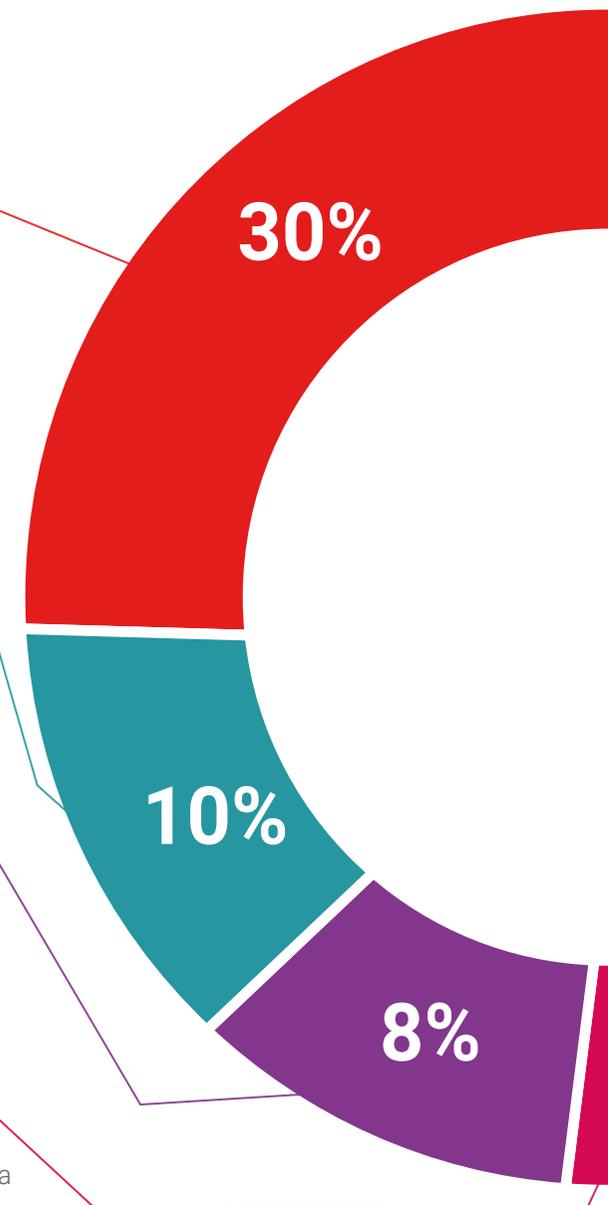
Pratiche di competenze e competenze

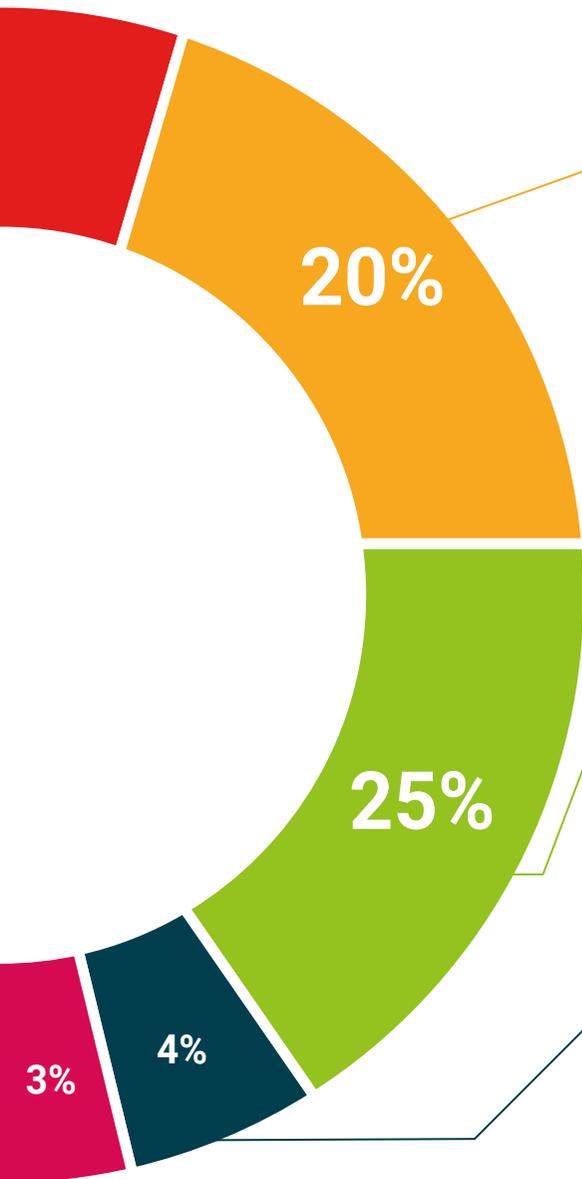
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07 Titolo

L'MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda 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 Tecnica di Data Science in Azienda** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

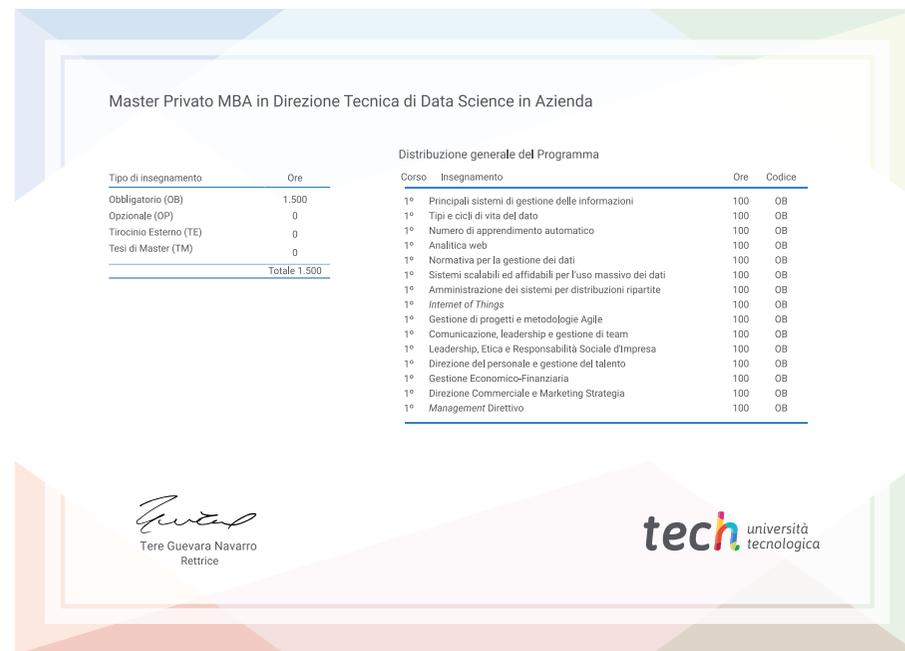
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Privato** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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 Tecnica di Data Science in Azienda**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

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 lingu

tech università
tecnologica

Master Privato

MBA in Direzione Tecnica
di Data Science in Azienda

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

Master Privato

MBA in Direzione Tecnica
di Data Science in Azienda