

# Master

## MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda

Partnership



**tech** global  
university



## Master

### MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/informatica/master/master-mba-direzione-tecnica-data-science-azienda](http://www.techtute.com/it/informatica/master/master-mba-direzione-tecnica-data-science-azienda)

# Indice

01

Presentazione del  
programma

*pag. 4*

02

Perché studiare in TECH?

*pag. 8*

03

Piano di studi

*pag. 12*

04

Obiettivi didattici

*pag. 26*

05

Opportunità professionali

*pag. 32*

06

Licenze software incluse

*pag. 36*

07

Metodologia di studio

*pag. 40*

08

Personale docente

*pag. 50*

09

Titolo

*pag. 72*

01

# Presentazione del programma

La Direzione Tecnica di *Data Science* rappresenta oggi una componente essenziale per la progettazione di strategie aziendali sostenute da prove quantificabili. Infatti, le organizzazioni richiedono la presenza di professionisti in grado di condurre progetti analitici complessi e connettere il valore dei dati nel processo decisionale. Secondo una relazione delle Nazioni Unite, il 76% delle istituzioni ritiene che l'analisi dei dati sarà fondamentale per ottimizzare la propria competitività. Ecco perché gli esperti hanno bisogno di una conoscenza completa dell'uso dei modelli predittivi e dei moderni sistemi di archiviazione scalabili per elaborare grandi volumi di informazioni. Di fronte a questo, TECH presenta un'innovativa qualifica online focalizzata sull'uso strategico dei dati.



“

*Un programma completo e 100% online,  
esclusivo di TECH e con una prospettiva  
internazionale supportata dalla partnership  
con la Business Graduates Association"*

L'irruzione della Data Science nei processi aziendali sta ridefinendo il modo in cui le organizzazioni concepiscono la strategia aziendale. Ad esempio, la loro capacità di trasformare le informazioni in conoscenze utilizzabili consente alle aziende di anticipare i trend, ottimizzare le operazioni e prendere decisioni informate. In questo contesto, i professionisti hanno bisogno di sviluppare competenze avanzate nella gestione ottimale degli strumenti di *Data Science*. Ciò consentirà loro di garantire che il trattamento dei dati sia efficiente.

Con l'obiettivo di facilitare questo lavoro, TECH propone un esclusivo Master MBA in Direzione Tecnica di *Data Science* in Azienda. Progettato da riferimenti in questo settore, il percorso accademico approfondirà aspetti che spaziano dall'approccio tecnico dei sistemi di gestione delle informazioni all'analisi dettagliata del ciclo di vita dei dati. Inoltre, il programma fornirà strumenti all'avanguardia per la raccolta, la pulizia e persino la modellazione delle informazioni. In questo senso, i materiali didattici approfondiranno anche le basi normative relative alla protezione dei dati. Grazie a questo, gli studenti svilupperanno competenze avanzate per progettare infrastrutture scalabili, gestire flussi massicci di dati in tempo reale e distribuire servizi su architetture ad alta disponibilità.

Per quanto riguarda la metodologia, TECH impiega il suo dirompente sistema *Relearning* basato sulla ripetizione naturale e progressiva dei concetti chiave del piano di studi. Per accedere al Campus Virtuale, gli informatici avranno bisogno solo di un dispositivo con connessione internet. Inoltre, alcuni rinomati Direttori Ospiti Internazionali impartiranno rigorose *Master class*.

Grazie al fatto che TECH è membro della **Business Graduates Association (BGA)**, lo studente avrà accesso a risorse esclusive e aggiornate che rafforzeranno la sua formazione continua e lo sviluppo professionale, nonché sconti su eventi che faciliteranno il contatto con esperti del settore. Inoltre, potrà ampliare la rete professionale, connettendolo con specialisti di diverse regioni, favorendo lo scambio di conoscenze e nuove opportunità di lavoro.

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

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Direzione Tecnica di *Data Science* nell'ambiente aziendale
- ♦ 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
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ 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



*Alcuni prestigiosi Direttori Ospiti Internazionali offriranno delle intensive Master class sulle ultime tendenze in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda”*

“

*Grazie al sistema Relearning non dovrai investire una grande quantità di ore di studio e ti concentrerai sui concetti più rilevanti. Iscriviti subito!”*

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

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

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista 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.

*Avrai una conoscenza completa dei sistemi di gestione dei dati e della loro applicazione strategica nell'ambiente aziendale.*

*Gestirai le tecniche più sofisticate di raccolta, pulizia e stoccaggio di grandi volumi di informazioni.*



02

# Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande università digitale del mondo. Con un catalogo eccezionale di oltre 14.000 programmi accademici disponibili in 11 lingue, si posiziona come leader in termini di occupabilità, con un tasso di inserimento professionale del 99%. Inoltre, dispone di un enorme personale docente, composto da oltre 6.000 professori di altissimo prestigio internazionale.



“

*Studia presso la più grande università digitale del mondo e assicurati il successo professionale. Il futuro inizia con TECH"*

### La migliore università online al mondo secondo FORBES

La prestigiosa rivista Forbes, specializzata in affari e finanza, ha definito TECH "la migliore università online del mondo". Lo hanno recentemente affermato in un articolo della loro edizione digitale, che riporta il caso di successo di questa istituzione: "grazie all'offerta accademica che offre, alla selezione del suo personale docente e a un metodo innovativo di apprendimento orientato alla formazione dei professionisti del futuro".

### Il miglior personale docente internazionale top

Il personale docente di TECH è composto da oltre 6.000 docenti di massimo prestigio internazionale. Professori, ricercatori e dirigenti di multinazionali, tra cui Isaiah Covington, allenatore dei Boston Celtics; Magda Romanska, ricercatrice principale presso MetaLAB ad Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del dipartimento di patologia molecolare traslazionale di MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, direttore creativo della rivista TIME, ecc.

### La più grande università digitale del mondo

TECH è la più grande università digitale del mondo. Siamo la più grande istituzione educativa, con il migliore e più ampio catalogo educativo digitale, cento per cento online e che copre la maggior parte delle aree di conoscenza. Offriamo il maggior numero di titoli di studio, diplomi e corsi post-laurea nel mondo. In totale, più di 14.000 corsi universitari, in undici lingue diverse, che ci rendono la più grande istituzione educativa del mondo.



**Forbes**

La migliore università online del mondo

**Il piano**

di studi più completo

Personale docente Internazionale  
**TOP**



La metodologia più efficace

**N°1 al Mondo**  
La più grande università online del mondo

### I piani di studio più completi del panorama universitario

TECH offre i piani di studio più completi del panorama universitario, con argomenti che coprono concetti fondamentali e, allo stesso tempo, i principali progressi scientifici nelle loro specifiche aree scientifiche. Inoltre, questi programmi sono continuamente aggiornati per garantire agli studenti l'avanguardia accademica e le competenze professionali più richieste. In questo modo, i titoli universitari forniscono agli studenti un vantaggio significativo per elevare le loro carriere verso il successo.

### Un metodo di apprendimento unico

TECH è la prima università ad utilizzare il *Relearning* in tutte le sue qualifiche. Si tratta della migliore metodologia di apprendimento online, accreditata con certificazioni internazionali di qualità docente, disposte da agenzie educative prestigiose. Inoltre, questo modello accademico dirompente è integrato con il "Metodo Casistico", configurando così una strategia di insegnamento online unica. Vengono inoltre implementate risorse didattiche innovative tra cui video dettagliati, infografiche e riassunti interattivi.

#### L'università online ufficiale dell'NBA

TECH è l'università online ufficiale dell'NBA. Grazie ad un accordo con la più grande lega di basket, offre ai suoi studenti programmi universitari esclusivi, nonché una vasta gamma di risorse educative incentrate sul business della lega e su altre aree dell'industria sportiva. Ogni programma presenta un piano di studi con un design unico e relatori ospiti eccezionali: professionisti con una distinta carriera sportiva che offriranno la loro esperienza nelle materie più rilevanti.

#### Leader nell'occupabilità

TECH è riuscita a diventare l'università leader nell'occupabilità. Il 99% dei suoi studenti ottiene un lavoro nel campo accademico che hanno studiato, prima di completare un anno dopo aver terminato uno qualsiasi dei programmi universitari. Una cifra simile riesce a migliorare la propria carriera professionale immediatamente. Tutto questo grazie ad una metodologia di studio che basa la sua efficacia sull'acquisizione di competenze pratiche, assolutamente necessarie per lo sviluppo professionale.



#### Google Partner Premier

Il gigante americano della tecnologia ha conferito a TECH il logo Google Partner Premier. Questo premio, accessibile solo al 3% delle aziende del mondo, conferisce valore all'esperienza efficace, flessibile e adattata che questa università offre agli studenti. Il riconoscimento non solo attesta il massimo rigore, rendimento e investimento nelle infrastrutture digitali di TECH, ma fa anche di questa università una delle compagnie tecnologiche più all'avanguardia del mondo.



#### L'università meglio valutata dai suoi studenti

Gli studenti hanno posizionato TECH come l'università più valutata al mondo nei principali portali di opinione, evidenziando il suo punteggio più alto di 4,9 su 5, ottenuto da oltre 1.000 recensioni. Questi risultati consolidano TECH come l'istituzione universitaria di riferimento a livello internazionale, riflettendo l'eccellenza e l'impatto positivo del suo modello educativo.



# 03

## Piano di studi

Questo percorso accademico approfondirà gli aspetti essenziali per assumere responsabilità nella Direzione Tecnica di *Data Science* in Azienda. Il piano di studi affronterà le normative chiave per la gestione responsabile dei dati, consentendo al professionista di agire in conformità con i quadri normativi esigenti e garantire l'integrità delle informazioni. Inoltre, i materiali didattici esploreranno le particolarità dei sistemi scalabili per l'uso massiccio di informazioni sensibili, indispensabili in ambienti aziendali ad alta domanda. Verranno forniti anche strumenti moderni per progettare architetture robuste che rispondono alle esigenze aziendali reali.





“

*Integrerai infrastrutture di dati basate in sistemi scalabili, distribuiti e multi-service-oriented”*

## 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 sistema di informazione
- 1.6. CRM: Fidelizzazione dei clienti
  - 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 da parte del dipartimento
  - 1.9.4. Analisi dei risultati
- 1.10. Marketing relazionale
  - 1.10.1. Impianto: Errori
  - 1.10.2. Metodologia, segmentazione e processi
  - 1.10.3. Azioni 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: descrittiva e inferenziale
  - 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. Manipolazione 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. Progettazione
  - 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 k-nearest neighbors (KNN)
  - 3.3.3. Metriche per gli algoritmi di classificazione
- 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. Percettrone multistrato
  - 3.9.1. Rete neurale
  - 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 neurale artificiale
- 3.10. Deep Learning
  - 3.10.1. Rete neurale profonda: Introduzione
  - 3.10.2. Reti convoluzionali
  - 3.10.3. Sequence modeling
  - 3.10.4. Tensorflow y Pytorch

## Modulo 4. Web analytics

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

- 5.1. Scalabilità, affidabilità e mantenimento
  - 5.1.1. Scalabilità
  - 5.1.2. Affidabilità
  - 5.1.3. Mantenimento

- 5.2. Modelli di dati
  - 5.2.1. Evoluzione dei modelli di dati
  - 5.2.2. Confronto del modello relazionale con il modello NoSQL basato sui documenti
  - 5.2.3. Modello di grafi
- 5.3. Motori di archiviazione e recupero dei dati
  - 5.3.1. Archiviazione strutturata in log
  - 5.3.2. Archiviazione in tabelle di segmenti
  - 5.3.3. Alberi B
- 5.4. Servizi, messaggistica e formati per codificare dati
  - 5.4.1. Flusso di dati in servizio REST
  - 5.4.2. Flusso di dati nella messaggistica
  - 5.4.3. Formati di invio dei messaggi
- 5.5. Risposta
  - 5.5.1. Teorema CAP
  - 5.5.2. Modelli di consistenza
  - 5.5.3. Modelli di risposta in base ai concetti di capo e seguaci
- 5.6. Transazioni distribuite
  - 5.6.1. Operazioni atomiche
  - 5.6.2. Transazioni distribuite da diversi punti di vista (Calvin, Spanner)
  - 5.6.3. Serialità
- 5.7. Suddivisione
  - 5.7.1. Tipi di suddivisione
  - 5.7.2. Indici di suddivisione
  - 5.7.3. Bilanciamento delle suddivisioni
- 5.8. Elaborazione per lotti
  - 5.8.1. Elaborazione per lotti
  - 5.8.2. MapReduce
  - 5.8.3. Approcci posteriori a MapReduce
- 5.9. Processo dei flussi di dati
  - 5.9.1. Sistemi di messaggistica
  - 5.9.2. Persistenza dei flussi di dati
  - 5.9.3. Usi e operazioni con flussi di dati

- 5.10. Casistica di uso: Twitter, Facebook, Uber
  - 5.10.1. Twitter: l'uso di cache
  - 5.10.2. Facebook: modelli non relazionali
  - 5.10.3. Uber: diversi modelli per diversi propositi

## Modulo 6. Amministrazione dei sistemi per implementazioni distribuite

- 6.1. Amministrazione classica: Il modello monolitico
  - 6.1.1. Applicazioni classiche: Il modello monolitico
  - 6.1.2. Requisiti del sistema per applicazioni monolitiche
  - 6.1.3. L'amministrazione dei sistemi monolitici
  - 6.1.4. Automatizzazione
- 6.2. Applicazioni distribuite: Il microservizio
  - 6.2.1. Paradigma di computazione distribuita
  - 6.2.2. Modelli basati sui microservizi
  - 6.2.3. Requisiti del sistema per modelli distribuiti
  - 6.2.4. Applicazioni monolitiche vs. distribuite
- 6.3. Strumenti per lo sfruttamento delle risorse
  - 6.3.1. Gestione del "ferro"
  - 6.3.2. Virtualizzazione
  - 6.3.3. Emulazione
  - 6.3.4. Paravirtualizzazione
- 6.4. Modelli IaaS, PaaS e SaaS
  - 6.4.1. Modello IaaS
  - 6.4.2. Modello PaaS
  - 6.4.3. Modello SaaS
  - 6.4.4. Pattern di progettazione
- 6.5. Containerizzazione
  - 6.5.1. Virtualizzazione con *cgroups*
  - 6.5.2. *Container*
  - 6.5.3. Dall'applicazione al container
  - 6.5.4. Orchestrazione dei container

- 6.6. Clustering
  - 6.6.1. Alto rendimento e alta disponibilità
  - 6.6.2. Modelli di alta disponibilità
  - 6.6.3. Cluster con piattaforma SaaS
  - 6.6.4. Securitizzazione dei cluster
- 6.7. Cloud computing
  - 6.7.1. Cluster vs. cloud
  - 6.7.2. Tipologie di cloud
  - 6.7.3. Modelli di servizio sul cloud
  - 6.7.4. Sottoscrizione
- 6.8. Monitoraggio e testing
  - 6.8.1. Tipi di monitoraggio
  - 6.8.2. Visualizzazione
  - 6.8.3. Prove di infrastruttura
  - 6.8.4. Ingegneria del caos
- 6.9. Caso di studio: Kubernetes
  - 6.9.1. Struttura
  - 6.9.2. Amministrazione
  - 6.9.3. Distribuzione dei servizi
  - 6.9.4. Sviluppo dei servizi per K8S
- 6.10. Caso di studio: OpenStack
  - 6.10.1. Struttura
  - 6.10.2. Amministrazione
  - 6.10.3. Distribuzione
  - 6.10.4. Sviluppo dei servizi per OpenStack

## Modulo 7. Internet of Things

- 7.1. Internet of Things (IoT)
  - 7.1.1. Internet del futuro
  - 7.1.2. Internet of things e Industrial Internet of things
  - 7.1.3. Il consorzio di internet industriale
- 7.2. Architettura di riferimento
  - 7.2.1. Architettura di riferimento
  - 7.2.2. Strati e componenti



- 7.3. Dispositivi IoT
  - 7.3.1. Classificazione
  - 7.3.2. Componenti
  - 7.3.3. Sensori e azionatori
- 7.4. Protocolli di comunicazione
  - 7.4.1. Classificazione
  - 7.4.2. Modello OSI
  - 7.4.3. Tecnologie
- 7.5. Piattaforme IoT e IIoT
  - 7.5.1. La piattaforma IoT
  - 7.5.2. Piattaforme *cloud* con obiettivo generale
  - 7.5.3. Piattaforme industriali
  - 7.5.4. Piattaforme con codice aperto
- 7.6. Gestione dei dati in piattaforme IoT
  - 7.6.1. Meccanismi di gestione
  - 7.6.2. Dati aperti
  - 7.6.3. Scambio di dati
  - 7.6.4. Visualizzazione dei dati
- 7.7. Sicurezza in IoT
  - 7.7.1. Requisiti di sicurezza
  - 7.7.2. Aree di sicurezza
  - 7.7.3. Strategie di sicurezza
  - 7.7.4. Sicurezza in IIoT
- 7.8. Aree di applicazione dei sistemi IoT
  - 7.8.1. Città intelligenti
  - 7.8.2. Salute e condizione fisica
  - 7.8.3. Casa intelligente
  - 7.8.4. Altre applicazioni
- 7.9. Applicazione di IIoT nei vari settori industriali
  - 7.9.1. Fabbricazione
  - 7.9.2. Trasporto
  - 7.9.3. Energia
  - 7.9.4. Agricoltura e allevamento
  - 7.9.5. Altri settori

- 7.10. Integrazione di IIoT nel modello di industria 4.0
  - 7.10.1. IoRT (*internet of robotics things*)
  - 7.10.2. Fabbricazione additiva 3D
  - 7.10.3. *Big Data Analytics*

## Modulo 8. Gestione di progetti e metodologie *agile*

- 8.1. Direzione e gestione di progetti
  - 8.1.1. Il progetto
  - 8.1.2. Fasi di un progetto
  - 8.1.3. Project Management
- 8.2. Metodologia PMI per la gestione di progetti
  - 8.2.1. PMI (Project Management Institute)
  - 8.2.2. PMBOK
  - 8.2.3. Differenza tra progetti, programmi e portfolio di progetti
  - 8.2.4. Evoluzione delle organizzazioni che lavorano con progetti
  - 8.2.5. Patrimonio dei processi nelle organizzazioni
- 8.3. Metodologia PMI per la gestione di progetti: processi
  - 8.3.1. Gruppi di processo
  - 8.3.2. Aree di conoscenza
  - 8.3.3. Matrice dei processi
- 8.4. Metodologia *Agile* per la gestione di progetti
  - 8.4.1. Contesto VUCA (volatilità, incertezza, complessità e ambiguità)
  - 8.4.2. Valori di Agile
  - 8.4.3. Principi del manifesto *Agile*
- 8.5. *Framework Agile* Scrum per la gestione di progetti
  - 8.5.1. Scrum
  - 8.5.2. I pilastri della metodologia Scrum
  - 8.5.3. I valori di Scrum
- 8.6. *Framework Agile* Scrum per la gestione di progetti: Processo
  - 8.6.1. Il processo di Scrum
  - 8.6.2. Ruoli tipizzati in un processo Scrum
  - 8.6.3. Le cerimonie in Scrum

- 8.7. *Framework Agile Scrum per la gestione di progetti: Artefatti*
  - 8.7.1. Artefatti in un processo Scrum
  - 8.7.2. La squadra Scrum
  - 8.7.3. Metriche per la valutazione del rendimento di una squadra Scrum
- 8.8. *Framework Agile Kanban per la gestione di progetti: Metodo Kanban*
  - 8.8.1. Kanban
  - 8.8.2. Benefici di Kanban
  - 8.8.3. Metodo Kanban: Elementi
- 8.9. *Framework Agile Kanban per la gestione di progetti: Pratiche del metodo Kanban*
  - 8.9.1. I valori di Kanban
  - 8.9.2. Principi del metodo Kanban
  - 8.9.3. Pratiche generali del metodo Kanban
  - 8.9.4. Metriche per la valutazione del rendimento di Kanban
- 8.10. Confronto: PMI, Scrum e Kanban
  - 8.10.1. PMI – Scrum
  - 8.10.2. PMI – Kanban
  - 8.10.3. Scrum - Kanban

## Modulo 9. Comunicazione, leadership e gestione di team

- 9.1. Sviluppo organizzativo in azienda
  - 9.1.1. Clima, cultura e sviluppo organizzativo in azienda
  - 9.1.2. Gestione del capitale umano
- 9.2. Modelli di Direzione: Processo decisionale
  - 9.2.1. Cambio del paradigma nei modelli di direzione
  - 9.2.2. Processo direttivo dell'impresa tecnologica
  - 9.2.3. Processo decisionale: Strumenti di pianificazione
- 9.3. Leadership: Delegazione ed *empowerment*
  - 9.3.1. Leadership
  - 9.3.2. Delegazione ed *empowerment*
  - 9.3.3. Valutazione della prestazione
- 9.4. Leadership: Gestione della talento e dell'impegno
  - 9.4.1. Gestione del talento in azienda
  - 9.4.2. Gestione dell'impegno in azienda
  - 9.4.3. Miglioramento della comunicazione nell'azienda

- 9.5. *Coaching* applicato all'azienda
  - 9.5.1. *Coaching* direttivo
  - 9.5.2. *Coaching* di squadre
- 9.6. *Mentoring* applicato all'azienda
  - 9.6.1. Profilo del mentore
  - 9.6.2. I 4 processi di un programma di *mentoring*
  - 9.6.3. Strumenti e tecniche in un processo di *mentoring*
  - 9.6.4. Benefici del *mentoring* in ambito aziendale
- 9.7. Gestione dei team I. Le relazioni interpersonali
  - 9.7.1. Relazioni interpersonali
    - 9.7.1.1. Stili relazionali: approcci
    - 9.7.1.2. Riunioni efficaci e accordi in situazioni difficili
- 9.8. Gestione dei team II. I conflitti
  - 9.8.1. I conflitti
  - 9.8.2. Prevenire, affrontare e risolvere il conflitto
    - 9.8.2.1. Strategie per prevenire il conflitto
    - 9.8.2.2. Gestione dei conflitti: Principi di base
    - 9.8.2.3. Strategie per risolvere conflitti
  - 9.8.3. Stress e motivazione lavorativa
- 9.9. Gestione dei team III. La negoziazione
  - 9.9.1. La negoziazione in ambito direttivo delle aziende tecnologiche
  - 9.9.2. Stili di negoziazione
  - 9.9.3. Fasi di negoziazione
    - 9.9.3.1. Ostacoli da superare nella negoziazione
- 9.10. Gestione dei team IV. Tecniche di negoziazione
  - 9.10.1. Tecniche e strategie di negoziazione
    - 9.10.1.1. Strategie e principali tipi di negoziazione
    - 9.10.1.2. Tattiche di negoziazione e questioni pratiche
  - 9.10.2. La figura del soggetto negoziatore

## Modulo 10. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

- 10.1. Globalizzazione e governance
  - 10.1.1. Governance e Corporate Governance
  - 10.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
  - 10.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

- 10.2. *Crosscultural management*
  - 10.2.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
  - 10.2.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali
  - 10.2.3. Gestione della diversità
- 10.3. Etica d'impresa
  - 10.3.1. Etica e morale
  - 10.3.2. Etica d'impresa
  - 10.3.3. Leadership ed etica nelle imprese
- 10.4. Sostenibilità
  - 10.4.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
  - 10.4.2. Agenda 2030
  - 10.4.3. Le imprese sostenibili
- 10.5. Responsabilità sociale d'impresa
  - 10.5.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
  - 10.5.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
  - 10.5.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 10.6. Sistemi e strumenti di gestione responsabili
  - 10.6.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
  - 10.6.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
  - 10.6.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
  - 10.6.4. Strumenti e standard della RSC
- 10.7. Multinazionali e diritti umani
  - 10.7.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
  - 10.7.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
  - 10.7.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani
- 10.8. Ambiente legale e *corporate governance*
  - 10.8.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
  - 10.8.2. Proprietà intellettuale e industriale
  - 10.8.3. Diritto internazionale del lavoro

## Modulo 11. Direzione del personale e gestione del talento

- 11.1. Direzione strategica del personale
  - 11.1.1. Direzione strategica e risorse umane
  - 11.1.2. Management strategico del personale

- 11.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze
  - 11.2.1. Analisi del potenziale
  - 11.2.2. Politiche di retribuzione
  - 11.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione
- 11.3. Valutazione e gestione delle prestazioni
  - 11.3.1. Gestione del rendimento
  - 11.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi
- 11.4. Innovazione in gestione del talento e del personale
  - 11.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
  - 11.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
  - 11.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
  - 11.4.4. Proattività e innovazione
- 11.5. Motivazione
  - 11.5.1. La natura della motivazione
  - 11.5.2. Teoria delle aspettative
  - 11.5.3. Teoria dei bisogni
  - 11.5.4. Motivazione e compensazione economica
- 11.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni
  - 11.6.1. Le squadre ad alte prestazioni: le squadre autogestite
  - 11.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni
- 11.7. Gestione del cambiamento
  - 11.7.1. Gestione del cambiamento
  - 11.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
  - 11.7.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento
- 11.8. Negoziazione e gestione dei conflitti
  - 11.8.1. Negoziazione
  - 11.8.2. Gestione dei conflitti
  - 11.8.3. Gestione delle crisi
- 11.9. Comunicazione direttiva
  - 11.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
  - 11.9.2. Dipartimento di comunicazione
  - 11.9.3. Il responsabile di comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom

11.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

11.10.1. La produttività

11.10.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

## Modulo 12. Direzione economico-finanziaria

12.1. Contesto economico

12.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario

12.1.2. Istituti finanziari

12.1.3. Mercati finanziari

12.1.4. Attivi finanziari

12.1.5. Altri enti del settore finanziario

12.2. Contabilità direttiva

12.2.1. Concetti di base

12.2.2. L'attivo aziendale

12.2.3. Il passivo aziendale

12.2.4. Il patrimonio netto dell'azienda

12.2.5. Il conto economico

12.3. Sistemi informativi e *business intelligence*

12.3.1. Concetto e classificazione

12.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi

12.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti

12.4. Bilancio e controllo di gestione

12.4.1. Il modello di bilancio

12.4.2. Bilancio di capitale

12.4.3. Bilancio di gestione

12.4.5. Bilancio di cassa

12.4.6. Controllo del bilancio

12.5. Direzione finanziaria

12.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda

12.5.2. Dipartimento finanziario

12.5.3. Eccedenza di tesoreria

12.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria

12.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

12.6. Pianificazione finanziaria

12.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria

12.6.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria

12.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale

12.6.4. La tabella *Cash Flow*

12.6.5. La tabella di flusso

12.7. Strategia finanziaria corporativa

12.7.1. Strategia corporativa e fonti di finanziamento

12.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese

12.8. Finanziamento strategico

12.8.1. Autofinanziamento

12.8.2. Aumento dei fondi propri

12.8.3. Risorse ibride

12.8.4. Finanziamenti tramite intermediari

12.9. Analisi e pianificazione finanziaria

12.9.1. Analisi dello stato patrimoniale

12.9.2. Analisi del conto economico

12.9.3. Analisi di rendimento

12.10. Analisi e risoluzione di casi/problemi

12.10.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

## Modulo 13. Direzione Commerciale e Marketing Strategico

13.1. Direzione commerciale

13.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale

13.1.2. Strategia e pianificazione aziendale

13.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

13.2. Marketing

13.2.1. Concetto di marketing

13.2.2. Elementi base del Marketing

13.2.3. Attività di Marketing aziendale

13.3. Gestione strategica del Marketing

13.3.1. Concetto di Marketing strategico

13.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing

13.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di Marketing

- 13.4. Marketing online ed e-Commerce
  - 13.4.1. Obiettivi di Marketing Digitale e di e-Commerce
  - 13.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi
  - 13.4.3. e-Commerce: Contesto generale
  - 13.4.4. Categorie dell'e-Commerce
  - 13.4.5. Vantaggi e svantaggi *dell'e-Commerce* rispetto al commercio tradizionale
- 13.5. Marketing digitale per rafforzare il brand
  - 13.5.1. Strategie online per migliorare la reputazione del brand
  - 13.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 13.6. Digital Marketing per captare e fidelizzare clienti
  - 13.6.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
  - 13.6.2. *Visitor Relationship Management*
  - 13.6.3. Ipersegmentazione
- 13.7. Gestione delle campagne digitali
  - 13.7.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
  - 13.7.2. Passi per lanciare una campagna di Marketing online
  - 13.7.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali
- 13.8. Strategie di vendita
  - 13.8.1. Strategie di vendita
  - 13.8.2. Metodi di vendite
- 13.9. Comunicazione corporativa
  - 13.9.1. concetto
  - 13.9.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
  - 13.9.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
  - 13.9.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
  - 13.9.5. Elementi della comunicazione
  - 13.9.6. Problemi di comunicazione
  - 13.9.7. Scenari di comunicazione
- 13.10. Comunicazione e reputazione online
  - 13.10.1. La reputazione online
  - 13.10.2. Come misurare la reputazione digitale?
  - 13.10.3. Strumenti di reputazione online
  - 13.10.4. Rapporto sulla reputazione online
  - 13.10.5. *Branding* online

## Modulo 14. *Management* direttivo

- 14.1. General *management*
  - 14.1.1. Concetto di General *Management*
  - 14.1.2. L'azione del General *Management*
  - 14.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
  - 14.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione
- 14.2. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
  - 14.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
- 14.3. Direzione di operazioni
  - 14.3.1. Importanza del personale direttivo
  - 14.3.2. La catena di valore
  - 14.3.3. Gestione della qualità
- 14.4. Oratoria e preparazione dei portavoce
  - 14.4.1. Comunicazione interpersonale
  - 14.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
  - 14.4.3. Barriere nella comunicazione
- 14.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative
  - 14.5.1. Comunicazione interpersonale
  - 14.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
  - 14.5.3. La comunicazione nelle imprese
  - 14.5.4. Strumenti nelle imprese
- 14.6. Comunicazione in situazioni di crisi
  - 14.6.1. Crisi
  - 14.6.2. Fasi della crisi
  - 14.6.3. Messaggi: contenuti e momenti
- 14.7. Preparazione di un piano di crisi
  - 14.7.1. Analisi dei potenziali problemi
  - 14.7.2. Pianificazione
  - 14.7.3. Adeguatezza del personale
- 14.8. Intelligenza emotiva
  - 14.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
  - 14.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
  - 14.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

- 14.9. Branding personale
  - 14.9.1. Strategie per sviluppare il personal branding
  - 14.9.2. Leggi del *branding* personale
  - 14.9.3. Strumenti per la costruzione di personal branding
- 14.10. Leadership e gestione di team
  - 14.10.1. Leadership e stile di leadership
  - 14.10.2. Capacità e sfide del leader
  - 14.10.3. Gestione dei processi di cambiamento
  - 14.10.4. Gestione di team multiculturali



“

*Potrai accedere al Campus Virtuale in qualsiasi momento e scaricare i contenuti per consultarli ogni volta che lo desideri”*

# 04

## Obiettivi didattici

Questa qualifica universitaria molto completa ha lo scopo di promuovere lo sviluppo delle competenze chiave nelle professioni orientate alla gestione strategica dei dati in ambienti aziendali. Infatti, permetterà agli informatici di padroneggiare gli strumenti di statistica descrittiva applicati all'analisi di grandi volumi d'informazione. Allo stesso tempo, promuoverà l'accurata interpretazione dei risultati e la valutazione delle metriche rilevanti per prendere decisioni informate. Inoltre, fornirà una conoscenza approfondita dei database, che è indispensabile per gestire informazioni complesse con efficienza e visione critica in scenari di business ad alta domanda.



“

*Implementerai misure avanzate di protezione, gestione normativa e audit dei dati in conformità con i quadri legali internazionali”*



## Obiettivi generali

---

- ♦ Padroneggiare i principali sistemi di gestione delle informazioni applicati all'ambiente aziendale
- ♦ Comprendere le fasi del ciclo di vita dei dati e il loro impatto sul processo decisionale
- ♦ Integrare modelli di apprendimento automatico in processi analitici complessi
- ♦ Interpretare gli indicatori chiave nei progetti di analisi web orientati alle prestazioni digitali
- ♦ Applicare le normative vigenti nella gestione etica e sicura dei dati aziendali
- ♦ Progettare infrastrutture scalabili per l'elaborazione di dati di massa
- ♦ Coordinare progetti tecnologici utilizzando metodologie agili
- ♦ Rafforzare le competenze in leadership, gestione del talento e responsabilità sociale d'impresa





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Principali sistemi di gestione delle informazioni

- ♦ Distinguere le funzioni e le applicazioni dei sistemi ERP e CRM in diversi contesti aziendali
- ♦ Identificare le tappe fondamentali nell'implementazione di un sistema ERP
- ♦ Interpretare le informazioni generate da un ERP per supportare il processo decisionale
- ♦ Stabilire strategie efficaci di fidelizzazione e comunicazione utilizzando strumenti CRM

### Modulo 2. Tipi e cicli di vita del dato

- ♦ Classificare i diversi tipi di dati in base alla loro natura, forma e fonte
- ♦ Riconoscere le fasi del ciclo di vita dei dati e i principi FAIR associati
- ♦ Definire metodologie e strumenti all'avanguardia per una raccolta dati efficiente
- ♦ Applicare criteri di pulizia e qualità per garantire l'affidabilità dei dati

### Modulo 3. Numero di apprendimento automatico

- ♦ Distinguere i principali tipi di apprendimento automatico e le loro applicazioni pratiche
- ♦ Implementare algoritmi di classificazione, regressione e raggruppamento utilizzando metriche appropriate
- ♦ Valutare le prestazioni dei modelli predittivi tramite tecniche monitorate e non monitorate
- ♦ Applicare le reti neurali e i modelli di deep learning con strumenti innovativi come TensorFlow

### Modulo 4. Web analytics

- ♦ Comprendere l'evoluzione e la struttura del processo di analisi in web analytics
- ♦ Configurare correttamente i parametri di Google Analytics, compresa l'installazione, l'etichettatura e la definizione degli obiettivi
- ♦ Interpretare le metriche chiave e i tassi di conversione per valutare le prestazioni digitali
- ♦ Progettare un piano di analisi digitale che includa misurazione, implementazione e conclusioni strategiche

### Modulo 5. Sistemi scalabili ed affidabili per l'uso massivo dei dati

- ♦ Approfondire i principi di scalabilità, affidabilità e manutenibilità negli ambienti ad alto volume di dati
- ♦ Confrontare diversi modelli di dati e motori di archiviazione a seconda dell'applicabilità nei sistemi distribuiti
- ♦ Valutare i meccanismi di replica, divisione e transazioni distribuite nelle architetture su larga scala

### Modulo 6. Amministrazione dei sistemi per distribuzioni ripartite

- ♦ Riconoscere le caratteristiche e i limiti del modello monolitico rispetto alle architetture distribuite basate su microservizi
- ♦ Distinguere gli strumenti chiave per la gestione delle risorse fisiche e virtuali in ambienti ad alta domanda
- ♦ Valutare le capacità di Kubernetes e OpenStack attraverso le loro strutture, implementazioni e gestione dei servizi

### **Modulo 7. Internet of Things**

- ♦ Interpretare i livelli e le componenti fondamentali di un'architettura di riferimento per l'IoT
- ♦ Classificare i dispositivi IoT in base alla loro funzionalità e descrivere il ruolo di sensori e attuatori nei sistemi collegati
- ♦ Riconoscere i principali protocolli di comunicazione e tecnologie coinvolte in ambienti IoT, rispetto al modello OSI
- ♦ Esaminare le strategie di sicurezza applicabili a IoT e IIoT, inclusi i requisiti tecnici e aree critiche di protezione
- ♦ Valutare l'impatto dell'IIoT su settori quali energia, trasporti e agricoltura o produzione e la sua integrazione nel modello di Industria 4.0

### **Modulo 8. Gestione di progetti e metodologie agile**

- ♦ Comprendere i fondamenti di direzione e gestione di progetti, considerando le sue fasi e gli approcci classici
- ♦ Riconoscere la struttura e i processi chiave della metodologia PMI, compresa la sua relazione con il PMBOK e l'evoluzione delle organizzazioni orientate ai progetti
- ♦ Confrontare le metodologie PMI, Scrum e Kanban valutando le loro caratteristiche, i processi e le metriche di performance

### **Modulo 9. Comunicazione, leadership e gestione di team**

- ♦ Approfondire l'impatto del clima e della cultura organizzativa sulla gestione del capitale umano all'interno delle aziende tecnologiche
- ♦ Valutare il ruolo di leadership, delega ed *empowerment* nel consolidamento dell'impegno e della gestione del talento
- ♦ Analizzare le dinamiche di conflitto, negoziazione e relazioni interpersonali all'interno di team ad alte prestazioni

### **Modulo 10. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa**

- ♦ Comprendere il ruolo della leadership etica nel processo decisionale strategico all'interno dei progetti di Data Science
- ♦ Analizzare la rilevanza della governance aziendale e della responsabilità sociale nelle organizzazioni che gestiscono grandi volumi di informazioni sensibili
- ♦ Identificare le best practice per garantire trasparenza, equità e responsabilità nei processi decisionali automatizzati

### **Modulo 11. Direzione del personale e gestione del talento**

- ♦ Stabilire strategie di gestione delle persone orientate all'allineamento tra gli obiettivi organizzativi e lo sviluppo del talento
- ♦ Progettare sistemi di valutazione delle prestazioni che favoriscano la gestione per competenze e l'impulso di team autogestiti
- ♦ Incorporare modelli innovativi per l'attrazione, la fidelizzazione e l'attivazione del talento in contesti altamente competitivi
- ♦ Integrare gli approcci di comunicazione manageriale e di negoziazione per affrontare efficacemente i processi di cambiamento e risoluzione dei conflitti

### **Modulo 12. Direzione economico-finanziaria**

- ♦ Interpretare l'ambiente macroeconomico e finanziario per prendere decisioni strategiche adeguate al contesto attuale
- ♦ Elaborare bilanci operativi, di capitale e di tesoreria, implementando efficaci meccanismi di controllo gestionale
- ♦ Applicare strumenti di *business intelligence* per l'analisi dei costi e l'ottimizzazione dei sistemi di informazione finanziaria
- ♦ Progettare strategie di pianificazione finanziaria che integrino la gestione del rischio, la liquidità e gli investimenti aziendali

**Modulo 13. Direzione Commerciale e Marketing Strategico**

- ♦ Progettare strategie commerciali allineate con gli obiettivi aziendali, considerando il ruolo chiave della direzione commerciale
- ♦ Strutturare piani di marketing strategico integrando analisi di mercato, pianificazione e posizionamento competitivo
- ♦ Implementare azioni di marketing digitale ed e-commerce che migliorano la visibilità del marchio e aumentano le conversioni
- ♦ Sviluppare efficaci campagne pubblicitarie digitali, evitando errori comuni e massimizzando il ritorno sull'investimento

**Modulo 14. Management direttivo**

- ♦ Potenziare la comunicazione manageriale attraverso abilità oratorie, gestione delle crisi e strumenti organizzativi efficaci
- ♦ Progettare piani di crisi che includono analisi degli scenari, pianificazione strategica e allineamento del personale coinvolto
- ♦ Promuovere l'intelligenza emotiva come competenza chiave per rafforzare la comunicazione interpersonale e la gestione del team
- ♦ Consolidare un marchio personale coerente e autentico, utilizzando strategie di posizionamento e strumenti di *branding*



*Utilizzerai strumenti di business intelligence per ottimizzare l'analisi dei costi e migliorare il processo decisionale"*

# 05

# Opportunità professionali

Questa esclusiva qualifica di TECH rappresenta un'opportunità unica per gli informatici che desiderano padroneggiare l'uso di sistemi di gestione dei dati, modelli predittivi e architetture distribuite. Grazie a un approccio eminentemente tecnico e aggiornato, gli studenti saranno in grado di sviluppare competenze chiave per guidare ambienti complessi di analisi e elaborazione di massa delle informazioni. In questo modo, potranno allineare le loro capacità agli standard più elevati della trasformazione digitale aziendale. In questo modo, gli esperti saranno altamente preparati per assumere ruoli più strategici nelle istituzioni di riferimento globale.



“

*Valuterai i principi di etica aziendale applicabili all'uso di modelli predittivi, strumenti tecnologici emergenti e analisi avanzata"*

### Profilo dello studente

Lo studente si distinguerà per la sua capacità di progettare soluzioni analitiche con un approccio strategico. Inoltre, padroneggerà strumenti avanzati per l'analisi dei costi e la progettazione di dashboard, che ti permetteranno di anticipare scenari complessi e prendere decisioni con maggiore precisione. In aggiunta, sarà in grado di interpretare i flussi finanziari, ottimizzare le risorse e collaborare efficacemente con diverse aree funzionali. Sarà inoltre in grado di guidare i processi di trasformazione digitale orientati alla performance economica. Infine, il suo profilo sarà fondamentale per gli ambienti che richiedono una visione integrale, tecnica e orientata a risultati sostenibili nel tempo.

*Riconoscerai l'impatto della diversità culturale e della gestione inclusiva nei team multidisciplinari di Data Science.*

- ♦ **Applicazione Strategica di Soluzioni Tecnologiche:** Capacità di integrare strumenti avanzati di analisi e modellazione dei dati nei processi aziendali, al fine di ottimizzare l'acquisizione di decisioni basate sulle prove.
- ♦ **Pensiero Critico e Risoluzione di Problemi Complessi:** Capacità di identificare le sfide tecniche e commerciali in ambienti dati di massa, sviluppando soluzioni innovative attraverso approcci strutturati e metodologie agili.
- ♦ **Impegno per l'Etica e la Sicurezza dell'Informazione:** Responsabilità nella gestione dei dati in conformità con le normative sulla privacy, garantendo riservatezza, integrità e tracciabilità delle informazioni sensibili.
- ♦ **Collaborazione Multidisciplinare e Leadership Tecnica:** Capacità di coordinare team interdipartimentali e guidare iniziative tecnologiche, promuovendo una cultura del lavoro collaborativo tra profili tecnici e strategici.
- ♦ **Capacità di Apprendimento Continuo e Innovazione:** Disponibilità ad aggiornare le conoscenze in ambienti mutevoli, incorporando tecnologie emergenti come *big data* o *machine learning* nel contesto aziendale.



Dopo aver completato il programma potrai utilizzare le tue conoscenze e competenze nei seguenti ruoli:

1. **Amministratore di Piattaforme di Dati Distribuiti:** Responsabile della manutenzione, ottimizzazione e sicurezza di sistemi complessi basati su microservizi, container e soluzioni *cloud*
2. **Consulente per la Governance del Dato:** Specialista nella definizione di politiche, quadri normativi e pratiche organizzative che garantiscono qualità, integrità e protezione dei dati aziendali
3. **Tecnico di Automazione dei Processi Analitici:** Responsabile dello sviluppo di *pipeline* dei dati robuste e automatizzate, riducendo l'intervento manuale nell'analisi dell'informazione
4. **Consulente per la Trasformazione Digitale basata sui Dati:** Focalizzato sull'orientamento aziendale nella migrazione verso ecosistemi tecnologici orientati al processo decisionale con prove analitiche

“

*Connetterai sistemi di gestione aziendale con soluzioni di business intelligence, massimizzando l'utilità delle informazioni operative"*

# 06

## Licenze software incluse

TECH è un riferimento nel mondo universitario per la combinazione di tecnologie all'avanguardia con metodologie didattiche per il potenziale processo di insegnamento-apprendimento. A tal fine, ha creato una rete di partnership che le permette di accedere agli strumenti software più avanzati del mondo professionale.



“

*Al momento dell'immatricolazione riceverai, in modo completamente gratuito, le credenziali per l'uso accademico delle seguenti applicazioni software professionali"*

TECH ha stabilito una rete di partnership professionali in cui si trovano i principali fornitori di software applicato alle diverse aree professionali. Queste partnership permettono a TECH di avere accesso all'uso di centinaia di applicazioni e licenze software per metterle a disposizione dei suoi studenti.

Le licenze di software accademico consentiranno agli studenti di utilizzare le applicazioni informatiche più avanzate nel loro campo professionale, in modo da poterle conoscere e padroneggiarle senza dover sostenere costi aggiuntivi. TECH si occuperà della procedura di contrattazione affinché gli studenti possano utilizzarle in modo illimitato durante il tempo di frequentazione del programma di Master MBA in Direzione Tecnica di *Data Science* in Azienda, e possono farlo completamente gratis.

TECH ti darà accesso gratuito all'uso delle seguenti applicazioni software:



### Google Career Launchpad

**Google Career Launchpad** è una soluzione per sviluppare competenze digitali in tecnologia e analisi dei dati. Con un valore stimato di **5.000\$**, è incluso **gratuitamente** nel programma universitario di TECH, fornendo accesso a laboratori interattivi e certificazioni riconosciute nel settore.

Questa piattaforma combina la formazione tecnica con casi pratici, utilizzando tecnologie come BigQuery e Google AI. Offre ambienti simulati per sperimentare con dati reali, insieme a una rete di esperti per l'orientamento personalizzato.

#### Funzioni in evidenza:

- ♦ **Corsi specializzati:** contenuti aggiornati su cloud computing, machine learning e analisi dei dati
- ♦ **Live lab:** esercizi pratici con gli strumenti reali di Google Cloud senza ulteriore configurazione
- ♦ **Certificazioni integrate:** preparazione per esami ufficiali con validità internazionale
- ♦ **Mentoring professionale:** sessioni con esperti di Google e partner tecnologici
- ♦ **Progetti collaborativi:** sfide basate su problemi reali di aziende leader

In conclusione, **Google Career Launchpad** collega gli utenti con le ultime tecnologie sul mercato, facilitando il loro inserimento in aree come intelligenza artificiale e data science con credenziali supportate dall'industria.



“

*Grazie a TECH potrai utilizzare  
gratuitamente le migliori applicazioni  
software del tuo settore professionale"*

07

# Metodologia di studio

TECH è la prima università al mondo che combina la metodologia dei **case studies** con il **Relearning**, un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione diretta.

Questa strategia dirompente è stata concepita per offrire ai professionisti l'opportunità di aggiornare le conoscenze e sviluppare competenze in modo intensivo e rigoroso. Un modello di apprendimento che pone lo studente al centro del processo accademico e gli conferisce tutto il protagonismo, adattandosi alle sue esigenze e lasciando da parte le metodologie più convenzionali.



“

*TECH ti prepara ad affrontare nuove sfide in  
ambienti incerti e a raggiungere il successo  
nella tua carriera"*

## Lo studente: la priorità di tutti i programmi di TECH

Nella metodologia di studio di TECH lo studente è il protagonista assoluto.

Gli strumenti pedagogici di ogni programma sono stati selezionati tenendo conto delle esigenze di tempo, disponibilità e rigore accademico che, al giorno d'oggi, non solo gli studenti richiedono ma le posizioni più competitive del mercato.

Con il modello educativo asincrono di TECH, è lo studente che sceglie il tempo da dedicare allo studio, come decide di impostare le sue routine e tutto questo dalla comodità del dispositivo elettronico di sua scelta. Lo studente non deve frequentare lezioni presenziali, che spesso non può frequentare. Le attività di apprendimento saranno svolte quando si ritenga conveniente. È lo studente a decidere quando e da dove studiare.

“

*In TECH NON ci sono lezioni presenziali  
(che poi non potrai mai frequentare)”*



### I piani di studio più completi a livello internazionale

TECH si caratterizza per offrire i percorsi accademici più completi del panorama universitario. Questa completezza è raggiunta attraverso la creazione di piani di studio che non solo coprono le conoscenze essenziali, ma anche le più recenti innovazioni in ogni area.

Essendo in costante aggiornamento, questi programmi consentono agli studenti di stare al passo con i cambiamenti del mercato e acquisire le competenze più apprezzate dai datori di lavoro. In questo modo, coloro che completano gli studi presso TECH ricevono una preparazione completa che fornisce loro un notevole vantaggio competitivo per avanzare nelle loro carriere.

Inoltre, potranno farlo da qualsiasi dispositivo, pc, tablet o smartphone.

“

*Il modello di TECH è asincrono, quindi ti permette di studiare con il tuo pc, tablet o smartphone dove, quando e per quanto tempo vuoi"*

### Case studies o Metodo Casistico

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Giurisprudenza non solo di imparare le leggi sulla base di contenuti teorici, ma anche di esaminare situazioni complesse reali. In questo modo, potevano prendere decisioni e formulare giudizi di valore fondati su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Con questo modello di insegnamento, è lo studente stesso che costruisce la sua competenza professionale attraverso strategie come il *Learning by doing* o il *Design Thinking*, utilizzate da altre istituzioni rinomate come Yale o Stanford.

Questo metodo, orientato all'azione, sarà applicato lungo tutto il percorso accademico che lo studente intraprende insieme a TECH. In questo modo, affronterà molteplici situazioni reali e dovrà integrare le conoscenze, ricercare, argomentare e difendere le sue idee e decisioni. Tutto ciò con la premessa di rispondere al dubbio di come agirebbe nel posizionarsi di fronte a specifici eventi di complessità nel suo lavoro quotidiano.



## Metodo Relearning

In TECH i *case studies* vengono potenziati con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il *Relearning*.

Questo metodo rompe con le tecniche di insegnamento tradizionali per posizionare lo studente al centro dell'equazione, fornendo il miglior contenuto in diversi formati. In questo modo, riesce a ripassare e ripete i concetti chiave di ogni materia e impara ad applicarli in un ambiente reale.

In questa stessa linea, e secondo molteplici ricerche scientifiche, la ripetizione è il modo migliore per imparare. Ecco perché TECH offre da 8 a 16 ripetizioni di ogni concetto chiave in una stessa lezione, presentata in modo diverso, con l'obiettivo di garantire che la conoscenza sia completamente consolidata durante il processo di studio.

*Il Relearning ti consentirà di apprendere con meno sforzo e più rendimento, coinvolgendoti maggiormente nella specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando opinioni: un'equazione diretta al successo.*



## Un Campus Virtuale 100% online con le migliori risorse didattiche

Per applicare efficacemente la sua metodologia, TECH si concentra sul fornire agli studenti materiali didattici in diversi formati: testi, video interattivi, illustrazioni, mappe della conoscenza, ecc. Tutto ciò progettato da insegnanti qualificati che concentrano il lavoro sulla combinazione di casi reali con la risoluzione di situazioni complesse attraverso la simulazione, lo studio dei contesti applicati a ogni carriera e l'apprendimento basato sulla ripetizione, attraverso audio, presentazioni, animazioni, immagini, ecc.

Le ultime prove scientifiche nel campo delle Neuroscienze indicano l'importanza di considerare il luogo e il contesto in cui si accede ai contenuti prima di iniziare un nuovo apprendimento. Poter regolare queste variabili in modo personalizzato favorisce che le persone possano ricordare e memorizzare nell'ippocampo le conoscenze per conservarle a lungo termine. Si tratta di un modello denominato *Neurocognitive context-dependent e-learning*, che viene applicato in modo consapevole in questa qualifica universitaria.

Inoltre, anche per favorire al massimo il contatto tra mentore e studente, viene fornita una vasta gamma di possibilità di comunicazione, sia in tempo reale che differita (messaggistica interna, forum di discussione, servizio di assistenza telefonica, e-mail di contatto con segreteria tecnica, chat e videoconferenza).

Inoltre, questo completo Campus Virtuale permetterà agli studenti di TECH di organizzare i loro orari di studio in base alla loro disponibilità personale o agli impegni lavorativi. In questo modo avranno un controllo globale dei contenuti accademici e dei loro strumenti didattici, il che attiva un rapido aggiornamento professionale.



*La modalità di studio online di questo programma ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi orari"*

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

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'assimilazione di idee e concetti è resa più facile ed efficace, grazie all'uso di situazioni nate dalla realtà.
4. La sensazione di efficienza dello sforzo investito diventa uno stimolo molto importante per gli studenti, che si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.

## La metodologia universitaria più apprezzata dagli studenti

I risultati di questo innovativo modello accademico sono riscontrabili nei livelli di soddisfazione globale degli studenti di TECH.

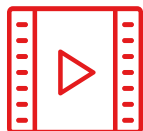
La valutazione degli studenti sulla qualità dell'insegnamento, la qualità dei materiali, la struttura del corso e i suoi obiettivi è eccellente. A questo proposito, l'istituzione è diventata la migliore università valutata dai suoi studenti secondo l'indice global score, ottenendo un 4,9 su 5

*Accedi ai contenuti di studio da qualsiasi dispositivo con connessione a Internet (computer, tablet, smartphone) grazie al fatto che TECH è aggiornato sull'avanguardia tecnologica e pedagogica.*

*Potrai imparare dai vantaggi dell'accesso a ambienti di apprendimento simulati e dall'approccio di apprendimento per osservazione, ovvero Learning from an expert.*



In questo modo, il miglior materiale didattico sarà disponibile, preparato con attenzione:



#### Materiale di studio

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

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la nostra modalità di lavoro online, impiegando le ultime tecnologie che ci permettono di offrirti una grande qualità per ogni elemento che metteremo al tuo servizio.



#### Capacità e competenze pratiche

I partecipanti svolgeranno attività per sviluppare competenze e abilità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve possedere nel mondo globalizzato in cui viviamo.



#### Riepiloghi interattivi

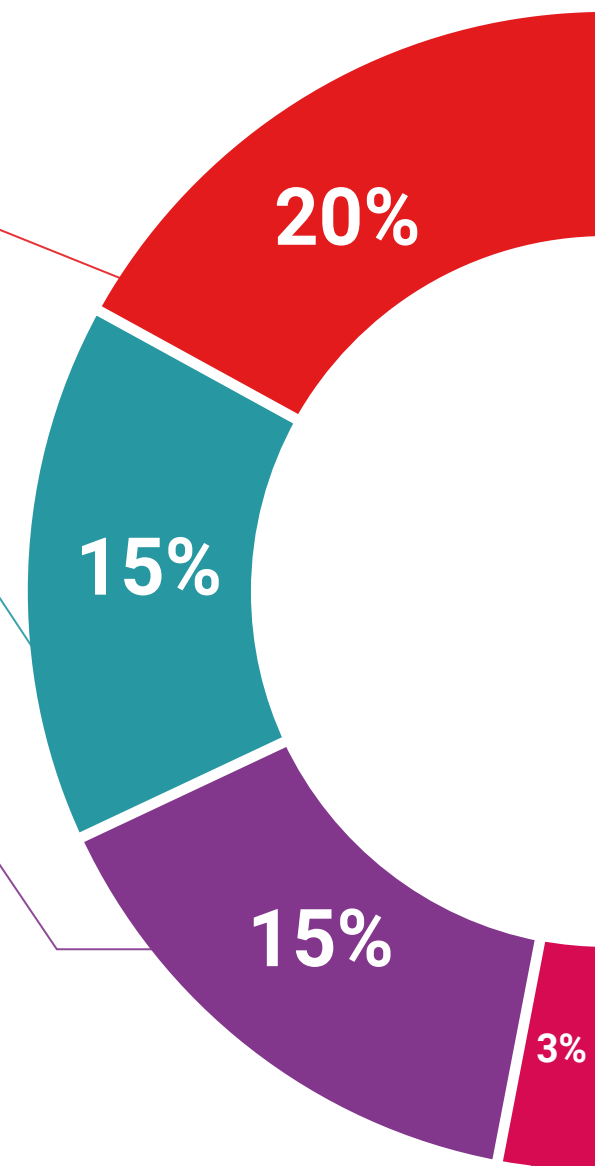
Presentiamo i contenuti in modo accattivante e dinamico tramite strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

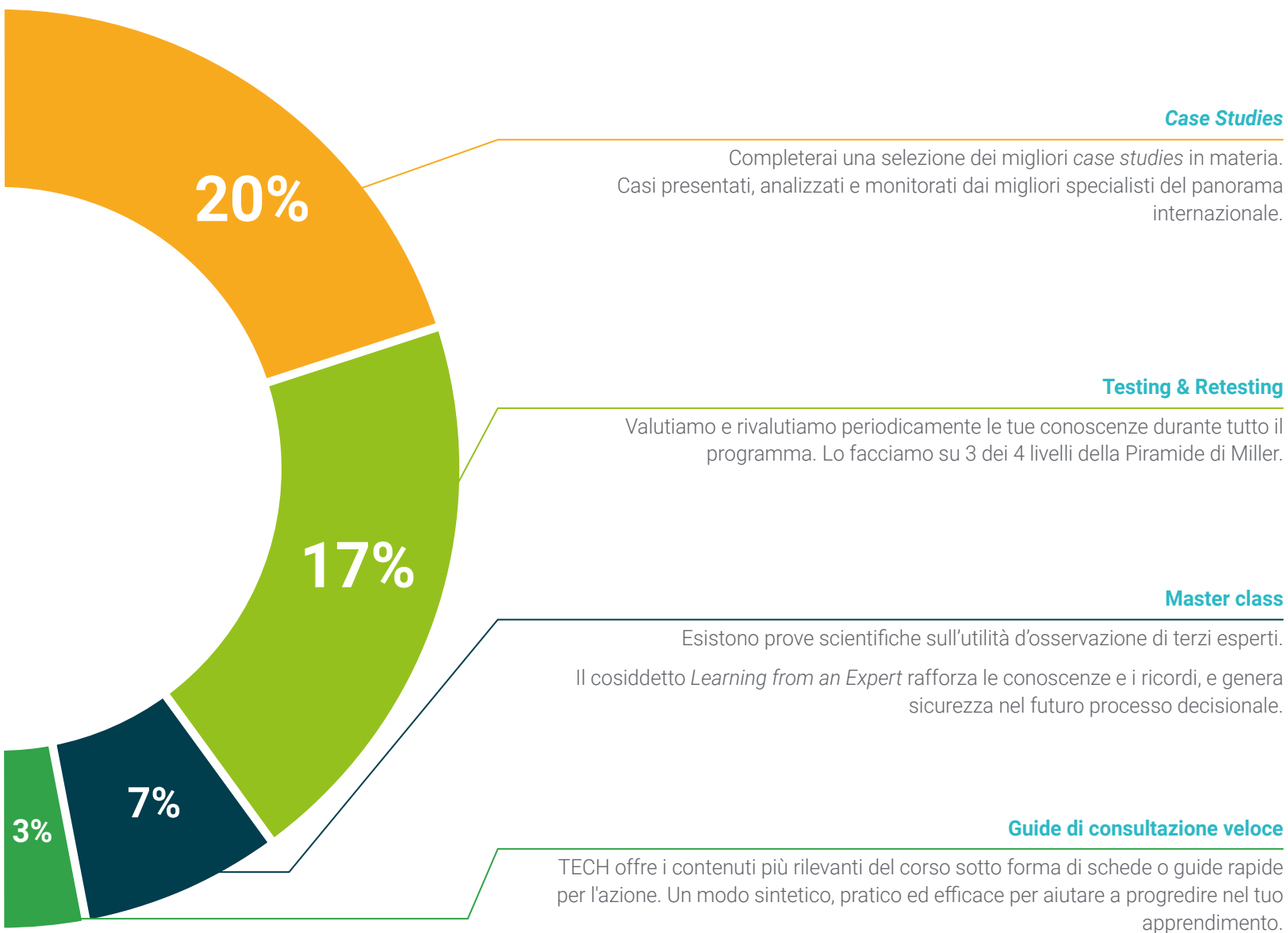
Questo esclusivo sistema di preparazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



#### Lecture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





#### Case Studies

Completerai una selezione dei migliori *case studies* in materia. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



#### Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma. Lo facciamo su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.



#### Master class

Esistono prove scientifiche sull'utilità d'osservazione di terzi esperti. Il cosiddetto *Learning from an Expert* rafforza le conoscenze e i ricordi, e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



#### Guide di consultazione veloce

TECH offre i contenuti più rilevanti del corso sotto forma di schede o guide rapide per l'azione. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare a progredire nel tuo apprendimento.



08

# Personale docente

Fedele al suo impegno per l'eccellenza accademica, TECH punta su un insegnamento rigoroso e aggiornato in Direzione Tecnica di *Data Science* in Azienda. Per fare questo, riunisce un team di professionisti con ampio riconoscimento in ambito aziendale, che mettono a disposizione degli studenti un approccio pratico e strategico. Durante il corso post-laurea, avranno accesso a metodologie e strumenti chiave all'avanguardia per affrontare con solvibilità le sfide dell'analisi dei dati. Ciò favorirà una specializzazione di alto livello, in linea con le esigenze del contesto internazionale e con una reale proiezione verso il successo professionale.



“

*Approfitterai della consulenza personalizzata del personale docente, composto da esperti in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda”*

## Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali di **acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è esperta in **reclutamento** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, come **NBCUniversal** e **Comcast**. Il suo percorso le ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vicepresidentessa di Acquisizione di Talento** presso **Mastercard**, supervisiona la strategia e l'esecuzione dell'onboarding dei talenti, collaborando con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, mira a **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 attirare e trattenere i migliori professionisti in tutto il mondo. Si occupa anche di **amplificare il marchio del datore di lavoro** e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso post, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipando attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuendo all'inserimento di numerosi dipendenti in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto posizioni manageriali di selezione del personale in aziende di varie aree.

Inoltre, 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 alle sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato significativamente la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



## Dott.ssa Dove, Jennifer

---

- Vicepresidentessa per l'acquisizione di talenti alla Mastercard di New York, Stati Uniti
- Direttrice di acquisizione di talenti alla NBCUniversal, New York, USA
- Responsabile della Selezione del Personale presso Comcast
- Direttrice della selezione del personale presso Rite Hire Advisory
- Vicepresidentessa esecutiva della divisione vendite di Ardor NY Real Estate
- Direttrice della selezione 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 dai 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 nel cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come leader e team manager con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di coinvolgimento 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. La sua esperienza in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi informatici dell'azienda negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricate di fornire infrastrutture IT 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 di alto impatto, con capacità notevoli per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



## Dott. Gauthier, Rick

---

- Direttore IT di Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile di programmi senior su Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Senior Director di servizi di ingegneria produttiva presso Microsoft
- Laurea in Sicurezza Informatica presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in *Commercial Diving* presso Divers Institute of Technology
- Laurea in Studi Ambientali presso The Evergreen State College

“

*Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questa materia e applicarli alla tua pratica quotidiana”*

## Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un rinomato esperto internazionale con oltre due decenni di esperienza in **Trasformazione Digitale, Marketing, Strategia e Consulenza**. Attraverso questo percorso esteso, ha assunto diversi rischi ed è un costante **sostenitore di innovazione e cambio** nella congiuntura aziendale. Con questa competenza, ha collaborato con CEO e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. In questo modo, aziende come la Shell Energy sono diventate **leader di mercato**, focalizzate sui **clienti** e sul **mondo digitale**.

Le strategie progettate 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 quantificabile attraverso metriche tangibili come il **CSAT, l'impegno dei dipendenti** nelle 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 trasformatore**. Con Shell, in particolare, l'esecutivo ha sempre cercato di superare tre sfide: **soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitale e tecnologico**. I suoi sforzi hanno dimostrato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il manager si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali di Intelligenza Artificiale**, tematica in cui ha una laurea 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 società Energy Shell, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di e-Commerce e Servizio Clienti alla Shell Energy Corporation
- Gestore nazionale dei conti chiave (OEM e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Senior Management Consultant (Financial Services Industry) per Accenture a Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Laurea in applicazioni aziendali AI per dirigenti della London Business School
- Certificazione professionale in esperienza del cliente CCXP
- Corso di trasformazione digitale esecutiva di 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 prestigio internazionale”*

## Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto professionista nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre il ruolo di **Global Procurement Manager** nella divisione di Infrastruttura Tecnica e Data Center di Google, dove ha svolto la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, California, ha fornito soluzioni per le sfide delle operazioni del gigante tecnologico, come l'**integrità dei dati master**, gli **aggiornamenti dati dei fornitori** e la loro **prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi 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 numerosi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **BIM Leadership Award**, il **Search Leadership Award**, il **Lead Export Generation Award** e il **Best Sales Model Award EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, 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** dell'industria ad Amburgo, in Germania, creando storyline per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti per supportare l'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**, in cui ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dell'account e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo lavoro per superare continuamente le aspettative attraverso la **costruzione di relazioni preziose con i clienti** e **lavorare in modo fluido con persone a tutti i livelli di un'organizzazione**, tra cui stakeholder, gestione, membri del team e 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 prominente nel suo campo.



## Dott. Arens, Manuel

---

- Global Shopping Manager presso Google, Mountain View, Stati Uniti
- Responsabile principale dell'analisi e della tecnologia B2B presso Google, USA
- Direttore delle vendite presso Google, Irlanda
- Senior Industrial Analyst presso Google, Germania
- Account manager su Google, Irlanda
- Accounts Payable a Eaton, Regno Unito
- Supply Chain Manager presso Airbus, Germania

“

*Scommetti su TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale in materia”*

## 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 sviluppato diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a brand di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

I risultati di questo manager di **alto profilo internazionale** sono stati collegati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare informazioni** in framework chiari e di eseguire **azioni concrete** allineate a obiettivi **aziendali specifici**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività** e **adattamento a ritmi accelerati** di lavoro. A tutto ciò, questo esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale**, **visione del mercato** e una **vera passione** per i **prodotti**.

Come **Global Brand Manager e Merchandising** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di Marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state centrate nel settore del **commercio al dettaglio**, delle **necessità** e del **comportamento del consumatore**. La Sala è stato anche responsabile di configurare la commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come **team leader** nei dipartimenti di **Design, Comunicazione e Vendite**.

D'altra parte, in aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha intrapreso 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. Inoltre, ha avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei principali e più qualificati **leader aziendali** della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con cui è riuscita a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di **diverse marche** e ridefinire gli indicatori chiave di prestazione (KPI).



## Dott. La Sala, Andrea

---

- Brand Global Director e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- Direttore di merchandising presso Calvin Klein
- Brand Manager presso Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager presso Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato a Fastweb
- Laurea in Business and Economics all'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano a TECH per offrirti un insegnamento di alto 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 si distingue per la sua visione di **identificare tecnologie emergenti** che, a lungo termine, raggiungono un impatto permanente nell'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato complessi insiemi, rendendoli accessibili e facilitatori del processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata per molte organizzazioni che scommettevano sulla **raccolta di informazioni** e sulla **generazione di azioni** concrete a partire da queste ultime.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo ancorata al cloud per l'**analisi dei Big Data**. Ha inoltre ricoperto il ruolo di **Direttore di Business Intelligence** presso **Red Bull**, in settori 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 Walmart Luminare per Buyer e Channel Insights.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea in centri prestigiosi come l'**Università di Berkeley, USA**, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha acquisito competenze all'avanguardia. Così, è diventato un **vero leader della nuova economia mondiale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle sue infinite possibilità.



## Dott. Gram, Mick

---

- Direttore di *Business Intelligence* e Analisi alla Red Bull di Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* presso Walmart Data Cafe
- Consulente capo di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Capo analista presso Nordea
- Consulente capo di *Business Intelligence* presso SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning al UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive in 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 **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, al completamento e alla consegna di contenuti audio e immagini per **spot televisivi e trailer**.

Inoltre, ha conseguito una Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California, a dimostrazione delle sue capacità **comunicative e narrative**. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso **dell'Intelligenza Artificiale nel mondo degli affari**. Il suo profilo professionale è quindi uno dei più rilevanti nell'attuale settore del Marketing e dei Media Digitali.



## Dott. Stevenson, Scott

---

- Direttore del Marketing Digitale della Warner Bros, Discovery, Burbank, USA
- 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 al mondo!  
Gli insegnanti di questo MBA  
ti guideranno durante l'intero  
processo di apprendimento”*

## Direttrice Ospite Internazionale

Vincitrice di "International Content Marketing Awards" per la sua creatività, leadership e qualità dei suoi contenuti informativi, Wendy Thole-Muir è una nota **Direttrice della Comunicazione** altamente specializzata nel campo della **Gestione della Reputazione**.

In questo senso, ha sviluppato una solida carriera professionale di oltre due decenni in questo settore, che lo ha portato a far parte di prestigiose entità di riferimento internazionale come **Coca-Cola**. Il suo ruolo comporta la supervisione e la gestione della comunicazione aziendale, nonché il controllo dell'immagine organizzativa. Tra i suoi principali contributi, spicca la leadership nell'implementazione della **piattaforma di interazione interna Yammer**. Grazie a questo, i dipendenti hanno aumentato il loro impegno per il marchio e creato una community che ha migliorato in modo significativo la trasmissione delle informazioni.

Inoltre, è stata incaricata di gestire la comunicazione degli **investimenti strategici** delle imprese in diversi Paesi africani. Ne è una prova il fatto che ha condotto dialoghi intorno a investimenti significativi in Kenya, dimostrando l'impegno delle entità per lo sviluppo sia economico che sociale del Paese. Inoltre, ha ottenuto numerosi **riconoscimenti** per la sua capacità di gestire la percezione delle aziende in tutti i mercati in cui opera. In questo modo, ha fatto sì che le aziende mantenessero una grande notorietà e i consumatori le associassero a un'alta qualità.

Inoltre, nel suo forte impegno per l'eccellenza, ha partecipato attivamente a **Congressi** e **Simposi** di fama mondiale con l'obiettivo di aiutare i professionisti dell'informazione a rimanere all'avanguardia delle tecniche più sofisticate per **sviluppare piani di comunicazione** di successo. Ha quindi aiutato numerosi esperti a prevedere situazioni di crisi istituzionali e a gestire in modo efficace eventi avversi.



## Dott.ssa Thole-Muir, Wendy

---

- Direttrice della Comunicazione Strategica e della Reputazione Aziendale presso Coca-Cola, Sudafrica
- Responsabile della Reputazione e della Comunicazione presso ABI at SABMiller di Lovania, Belgio
- Consulente di Comunicazione presso ABI, Belgio
- Consulente per la Reputazione e la Comunicazione presso Third Door a Gauteng, Sudafrica
- Master in Studi sul Comportamento Sociale presso l'Università del Sudafrica
- Master in Arti con specializzazione in Sociologia e Psicologia presso l'Università del Sudafrica
- Laurea in Scienze Politiche e Sociologia Industriale presso l'Università di KwaZulu-Natal
- Laurea in Psicologia presso l'Università del Sudafrica

“

*Grazie a questa qualifica, 100% online, potrai combinare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, grazie ai maggiori esperti internazionali nel campo di tuo interesse. 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 Mancha
- ♦ Dottorato in Economia Aziendale e Finanza conseguito presso l'Università Camilo José Cela
- ♦ Dottorato in Psicologia presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ 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 Mancha
- ♦ Membro di: Gruppo di Ricerca SMILE

## Personale docente

### Dott. Montoro Montarroso, Andrés

- ♦ Membro del Gruppo di Ricerca SMIL dell'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Ricercatore presso l'Università di Granada
- ♦ Scienziato dei Dati presso Prometeus Global Solutions
- ♦ Vicepresidente e Developer Software presso CireBits
- ♦ Dottorato in Tecnologia dell'Informazione Avanzata presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Laurea in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Master in Data Science e Ingegneria dei Computer 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 conferenza: *"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 Mancha
- ♦ Master in Consulenza Legale per le Imprese conseguito presso l'Istituto de Empresa
- ♦ 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) e 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
- ♦ Laurea in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ 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 Management* presso Think Planificación y Desarrollo SI
- ♦ Istruttrice manageriale senior presso Think Planificación y Desarrollo 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 y Electrocamuñas
- ♦ Tecnico specialista in hardware e software presso Camuñase y Electrocamuñas
- ♦ Specialista in 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
- ♦ Ricercatore presso il laboratorio ArCO dell'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ 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 Mancha
- ♦ Specializzazione in Architettura e reti di computer
- ♦ Professore associato presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Relatore in corsi di Sepecam sull'amministrazione delle reti

**Dott.ssa Martínez Cerrato, Yésica**

- ♦ Responsabile della formazione tecnica presso Securitas Seguridad España
- ♦ Specialista in Educazione, Business e Marketing
- ♦ *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 Bicentenaria di Aragua, Caracas, Venezuela
- ◆ Diploma in Pianificazione e Finanza Pubblica presso la Scuola Venezuelana di Pianificazione e Finanza Pubblica
- ◆ 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



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

# 09 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 rilasciata da TECH Global University.



“

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

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda** 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.

TECH è membro della **Business Graduates Association (BGA)**, la rete internazionale che riunisce le scuole di business più prestigiose del mondo. Questo riconoscimento ribadisce il suo impegno per l'eccellenza nella gestione responsabile e nella formazione manageriale.

Partnership

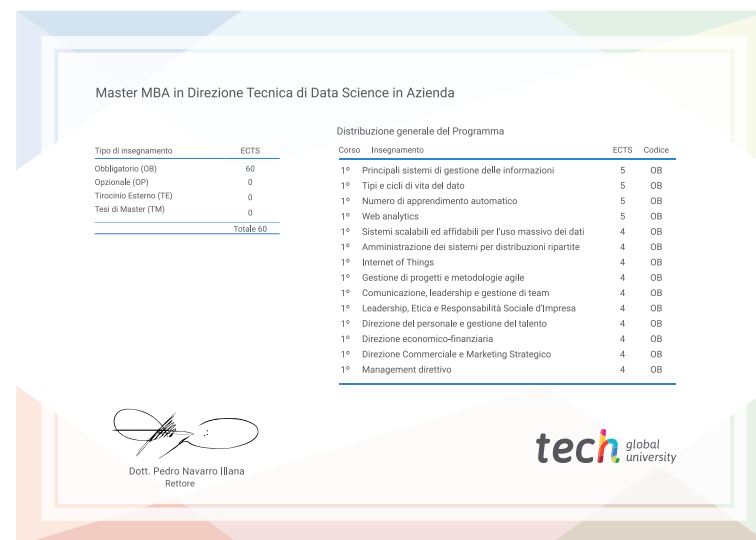


Titolo: **Master MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Accreditamento: **90 ECTS**



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



**Master**  
MBA in Direzione Tecnica  
di Data Science in Azienda

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 90 ECTS
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

# Master

## MBA in Direzione Tecnica di Data Science in Azienda

Partnership



**tech**  
universidad