

Master MBA in Industrial Management



Master MBA in Industrial Management

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

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/ingegneria/master/master-mba-industrial-management

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 16

04

Direzione del corso

pag. 20

05

Struttura e contenuti

pag. 42

06

Metodologia

pag. 58

07

Titolo

pag. 66

01

Presentazione

L'ottimizzazione dei processi nel settore industriale è un elemento chiave quando si tratta di competere in un ambiente altamente globalizzato e in continua evoluzione. L'ingegnere deve intervenire e diventare un fattore di cambiamento per le organizzazioni, attraverso la sua capacità di realizzare una gestione efficace, efficiente e orientata ai risultati. Il programma accademico nasce per insegnare agli ingegneri gli strumenti e le conoscenze necessarie per ottenere l'adattamento richiesto dal settore industriale, permettendo così di competere in condizioni migliori, ottenendo successo e, quindi, una crescita occupazionale.





“

In un ambiente industriale altamente fluttuante e globalizzato, è fondamentale per le organizzazioni la presenza di un ingegnere in grado di svolgere la gestione aziendale. Se vuoi essere un professionista, non esitare e aggiorna le tue conoscenze con TECH Global University”

Il panorama attuale, globalizzato e competitivo, ha costretto le aziende a creare ambienti di lavoro altamente efficienti che consentano loro di raggiungere i propri obiettivi. Le aziende devono utilizzare gli strumenti migliori per raggiungere un livello di gestione competitivo ed efficiente, e per potersi adattare in ogni momento alle esigenze del mercato. Questo Master fornisce gli strumenti e le conoscenze necessarie per favorire l'adattamento a tale contesto ed essere in grado di competere nelle migliori condizioni.

Il Master approfondisce tutti gli aspetti legati alla gestione industriale e fornisce una migliore visione d'insieme per prendere decisioni migliori. A tal fine, il programma si affida a rinomati professionisti, con conoscenze approfondite e una vasta esperienza, per dare grande valore agli insegnamenti impartiti.

I suoi contenuti combinano aspetti teorici e un approccio eminentemente pratico che fornisce agli ingegneri una profonda conoscenza della realtà dell'azienda industriale. In questo modo, fornirà al professionista la capacità e gli strumenti necessari per gestire in modo efficiente tutti gli aspetti legati al settore industriale, al fine di poter competere adeguatamente sia nel presente che in un futuro ricco di sfide, opportunità e cambiamenti.

Questo programma fornirà agli ingegneri un aggiornamento delle proprie conoscenze, che li porrà al passo con gli ultimi sviluppi in ciascuna delle aree

Questo **MBA in Industrial Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti di Ingegneria
- ♦ I contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline mediche 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 e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Studia questo programma
completo e vedrai la tua
carriera decollare"*

“

Trattandosi di un programma online, il professionista può studiare dove e quando vuole. Tutto ciò che ti serve è un dispositivo dotato di connessione a Internet”

Un programma di alto livello come questo è particolarmente adatto agli ingegneri che vogliono accrescere il proprio profilo professionale.

Approfondisci le tue conoscenze e diventa un ingegnere esperto in gestione di aziende industriali.

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

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

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



02 Obiettivi

La struttura del Master consentirà agli studenti di acquisire le competenze necessarie per rimanere sempre aggiornati e approfondire gli aspetti chiave della gestione industriale. Le conoscenze acquisite durante lo studio del programma faranno sì che il professionista ottenga una prospettiva globale e che raggiunga gli obiettivi proposti. Il professionista sarà perfettamente in grado di operare in un campo ingegneristico polivalente ed indispensabile, raggiungendo così l'eccellenza di un settore sempre più in adattamento e crescita.



“

Dai alla tua carriera l'impulso di cui ha bisogno e specializzati nel settore industriale"



Obiettivi generali

- ♦ Applicare le principali chiavi strategiche per essere in grado di competere meglio nei tempi attuali e futuri. Imparare a conoscere gli strumenti per raggiungere l'eccellenza, definire la strategia aziendale e la sua diffusione in tutta l'organizzazione, la gestione dei processi e la tipologia strutturale da utilizzare per adattarsi meglio ai cambiamenti. Aspetti da tenere in considerazione sono la sostenibilità, la gestione dei clienti, l'internazionalizzazione dell'azienda e la gestione del cambiamento, che sta diventando sempre più costante.
- ♦ Gestire i progetti presentati con metodologie convenzionali e agili.
- ♦ Gestire adeguatamente le risorse umane in modo che possano offrire all'azienda tutto il potenziale richiesto e fornire il massimo valore possibile.
- ♦ Interpretare i dati economici e finanziari dell'azienda, sapendo utilizzare e sviluppare gli strumenti necessari per una migliore gestione di tutti gli aspetti legati alle finanze aziendali.
- ♦ Gestire meglio tutti i passaggi e le fasi necessarie alla progettazione e allo sviluppo di nuovi prodotti.
- ♦ Eseguire la pianificazione e il controllo della produzione per ottimizzare le risorse e adattarsi al meglio alla domanda.
- ♦ Gestire la qualità in tutta l'organizzazione e applicare gli strumenti più importanti per il miglioramento continuo di prodotti e processi.
- ♦ Applicare la filosofia di lavoro *Lean Manufacturing* con l'obiettivo di ridurre gli sprechi per ottimizzare le risorse e dare all'azienda la necessaria flessibilità e risposta alle richieste del mercato.
- ♦ Sviluppare una migliore gestione dell'intera catena di fornitura e migliorare il flusso dei materiali dai fornitori alla consegna dei prodotti al cliente.
- ♦ Utilizzare e sviluppare le ultime tendenze della digitalizzazione e dell'Industria 4.0 per essere meglio preparati a competere in mercati nuovi e in rapida evoluzione.





Obiettivi specifici

Modulo 1. Chiavi strategiche per migliorare la competitività

- ♦ Conoscere in dettaglio l'importanza dell'eccellenza e il modo in cui può essere misurata
- ♦ Definire la strategia per essere in grado di competere
- ♦ Implementare e distribuire la strategia in tutta l'organizzazione utilizzando la Balanced Scorecard
- ♦ Scoprire, definire e gestire i processi fondamentali di generazione del valore in azienda
- ♦ Analizzare le diverse tipologie strutturali esistenti e la nuova tendenza a sviluppare organizzazioni agili con una risposta rapida a un ambiente dinamico
- ♦ Definire le basi fondamentali per lo sviluppo di un nuovo business attraverso importanti metodologie di lavoro
- ♦ Implementare e sviluppare la sostenibilità e la responsabilità sociale in azienda
- ♦ Gestire correttamente le relazioni con i clienti
- ♦ Approfondire l'aspetto dell'internazionalizzazione delle operazioni dell'azienda
- ♦ Gestire il cambiamento in modo più appropriato e integrarlo come una necessità per l'azienda per progredire in un ambiente altamente competitivo

Modulo 2. Gestione dei progetti

- ♦ Stabilire gli obiettivi del progetto
- ♦ Identificare il valore aziendale di un progetto
- ♦ Definire i fattori di lancio di un progetto
- ♦ Acquisire le competenze di un project manager
- ♦ Identificare e gestire i vincoli e le parti interessate in un progetto
- ♦ Stabilire la relazione tra la gestione dei progetti e la strategia aziendale
- ♦ Sviluppare procedure e buone prassi nella gestione dei progetti
- ♦ Sviluppare la professionalità di un project manager

Modulo 3. Leadership e gestione del personale

- ♦ Analizzare il proprio stile di leadership, motivazione e comunicazione e dimostrare comportamenti efficaci, indicando i modi più appropriati per generare impegno, fare gioco di squadra e incoraggiare la responsabilità dei collaboratori
- ♦ Approfondire l'individuazione, lo sviluppo e la fidelizzazione dei talenti, nonché i diversi strumenti per la mappatura dei talenti in azienda
- ♦ Analizzare quali aspetti siano importanti al momento di eseguire la valutazione delle prestazioni del team e attuarla con successo e in linea con la strategia dell'organizzazione
- ♦ Saper programmare piani di preparazione adeguati alle esigenze dell'azienda
- ♦ Analizzare i principali indicatori della gestione delle persone e saper utilizzare informazioni che riportano
- ♦ Individuare possibili situazioni di rischio nella gestione delle risorse umane prima che abbiano un impatto negativo sull'organizzazione, provocando l'attuazione di azioni preventive

Modulo 4. Finanza aziendale. Un approccio economico-finanziario

- ♦ Effettuare un'analisi completa dell'attuale ambiente di business
- ♦ Interpretare la situazione per evitare rischi futuri
- ♦ Preparare, analizzare e riferire il Conto Economico al team di gestione per facilitare il processo decisionale
- ♦ Realizzare previsioni, gestione e monitoraggio affidabili del flusso di cassa dell'azienda
- ♦ Conoscere gli strumenti di finanziamento a breve e lungo termine
- ♦ Gestire efficacemente i rapporti con le banche
- ♦ Gestire e ottimizzare i costi dell'organizzazione
- ♦ Analizzare, valutare e scegliere le migliori opzioni di investimento per l'azienda
- ♦ Padroneggiare la prospettiva contabile delle operazioni societarie tra aziende
- ♦ Approfondire la conoscenza dei mercati esteri per diversificare geograficamente l'attività

Modulo 5. Progettazione e sviluppo del prodotto

- ♦ Approfondire le tecniche, le fasi e gli strumenti relativi alla progettazione concettuale che precede la progettazione finale del prodotto, nonché la traduzione dei requisiti del cliente finale in specifiche tecniche che il prodotto dovrà rispettare
- ♦ Stabilire tutti gli "attori" da tenere in considerazione nel processo di progettazione e sviluppo di un nuovo prodotto per le sue corrette prestazioni in termini di qualità, tempi, costi, risorse, comunicazione e rischi
- ♦ Analizzare approfonditamente il processo di progettazione di un nuovo prodotto, dalla progettazione CAD all'analisi dei difetti e al disegno, fino all'approvazione della conformità del progetto ai requisiti
- ♦ Analizzare le opzioni di prototipazione disponibili per una corretta valutazione del progetto iniziale

- ♦ Analizzare in dettaglio le fasi di sviluppo del processo produttivo fino alla disponibilità del prodotto secondo i requisiti iniziali
- ♦ Acquisire una comprensione dettagliata del processo di convalida del prodotto per garantire che soddisfatti tutti i requisiti di qualità previsti
- ♦ Approfondire i processi di innovazione e trasferimento tecnologico per lo sviluppo di prodotti e processi innovativi e la creazione di un nuovo stato dell'arte

Modulo 6. Pianificazione e controllo della produzione

- ♦ Raggiungere una conoscenza dettagliata delle dinamiche di lavoro delle unità produttive e dell'interazione tra le loro funzioni
- ♦ Comprendere il ruolo della pianificazione avanzata e della pianificazione della produzione nel ridurre gli incidenti e i problemi nello sviluppo delle attività produttive
- ♦ Affrontare l'importanza della pianificazione della produzione come strumento chiave per la redditività dell'azienda
- ♦ Acquisire tutte le conoscenze per guidare le continue trasformazioni necessarie negli impianti di produzione
- ♦ Sviluppare tutte le competenze necessarie per comprendere l'applicazione delle più collaudate metodologie di pianificazione e controllo della produzione, come il *Just-in-time* o la Teoria dei Vincoli
- ♦ Analizzare l'importanza della gestione della manutenzione per mantenere un'elevata efficienza produttiva
- ♦ Riflettere sull'importanza dell'implementazione di sistemi organizzativi volti a migliorare i tempi di consegna e la risposta immediata alle esigenze del mercato

Modulo 7. *Lean Manufacturing*

- ♦ Approfondire i fondamenti del pensiero *Lean* e le sue principali differenze rispetto ai processi produttivi tradizionali
- ♦ Analizzare gli sprechi in azienda, distinguendo il valore di ogni processo e i tipi di spreco che si possono trovare
- ♦ Stabilire i principi delle 5S e il modo in cui possono aiutarci a migliorare la produttività, nonché approfondire la loro attuazione in azienda
- ♦ Padroneggiare gli strumenti *Lean* diagnostici
- ♦ Effettuare un'analisi approfondita degli strumenti operativi *Lean* come SMED, JIDOKA, POKAYOKE, riduzione dei lotti e POUS
- ♦ Approfondire l'importanza degli strumenti *Lean* di monitoraggio, pianificazione e controllo della produzione, come la gestione visiva, la standardizzazione, il livellamento della produzione e la produzione cellulare
- ♦ Approfondire i principi del metodo Kaizen per il miglioramento continuo e le diverse metodologie, nonché i principali ostacoli che possiamo trovare per l'implementazione del Kaizen in azienda
- ♦ Analizzare la roadmap per l'implementazione del *Lean* in azienda, approfondendo gli aspetti generali dell'implementazione, le diverse fasi e i fattori di successo per l'applicazione del modello *Lean* in azienda
- ♦ Identificare i KPI che possono aiutare a misurare i risultati dell'implementazione del modello *Lean*
- ♦ Indagare l'importanza della dimensione umana del *Lean* e dei sistemi di coinvolgimento del personale come fattore di successo nella sua implementazione

Modulo 8. Gestione della qualità

- ♦ Stabilire l'importanza della gestione della qualità in tutte le aree dell'azienda
- ♦ Identificare i costi della qualità associati alla gestione della qualità e implementare un sistema per monitorarli e migliorarli
- ♦ Conoscere in dettaglio la norma di gestione della qualità ISO 9001 e come implementarla in azienda
- ♦ Analizzare le norme ambientali ISO 14000 e sui rischi professionali ISO 450001 e la loro integrazione con il sistema di qualità per non duplicare la documentazione
- ♦ Approfondire le nozioni del modello EFQM, nella sua nuova edizione, per poterlo sviluppare in azienda se si vuole fare un passo avanti verso l'eccellenza
- ♦ Applicare i principali strumenti di qualità che possono essere utilizzati nella gestione e nel miglioramento della qualità dei prodotti e dei processi
- ♦ Stabilire l'importanza del miglioramento continuo e l'uso delle due metodologie principali: il ciclo PDCA con l'applicazione all'implementazione del *Lean Manufacturing* e del *Six-Sigma*
- ♦ Conoscere approfonditamente cos'è la qualità presso i fornitori e come gestirla, i diversi tipi di audit e come eseguirli, gli aspetti relativi ai test e al laboratorio
- ♦ Approfondire gli aspetti organizzativi importanti per la gestione della qualità in ambito industriale

Modulo 9. La funzione logistica, chiave per competere

- ♦ Analizzare approfonditamente le sfide della funzione logistica, delle sue attività chiave e dei costi associati alla creazione di valore e dei diversi tipi di supply chain
- ♦ Sviluppare le diverse strategie per ottimizzare la funzione logistica
- ♦ Applicare i principi della filosofia *Lean* alla gestione della supply chain e all'implementazione di un sistema *Lean* alla funzione logistica
- ♦ Padroneggiare la gestione del magazzino e la sua automazione
- ♦ Gestire gli acquisti e i rapporti con i fornitori, nonché sviluppare una gestione efficace delle forniture
- ♦ Applicare nuovi strumenti e sistemi informativi al controllo della funzione logistica
- ♦ Conoscere nel dettaglio l'importanza della gestione della logistica inversa, nonché le operazioni che vi sono inquadrate e i costi ad essa associati
- ♦ Ricerare nuove tendenze e strategie nella funzione logistica e la loro attuazione in azienda
- ♦ Analizzare i fattori di differenziazione delle catene di fornitura di successo e gli elementi di differenziazione della catena del valore
- ♦ Approfondire la logistica delle pandemie, i diversi scenari e analizzare i punti critici della catena di approvvigionamento nello scenario attuale, nonché i tipi di catene di approvvigionamento per la distribuzione di componenti essenziali come i vaccini

Modulo 10. Industria 4.0 e business intelligence. L'azienda digitalizzata

- ♦ Guidare e affrontare i nuovi modelli e le nuove sfide associate allo sviluppo e all'implementazione dell'Industria 4.0
- ♦ Approfondire la necessità di trasformazione digitale che le nuove sfide aziendali suggeriscono per affrontare con successo il futuro
- ♦ Conoscere approfonditamente e revisionare i progetti di automazione industriale come parte fondamentale degli attuali processi produttivi e gestionali
- ♦ Identificare e interpretare il software di gestione dei diversi reparti di un'azienda moderna
- ♦ Identificare i software che consentono di ottenere una visione globale e trasversale di un'azienda o di un business
- ♦ Scoprire l'importanza dei dati nel controllo, nel monitoraggio, nella gestione e nel miglioramento dell'azienda
- ♦ Stabilire come le tecniche di *apprendimento automatico* e di intelligenza artificiale possano contribuire a risolvere i problemi attuali dell'azienda e a definire e progettare il suo futuro

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

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

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento

- ♦ Determinare la relazione tra direzione strategica e gestione delle risorse umane
- ♦ Approfondire le competenze necessarie per una gestione efficace delle risorse umane in base alle competenze
- ♦ Approfondire le metodologie di valutazione e gestione della performance
- ♦ Integrare le innovazioni nella gestione dei talenti e il loro impatto sulla fidelizzazione del personale
- ♦ Sviluppare strategie per la motivazione e lo sviluppo del team ad alte prestazioni
- ♦ Proporre soluzioni efficaci per la gestione del cambiamento e della risoluzione di conflitti nelle organizzazioni

Modulo 13. Direzione Economico-Finanziaria

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

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico

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

Modulo 15. Executive Management

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

03

Competenze

Al termine del programma, l'ingegnere sarà in grado di identificare e risolvere i problemi legati alla gestione di aziende e progetti industriali. Tutto questo grazie a una metodologia unica e al supporto degli esperti che l'hanno sviluppata. TECH garantisce agli studenti contenuti di qualità in linea con le aspettative, dando loro l'opportunità di fare la differenza nell'ambito lavorativo. Sarai quindi qualificato per svolgere le varie funzioni relative a questo Master, insieme alle proposte più innovative in questo campo d'azione, guidandoti così verso l'eccellenza.



“

La globalizzazione e la transizione digitale costringono le aziende ad assumere ingegneri ben preparati per guidare i processi. Grazie a questo Master otterrai le competenze necessarie per lavorare con successo in questo settore"



Competenze generali

- ♦ Padroneggiare gli strumenti necessari per la gestione industriale, in un contesto internazionale, attraverso lo sviluppo di progetti e piani operativi
- ♦ Applicare le conoscenze acquisite e le capacità di risoluzione dei problemi in un contesto odierno e globale, all'interno di ambienti più ampi legati al settore industriale
- ♦ Essere in grado di integrare le conoscenze e acquisire una comprensione approfondita dei diversi usi della gestione industriale e dell'importanza del suo utilizzo nel mondo di oggi
- ♦ Comprendere e interiorizzare la portata della trasformazione digitale e industriale applicata ai sistemi industriali per garantire efficienza e competitività nel mercato odierno
- ♦ Essere in grado di analizzare, valutare e sintetizzare in modo critico idee nuove e complesse relative al campo della gestione industriale
- ♦ Essere in grado di promuovere, in contesti professionali, il progresso tecnologico, sociale o culturale all'interno di una società basata sulla conoscenza, attenendosi a precetti sostenibili



Migliorare le tue competenze in un ambito utile a tutti ti permetterà di migliorare la tua carriera professionale e personale"





Competenze specifiche

- ♦ Gestire in modo efficiente tutti gli aspetti legati alla gestione industriale per poter competere adeguatamente sia nel presente che in un futuro ricco di sfide, opportunità e cambiamenti
- ♦ Applicare le principali chiavi strategiche per essere in grado di competere meglio nei tempi attuali e futuri
- ♦ Padroneggiare gli strumenti per raggiungere l'eccellenza, definire la strategia aziendale e il suo dispiegamento in tutta l'organizzazione, la gestione mediante processi e la tipologia strutturale da utilizzare per adattarsi meglio ai cambiamenti, nonché gli aspetti da tenere in considerazione sulla sostenibilità, la gestione dei clienti, l'internazionalizzazione dell'azienda e la gestione del cambiamento, sempre più costante
- ♦ Gestire i progetti presentati con metodologie convenzionali e agili
- ♦ Gestire adeguatamente le Risorse Umane in modo che possano offrire all'azienda tutto il potenziale richiesto e fornire il massimo valore possibile
- ♦ Interpretare i dati economici e finanziari dell'azienda, sapendo utilizzare e sviluppare gli strumenti necessari per una migliore gestione di tutti gli aspetti legati alle finanze aziendali
- ♦ Gestire meglio tutti i passaggi e le fasi necessarie alla progettazione e allo sviluppo di nuovi prodotti
- ♦ Eseguire la pianificazione e il controllo della produzione per ottimizzare le risorse e adattarsi al meglio alla domanda
- ♦ Gestire la qualità in tutta l'organizzazione e applicare gli strumenti più importanti per il miglioramento continuo di prodotti e processi
- ♦ Applicare la filosofia di lavoro *Lean Manufacturing* con l'obiettivo di ridurre gli sprechi per ottimizzare le risorse e dare all'azienda la necessaria flessibilità e risposta alle richieste del mercato
- ♦ Sviluppare una migliore gestione dell'intera catena di fornitura e migliorare il flusso dei materiali dai fornitori alla consegna dei prodotti al cliente
- ♦ Utilizzare e sviluppare le ultime tendenze della digitalizzazione e dell'Industria 4.0 per essere meglio preparati a competere in mercati nuovi e in rapida evoluzione

04

Direzione del corso

Il programma include nel suo personale docente un gruppo di ingegneri di spicco nel campo della gestione dei progetti e dell'MBA in *Industrial Management*, che apportano a questo programma l'esperienza dei loro anni di lavoro. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate, partecipano alla sua progettazione e preparazione, completando la specializzazione in modo interdisciplinare, rendendolo, in questo modo, un'esperienza unica e altamente educativa a livello accademico.





“

*Impara da professionisti autorevoli
le ultime novità in MBA in Industrial
Management e diventa un ingegnere
esperto in materia”*

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 carriera ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende Fortune 50, come NBCUniversal e Comcast. Il suo percorso gli ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di Vicepresidentessa di Acquisizione del Talento, 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 attrarre 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 network.

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

- Vice Presidentessa per l'acquisizione di talenti alla Mastercard di New York, Stati Uniti
- Direttrice per l'Acquisizione di Talenti presso NBCUniversal, Stati Uniti
- Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- Responsabile della Selezione del Personale presso Rite Hire Advisory
- Vicepresidentessa esecutiva della Divisione Vendite presso Ardor NY Real Estate
- Responsabile della Selezione del Personale presso Valerie August & Associates
- Account Executive presso BNC
- Account Executive presso Vault
- Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

TECH si avvale di un illustre e specializzato gruppo di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership presso le aziende più all'avanguardia del mercato globale”

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza in importanti aziende tecnologiche multinazionali, Rick Gauthier si è sviluppato in modo significativo nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un team leader e un manager molto efficiente, che dimostra un talento naturale nel garantire un alto livello di impegno tra i suoi dipendenti.

Ha un dono innato per la strategia e l'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportandone il successo con dati di qualità. La sua carriera in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT dell'azienda negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, responsabile della fornitura dell'infrastruttura IT a livello aziendale e del supporto ai reparti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come manager di grande impatto, con notevoli capacità di aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale dei clienti.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore regionale di IT presso Amazon, Seattle, USA
- Responsabile di programma senior presso Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria della produttività di Microsoft
- Laurea in Cybersecurity presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in immersione commerciale rilasciato dal Divers Institute of Technology
- Titolo in Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

*Cogli l'opportunità di conoscere
gli ultimi sviluppi in questo campo
e di applicarli alla tua pratica
quotidiana”*

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto di fama internazionale con più di due decenni di esperienza nella trasformazione digitale, nel marketing, nella strategia e nella consulenza. Nel corso della sua lunga carriera, ha corso molti rischi ed è un costante sostenitore dell'innovazione e del cambiamento nell'ambiente aziendale. Grazie a questa esperienza, ha lavorato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli ad abbandonare i modelli di business tradizionali. Ha aiutato aziende come Shell Energy a diventare veri leader di mercato, concentrandosi sui clienti e sul mondo digitale.

Le strategie ideate da Arman hanno un impatto latente, in quanto hanno permesso a diverse aziende di migliorare l'esperienza di consumatori, personale e azionisti. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il CSAT, il coinvolgimento dei dipendenti nelle istituzioni in cui ha lavorato e la crescita dell'indicatore finanziario EBITDA in ciascuna di esse.

Ha inoltre coltivato e guidato team ad alte prestazioni che sono stati persino premiati per il loro potenziale di trasformazione. Con Shell in particolare, l'esecutivo si è sempre prefissato di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione efficace dal punto di vista dei costi" e rivedere un panorama di dati, digitale e tecnologico frammentato. I loro sforzi hanno quindi dimostrato che, per ottenere un successo sostenibile, è essenziale partire dalle esigenze dei consumatori e porre le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'intelligenza artificiale, materia in cui ha conseguito un diploma post-laurea presso la London Business School. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienza nell'IoT e in Salesforce.



Dott. Arman, Romi

- Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso Shell Energy Corp. Shell Energy Corporation, Londra, Regno Unito
- Responsabile globale del commercio elettronico e dell'assistenza clienti presso Shell Energy Corporation
- National Key Account Manager (OEM e rivenditori di autoveicoli) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente di gestione senior (settore servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Corso post-laurea in Applicazioni Aziendali dell'IA per Dirigenti di Alto Livello Scuola aziendale di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso in Trasformazione Digitale presso IMD

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un professionista esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre la posizione di responsabile degli acquisti globali nella divisione Technical Infrastructure and Data Centre di Google, dove ha trascorso la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni alle sfide operative del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati anagrafici, gli aggiornamenti dei dati dei fornitori e la prioritizzazione dei dati dei fornitori. Ha guidato la pianificazione della catena di approvvigionamento dei centri dati e la valutazione del rischio dei fornitori, portando a miglioramenti dei processi e alla gestione dei flussi di lavoro con significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro nella fornitura di soluzioni digitali e di leadership per aziende di diversi settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui marketing, media analytics, misurazione e attribuzione. Per il suo lavoro ha ricevuto diversi riconoscimenti, tra cui il BIM Leadership Award, il Search Leadership Award, l'Export Lead Generation Programme Award e l'EMEA Best Sales Model Award.

Arens è stato anche responsabile delle vendite a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team da 4 a 14 membri in tre anni e ha portato il team di vendita a raggiungere risultati e a collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha inoltre ricoperto il ruolo di Senior Industry Analyst ad Amburgo, Germania, creando storyline per oltre 150 clienti e utilizzando strumenti interni e di terzi a supporto dell'analisi. Ha sviluppato e scritto relazioni approfondite per dimostrare la padronanza della materia, compresa la comprensione dei fattori macroeconomici e politico-normativi che influenzano l'adozione e la diffusione della tecnologia.

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



Dott. Arens, Manuel

- Responsabile Acquisti Globali presso Google, Mountain View, USA
- Senior Manager, B2B Analytics and Technology, Google, USA
- Direttore Vendite di Google, Irlanda
- Analista di settore senior presso Google, Germania
- Responsabile account Google, Irlanda
- Accounts Payable presso Eaton, Regno Unito
- Responsabile della Catena di Approvvigionamento presso Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia della tecnologia e della formazione, realizzati da specialisti del settore di fama internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente di marketing i cui progetti hanno avuto un impatto significativo sull'ambiente della moda. Nel corso della sua carriera di successo ha sviluppato una varietà di compiti legati al prodotto, al merchandising e alla comunicazione. Tutto questo, legato a marchi prestigiosi come Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, tra gli altri.

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

Come Global Brand and Merchandising Director di Giorgio Armani, ha supervisionato diverse strategie di marketing per l'abbigliamento e gli accessori. Inoltre, le sue tattiche si sono concentrate sulla vendita al dettaglio e sulle esigenze e i comportamenti dei consumatori. La Sala è stata anche responsabile della commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come team leader nei reparti Design, Comunicazione e Vendite.

D'altra parte, in aziende come Calvin Klein o Gruppo Coin, ha intrapreso progetti per potenziare la struttura, lo sviluppo e il marketing di diverse collezioni. Allo stesso tempo, si è occupato della creazione di calendari efficaci per le campagne di acquisto e vendita.

È stato inoltre responsabile delle condizioni, dei costi, dei processi e dei tempi di consegna di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno fatto di Andrea La Sala uno dei più importanti e qualificati leader aziendali nel settore della moda e del lusso. Un'elevata capacità manageriale con la quale è stato in grado di implementare efficacemente il posizionamento positivo di diversi marchi e di ridefinire i loro KPI.



Dott. La Sala, Andrea

- Responsabile globale del marchio e del merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano, Italia
- Direttore del Merchandising e Calvin Klein
- Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager in Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato in Fastweb
- Laurea in Economia e Business presso l'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano in TECH per offrirti un insegnamento di alto livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti a 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. È noto anche per la sua lungimiranza nell'individuare le tecnologie emergenti che, a lungo termine, avranno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un pioniere nell'uso di tecniche di visualizzazione dei dati che hanno semplificato insiemi complessi, rendendoli accessibili e facilitando il processo decisionale. Questa competenza è diventata il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata da molte organizzazioni impegnate a raccogliere informazioni e a generare azioni concrete sulla base di esse.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la piattaforma Walmart Data Cafe, la più grande al mondo nel suo genere, basata sul cloud per l'analisi dei Big Data. Ha anche ricoperto il ruolo di Direttore della Business Intelligence presso Red Bull, occupandosi di aree quali vendite, distribuzione, marketing e operazioni di supply chain. Il suo team è stato recentemente premiato per la costante innovazione nell'uso della nuova API Walmart Luminate per gli insight su shopper e canali.

Per quanto riguarda la sua formazione, il dirigente vanta diversi master e studi post-laurea presso centri prestigiosi come l'Università di Berkeley, negli Stati Uniti, e l'Università di Copenhagen, in Danimarca. Grazie a questo continuo aggiornamento, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. Per questo motivo, è stato considerato un leader nato della nuova economia globale, incentrata sulla spinta dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di Business Intelligence e Analytics presso Red Bull, Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di business intelligence per Walmart Data Cafè
- Consulente indipendente di Business Intelligence e Data Science
- Direttore della Business Intelligence presso Capgemini
- Analista senior presso Nordea
- Consulente senior di business intelligence per SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning presso UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in e-commerce presso l'Università di Copenhagen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenhagen

“

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 esperto distinto nel settore del Marketing Digitale che, per oltre 19 anni, è stato collegato con una delle più potenti aziende del settore dello spettacolo, 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 network, ricerca, display e media lineari.

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

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

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

“

*Raggiungi i tuoi obiettivi
accademici e professionali con gli
esperti più qualificati al mondo!
Gli insegnanti di questo MBA
ti guideranno durante l'intero
processo di apprendimento"*

Direttore Ospite Internazionale

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

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, con sede in Florida, Stati Uniti. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il dott. Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui vicepresidente senior dello sviluppo strategico e direttore generale degli affari commerciali, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo sviluppo strategico al marketing dell'intrattenimento.

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

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



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'impatto presso NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente senior dello sviluppo strategico presso NASCAR
- Vicepresidente della Pianificazione Strategica presso NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali presso NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale nella National Football League (NFL)
- Affari commerciali/Stagista legale presso la Federcalcio degli Stati Uniti
- Dottorato in Giurisprudenza presso l'Università di Chicago
- Master in Business Administration-MBA presso la Booth School of Business presso l'Università di Chicago
- Laurea in Economia Internazionale presso il Carleton College

“

Grazie a questo titolo universitario in modalità 100% online, potrai conciliare gli studi con i tuoi impegni quotidiani, con l'aiuto dei maggiori esperti internazionali nel settore di tuo interesse. Iscriviti ora!”

Direzione



Dott. Asensi, Francisco Andrés

- ♦ Consulente aziendale e specialista in Gestione Industriale e Trasformazione Digitale
- ♦ Coordinatore della produzione e della logistica presso IDAI NATURE
- ♦ Coach in Coaching Strategico
- ♦ Responsabile organizzativo per Talleres Lemar
- ♦ Organizzazione e gestione di aziende per Lab Radio SA
- ♦ Dottorato in Ingegneria Industriale e Organizzazione Aziendale presso l'Università di Castilla la Mancha
- ♦ Titolo di Ingegnere Industriale Superiore in Organizzazione Industriale presso l'Università Politecnica di Valencia

Personale docente

Dott.ssa Mollá Latorre, Korinna

- ♦ Responsabile di Progetti Internazionali presso l'AITEX
- ♦ Direttrice delle Operazioni e della Logistica per Colortex, S.A.
- ♦ Tecnico del progetto per l'Istituto Instituto Tecnológico del Juguete
- ♦ Ingegnere Industriale, specializzata in Organizzazione Industriale, presso l'Università Politecnica di Valencia
- ♦ Membro della Società statunitense per il Controllo della Produzione e dell'Inventario nella Gestione Integrata delle Risorse

Dott. Ibáñez Capella, Juan

- ♦ Responsabile di progetto presso il Centro Tecnologico ITENE
- ♦ Capo progetto presso IDOM Consulting
- ♦ Responsabile dell'installazione e del progetto presso Power Electronics
- ♦ Responsabile delle strutture presso Ferrovial
- ♦ Tecnico di Progetto per Progetti ad Alta e Bassa Tensione, Solare PV Fotovoltaico
- ♦ Consulente per i lavori presso l'impianto di acciaio galvanizzato SOLMED a Sagunto, la stazione AVE di Saragozza, ecc.

Dott. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- ♦ Specialista tecnico e ingegnere capo presso SRG Global
- ♦ Ingegnere Sviluppo del Prodotto presso SRG Global
- ♦ Ingegnere Hardware presso DAO Logic
- ♦ Laurea in Ingegneria Industriale e Meccanica presso l'Università Politecnica di Valencia

Dott. Giner Sanchis, David

- ♦ Responsabile di portafoglio e di Programmi in PMO presso MAPFRE
- ♦ Tecnico di pianificazione e gestione dei materiali presso IDOM Consulting
- ♦ Master in Direzione e Gestione di Progetti presso l'Università Politecnica di Valencia
- ♦ Master Ufficiale Project Management presso l'Università Europea di Valencia

Dott.ssa Aleixandre Andreu, María José

- ♦ Direttrice della Banca Commerciale Caja del Mediterraneo e della Banca Sabadell
- ♦ Laurea in Scienze Aziendali della UV
- ♦ Tecnica e competenze per i formatori. Presso l'Università Autonoma di Barcellona
- ♦ Corso per Direttori di ufficio. Insegnato da Fundesem
- ♦ Certificazione EFA della EPFA
- ♦ Certificazione LCCI dell'Università Carlos III
- ♦ Il Corso per Responsabili d'Ufficio, formazione interna. Caja de Ahorros del Mediterráneo, formazione pratica e teorica

Dott. Lucero Palau, Tomás

- ♦ Responsabile di fabbrica presso Zanotti Smart Solutions
- ♦ Project Manager presso ADUM Consulting
- ♦ Direttore Operativo presso Istobal, S.A.
- ♦ Responsabile di produzione presso SRG Global
- ♦ Master in Business Administration presso ESTEMA Business School
- ♦ Titolo di Ingegnere Industriale Superiore presso l'Università Politecnica di Valencia

Dott. Del Olmo Cárcer, Daniel

- ♦ Responsabile del settore tecnologico presso Enira Engineering S.L.
- ♦ Responsabile dell'ingegneria degli impianti presso NHK-SOGEFI
- ♦ Responsabile dello Sviluppo Tecnico e della Manutenzione di Sealed Air Corporation
- ♦ Responsabile dell'ingegneria degli impianti presso SRG Global
- ♦ Responsabile presso Toyota Production System
- ♦ Ingegnere di processo presso Zodiac Aerospace
- ♦ Ingegnere di progetto presso Serfruit S.A. e Greefa
- ♦ Master MBA in Operazioni dell'Università Europea di Valencia

Dott. Navarro Jarque, Francisco

- ♦ Responsabile dell'Ufficio del Personale presso ISTOBAL S.A.
- ♦ Master in Gestione delle Risorse Umane presso l'Università Ramon Llull
- ♦ Laurea in Psicologia presso l'Università Autonoma di Barcellona

Dott. Morado Vázquez, Eduardo

- ♦ Leader nell'Area Industriale degli Ammorbidenti e Plastificanti Bituminosi
- ♦ Responsabile del Controllo Qualità presso Ford Motor Company
- ♦ Master in Prevenzione dei Rischi sul Lavoro presso l'Università di Alcalá de Henares
- ♦ Master in Business Administration presso ESTEMA



“Grazie a un metodo di apprendimento esaustivo, aggiornato e altamente efficiente, questo programma offre la possibilità di migliorare le proprie capacità lavorative e di competere con i migliori del settore”

05

Struttura e contenuti

La struttura di questa qualifica è stata progettata sulla base dei requisiti dell'ingegneria applicata all'area, seguendo i requisiti proposti dal personale docente di questo Master. In questo modo, è stato creato un piano di studi i cui moduli offrono un'ampia prospettiva di gestione industriale da un punto di vista globale per la sua applicazione a livello internazionale, incorporando tutti i campi di lavoro coinvolti nello sviluppo delle sue funzioni. L'ingegnere sarà così in grado di aggiornare le proprie conoscenze e di iniziare ad agire in questo campo appassionante con un maggior grado di successo.





“

TECH mette a disposizione il programma più completo per l'MBA in Industrial Management. Questo è l'unico modo per imparare tutto ciò che è necessario sapere per intervenire in questo campo"

Modulo 1. Chiavi strategiche per migliorare la competitività

- 1.1. Eccellenza nel business di oggi
 - 1.1.1. Adattamento agli ambienti VUCA
 - 1.1.2. Soddisfazione delle parti interessate (*Stakeholders*)
 - 1.1.3. *World Class Manufacturing*
 - 1.1.4. Misura dell'Eccellenza: *Net Promoter Score*
- 1.2. Disegno della strategia aziendale
 - 1.2.1. Processo generale di definizione della strategia
 - 1.2.2. Definizione della situazione attuale. Modelli di posizionamento
 - 1.2.3. Possibili mosse strategiche
 - 1.2.4. Modelli strategici di azione
 - 1.2.5. Strategie funzionali e organizzative
 - 1.2.6. Analisi del contesto e organizzazione. Analisi SWOT per il processo decisionale
- 1.3. Distribuzione della strategia. Scheda di valutazione completa
 - 1.3.1. Missione, visione, valori e principi d'azione
 - 1.3.2. La necessità di una Scheda di Valutazione Completa (SVC)
 - 1.3.3. Prospettive da utilizzare nella SVC
 - 1.3.4. Mappa strategica
 - 1.3.5. Fase di implementazione di una buona SVC
 - 1.3.6. La mappa generale di una SVC
- 1.4. Gestione per processi
 - 1.4.1. Descrizione del processo
 - 1.4.2. Tipi di processi. Processi principali
 - 1.4.3. Definizione delle priorità dei processi
 - 1.4.4. Rappresentazione del processo
 - 1.4.5. Misurare i processi per migliorarli
 - 1.4.6. Mappa dei processi
 - 1.4.7. Ingegneria dei processi
- 1.5. Tipologie strutturali. Organizzazioni agili. ERR
 - 1.5.1. Tipologie strutturali
 - 1.5.2. L'impresa vista come sistema adattivo
 - 1.5.3. L'impresa orizzontale
 - 1.5.4. Caratteristiche e fattori chiave delle organizzazioni agili (EER)
 - 1.5.5. Organizzazioni del futuro: l'organizzazione TEAL
- 1.6. Progettazione di modelli di business
 - 1.6.1. Modello Canvas per la progettazione del modello di business
 - 1.6.2. Metodologia *Lean Startup* nella creazione di nuove imprese e prodotti
 - 1.6.3. Strategia del Blue Ocean
- 1.7. Responsabilità sociale d'impresa e sostenibilità
 - 1.7.1. Responsabilità sociale d'impresa (RSI): ISO 26000
 - 1.7.2. Obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS)
 - 1.7.3. Agenda 2030
- 1.8. *Customer Management*
 - 1.8.1. La necessità di gestire le relazioni con i clienti
 - 1.8.2. Elementi del *Customer Management*
 - 1.8.3. La tecnologia e il *Customer Management*. I CRM
- 1.9. Gestione in un ambiente internazionale
 - 1.9.1. L'importanza dell'internazionalizzazione
 - 1.9.2. Diagnosi del potenziale di esportazione
 - 1.9.3. Elaborazione del piano di internazionalizzazione
 - 1.9.4. Attuazione del piano di internazionalizzazione
 - 1.9.5. Strumenti di assistenza all'esportazione
- 1.10. Gestione del cambiamento
 - 1.10.1. La dinamica del cambiamento nelle aziende
 - 1.10.2. Ostacoli al cambiamento
 - 1.10.3. Fattori di adattamento al cambiamento
 - 1.10.4. La metodologia di Kotter per la Gestione del cambiamento

Modulo 2. Gestione dei progetti

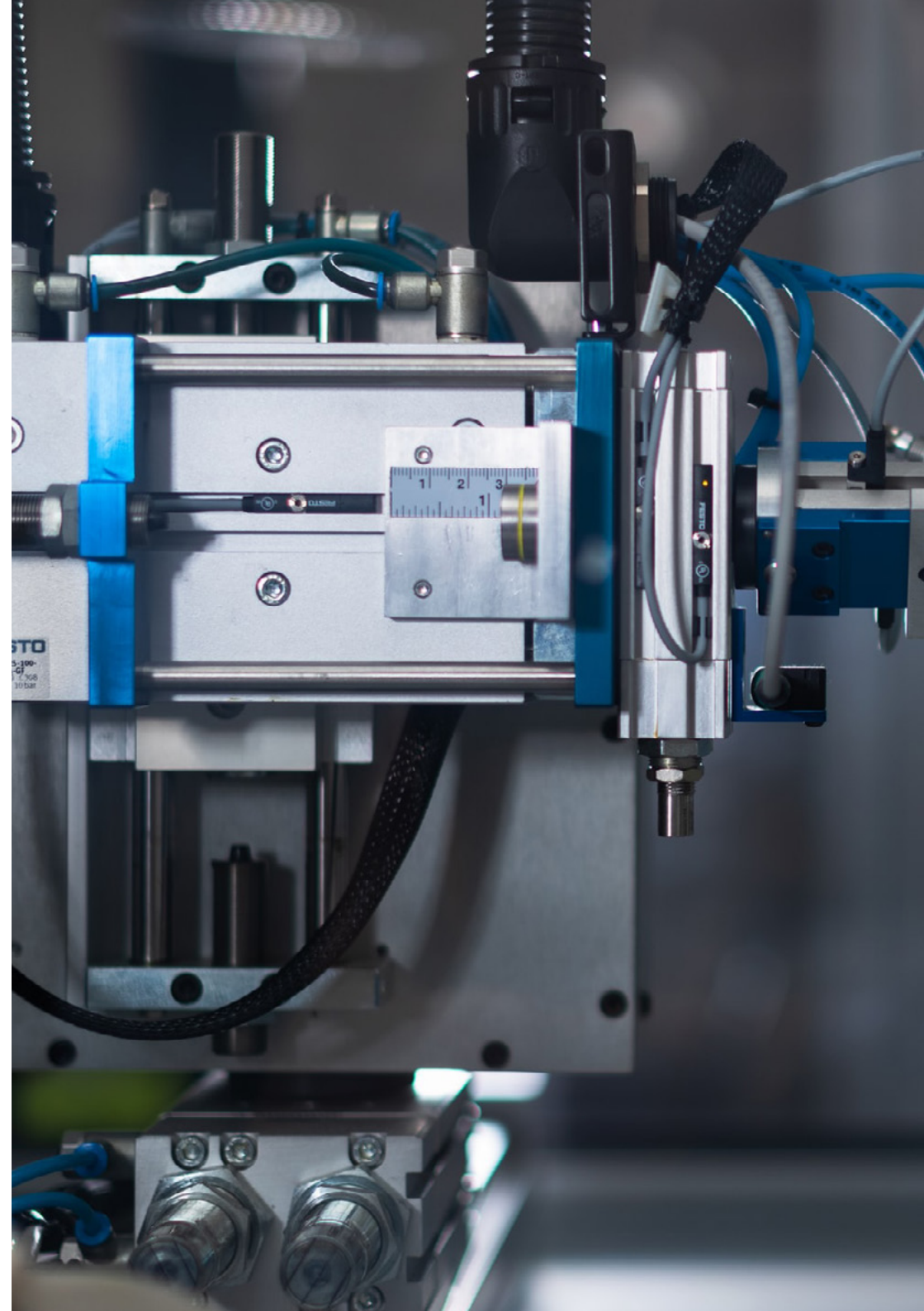
- 2.1. Il progetto
 - 2.1.1. Elementi chiave del progetto
 - 2.1.2. Il responsabile del progetto
 - 2.1.3. L'ambiente in cui operano i progetti
- 2.2. Gestione del campo di applicazione del progetto
 - 2.2.1. Analisi dell'ambito
 - 2.2.2. Pianificazione dell'ambito del progetto
 - 2.2.3. Controllo dell'ambito del progetto
- 2.3. Gestione della tabella di marcia
 - 2.3.1. L'importanza della pianificazione
 - 2.3.2. Gestione del calendario del progetto. *Project Schedule*
 - 2.3.3. Tendenze nella gestione del tempo
- 2.4. Gestione dei costi
 - 2.4.1. Analisi dei costi del progetto
 - 2.4.2. Selezione finanziaria dei progetti
 - 2.4.3. Pianificazione dei costi del progetto
 - 2.4.4. Controllo dei costi del progetto
- 2.5. Qualità, risorse e approvvigionamento
 - 2.5.1. Qualità totale e gestione dei progetti
 - 2.5.2. Risorse del progetto
 - 2.5.3. Acquisizioni. Il sistema di contrattazione
- 2.6. Gli stakeholder del progetto e le loro comunicazioni
 - 2.6.1. L'importanza degli *stakeholders*
 - 2.6.2. Gestione delle parti interessate al progetto
 - 2.6.3. Comunicazioni del progetto
- 2.7. Gestione dei rischi del progetto
 - 2.7.1. Principi fondamentali della gestione del rischio
 - 2.7.2. Processi di gestione del rischio di progetto
 - 2.7.3. Tendenze nella gestione dei rischi

- 2.8. Direzione integrata dei progetti
 - 2.8.1. Progettazione strategica e direzione dei progetti
 - 2.8.2. Piano di gestione del progetto
 - 2.8.3. Processi di implementazione e controllo
 - 2.8.4. Chiusura del progetto
- 2.9. Metodologie agili I: Scrum
 - 2.9.1. Principi di Agile e Scrum
 - 2.9.2. Team Scrum
 - 2.9.3. Eventi Scrum
 - 2.9.4. Artefatti Scrum
- 2.10. Metodologie agili II: *Kanban*
 - 2.10.1. Principi di *Kanban*
 - 2.10.2. *Kanban* e *Scrumban*
 - 2.10.3. Certificazioni

Modulo 3. Leadership e gestione del personale

- 3.1. Il ruolo del Leader
 - 3.1.1. La leadership nella gestione del personale
 - 3.1.2. Tipi di stile decisionale nella gestione delle persone
 - 3.1.3. Il Coach leader
 - 3.1.4. Team autogestiti e *Empowerment*
- 3.2. Motivazione dei team
 - 3.2.1. Esigenze e aspettative
 - 3.2.2. Riconoscimento efficace
 - 3.2.3. Come migliorare la coesione del team
- 3.3. Comunicazione e risoluzione di conflitti
 - 3.3.1. Comunicazione intelligente
 - 3.3.2. Gestione costruttiva dei conflitti
 - 3.3.3. Strategie di risoluzione dei conflitti

- 3.4. L'intelligenza emotiva nella gestione del personale
 - 3.4.1. Emozioni, sentimenti e stati d'animo
 - 3.4.2. L'intelligenza emotiva
 - 3.4.3. Modello delle capacità (Mayer e Salovey): identificare, utilizzare, comprendere e gestire
 - 3.4.4. L'intelligenza emotiva e la selezione del personale
- 3.5. Indicazioni nella gestione del personale
 - 3.5.1. Produttività
 - 3.5.2. Rotazione del personale
 - 3.5.3. Tasso di ritenzione dei talenti
 - 3.5.4. Indice di soddisfazione del personale
 - 3.5.5. Tempo medio dei posti di lavoro vacanti
 - 3.5.6. Tempo medio di preparazione
 - 3.5.7. Tempo medio di raggiungimento degli obiettivi
 - 3.5.8. Livelli di assenteismo
 - 3.5.9. Tasso di infortuni sul lavoro
- 3.6. Valutazione delle prestazioni
 - 3.6.1. Componenti e ciclo di valutazione della prestazione
 - 3.6.2. Valutazioni a 360°
 - 3.6.3. La gestione delle prestazioni: un processo e un sistema
 - 3.6.4. Gestione mediante obiettivi
 - 3.6.5. Funzionamento del processo di valutazione delle prestazioni
- 3.7. Piano educativo
 - 3.7.1. Principi fondamentali
 - 3.7.2. Identificazione dei bisogni formativi
 - 3.7.3. Piano educativo
 - 3.7.4. Indicatori di formazione e sviluppo





- 3.8. Identificazione di potenziali
 - 3.8.1. Il potenziale
 - 3.8.2. Le soft skills come elemento chiave ad alto potenziale
 - 3.8.3. Metodologie per identificare il potenziale: valutazione dell'agilità di apprendimento (Lominger) e fattori di crescita
- 3.9. La mappa dei talenti
 - 3.9.1. Matrice George Odiorne-4 Caselle
 - 3.9.2. Matrice a 9 caselle
 - 3.9.3. Azioni strategiche per ottenere risultati efficaci con i talenti
- 3.10. Strategia di sviluppo dei talenti e ROI
 - 3.10.1. Modello di apprendimento delle soft skills 70-20-10
 - 3.10.2. Percorsi di carriera e di successione
 - 3.10.3. ROI del talento

Modulo 4. Finanza aziendale. Un approccio economico-finanziario

- 4.1. L'azienda nel nostro ambiente
 - 4.1.1. Costi di produzione
 - 4.1.2. Aziende in mercati competitivi
 - 4.1.3. Concorrenza monopolistica
- 4.2. Analisi dei bilanci I: lo stato patrimoniale
 - 4.2.1. Le attività. Le risorse a breve e lungo termine
 - 4.2.2. Le passività. Le obbligazioni a breve e lungo termine
 - 4.2.3. Patrimonio netto. Rendimenti per gli azionisti
- 4.3. Analisi del bilancio II: il conto economico
 - 4.3.1. Struttura del conto economico. Ricavi, costi, spese e profitti o perdite
 - 4.3.2. Principali indici per l'analisi del Conto Economico
 - 4.3.3. Analisi di rendimento

- 4.4. Gestione della tesoreria
 - 4.4.1. Incassi e pagamenti. Previsione del *Cash-Forecast*
 - 4.4.2. Impatto e gestione dei deficit/surplus di cassa. Misure correttive
 - 4.4.3. Analisi dei flussi di cassa
 - 4.4.4. Gestione e impatto del portafoglio dei crediti non pagati
- 4.5. Fonti di finanziamento a breve e lungo termine
 - 4.5.1. Finanziamenti a breve termine, strumenti
 - 4.5.2. Finanziamenti a lungo termine, strumenti
 - 4.5.3. Tassi di interesse e loro struttura
- 4.6. Interazione tra impresa e banca
 - 4.6.1. Il sistema finanziario e l'attività bancaria
 - 4.6.2. Prodotti bancari per le imprese
 - 4.6.3. La Società analizzata dalla banca
- 4.7. Contabilità analitica o dei costi
 - 4.7.1. Tipi di costi. Decisioni basate sui costi
 - 4.7.2. Il *Full Costing*
 - 4.7.3. Il *Direct Costing*
 - 4.7.4. Modello di costi in base ai centri e alle attività
- 4.8. Analisi e valutazione degli investimenti
 - 4.8.1. L'azienda e le decisioni di investimento. Scenari e situazioni
 - 4.8.2. Valutazione degli investimenti
 - 4.8.3. Valutazione di imprese
- 4.9. Contabilità delle società
 - 4.9.1. Ampliamento e riduzione di capitale
 - 4.9.2. Scioglimento, liquidazione e trasformazione di società
 - 4.9.3. Aggregazioni di imprese: fusioni e acquisizioni
- 4.10. Finanziamento del commercio estero
 - 4.10.1. Mercati esteri: la decisione di esportare
 - 4.10.2. Mercato valutario
 - 4.10.3. Metodi di pagamento e riscossione internazionali
 - 4.10.4. Trasporto, incoterms e assicurazione

Modulo 5. Progettazione e sviluppo del prodotto

- 5.1. QFD nella progettazione e nello sviluppo del prodotto (*Quality Function Deployment*)
 - 5.1.1. Dalla voce del cliente ai requisiti tecnici
 - 5.1.2. La casa della qualità/fasi dello sviluppo della qualità
 - 5.1.3. Vantaggi e limiti
- 5.2. *Design Thinking* (Pensiero progettuale)
 - 5.2.1. Design, esigenze, tecnologia e strategia
 - 5.2.2. Fasi del processo
 - 5.2.3. Tecniche e strumenti utilizzati
- 5.3. Ingegneria concorrente
 - 5.3.1. Fondamenti di ingegneria concorrente
 - 5.3.2. Metodologie di ingegneria concorrente
 - 5.3.3. Strumenti utilizzati
- 5.4. Programma. Pianificazione e definizione
 - 5.4.1. Requisiti Gestione della qualità
 - 5.4.2. Fasi di sviluppo. Gestione del tempo
 - 5.4.3. Materiali, fattibilità, processi. Gestione dei costi
 - 5.4.4. Team di progetto. Gestione delle risorse umane
 - 5.4.5. Informazioni. Gestione della comunicazione
 - 5.4.6. Analisi dei rischi. Gestione del rischio
- 5.5. Prodotto. Progettazione (CAD) e sviluppo
 - 5.5.1. Gestione delle informazioni/PLM/Ciclo di vita del prodotto
 - 5.5.2. Modalità ed effetti dei difetti del prodotto
 - 5.5.3. Costruzione CAD. Revisioni
 - 5.5.4. Disegni del prodotto e della produzione
 - 5.5.5. Verifica della progettazione
- 5.6. Prototipi. Il loro sviluppo
 - 5.6.1. Prototipazione rapida
 - 5.6.2. Piano di controllo
 - 5.6.3. Progetto di esperimenti
 - 5.6.4. Analisi dei sistemi di misura

- 5.7. Processo di produzione. Progettazione e sviluppo
 - 5.7.1. Modalità ed effetti di problemi di processo
 - 5.7.2. Progettazione e costruzione di utensili di produzione
 - 5.7.3. Progettazione e costruzione di dispositivi di controllo (calibri)
 - 5.7.4. Fase di regolazione
 - 5.7.5. Avvio della produzione
 - 5.7.6. Valutazione iniziale del processo
- 5.8. Prodotto e processo. La loro validazione
 - 5.8.1. Valutazione dei sistemi di misurazione
 - 5.8.2. Test di convalida
 - 5.8.3. Controllo statistico dei processi (SPC)
 - 5.8.4. Certificazione del prodotto
- 5.9. Gestione del cambiamento. Azioni di miglioramento e correttive
 - 5.9.1. Tipo di cambiamento
 - 5.9.2. Analisi della variabilità, miglioramento
 - 5.9.3. Lezioni apprese e pratiche comprovate
 - 5.9.4. Il processo di cambiamento
- 5.10. Innovazione e trasferimento tecnologico
 - 5.10.1. Proprietà intellettuale
 - 5.10.2. Innovazione
 - 5.10.3. Trasferimento tecnologico

Modulo 6. Pianificazione e Controllo della Produzione

- 6.1. Fasi della pianificazione della produzione
 - 6.1.1. Pianificazione avanzata
 - 6.1.2. Previsione delle vendite, metodi
 - 6.1.3. Definizione di *Takt-Time*
 - 6.1.4. Pianificazione dei materiali-MRP-Scorte minime
 - 6.1.5. Piano del personale
 - 6.1.6. Requisiti dell'attrezzatura
- 6.2. Piano di produzione (PDP)
 - 6.2.1. Fattori da tenere presente
 - 6.2.2. Pianificazione *Push*
 - 6.2.3. Pianificazione *Pull*
 - 6.2.4. Sistemi misti
- 6.3. *Kanban*
 - 6.3.1. Tipi di *Kanban*
 - 6.3.2. Usi di *Kanban*
 - 6.3.3. Pianificazione autonoma: 2-bin *Kanban*
- 6.4. Controllo della produzione
 - 6.4.1. Deviazioni del PDP e segnalazione
 - 6.4.2. Monitoraggio delle prestazioni di produzione: OEE
 - 6.4.3. Monitoraggio della capacità totale: TEEP
- 6.5. Organizzazione della produzione
 - 6.5.1. Team di produzione
 - 6.5.2. Ingegneria dei processi
 - 6.5.3. Mantenimento
 - 6.5.4. Controllo dei materiali
- 6.6. Manutenzione Produttiva Totale (TPM)
 - 6.6.1. Manutenzione correttiva
 - 6.6.2. Manutenzione autonoma
 - 6.6.3. Manutenzione preventiva
 - 6.6.4. Manutenzione predittiva
 - 6.6.5. Indicatori di efficienza della manutenzione MTBF-MTTR
- 6.7. Disposizione dello stabilimento
 - 6.7.1. Fattori di condizionamento
 - 6.7.2. Produzione in linea
 - 6.7.3. Produzione in celle di lavoro
 - 6.7.4. Applicazioni
 - 6.7.5. Metodologia SLP

- 6.8. *Just-In-Time* (JIT)
 - 6.8.1. Descrizione e origini del JIT
 - 6.8.2. Obiettivi
 - 6.8.3. Applicazioni del JIT. Sequenza di prodotti
- 6.9. Teoria dei vincoli (TOC)
 - 6.9.1. Principi fondamentali
 - 6.9.2. Le 5 fasi della TOC e la loro applicazione
 - 6.9.3. Vantaggi e svantaggi
- 6.10. *Quick Response Manufacturing*(QRM)
 - 6.10.1. Descrizione
 - 6.10.2. Punti chiave per la strutturazione
 - 6.10.3. Attuazione del QRM

Modulo 7. *Lean Manufacturing*

- 7.1. Il pensiero *Lean*
 - 7.1.1. Struttura del sistema *Lean*
 - 7.1.2. I principi del sistema *Lean*
 - 7.1.3. *Lean* nei processi produttivi tradizionali
- 7.2. Gli sprechi nell'azienda
 - 7.2.1. Valore vs. Spreco negli ambienti *Lean*
 - 7.2.2. Tipi di sprechi (MUDAS)
 - 7.2.3. Il processo di pensiero *Lean*
- 7.3. LE 5 S
 - 7.3.1. I principi delle 5S e il modo in cui possono aiutarci a migliorare la produttività
 - 7.3.2. Le 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu e Shitsuke
 - 7.3.3. Implementazione delle 5S nell'azienda
- 7.4. Strumenti *Lean* diagnostici Vsm. Mappe dei flussi di valore
 - 7.4.1. Attività che apportano valore aggiunto (VA), attività necessarie (NNVA) e attività che non apportano valore aggiunto (NVA)
 - 7.4.2. I 7 strumenti del *Value Stream Mapping* (Mappa del flusso di valore)
 - 7.4.3. Mappatura delle attività di processo
 - 7.4.4. Mappatura della risposta della *Supply Chain*
 - 7.4.5. L'imbutto della varietà produttiva
 - 7.4.6. Mappatura del filtro di qualità
 - 7.4.7. Mappatura dell'amplificazione della domanda
 - 7.4.8. Analisi del punto di decisione
 - 7.4.9. Mappatura della struttura fisica
- 7.5. Strumenti *Lean* operativi
 - 7.5.1. SMED
 - 7.5.2. JIDOKA
 - 7.5.3. POKAYOKE
 - 7.5.4. Riduzione dei lotti
 - 7.5.5. POUS
- 7.6. Strumenti *Lean* per il monitoraggio, la pianificazione e il controllo della produzione
 - 7.6.1. Gestione visiva
 - 7.6.2. Standardizzazione
 - 7.6.3. Livellamento della produzione (Heijunka)
 - 7.6.4. Produzione in celle
- 7.7. Il metodo Kaizen per il miglioramento continuo
 - 7.7.1. Principi del Kaizen
 - 7.7.2. Metodologie Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
 - 7.7.3. Strumenti di problem-solving. A3 report
 - 7.7.4. Principali ostacoli all'implementazione di Kaizen
- 7.8. Tabella di marcia per l'implementazione del modello *Lean*
 - 7.8.1. Aspetti generali dell'implementazione
 - 7.8.2. Fasi di attuazione
 - 7.8.3. Le tecnologie informatiche nell'implementazione *Lean*
 - 7.8.4. Fattori di successo nell'implementazione *Lean*

- 7.9. KPI per la misurazione dei risultati *Lean*
 - 7.9.1. OEE-Efficienza complessiva dei mezzi di produzione
 - 7.9.2. TEEP-Prestazioni totali efficaci dei mezzi di produzione
 - 7.9.3. FTT-First Time Through
 - 7.9.4. DTD-Tempo Dock to Dock
 - 7.9.5. OTD-Consegna in tempo
 - 7.9.6. BTS-Fabbricazione secondo i piani
 - 7.9.7. ITO-Tasso di rotazione dell'inventario
 - 7.9.8. RVA-Rapporto Valore Aggiunto
 - 7.9.9. PPM-Pezzi per milione di difetti
 - 07.9.10. FR-Tasso di consegna completata
 - 07.9.11. IFA-Tasso di frequenza degli incidenti
- 7.10. La dimensione umana del *Lean*. Sistemi di coinvolgimento del personale
 - 7.10.1. Il team del progetto *lean*. Applicazioni del lavoro in team
 - 7.10.2. Polivalenza degli operai
 - 7.10.3. Gruppi di miglioramento
 - 7.10.4. Programmi di suggerimento

Modulo 8. Gestione della qualità

- 8.1. La qualità totale
 - 8.1.1. Gestione della qualità totale
 - 8.1.2. Cliente esterno e cliente interno
 - 8.1.3. Costi di qualità
 - 8.1.4. Il miglioramento continuo e la filosofia di *Deming*
- 8.2. Sistema di gestione della qualità ISO 9001:15
 - 8.2.1. I 7 principi della gestione della qualità nella norma ISO 9001:15
 - 8.2.2. L'approccio ai processi
 - 8.2.3. Requisiti della norma ISO 9001:15
 - 8.2.4. Fasi e raccomandazioni per l'attuazione
 - 8.2.5. Distribuzione degli obiettivi in un modello tipo Hoshin-Kanri
 - 8.2.6. Audit di certificazione

- 8.3. Sistemi di gestione integrati
 - 8.3.1. Sistemi di gestione ambientale: ISO 14000
 - 8.3.2. Sistema di gestione dei rischi professionali: ISO 45001
 - 8.3.3. Integrazione dei sistemi di gestione
- 8.4. Eccellenza gestionale: il modello EFQM
 - 8.4.1. Principi e fondamenti del modello EFQM
 - 8.4.2. I nuovi criteri del modello EFQM
 - 8.4.3. Strumento diagnostico EFQM: matrici REDER
- 8.5. Strumenti di qualità
 - 8.5.1. Strumenti di base
 - 8.5.2. SPC Controllo statistico dei processi
 - 8.5.3. Piano di controllo e linee guida di controllo per la gestione della qualità
- 8.6. Strumenti avanzati e strumenti di risoluzione dei problemi
 - 8.6.1. FMEA
 - 8.6.2. Rapporto 8D
 - 8.6.3. I 5 perché
 - 8.6.4. Le 5 W + 2H
 - 8.6.5. *Benchmarking*
- 8.7. Metodologia di miglioramento continuo I: PDCA
 - 8.7.1. Il ciclo PDCA e le sue fasi
 - 8.7.2. Applicazione del ciclo PDCA allo sviluppo del *Lean Manufacturing*
 - 8.7.3. Le chiavi del successo dei progetti PDCA
- 8.8. Metodologia di miglioramento continuo II: Six-Sigma
 - 8.8.1. Descrizione del Six-Sigma
 - 8.8.2. Principi del Six-Sigma
 - 8.8.3. Selezione del progetto Six-Sigma
 - 8.8.4. Le fasi di un progetto Six-Sigma. Metodologia DMAIC
 - 8.8.5. Ruoli nel Six-Sigma
 - 8.8.6. Six-Sigma e *Lean Manufacturing*

- 8.9. Qualità dei fornitori. Audit. Test e laboratorio
 - 8.9.1. Qualità della ricezione. Qualità concordata
 - 8.9.2. Audit interni del sistema di gestione
 - 8.9.3. Audit di prodotto e di processo
 - 8.9.4. Fasi per realizzare audit
 - 8.9.5. Profilo del revisore
 - 8.9.6. Test, laboratorio e metrologia
- 8.10. Aspetti organizzativi della gestione della qualità
 - 8.10.1. Il ruolo del management nella gestione della qualità
 - 8.10.2. Organizzazione dell'area qualità e rapporto con le altre aree
 - 8.10.3. I circoli di qualità

Modulo 9. La funzione logistica, chiave per competere

- 9.1. La funzione logistica e la catena di approvvigionamento
 - 9.1.1. La logistica è la chiave del successo di un'azienda
 - 9.1.2. Sfide della logistica
 - 9.1.3. Attività logistiche chiave. Come ottenere valore dalla funzione logistica
 - 9.1.4. Tipi di catene di approvvigionamento
 - 9.1.5. Gestione della catena di approvvigionamento
 - 9.1.6. Costi della funzione logistica
- 9.2. Strategie di ottimizzazione nella logistica
 - 9.2.1. Strategia di *Cross-Docking*
 - 9.2.2. Applicazione della metodologia agile alla gestione della logistica
 - 9.2.3. *Outsourcing* dei processi logistici
 - 9.2.4. *Picking* o preparazione efficiente degli ordini
- 9.3. *Lean logistics*
 - 9.3.1. *Lean logistics* nella gestione della catena di approvvigionamento
 - 9.3.2. Analisi degli sprechi nella catena logistica
 - 9.3.3. Applicazione di un sistema *lean* nella gestione della catena logistica



- 9.4. Gestione e automazione del magazzino
 - 9.4.1. Il ruolo dei magazzini
 - 9.4.2. La gestione di un magazzino
 - 9.4.3. Gestione dello stock
 - 9.4.4. Tipi di magazzini
 - 9.4.5. Unità di carico
 - 9.4.6. Organizzazione di un magazzino
 - 9.4.7. Elementi di stoccaggio e movimentazione
 - 9.5. La gestione dell'approvvigionamento
 - 9.5.1. Il ruolo della distribuzione come parte essenziale della logistica. Logistica interna vs. Logistica esterna
 - 9.5.2. Il rapporto tradizionale con i fornitori
 - 9.5.3. Il nuovo paradigma delle relazioni con i fornitori
 - 9.5.4. Come classificare e selezionare i propri fornitori
 - 9.5.5. Come sviluppare una gestione efficace degli acquisti?
 - 9.6. Sistemi informativi e controllo logistico
 - 9.6.1. Requisiti di un sistema informativo e di controllo della logistica
 - 9.6.2. 2 tipi di sistemi di informazione e controllo logistico
 - 9.6.3. Applicazioni dei *Big Data* nella gestione della logistica
 - 9.6.4. La rilevanza dei dati per la gestione logistica
 - 9.6.5. La balanced scorecard applicata alla logistica. Principali indicatori di gestione e controllo
 - 9.7. La logistica inversa
 - 9.7.1. Le chiavi della logistica inversa
 - 9.7.2. I flussi della logistica inversa vs. diretta
 - 9.7.3. Operazioni nell'ambito della logistica inversa
 - 9.7.4. Come implementare un canale di distribuzione inverso
 - 9.7.5. Alternative finali per i prodotti a canale inverso
 - 9.7.6. Costi della logistica inversa
 - 9.8. Nuove strategie logistiche
 - 9.8.1. Intelligenza artificiale e robotizzazione
 - 9.8.2. Logistica verde e sostenibilità
 - 9.8.3. Internet of Things applicato alla logistica
 - 9.8.4. Il magazzino digitalizzato
 - 9.8.5. *E-business* e nuovi modelli di distribuzione
 - 9.8.6. L'importanza della logistica dell'ultimo miglio
 - 9.9. **Benchmarking** delle catene di distribuzione
 - 9.9.1. Punti in comune delle catene del valore di successo
 - 9.9.2. Analisi della catena di valore del gruppo Inditex
 - 9.9.3. Analisi della catena di valore di Amazon
 - 9.10. La logistica della pandemia
 - 9.10.1. Scenario generale
 - 9.10.2. Punti critici della catena di approvvigionamento in uno scenario pandemico
 - 9.10.3. Implicazioni dei requisiti della catena del freddo per la creazione della catena di approvvigionamento dei vaccini
 - 9.10.4. Tipi di catene di fornitura per la distribuzione dei vaccini
- Modulo 10. Industria 4.0 e business intelligence. L'azienda digitalizzata**
- 10.1. Automazione e robotica industriale
 - 10.1.1. Fasi dell'automazione di processo
 - 10.1.2. Hardware industriale per l'automazione e la robotica
 - 10.1.3. Il ciclo di lavoro e la sua programmazione software
 - 10.2. Automazione dei processi: RPA
 - 10.2.1. Processi amministrativi che possono essere automatizzati
 - 10.2.2. Struttura del software
 - 10.2.3. Esempi di applicazione
 - 10.3. Sistemi MES, SCADA, CMMS, WMS, MRPII
 - 10.3.1. Controllo della produzione con sistemi MES
 - 10.3.2. Ingegneria e manutenzione: SCADA E CMMS
 - 10.3.3. Approvvigionamento e logistica: WMS E MPRII

- 10.4. Software di *Business Intelligence*
 - 10.4.1. Fondamenti di BI
 - 10.4.2. Struttura del software
 - 10.4.3. Possibilità della sua applicazione
- 10.5. Software ERP
 - 10.5.1. Descrizione dell'ERP
 - 10.5.2. Ambito di utilizzo
 - 10.5.3. I principali ERP presenti sul mercato
- 10.6. IoT e *Business Intelligence*
 - 10.6.1. IoT: il mondo connesso
 - 10.6.2. Fonti di dati
 - 10.6.3. Pieno controllo grazie a IoT + BI
 - 10.6.4. *Blockchain*
- 10.7. I principali Software BI presenti sul mercato
 - 10.7.1. PowerBI
 - 10.7.2. Qlik
 - 10.7.3. Tableau
- 10.8. Microsoft power BI
 - 10.8.1. Caratteristiche
 - 10.8.2. Esempi di applicazione
 - 10.8.3. Futuro di PowerBI
- 10.9. *Machine learning*, Intelligenza Artificiale, ottimizzazione e previsione nell'impresa
 - 10.9.1. *Machine Learning* e Intelligenza Artificiale
 - 10.9.2. Ottimizzazione di processi
 - 10.9.3. L'importanza del *forecasting* basato sui dati
- 10.10. **Big Data** applicati all'ambiente aziendale
 - 10.10.1. Applicazioni in ambiente di produzione
 - 10.10.2. Applicazioni a livello di gestione strategica
 - 10.10.3. Applicazioni di Marketing e vendita

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

- 11.1. Globalizzazione e Governance
 - 11.1.1. Governance e Corporate Governance
 - 11.1.2. Fondamenti di Corporate Governance nelle aziende
 - 11.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Contributi alla Conoscenza delle Culture Nazionali
 - 11.2.3. Gestione della Diversità
- 11.3. Sviluppo manageriale e leadership
 - 11.3.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
 - 11.3.2. Concetto di Leadership
 - 11.3.3. Teorie di Leadership
 - 11.3.4. Stili di Leadership
 - 11.3.5. L'intelligenza nella Leadership
 - 11.3.6. Le sfide del leader nell'attualità
- 11.4. Etica d'impresa
 - 11.4.1. Etica e Morale
 - 11.4.2. Etica Aziendale
 - 11.4.3. Leadership ed etica nelle imprese
- 11.5. Sostenibilità
 - 11.5.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Le imprese sostenibili
- 11.6. Responsabilità Sociale d'impresa
 - 11.6.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.6.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.6.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.7. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile
 - 11.7.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
 - 11.7.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
 - 11.7.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
 - 11.7.4. Strumenti e standard della RSI

- 11.8. Multinazionali e diritti umani
 - 11.8.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
 - 11.8.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
 - 11.8.3. Strumenti legali per le multinazionali nel campo dei diritti umani
- 11.9. Ambiente legale e *Corporate Governance*
 - 11.9.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
 - 11.9.2. Proprietà intellettuale e industriale
 - 11.9.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento

- 12.1. Direzione Strategica del personale
 - 12.1.1. Direzione Strategica e risorse umane
 - 12.1.2. Direzione strategica del personale
- 12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze
 - 12.2.1. Analisi del potenziale
 - 12.2.2. Politiche di retribuzione
 - 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione
- 12.3. Valutazione e gestione delle prestazioni
 - 12.3.1. Gestione del rendimento
 - 12.3.2. Gestione delle prestazioni: obiettivi e processi
- 12.4. Innovazione in gestione del talento e del personale
 - 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
 - 12.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
 - 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
 - 12.4.4. Proattività e innovazione
- 12.5. Sviluppo di team ad alte prestazioni
 - 12.5.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
 - 12.5.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni
- 12.6. Gestione del cambiamento
 - 12.6.1. Gestione del cambiamento
 - 12.6.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
 - 12.6.3. Stadi o fasi nella gestione del cambiamento

- 12.7. Comunicazione direttiva
 - 12.7.1. Comunicazione interna ed esterna nel contesto aziendale
 - 12.7.2. Dipartimenti di Comunicazione
 - 12.7.3. Il responsabile della comunicazione aziendale. Il profilo del Dircom
- 12.8. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento
 - 12.8.1. La produttività
 - 12.8.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Direzione Economico-Finanziaria

- 13.1. Contabilità Direttiva
 - 13.1.1. Concetti di base
 - 13.1.2. L'Attivo dell'azienda
 - 13.1.3. Il Passivo dell'azienda
 - 13.1.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
 - 13.1.5. Il conto economico
- 13.2. Sistemi informativi e *business intelligence*
 - 13.2.1. Concetto e classificazione
 - 13.2.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
 - 13.2.3. Scelta del centro di costi ed effetti
- 13.3. Budget e Controllo di Gestione
 - 13.3.1. Il modello di budget
 - 13.3.2. Bilancio di Capitale
 - 13.3.3. Il bilancio operativo
 - 13.3.5. Bilancio del Tesoro
 - 13.3.6. Monitoraggio del budget
- 13.4. Direzione Finanziaria
 - 13.4.1. Le decisioni finanziarie dell'azienda
 - 13.4.2. Dipartimento finanziario
 - 13.4.3. Eccedenze di cassa
 - 13.4.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
 - 13.4.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

- 13.5. Pianificazione Finanziaria
 - 13.5.1. Definizione della pianificazione finanziaria
 - 13.5.2. Azioni da intraprendere nella pianificazione finanziaria
 - 13.5.3. Creazione e definizione della strategia aziendale
 - 13.5.4. La tabella *Cash Flow*
 - 13.5.5. La tabella dell'attivo circolante
- 13.6. Strategia Finanziaria d'Impresa
 - 13.6.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
 - 13.6.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale
- 13.7. Finanziamento Strategico
 - 13.7.1. Autofinanziamento
 - 13.7.2. Incremento dei fondi propri
 - 13.7.3. Risorse Ibride
 - 13.7.4. Finanziamento tramite intermediari
- 13.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi
 - 13.8.1. Informazioni finanziarie su Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico

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

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

Modulo 15. Executive Management

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

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



*Un'esperienza didattica
unica, fondamentale e
decisiva per potenziare il
tuo sviluppo professionale"*

06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ti confrontiamo nel metodo dei casi, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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



Materiale di studio

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

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



Master class

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

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



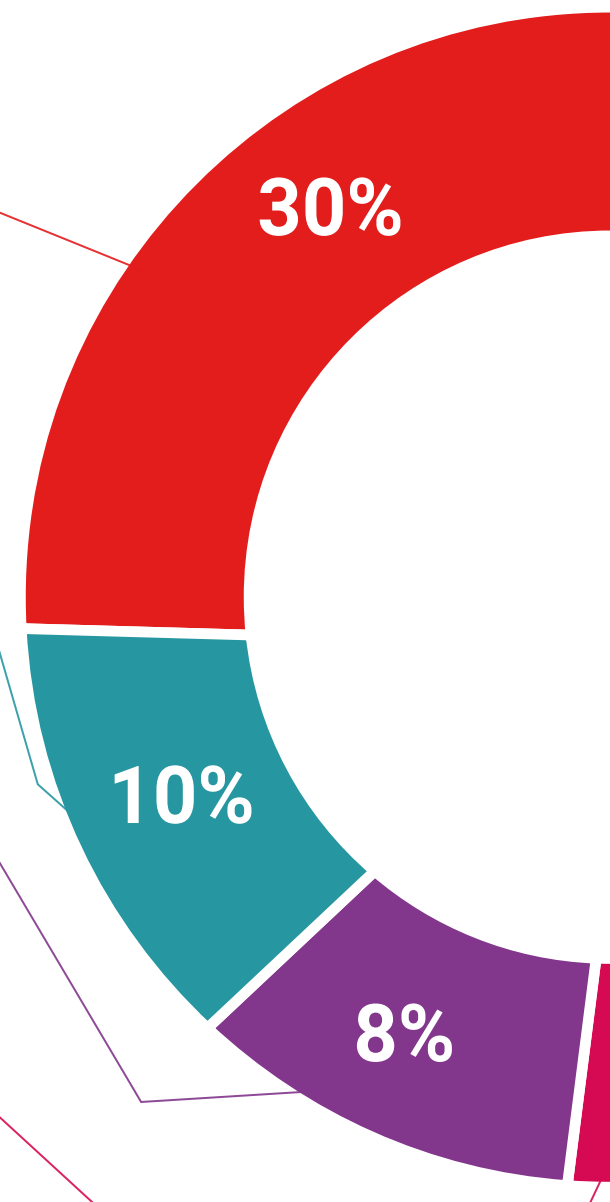
Pratiche di competenze e competenze

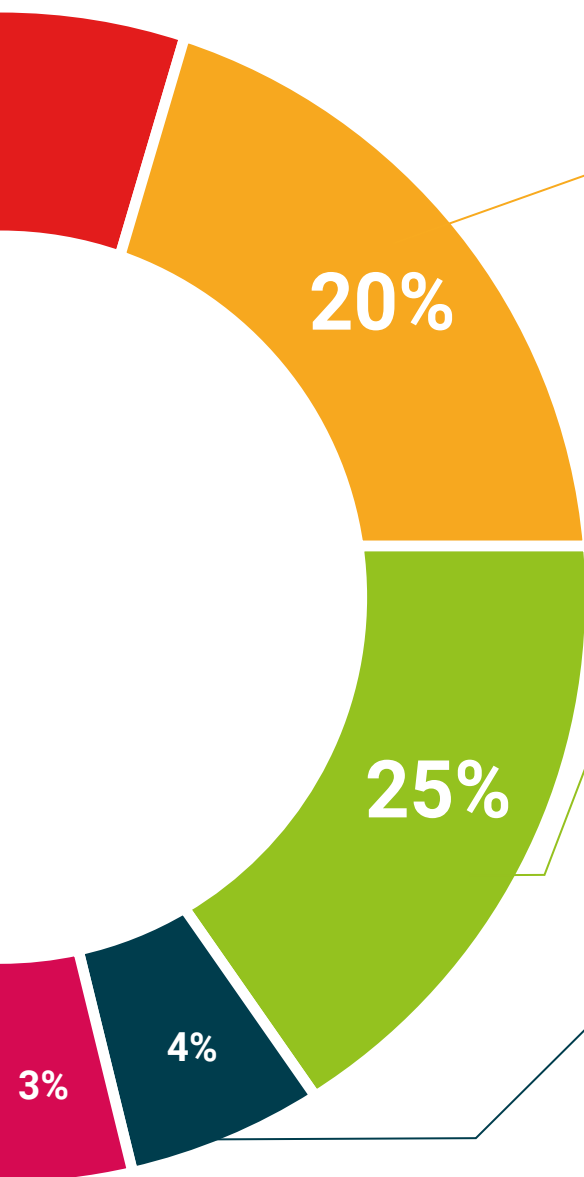
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lettere complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



07 Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di MBA in Industrial Management rilasciato da TECH Global University, la più grande università digitale del mondo.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi
il tuo titolo universitario senza spostamenti
o fastidiose formalità”*

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **MBA in Industrial Management** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

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

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

Titolo: **Master MBA in Industrial Management**

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 innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue



Master
MBA in Industrial
Management

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

Master MBA in Industrial Management

