

# Master Specialistico Senior Management of Creative Industries





**tech** università  
tecnologica

## Master Specialistico Senior Management of Creative Industries

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techitute.com/it/videogiochi/master-specialistico/master-specialistico-senior-management-creative-industries](http://www.techitute.com/it/videogiochi/master-specialistico/master-specialistico-senior-management-creative-industries)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Competenze

---

*pag. 14*

04

Direzione del corso

---

*pag. 18*

05

Struttura e contenuti

---

*pag. 26*

06

Metodologia

---

*pag. 40*

07

Titolo

---

*pag. 48*

# 01

# Presentazione

Le industrie creative stanno iniziando a ritagliarsi uno spazio nel mercato internazionale come disciplina a sé stante. Queste aziende focalizzate sull'innovazione fanno parte della vita quotidiana dei consumatori, soprattutto per quanto riguarda il tempo libero, come ad esempio le aziende di videogiochi. La loro crescita è stata tuttavia così rapida da richiedere non solo i migliori team creativi, ma anche i migliori manager. Per questo motivo, TECH offre ai professionisti del settore questo programma accademico, grazie al quale possono specializzarsi in senior management e conseguire così una crescita pianificata e sostenibile a beneficio dell'intera azienda.





“

*Gestisci la tua azienda di videogiochi da una prospettiva creativa, innovativa e internazionale, e migliori i tuoi profitti e il favore del pubblico"*

L'industria dei videogiochi, in quanto settore creativo, ha acquisito un grande peso nella società. Sono sempre di più le persone che usufruiscono di questa possibilità di svago e prestano attenzione alle ultime notizie, dal momento che i videogiochi sono diventati talmente importanti in tutto il mondo da generare milioni di euro e raggiungere ogni giorno migliaia di utenti. La crescita esponenziale del settore, destinata a continuare, ne fa uno dei più prosperi. Per questo motivo è necessario che i professionisti si specializzino non solo in materia di creatività, innovazione e nuovi strumenti applicati alla progettazione di videogiochi, ma è anche fondamentale raggiungere la preparazione necessaria in materia di business.

I professionisti che desiderano avviare una propria attività o gestire direttamente una delle principali aziende del settore, come Sony, Nintendo o Ubisoft, troveranno in questo Master Specialistico un'opportunità unica. Potranno infatti acquisire quelle conoscenze specialistiche in *Business Administration* e industrie creative fondamentali per la loro crescita professionale. In questo senso, aspetti come il *Management* esecutivo, la logistica, la gestione del personale, commerciale, del *Marketing* e dei sistemi informatici si affiancano in questo programma agli aspetti più creativi, come il *Branding*, le metodologie di *Futures Thinking*, i nuovi prodotti, le imprese creative e allo spirito imprenditoriale del settore.

Tutti questi aspetti rendono il programma uno dei più importanti dell'attuale panorama accademico. Una specializzazione unica che si concentra sugli aspetti più pratici dell'insegnamento, in modo che gli studenti abbiano accesso a una gran varietà di risorse, delle quali avvalersi per studiare come se stessero affrontando situazioni reali, al fine di consolidare in tutta comodità i concetti teorici. Gli studenti, inoltre, saranno maggiormente qualificati per applicare tutto ciò che hanno imparato nella loro pratica quotidiana, riuscendo a gestire in modo completo le aziende videoludiche, aspetto utilissimo per raggiungere i propri obiettivi e posizionarsi come punto di riferimento nel settore. Uno dei principali vantaggi di questo programma è la modalità al 100% online, che non richiede spostamenti né orari specifici. Grazie a questa didattica, gli studenti possano gestirsi autonomamente il proprio tempo di studio, conciliandolo con gli altri impegni quotidiani.

Questo **Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del Master sono:

- ◆ Lo sviluppo di casi di studio presentati da esperti di aziende creative e videoludiche
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Speciale enfasi sulle metodologie innovative nel management delle industrie creative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ La disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet



*L'aumento della concorrenza nell'industria dei videogiochi sta costringendo i professionisti a migliorare le proprie competenze aziendali per aumentare i profitti"*

“

*Questo programma è la combinazione perfetta di gestione aziendale e didattica del settore creativo, che ti consentirà di acquisire una profonda comprensione del mercato e di ottenere il massimo profitto per la tua azienda"*

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

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

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

*Le grandi aziende di videogiochi si affidano a professionisti del settore per la gestione della contabilità. Potrai essere tu a svolgere l'intero processo creativo e a controllare la gestione aziendale.*

*Guida progetti di progettazione videoludica efficaci, destinati a rientrare tra i videogiochi più venduti ogni anno.*



# 02

## Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Master Specialistico di TECH è quello di offrire ai professionisti dei videogiochi una preparazione di alto livello che permetta loro di creare la propria attività creativa o di dirigere i progetti di grandi aziende videoludiche. Grazie a questo programma, lo studente acquisirà un bagaglio di competenze che gli consentirà di gestire tutti i reparti della propria azienda, arrivando a comprendere il valore di ciascuno di essi e le sinergie che devono essere attuate per il successo dell'impresa.





“

*La tua capacità di leadership sarà  
fondamentale per il successo dei  
videogiochi realizzati dalla tua azienda”*



## Obiettivi generali

---

- ◆ Sviluppare abilità di leadership necessarie per la gestione aziendale
- ◆ Conoscere e saper gestire l'area economica e finanziaria di un'impresa
- ◆ Approfondire la conoscenza delle nuove industrie creative
- ◆ Conoscere le normative che riguardano i prodotti creativi e i beni intangibili, come la proprietà intellettuale, industriale o il diritto pubblicitario
- ◆ Comprende il processo di creazione ed evoluzione di un brand
- ◆ Utilizzare le tecniche di Marketing e di pubblicità adatte per far arrivare il prodotto al giusto pubblico target

“

*Il completamento di questo Master Specialistico ti consentirà di comprendere il processo di creazione di un brand. Porta a termine con successo questo programma e sviluppa la tua idea imprenditoriale nel campo dei videogiochi”*





## Obiettivi specifici

---

### **Modulo 1. Leadership, etica e CSR**

- ◆ Sviluppare le principali competenze di leadership che devono possedere i professionisti in attività
- ◆ Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del suo messaggio tra i membri della sua comunità

### **Modulo 2. Direzione strategica e Management esecutivo**

- ◆ Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto del contesto globalizzato che regola i criteri relativi al settore della direzione superiore
- ◆ Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale
- ◆ Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: progettazione, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

### **Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento**

- ◆ Capire il modo migliore di gestire le risorse umane dell'azienda, ottenendo un miglior rendimento delle stesse a favore dei benefici dell'azienda

### **Modulo 4. Direzione economica e finanziaria**

- ◆ Seguire i criteri di sostenibilità stabiliti dagli standard internazionali quando si sviluppa un piano aziendale
- ◆ Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza imprenditoriale

### **Modulo 5. Direzione operativa e logistica**

- ◆ Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile
- ◆ Creare strategie aziendali che stabiliscono il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi
- ◆ Comprendere il contesto economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie appropriate per anticipare i cambiamenti
- ◆ Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda

### **Modulo 6. Direzione di sistemi informativi**

- ◆ Essere in grado di applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda
- ◆ Comprendere le operazioni logistiche che sono necessarie nell'ambiente aziendale per sviluppare un'adeguata gestione delle stesse

### **Modulo 7. Gestione commerciale, Marketing e comunicazione aziendale**

- ◆ Attuare una strategia di marketing che permetta di far conoscere il proprio prodotto ai potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata dell'azienda

### **Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti**

- ◆ Creare strategie innovative in linea con i nostri progetti

### **Modulo 9. Nuove industrie creative**

- ◆ Comprendere come la creatività e l'innovazione sono diventate il motore dell'economia

#### **Modulo 10. Tutela dei prodotti creativi e dei beni intangibili**

- ◆ Comprendere il contesto giuridico relativo alla protezione dei prodotti creativi e immateriali

#### **Modulo 11. Gestione economica e finanziaria di imprese creative**

- ◆ Acquisire conoscenze specifiche per la gestione delle imprese e delle compagnie nel nuovo contesto delle industrie creative
- ◆ Organizzare e pianificare i compiti utilizzando le risorse disponibili per affrontarli in tempi precisi

#### **Modulo 12. *Futures Thinking*: come trasformare l'oggi a partire dal domani**

- ◆ Approfondire il concetto di *Futures Thinking* e come può essere applicato alla gestione delle industrie creative

#### **Modulo 13. Gestione del consumatore e dell'utente delle imprese creative**

- ◆ Fornire i migliori servizi ai consumatori e ai potenziali utenti della propria impresa creativa

#### **Modulo 14. *Creative Branding*: Comunicazione e gestione del brand creativo**

- ◆ Utilizzare le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione per una corretta gestione creativa del brand





#### **Modulo 15. Leadership e innovazione nelle industrie creative**

- ◆ Fornire una leadership adeguata in questo settore, adottando l'innovazione come concetto chiave nello sviluppo aziendale

#### **Modulo 16. Trasformazione digitale nell'industria creativa**

- ◆ Comprendere il ruolo della digitalizzazione nelle industrie creative e come può essere utilizzata per raggiungere gli obiettivi aziendali

#### **Modulo 17. Nuove strategie di Marketing Digitale**

- ◆ Migliorare le capacità comunicative, sia scritte che orali, e realizzare presentazioni professionali efficaci nella pratica quotidiana

#### **Modulo 18. L'imprenditorialità nelle industrie creative**

- ◆ Saper gestire il processo di creazione e implementazione di idee innovative nel campo delle industrie creative
- ◆ Disporre degli strumenti necessari per analizzare la realtà economica, sociale e culturale in cui si sviluppano ed evolvono le industrie creative al giorno d'oggi

# 03

## Competenze

I professionisti del settore dei videogiochi che completano questo Master Specialistico di TECH acquisiranno le competenze specifiche per gestire tutti gli aspetti legati al management aziendale. In questo modo, saranno in grado di utilizzare tecniche e strategie diverse per promuovere la crescita dell'azienda e garantire che ogni reparto raggiunga i propri obiettivi. Otterranno così delle competenze di livello superiore che consentiranno loro di accedere alle aziende leader del settore, come Sega, Nintendo o Ubisoft.



“

*Le imprese creative richiedono professionisti che possiedano competenze di livello superiore, perciò non lasciarti sfuggire l'opportunità di specializzarti con TECH”*



## Competenze generali

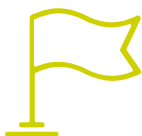
- ◆ Controllare tutte le aree dell'impresa in modo adeguato
- ◆ Utilizzare tecniche e strumenti adatti per raggiungere gli obiettivi dell'azienda
- ◆ Realizzare un monitoraggio efficiente di tutti i dipartimenti dell'azienda
- ◆ Operare in aziende del settore creativo, essendo in grado di attuare una gestione aziendale di successo
- ◆ Conoscere approfonditamente il funzionamento e il contesto globale delle nuove industrie creative

“

*Se il tuo sogno è quello di gestire un'importante azienda videoludica, non esitare. Studia in TECH e acquisisci le competenze necessarie che ti permetteranno di accedere all'industria dell'intrattenimento”*







## Competenze specifiche

---

- ◆ Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo tale che gli obiettivi dell'azienda siano raggiunti
- ◆ Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda
- ◆ Gestire correttamente il team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda
- ◆ Controllare i processi di logistica, acquisto e approvvigionamento dell'azienda
- ◆ Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi di informazione
- ◆ Applicare le strategie più appropriate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda
- ◆ Incentivare l'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda
- ◆ Avere una conoscenza approfondita di tutti gli aspetti della protezione dei prodotti creativi, dalla difesa della proprietà intellettuale al diritto pubblicitario
- ◆ Eseguire una corretta gestione economica e finanziaria delle aziende dell'industria creativa
- ◆ Sapere come calcolare il profitto, la redditività e i costi nei progetti per l'industria creativa
- ◆ Avere piena competenza nella metodologia del *Future Thinking* in modo da poterne applicare i benefici nel proprio lavoro quotidiano
- ◆ Eseguire una corretta gestione dei cambiamenti e previsione del futuro delle aziende dell'industria creativa
- ◆ Realizzare una gestione efficiente dei consumatori per le aziende creative
- ◆ Gestire la comunicazione a livello integrale per le aziende delle industrie creative
- ◆ Essere parte attiva del processo di Branding nelle aziende creative
- ◆ Avere conoscenze approfondite che permettono al professionista di gestire il processo di digitalizzazione nelle industrie creative
- ◆ Applicare strategie innovative di Marketing digitale per aziende creative
- ◆ Prendere l'iniziativa all'interno del settore creativo, sfruttando al massimo l'idea iniziale

# 04

## Direzione del corso

Il Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries di TECH è stato realizzato da un personale docente altamente qualificato. Il personale docente, forte di un'ampia esperienza accademica e professionale, ha riunito in un unico programma i concetti e le strategie più innovative per la gestione di questo tipo di aziende. Il personale docente saprà così orientare gli studenti mediante un insegnamento di qualità, in cui la teoria si combina con esercizi pratici per un apprendimento reale ed efficace.



“

*Un grande team di specialisti in gestione di imprese creative, selezionati per la loro esperienza professionale e accademica, ti guiderà alla scoperta dei principali sviluppi del settore"*

## Direttore Ospite Internazionale

S. Mark Young è un esperto di fama internazionale che ha concentrato la sua carriera di ricerca sull'industria dell'intrattenimento. I suoi risultati hanno ricevuto numerosi riconoscimenti, tra cui il Premio di carriera in contabilità e gestione nel 2020, assegnato dall'American Accounting Association. Allo stesso modo, è stato premiato tre volte per i suoi contributi alla letteratura accademica in questi settori.

Una delle pietre miliari più importanti della sua carriera è stata la pubblicazione dello studio "Narcisismo e Celebrità", insieme al Dr. Drew Pinsky. Questo testo ha raccolto dati diretti da personaggi famosi del cinema o della televisione. Inoltre, nell'articolo, che sarebbe poi diventato un best-seller, l'esperto analizzava i comportamenti narcisistici delle star di celluloidi e come questi sono stati normalizzati nei media moderni. Allo stesso tempo, è stato affrontato l'impatto di questi sulla gioventù contemporanea.

Nel corso della sua vita professionale, Young ha approfondito l'organizzazione e la concentrazione nell'industria cinematografica. Nello specifico, ha approfondito i modelli per prevedere il successo al botteghino dei film più importanti. Allo stesso modo, ha fornito contributi sulla contabilità basata sulle attività e sulla progettazione dei sistemi di controllo. In particolare, risalta la sua riconosciuta influenza per l'implementazione di una gestione efficace basata sulla Balanced Scorecard.

Allo stesso modo, il lavoro accademico ha segnato anche la sua vita professionale, portandolo a essere scelto per guidare la cattedra di Ricerca George Bozanic and Holman G. Hurt in Business, Sport e Spettacolo. Allo stesso modo, ha tenuto conferenze e partecipato a programmi di studio relativi alla Contabilità, al Giornalismo e alle Comunicazioni. Allo stesso tempo, i suoi studi universitari e universitari lo hanno collegato a prestigiose università nordamericane come Pittsburgh e Ohio.



## Dr. Young, S. Mark

---

- ♦ Direttore della cattedra George Bozanic e Holman G. Hurt nel settore dello sport e dell'intrattenimento
- ♦ Storico ufficiale della squadra di tennis maschile dell'Università della California del Sud
- ♦ Ricercatore accademico specializzato nello sviluppo di modelli predittivi per l'industria cinematografica
- ♦ Coautore del libro "Narcisismo e celebrità"
- ♦ Dottorato in Scienze contabili presso l'Università di Pittsburgh
- ♦ Master in Contabilità presso la Ohio State University
- ♦ Laurea in Economia presso l'Oberlin College
- ♦ Membro del Centro per l'eccellenza nell'insegnamento

“

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

## Direzione



### Dott.ssa Velar, Marga

- ◆ Direttrice del Marketing Aziendale presso l'SGN Group di New York
- ◆ Direttrice di Forefashion Lab
- ◆ Docente presso il Centro Universitario Villanueva dell'ISEM Fashion Business School e presso la Facoltà di Comunicazione dell'Università di Navarra
- ◆ Dottorato in Comunicazione conseguito presso l'Università Carlos III di Madrid
- ◆ Laurea in Comunicazione Audiovisiva e diploma in Comunicazione e Gestione della Moda conseguiti presso il Centro Universitario Villanueva dell'Università Complutense
- ◆ MBA in Fashion Business Management conseguito presso l'ISEM Fashion Business School



### **Dott. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña**

- ◆ Responsabile dell'Area Internazionale/Legale dei Trasporti Interurbani di Tenerife S.A.U.
- ◆ Legal manager presso Avalon Biz Consulting
- ◆ Formatore Rgpd presso la Esfocc (Scuola Superiore di Formazione e Certificazione delle Canarie)
- ◆ Consulente legale presso i Trasporti Interurbani di Tenerife S.A.U
- ◆ Laurea in Giurisprudenza conseguita presso l'Università de La Laguna. Santa Cruz de Tenerife. Tenerife
- ◆ Gestione integrata di qualità, ambiente e sicurezza sul lavoro presso la Business school Fyde Caja delle Isole Canarie. Santa Cruz de Tenerife
- ◆ Pianificazione strategica aziendale presso Connect Americas. Washington, negli USA
- ◆ Titolo di esperto in gestione del lavoro conseguito presso la Scuola Europea di Direzione e Impresa. Madrid
- ◆ Diploma in gestione delle conoscenze aziendali presso Formazione senza frontiere e presso l'Università Re Juan Carlos I di Madrid
- ◆ Master MBA in Business Administration e Management conseguito presso l'Università Europea delle Canarie. La Orotava, Tenerife

## Personale docente

### Dott.ssa Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ◆ Consulente legale del CEO della compagnia Eley Hawk
- ◆ Docente presso l'Ordine degli Avvocati di Madrid nel Master in Diritto Digitale, Innovazione e Tecnologie Emergenti
- ◆ Consulente legale nel campo del Diritto pubblicitario per Autocontrol (Associazione per l'Autoregolamentazione della Comunicazione Commerciale)
- ◆ Progettista in molteplici progetti per aziende come Estudio Mariscal, RBA Ediciones (riviste National Geographic e El Mueble) e Laboratorios Echevarne
- ◆ Laurea in Giurisprudenza e in Progettazione conseguita presso l'Università Pompeu Fabra di Barcellona
- ◆ Specializzata in Proprietà Intellettuale con un Master Universitaria dell'Università Pontificia Comillas (ICADE) di Madrid

### Dott. Sanjosé, Carlos

- ◆ Responsabile Digitale presso MURPH
- ◆ Creatore di contenuti per più di 8 anni presso Liceo25, società madre di media online come 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine e Libra
- ◆ Specialista di marketing e strategia digitale, Social Media & Social Ads, piattaforme di e-commerce ed e-mail Marketing
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche

### Dott.ssa San Miguel, Patricia

- ◆ Direttrice e creatrice dell'Osservatorio Digital Fashion Brands, che analizza l'impatto digitale di marche di moda
- ◆ Docente di marketing digitale all'ISEM Fashion Business School e all'Università della Navarra
- ◆ Dottorato di ricerca conseguito presso l'Università di Navarra
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche conseguita presso l'Università Complutense di Madrid

- ◆ Executive Fashion MBA conseguito presso l'ISEM

- ◆ Autrice del libro *Influencer Marketing*

### Dott.ssa Bravo, Sandra

- ◆ Professoressa di materie riguardanti il lusso e la moda in diverse Università e Business School
- ◆ Esperta in *Trend Forecasting e Customer Insight*
- ◆ Sociologa ed Economista presso l'Università di Salamanca
- ◆ Executive Master in Fashion Business Management conseguito presso ISEM Fashion Business School
- ◆ Programma di Innovazione Sociale, Sostenibilità e Reputazione delle aziende di moda svolto presso l'ISEM
- ◆ Dottoranda in Creatività Applicata presso l'Università di Navarra

### Dott. Justo, Rumén

- ◆ Consulente per aziende e imprenditori presso l'Università de La Laguna (EmprendeULL)
- ◆ Fondatore della società di produzione JR Producciones
- ◆ Co-fondatore delle Start-up E-MOVE, E-CARS e SENDA ECOWAY
- ◆ CEO di SENDA ECOWAY
- ◆ Tutor accreditato della Rete di Mentoring spagnola presso il CEOE
- ◆ Lean Coach in Olympo Boxes presso la Camera di Commercio di Santa Cruz de Tenerife
- ◆ Laurea in Amministrazione Aziendale
- ◆ Master in Prevenzione dei Rischi sul Lavoro di SGS
- ◆ Corso Post-Laurea in Sorveglianza Tecnologica
- ◆ Corso Post-Laurea in Roadmapping svolto presso l'Università Politecnica della Catalogna
- ◆ Esperto in Gestione delle Risorse Umane proveniente dall'Università di Vigo



**Dott.ssa Arroyo Villoria, Cristina**

- ◆ Partner e direttrice dei progetti e delle iniziative imprenditoriali presso la creative industries factory
- ◆ Pianificazione strategica, sviluppo del business, strategia di comunicazione e marketing
- ◆ Laurea in Scienze del Lavoro conseguita presso l'Università di Valladolid
- ◆ Master in Management delle Risorse Umane conseguito presso la Business School San Pablo CEU
- ◆ Master in Tecnologie dell'Educazione conseguito presso la Business School di Bureau Veritas

**Dott.ssa Paule Vianez, Jessica**

- ◆ Docente di Finanza presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università Re Juan Carlos
- ◆ Dottorato con Riconoscimento Internazionale in Scienze Sociali e Giuridiche conseguito presso la Scuola Internazionale di Dottorato dell'Università Re Juan Carlos
- ◆ Laurea in Finanza e Contabilità conseguita presso l'Università dell'Estremadura
- ◆ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale conseguita presso l'Università dell'Estremadura
- ◆ Master in Elaborazione Statistica Computazionale dell'Informazione conseguito presso l'Università Complutense di Madrid

**Dott.ssa Gallego Martínez, Ana Belén**

- ◆ Consulente indipendente presso Belen Galmar Acompañamiento Empresarial
- ◆ Laurea in Giurisprudenza conseguita presso l'Università Complutense di Madrid
- ◆ Master MBA in Gestione e Amministrazione d'Impresa, con specializzazione in gestione finanziaria, conseguito presso l'Università Camilo José Cela
- ◆ Programma Executive di Trasformazione Digitale realizzato presso la Scuola di Organizzazione Industriale

**Dott. González, Alexis**

- ◆ Direttore Finanziario della banca Cajasieta a Tenerife, nelle Isole Canarie
- ◆ Cofondatore del Club per gli Investimenti in Borsa della Facoltà di Economia e Commercio
- ◆ Laurea in Gestione e Amministrazione Aziendale con specializzazione in Finanza conseguita presso l'Università di Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Corso Universitario in Scienze Aziendali svolto presso l'Università di Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Membro n. 1554 del Collegio degli Economisti di Santa Cruz de Tenerife
- ◆ Master in Tassazione e Consulenza Fiscale conseguito presso il Centro di Studi Finanziari in collaborazione con l'Associazione Spagnola dei Consulenti Fiscali
- ◆ Executive Master in Gestione finanziaria e Finanza avanzata conseguito con il massimo dei voti presso l'Istituto Superiore di Tecnica e Prassi Bancaria
- ◆ Programma di Esperto in Pianificazione Finanziaria e Controllo di Gestione nel Settore Bancario svolto presso L'AFI (Analisti Finanziari Internazionali)
- ◆ Programma di formazione Business Angels organizzato dal Parco Tecnologico e Scientifico di Tenerife
- ◆ Programma di Sviluppo Esecutivo in Gestione di Portafogli svolto presso l'AFI

# 05

## Struttura e contenuti

I videogiochi sono una delle industrie più creative che esistano. Oggi sono così importanti che sono riusciti a ritagliarsi una nicchia nel mercato economico internazionale. Sempre più persone vogliono specializzarsi nell'area del senior management di queste aziende per poter gestire tutti gli aspetti essenziali dell'attività, in modo da conseguire un vantaggio competitivo e posizionarsi tra le aziende con i più alti profitti annuali. Questo programma mira a fornire agli specialisti del settore videoludico tutte le conoscenze necessarie per guidare i team e gestire tutti i reparti di un'azienda del genere.





“

*Contenuti davvero innovativi per intraprendere un percorso accademico di successo tra i concetti e le strategie del senior management delle aziende creative”*

## Modulo 1. Leadership, etica e CSR

- 1.1. Globalizzazione e governance
  - 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: internazionalizzazione dei mercati
  - 1.1.2. Contesto economico e governance aziendale
  - 1.1.3. *Accountability* o rendicontabilità
- 1.2. Leadership
  - 1.2.1. Contesto interculturale
  - 1.2.2. Leadership e Direzione aziendale
  - 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive
- 1.3. Etica d'impresa
  - 1.3.1. Etica e integrità
  - 1.3.2. Comportamento etico aziendale
  - 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
  - 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione
- 1.4. Sostenibilità
  - 1.4.1. Impresa e sviluppo sostenibile
  - 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
  - 1.4.3. Agenda 2030 e OSS
- 1.5. Responsabilità Sociale d'impresa
  - 1.5.1. Responsabilità Sociale delle imprese
  - 1.5.2. Ruoli e responsabilità
  - 1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

## Modulo 2. Management strategico ed *executive*Management

- 2.1. Analisi e struttura organizzativa
  - 2.1.1. Cultura organizzativa
  - 2.1.2. Analisi organizzativa
  - 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa
- 2.2. Strategia aziendale
  - 2.2.1. Strategia di livello aziendale
  - 2.2.2. Tipologie di strategie di livello aziendale
  - 2.2.3. Determinazione della strategia aziendale
  - 2.2.4. Strategia aziendale e immagine di prestigio
- 2.3. Pianificazione e formulazione strategica
  - 2.3.1. Pensieri strategici
  - 2.3.2. Formulazione e pianificazione strategica
  - 2.3.3. Sostenibilità e strategia aziendale
- 2.4. Modelli e schemi strategici
  - 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
  - 2.4.2. Strategia aziendale: metodologie
  - 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia aziendale
- 2.5. Direzione strategica
  - 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
  - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Scheda di valutazione bilanciata
  - 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia aziendale
  - 2.5.4. Direzione strategica e *Reporting*
- 2.6. Introduzione ed esecuzione strategica
  - 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e impatti
  - 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
  - 2.6.3. Approccio di miglioramento continuo
- 2.7. *Executive management*
  - 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
  - 2.7.2. *ExecutiveManagement* e sviluppo di processi
  - 2.7.3. *Knowledge Management*
- 2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi
  - 2.8.1. Metodologia di risoluzione dei problemi
  - 2.8.2. Metodo casistico
  - 2.8.3. Posizionamento e processo decisionale

### Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

- 3.1. Comportamento organizzativo
  - 3.1.1. Teoria delle organizzazioni
  - 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
  - 3.1.3. Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza
- 3.2. Management strategico del personale
  - 3.2.1. Pianificazione dei posti di lavoro, assunzioni e processo di selezione
  - 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: idea e realizzazione
  - 3.2.3. Analisi del posto di lavoro; pianificazione e selezione del personale
  - 3.2.4. Formazione e crescita professionale
- 3.3. Sviluppo direttivo e leadership
  - 3.3.1. Capacità direttive: competenze e abilità del XXI secolo
  - 3.3.2. Abilità non direttive
  - 3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
  - 3.3.4. Leadership e direzione del personale
- 3.4. Gestione del cambiamento
  - 3.4.1. Analisi del rendimento
  - 3.4.2. Approccio strategico
  - 3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, pianificazione e gestione dei processi
  - 3.4.4. Approccio di miglioramento continuo
- 3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti
  - 3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
  - 3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
  - 3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
  - 3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione
- 3.6. Comunicazione esecutiva
  - 3.6.1. Analisi del rendimento
  - 3.6.2. Dirigere il cambiamento. Resistenza al cambiamento
  - 3.6.3. Gestione dei processi di cambiamento
  - 3.6.4. Gestione di team multiculturali

- 3.7. Gestione del team e del rendimento lavorativo del personale
  - 3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
  - 3.7.2. Gestione di team e del personale
  - 3.7.3. *Coaching* e rendimento lavorativo del personale
  - 3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo
- 3.8. Gestione della conoscenza e del talento
  - 3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni
  - 3.8.2. Modelli aziendali di gestione della conoscenza e del talento
  - 3.8.3. Creatività e innovazione

### Modulo 4. Direzione economica e finanziaria

- 4.1. Contesto economico
  - 4.1.1. Teoria delle organizzazioni
  - 4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
  - 4.1.3. Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza
- 4.2. Contabilità gestionale
  - 4.2.1. Quadro contabile internazionale
  - 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
  - 4.2.3. Bilanci d'esercizio delle imprese
  - 4.2.4. Analisi dei bilanci: processo decisionale
- 4.3. Bilancio e controllo di gestione
  - 4.3.1. Pianificazione del budget
  - 4.3.2. Controllo di gestione: progetto e obiettivi
  - 4.3.3. Supervisione e *Reporting*
- 4.4. Responsabilità fiscali delle aziende
  - 4.4.1. Responsabilità fiscale dell'azienda
  - 4.4.2. Procedura fiscale: un approccio caso per caso
- 4.5. Sistemi di controllo delle imprese
  - 4.5.1. Tipologie di controllo
  - 4.5.2. Adempimento Normativo/*Compliance*
  - 4.5.3. Revisione interna
  - 4.5.4. Revisione Esterna

- 4.6. Direzione Finanziaria
  - 4.6.1. Introduzione alla Direzione finanziaria
  - 4.6.2. Direzione finanziaria e strategia aziendale
  - 4.6.3. Direttore finanziario o *Chief Financial Officer* (CFO): competenze manageriali
- 4.7. Pianificazione Finanziaria
  - 4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
  - 4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
  - 4.7.3. Pianificazione finanziaria a breve termine
  - 4.7.4. Pianificazione finanziaria a lungo termine
- 4.8. Strategia finanziaria aziendale
  - 4.8.1. Investimenti finanziari aziendali
  - 4.8.2. Crescita strategica: tipologie
- 4.9. Contesto macroeconomico
  - 4.9.1. Analisi macroeconomica
  - 4.9.2. Indicatori di congiuntura
  - 4.9.3. Ciclo economico
- 4.10. Finanziamento strategico
  - 4.10.1. Attività bancaria: ambiente attuale
  - 4.10.2. Analisi e gestione del rischio
- 4.11. Mercati monetari e di capitali
  - 4.11.1. Mercato a reddito fisso
  - 4.11.2. Mercato a reddito variabile
  - 4.11.3. Valutazione di imprese
- 4.12. Analisi e risoluzione di casi/problemi
  - 4.12.1. Metodologia di risoluzione dei problemi
  - 4.12.2. Metodo casistico

## Modulo 5. Direzione operativa e logistica

- 5.1. Direzione operativa
  - 5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
  - 5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di approvvigionamento
  - 5.1.3. Sistema di indicatori
- 5.2. Direzione acquisti
  - 5.2.1. Gestione degli Stock
  - 5.2.2. Gestione dei magazzini
  - 5.2.3. Gestione degli acquisti e degli approvvigionamenti
- 5.3. *Supply Chain Management* (1)
  - 5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
  - 5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
  - 5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni
- 5.4. *Supply Chain Management* (2). Esecuzione
  - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
  - 5.4.2. Direzione logistica
  - 5.4.3. Acquisti
- 5.5. Processi logistici
  - 5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
  - 5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione
  - 5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
  - 5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita
- 5.6. Logistica e clienti
  - 5.6.1. Analisi della domanda e previsione
  - 5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
  - 5.6.3. *Collaborative Planning Forecasting & Replacement*
- 5.7. Logistica internazionale
  - 5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
  - 5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
  - 5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale
- 5.8. Competere a partire dalle operazioni
  - 5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
  - 5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
  - 5.8.3. Sistemi di informazione nelle operazioni

**Modulo 6. Direzione di sistemi informativi**

- 6.1. Direzione di sistemi informativi
  - 6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
  - 6.1.2. Decisioni strategiche
  - 6.1.3. Ruolo del CIO
- 6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale
  - 6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
  - 6.2.2. Modelli di business basati su Internet
  - 6.2.3. Il valore dell'IT nell'azienda
- 6.3. Pianificazione strategica dei sistemi di informazione
  - 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
  - 6.3.2. Formulazione della strategia dei sistemi di informazione
  - 6.3.3. Piano di introduzione della strategia
- 6.4. Sistemi di informazione e intelligenza aziendale
  - 6.4.1. CRM e *Business Intelligence*
  - 6.4.2. Gestione di progetti di *Business Intelligence*
  - 6.4.3. Architettura di *Business Intelligence*
- 6.5. Nuovi modelli di business basati sulle TIC
  - 6.5.1. Modelli di business di base tecnologica
  - 6.5.2. Capacità di innovare
  - 6.5.3. Rivisitazione dei processi della catena di valore
- 6.6. E-commerce
  - 6.6.1. Piano Strategico di e-commerce
  - 6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce
  - 6.6.3. *E-commerce* come opportunità di internazionalizzazione
- 6.7. Strategie di *e-business*
  - 6.7.1. Strategie sui *Social Media*
  - 6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente
  - 6.7.3. Regolazione digitale
- 6.8. *Business digitale*
  - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
  - 6.8.2. Progettazione e fruibilità
  - 6.8.3. Operazioni dell'e-commerce

**Modulo 7. Direzione commerciale, Marketing e comunicazione aziendale**

- 7.1. Direzione commerciale
  - 7.1.1. Direzione acquisti
  - 7.1.2. Strategia commerciale
  - 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
  - 7.1.4. Gestione dei team addetti alle vendite
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Marketing e impatto sull'azienda
  - 7.2.2. Variabili base del Marketing
  - 7.2.3. Piano di marketing
- 7.3. Gestione strategica del Marketing
  - 7.3.1. Fonti di innovazione
  - 7.3.2. Tendenze attuali nel Marketing
  - 7.3.3. Strumenti di Marketing
  - 7.3.4. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti
- 7.4. Strategia di vendita e comunicazione
  - 7.4.1. Posizionamento e promozione
  - 7.4.2. Pubbliche Relazioni
  - 7.4.3. Strategia di vendita e comunicazione
- 7.5. Strategia di vendita e comunicazione
  - 7.5.1. *Posizionamento e promozione*
  - 7.5.2. *Pubbliche Relazioni*
  - 7.5.3. *Strategia di vendita e comunicazione*
- 7.6. Comunicazione Aziendale
  - 7.6.1. *Comunicazione interna ed esterna*
  - 7.6.2. *Dipartimenti di Comunicazione*
  - 7.6.3. *Dirigenti responsabili della Comunicazione: competenze e responsabilità manageriali*
- 7.7. Strategia di Comunicazione Aziendale
  - 7.7.1. *Strategia Aziendale di Comunicazione*
  - 7.7.2. *Piano di Comunicazione*
  - 7.7.3. *Redazione di Comunicati Stampa/Clipping/Publicity*

## Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti

- 8.1. Innovazione
  - 8.1.1. Macro concetto di innovazione
  - 8.1.2. Tipologie di innovazione
  - 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
  - 8.1.4. Corsi e innovazione
- 8.2. Strategia di Innovazione
  - 8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
  - 8.2.2. Progetto globale di innovazione: pianificazione e gestione
  - 8.2.3. Seminari di innovazione
- 8.3. Pianificazione e verifica del modello di business
  - 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
  - 8.3.2. Iniziativa di business innovativo: fasi
  - 8.3.3. Modalità di finanziamento
  - 8.3.4. Strumenti per il modello: mappa dell'empatia, business model canvas e parametri
  - 8.3.5. Crescita e fidelizzazione
- 8.4. Direzione e gestione di progetti
  - 8.4.1. Opportunità di innovazione
  - 8.4.2. Studio di fattibilità e concretizzazione delle proposte
  - 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
  - 8.4.4. Esecuzione dei progetti
  - 8.4.5. Chiusura dei progetti

## Modulo 9. Nuove industrie creative

- 9.1. Nuove industrie creative
  - 9.1.1. Dall'industria culturale all'industria creativa
  - 9.1.2. Le attuali industrie creative
  - 9.1.3. Attività e settori che compongono le industrie creative
- 9.2. Peso economico delle industrie creative al giorno d'oggi
  - 9.2.1. Contributo
  - 9.2.2. Incentivi di crescita e cambiamento
  - 9.2.3. Panorama lavorativo nelle industrie creative

- 9.3. Nuovo contesto globale delle industrie creative
  - 9.3.1. Panoramica delle industrie creative del mondo
  - 9.3.2. Fonti di finanziamento per le industrie creative in ogni paese
  - 9.3.3. Casi pratici: modelli di gestione e politiche pubbliche
- 9.4. Il patrimonio naturale e culturale
  - 9.4.1. Il patrimonio storico e culturale
  - 9.4.2. Prodotti derivati e servizi di musei, siti archeologici, storici e paesaggi naturali
  - 9.4.3. Patrimonio culturale intangibile
- 9.5. Arti visive
  - 9.5.1. Arti plastiche
  - 9.5.2. Fotografia
  - 9.5.3. Artigianato
- 9.6. Arti sceniche
  - 9.6.1. Teatro e danza
  - 9.6.2. Musica e festival
  - 9.6.3. Fiere e circo
- 9.7. Mezzi audiovisivo
  - 9.7.1. Film, TV e contenuto audiovisivo
  - 9.7.2. Radio, podcast e contenuti audio
  - 9.7.3. Videogiochi
- 9.8. Pubblicazioni attuali
  - 9.8.1. Letteratura, saggistica e poesia
  - 9.8.2. Editori
  - 9.8.3. Stampa
- 9.9. Servizi creativi
  - 9.9.1. Moda e design
  - 9.9.2. Architettura e paesaggistica
  - 9.9.3. Pubblicità
- 9.10. Connessioni della creative o orange economy
  - 9.10.1. Modello a cascata di cerchi concentrici
  - 9.10.2. *Spillover* creativi, di produzione e di conoscenza
  - 9.10.3. Cultura al servizio dell'economia creativa



**Modulo 10. Tutela dei prodotti creativi e dei beni intangibili**

- 10.1. Tutela giuridica dei beni intangibili
  - 10.1.1. Proprietà intellettuale
  - 10.1.2. Proprietà industriale
  - 10.1.3. Diritto pubblicitario II
- 10.2. Proprietà intellettuale I
  - 10.2.1. Normativa applicabile
  - 10.2.2. Aspetti e questioni rilevanti
  - 10.2.3. Casi pratici
- 10.3. Proprietà intellettuale II
  - 10.3.1. Registrazione della proprietà intellettuale
  - 10.3.2. Simboli di riserva dei diritti e altri mezzi di protezione
  - 10.3.3. Licenze per la diffusione dei contenuti
- 10.4. Proprietà intellettuale III
  - 10.4.1. Enti di gestione
  - 10.4.2. La commissione per la proprietà intellettuale
  - 10.4.3. Organi competenti
- 10.5. Proprietà industriale I: brand
  - 10.5.1. Normativa applicabile
  - 10.5.2. Aspetti e questioni rilevanti
  - 10.5.3. Applicazioni reali
- 10.6. Proprietà industriale II: progetti industriali
  - 10.6.1. Normativa applicabile
  - 10.6.2. Aspetti e questioni rilevanti
  - 10.6.3. Pratica legale
- 10.7. Proprietà industriale III: brevetti e modelli di utilizzo
  - 10.7.1. Normativa applicabile
  - 10.7.2. Aspetti e questioni rilevanti
  - 10.7.3. Casi di studio
- 10.8. Proprietà intellettuale e industriale: pratica
  - 10.8.1. Proprietà intellettuale e Proprietà industriale (diritto comparato)
  - 10.8.2. Problemi pratici nella risoluzione dei conflitti
  - 10.8.3. Caso di studio: passi da seguire

- 10.9. Diritto pubblicitario I
  - 10.9.1. Normativa applicabile
  - 10.9.2. Aspetti e questioni rilevanti
  - 10.9.3. Giurisprudenza in materia di pubblicità
- 10.10. Diritto pubblicitario II
  - 10.10.1. Autoregolamentazione della pubblicità
  - 10.10.2. Autocontrollo
  - 10.10.3. Giuria pubblicitaria

**Modulo 11. Gestione economica e finanziaria di imprese creative**

- 11.1. La necessaria sostenibilità economica
  - 11.1.1. La struttura finanziaria di un'azienda creativa
  - 11.1.2. La contabilità in un'impresa creativa
  - 11.1.3. Triple balance
- 11.2. Le entrate e le spese di un'impresa creativa al giorno d'oggi
  - 11.2.1. Contabilità dei costi
  - 11.2.2. Tipologia dei costi
  - 11.2.3. Assegnazione dei costi
- 11.3. I tipi di benefici dell'impresa
  - 11.3.1. Margine di contribuzione
  - 11.3.2. Punto di equilibrio
  - 11.3.3. Valutazione delle alternative
- 11.4. L'investimento nel settore creativo
  - 11.4.1. L'investimento dell'industria creativa
  - 11.4.2. La valutazione di un investimento
  - 11.4.3. Il metodo van: il valore attuale netto
- 11.5. La redditività dell'industria creativa
  - 11.5.1. Redditività economica
  - 11.5.2. Redditività nel tempo
  - 11.5.3. Redditività finanziaria

- 11.6. La tesoreria: liquidità e solvenza
  - 11.6.1. Flusso di cassa
  - 11.6.2. Bilancio e conteggio dei risultati
  - 11.6.3. Liquidazione e leverage
- 11.7. Formule di finanziamento attuali nel mercato creativo
  - 11.7.1. Fondi Venture Capital
  - 11.7.2. *Business Angels*
  - 11.7.3. Bandi e sovvenzioni
- 11.8. Il prezzo del prodotto nell'industria creativa
  - 11.8.1. Determinazione dei prezzi
  - 11.8.2. Guadagno vs. Concorrenza
  - 11.8.3. La strategia dei prezzi
- 11.9. Strategie dei prezzi nel settore creativo
  - 11.9.1. Tipi di strategie di prezzo
  - 11.9.2. Vantaggi
  - 11.9.3. Svantaggi
- 11.10. Bilanci operativi
  - 11.10.1. Strumenti pianificazione strategica
  - 11.10.2. Elementi inclusi nel budget operativo
  - 11.10.3. Sviluppo ed esecuzione del budget operativo

## Modulo 12. *Futures Thinking*: come trasformare l'oggi a partire dal domani

- 12.1. Metodologia *Futures Thinking*
  - 12.1.1. Il *Futures Thinking*
  - 12.1.2. Benefici dell'uso di questa metodologia
  - 12.1.3. Il ruolo del "futurista" nell'impresa creativa
- 12.2. Segnali di cambiamento
  - 12.2.1. Il segnale di cambiamento
  - 12.2.2. Identificazione dei segnali di cambiamento
  - 12.2.3. L'interpretazione dei segnali

- 12.3. Tipologie di futuro
  - 12.3.1. Viaggio al passato
  - 12.3.2. Le quattro tipologie di futuro
  - 12.3.3. Applicazione della metodologia *Futures Thinking* nel lavoro
- 12.4. *Future Forecasting*
  - 12.4.1. Alla ricerca di *Driver*
  - 12.4.2. Come creare una previsione del futuro
  - 12.4.3. Come scrivere uno scenario futuro?
- 12.5. Tecniche di stimolazione mentale
  - 12.5.1. Passato, futuro ed empatia
  - 12.5.2. Fatti vs. Esperienza
  - 12.5.3. Percorsi alternativi
- 12.6. Previsione collaborativa
  - 12.6.1. Il futuro come un gioco
  - 12.6.2. *Future Wheel*
  - 12.6.3. Il futuro da prospettive diverse
- 12.7. Vittorie epiche
  - 12.7.1. Dalla scoperta alla proposta di innovazione
  - 12.7.2. La vittoria epica
  - 12.7.3. L'equità nel gioco del futuro
- 12.8. Futuri di preferenza
  - 12.8.1. Il futuro di preferenza
  - 12.8.2. Tecniche
  - 12.8.3. Lavorare dal futuro all'indietro
- 12.9. Dalla previsione all'azione
  - 12.9.1. Immagini del futuro
  - 12.9.2. Manufatti del futuro
  - 12.9.3. Tabella di marcia
- 12.10. OSS: Una visione globale e multidisciplinare del futuro
  - 12.10.1. Sviluppo sostenibile come obiettivo mondiale
  - 12.10.2. La gestione dell'essere umano nella natura
  - 12.10.3. Sostenibilità sociale

**Modulo 13.** Gestione del consumatore e utente delle imprese creative

- 13.1. L'utente nel contesto attuale
  - 13.1.1. Il cambiamento del consumatore negli ultimi tempi
  - 13.1.2. L'importanza della ricerca
  - 13.1.3. Analisi dei trend
- 13.2. Strategia con la persona al centro
  - 13.2.1. La strategia *Human Centric*
  - 13.2.2. Concetti chiave e benefici dell'essere *Human Centric*
  - 13.2.3. Casi di successo
- 13.3. Il dato nella strategia *Human Centric*
  - 13.3.1. Il dato nella strategia *Human Centric*
  - 13.3.2. Il valore del dato
  - 13.3.3. Vista a 360° del cliente
- 13.4. Attuazione della strategia *Human Centric* nell'industria creativa
  - 13.4.1. Trasformazione dell'informazione dispersa nelle conoscenze del cliente
  - 13.4.2. Analisi delle opportunità
  - 13.4.3. Strategie e iniziative di massimizzazione
- 13.5. Metodologia *Human Centric*
  - 13.5.1. Dalla ricerca al prototipo
  - 13.5.2. Modello del doppio diamante: processo e fasi
  - 13.5.3. Strumenti
- 13.6. *Design Thinking*
  - 13.6.1. Il *design Thinking*
  - 13.6.2. Metodologia
  - 13.6.3. Tecniche e strumenti di *design Thinking*
- 13.7. Il posizionamento del brand nella mente del consumatore
  - 13.7.1. L'analisi del posizionamento
  - 13.7.2. Tipologia
  - 13.7.3. Metodologia e strumenti

- 13.8. *User Insight* nelle imprese creative
  - 13.8.1. Gli *Insight* e la loro importanza
  - 13.8.2. *Customer Journey* e l'importanza della *Journey Map*
  - 13.8.3. Tecniche di indagine
- 13.9. Il profilo degli utenti (archetipi e *Buyer persona*)
  - 13.9.1. Archetipi
  - 13.9.2. *Buyer persona*
  - 13.9.3. Metodologia di analisi
- 13.10. Risorse e tecniche di indagine
  - 13.10.1. Tecniche in contesto
  - 13.10.2. Tecniche di visualizzazione e creazione
  - 13.10.3. Tecniche di contrasti di voci

**Modulo 14.** *Creative Branding*: comunicazione e gestione di brand creativi

- 14.1. *Brands and branding*
  - 14.1.1. I brand
  - 14.1.2. Evoluzione del *branding*
  - 14.1.3. Posizionamento, personalità del brand e notorietà
- 14.2. Costruzione del brand
  - 14.2.1. Marketing mix
  - 14.2.2. Architettura del brand
  - 14.2.3. Identità del brand
- 14.3. Espressione del brand
  - 14.3.1. Identità grafica
  - 14.3.2. Espressione visuale
  - 14.3.3. Altri elementi che riflettono il brand
- 14.4. Comunicazione
  - 14.4.1. Focus
  - 14.4.2. *Brand Touchpoint*
  - 14.4.3. Tecniche e strumenti di comunicazione

- 14.5. *Brand Content*
  - 14.5.1. Dai brand alle piattaforme di intrattenimento
  - 14.5.2. La crescita del contenuto del brand
  - 14.5.3. Connettere con il pubblico attraverso di racconti unici
- 14.6. *Visual Storytelling*
  - 14.6.1. L'analisi del brand
  - 14.6.2. Concetti pubblicitari creativi
  - 14.6.3. La vendita creativa
- 14.7. *Customer experience*
  - 14.7.1. *Customer Experience (CX)*
  - 14.7.2. *Customer journey*
  - 14.7.3. Allineamento tra il brand e il CX
- 14.8. Pianificazione strategica
  - 14.8.1. Obiettivi
  - 14.8.2. Identificazione dei target e degli *Insight*
  - 14.8.3. Pianificazione della strategia
- 14.9. *Performance*
  - 14.9.1. *Briefing*
  - 14.9.2. Tattiche
  - 14.9.3. Piano di produzione
- 14.10. Valutazione
  - 14.10.1. Cosa valutare
  - 14.10.2. Come valutare (strumenti di misurazione)
  - 14.10.3. Report dei risultati

## Modulo 15. Leadership e innovazione nelle industrie creative

- 15.1. Creatività applicata all'industria
  - 15.1.1. L'espressione creativa
  - 15.1.2. Le risorse creative
  - 15.1.3. Tecniche creative
- 15.2. La nuova cultura di innovazione
  - 15.2.1. Il contesto dell'innovazione
  - 15.2.2. Perché l'innovazione fallisce
  - 15.2.3. Teorie accademiche
- 15.3. Dimensioni e leve dell'innovazione
  - 15.3.1. I piani e le dimensioni dell'innovazione
  - 15.3.2. Attitudini per l'innovazione
  - 15.3.3. Intrapreneurship e tecnologia
- 15.4. Restrizioni e ostacoli dell'innovazione nell'industria creativa
  - 15.4.1. Restrizioni personali e di gruppo
  - 15.4.2. Restrizioni sociali e organizzative
  - 15.4.3. Restrizioni industriali e tecnologiche
- 15.5. Innovazione chiusa e aperta
  - 15.5.1. Dall'innovazione chiusa all'Open Innovation
  - 15.5.2. Pratiche per implementare l'Open Innovation
  - 15.5.3. Esperienza di Open Innovation nelle imprese
- 15.6. Modelli di business innovativi nelle Industrie Creative
  - 15.6.1. Tendenze aziendali nell'economia creativa
  - 15.6.2. Casi di studio
  - 15.6.3. Rivoluzione del settore
- 15.7. Guidare e gestire una strategia di innovazione
  - 15.7.1. Promuovere l'adozione
  - 15.7.2. Guidare il processo
  - 15.7.3. *Portfolio Maps*

- 15.8. Finanziare l'innovazione
  - 15.8.1. CFO: chief financial officer
  - 15.8.2. Finanziamento dinamico
  - 15.8.3. Risposta alle sfide
- 15.9. Ibridazione: innovazione nell'economia creativa
  - 15.9.1. Intersezione tra settori
  - 15.9.2. Generare soluzioni dirompenti
  - 15.9.3. L'effetto medici
- 15.10. Nuovi ecosistemi creativi e innovativi
  - 15.10.1. Generare ambienti innovativi
  - 15.10.2. La creatività come stile di vita
  - 15.10.3. Ecosistemi

## Modulo 16. Trasformazione Digitale nell'industria creativa

- 16.1. *Digital Future* dell'industria creativa
  - 16.1.1. La Trasformazione digitale
  - 16.1.2. Situazione del settore e ottica comparativa
  - 16.1.3. Sfide in ottica futura
- 16.2. Quarta rivoluzione industriale
  - 16.2.1. Rivoluzione industriale
  - 16.2.2. Applicazioni
  - 16.2.3. Impatti
- 16.3. Abilitatori digitali per la crescita
  - 16.3.1. Effettività operativa, accelerazione e miglioramento
  - 16.3.2. Trasformazione Digitale Continua
  - 16.3.3. Soluzioni e servizi per le industrie creative
- 16.4. L'applicazione dei *Big Data* nell'impresa
  - 16.4.1. Il valore del dato
  - 16.4.2. Il dato nel processo decisionale
  - 16.4.3. *Data Driven Company*
- 16.5. Tecnologia cognitiva
  - 16.5.1. La *digital Interaction*
  - 16.5.2. Internet of Things e robotica
  - 16.5.3. Altre pratiche digitali
- 16.6. Utilizzi e applicazione della tecnologia *blockchain*
  - 16.6.1. *Blockchain*
  - 16.6.2. Valore per il settore delle Creative Industries
  - 16.6.3. Versatilità delle transazioni
- 16.7. L'Omnicanalità e lo sviluppo del transmedia
  - 16.7.1. Impatto nel settore
  - 16.7.2. Analisi della sfida
  - 16.7.3. Evoluzione
- 16.8. Ecosistemi di imprenditorialità
  - 16.8.1. Il ruolo dell'innovazione e del *venture capital*
  - 16.8.2. L'ecosistema *Start-Up* e i soggetti che lo compongono
  - 16.8.3. Come massimizzare la relazione tra il soggetto creativo e le *start-up*
- 16.9. Nuovi modelli di business dirompenti
  - 16.9.1. Basato sulla commercializzazione (piattaforme e *Marketplace*)
  - 16.9.2. Basato sulla prestazione dei servizi (modelli *Freemium*, *Premium* o ad abbonamento)
  - 16.9.3. Basato sulle comunità (dal *Crowdfunding*, social network e blog)
- 16.10. Metodologie per promuovere la cultura dell'innovazione nell'industria creativa
  - 16.10.1. Strategia di innovazione del blue ocean
  - 16.10.2. Strategia di innovazione *Lean Start-Up*
  - 16.10.3. Strategia di innovazione Agile

## Modulo 17. Nuove strategie di marketing digitale

- 17.1. Tecnologie e pubblico di riferimento
  - 17.1.1. La strategia digitale e le differenze tra i vari tipi di utenti
  - 17.1.2. Il pubblico di riferimento, i fattori di esclusione e le generazioni
  - 17.1.3. L' *Ideal Customer Profile* (ICP) e la *Buyer* persona
- 17.2. Analisi digitale per la diagnosi
  - 17.2.1. Analisi che precede la strategia digitale
  - 17.2.2. Momento 0
  - 17.2.3. KPI e metrica, tipologie, classificazione secondo la metodologia
- 17.3. *E-entertainment*: l'impatto dell'e-commerce nell'industria dell'intrattenimento
  - 17.3.1. *E-commerce*, tipologie e piattaforme
  - 17.3.2. L'importanza del web design: UX e UI
  - 17.3.3. Ottimizzazione dello spazio online: necessità minime
- 17.4. *Social media e influencer Marketing*
  - 17.4.1. Impatto ed evoluzione del Marketing su internet
  - 17.4.2. Persuasione, chiavi di lettura dei contenuti e azioni virali
  - 17.4.3. Pianificare campagne di social Marketing e di *influencer Marketing*
- 17.5. *Mobile Marketing*
  - 17.5.1. *Utente Mobile*
  - 17.5.2. *Web Mobile e App*
  - 17.5.3. Azioni di *mobile Marketing*
- 17.6. Pubblicità online
  - 17.6.1. La pubblicità dei Social Network e gli obiettivi delle *social Ads*
  - 17.6.2. L'imbuto di vendita o *purchase funnel*: categorie
  - 17.6.3. Piattaforme di *Social Ads*
- 17.7. La metodologia *Inbound Marketing*
  - 17.7.1. *Social Selling*, pilastri fondamentali e strategia
  - 17.7.2. La piattaforma di CRM in una strategia digitale
  - 17.7.3. L' *Inbound Marketing* o Marketing di attrazione: piano di azione e SEO

- 17.8. Automatizzazione del Marketing
  - 17.8.1. *E-mail Marketing* e tipologia di e-mail
  - 17.8.2. L'automatizzazione dell'*e-mail Marketing*, applicazioni, piattaforme e vantaggi
  - 17.8.3. La comparsa del *Bot & Chatbot Marketing*: tipologia e piattaforme
- 17.9. Strumenti di gestione di dati
  - 17.9.1. CRM nella strategia digitale, tipologie e applicazioni, piattaforme e tendenze
  - 17.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics e Business Intelligence*
  - 17.9.3. *Big Data, intelligenza artificiale e Data science*
- 17.10. La misurazione della redditività
  - 17.10.1. ROI: la definizione del Return on the investment e ROI vs. ROAS
  - 17.10.2. Ottimizzazione del ROI
  - 17.10.3. Parametri chiave

## Modulo 18. L'imprenditorialità nelle industrie creative

- 18.1. Il progetto imprenditoriale
  - 18.1.1. Imprenditorialità, tipologie e cicli di vita
  - 18.1.2. Profilo dell'imprenditore
  - 18.1.3. Temi di interesse per l'imprenditore
- 18.2. Leadership personale
  - 18.2.1. Autoconsapevolezza
  - 18.2.2. Abilità imprenditoriali
  - 18.2.3. Sviluppo di capacità e abilità di leadership imprenditoriali
- 18.3. Identificazione delle opportunità di innovazione e imprenditoria
  - 18.3.1. Analisi delle megatendenze e delle forze competitive
  - 18.3.2. Comportamento del consumatore e stima della domanda
  - 18.3.3. Valutazione delle opportunità di affari
- 18.4. Generazione di idee di business nell'industria creativa
  - 18.4.1. Strumenti per la generazione di idee: *Brainstorming*, mappe mentali, *Drawstorming*, ecc.
  - 18.4.2. Progettazione della proposta di valore: canvas, 5 w
  - 18.4.3. Sviluppo della proposta di valore

- 18.5. Prototipo e convalida
  - 18.5.1. Sviluppo del prototipo
  - 18.5.2. Convalida
  - 18.5.3. Regolazione dei prototipi
- 18.6. Progettazione del modello di business
  - 18.6.1. Modello di business
  - 18.6.2. Metodologia per la creazione di modelli di business
  - 18.6.3. Progettazione del modello di business per l'idea proposta
- 18.7. Team Leadership
  - 18.7.1. Profili del team in base al temperamento e alla personalità
  - 18.7.2. Abilità di leadership di gruppo
  - 18.7.3. Metodi di lavoro di squadra
- 18.8. Mercati culturali
  - 18.8.1. Natura dei mercati culturali
  - 18.8.2. Tipologie di mercati culturali
  - 18.8.3. Identificazione dei mercati culturali prossimi
- 18.9. Marketing Plan e *Branding* personale
  - 18.9.1. Proiezione del progetto personale e imprenditoriale
  - 18.9.2. Strategic Plan a medio e breve termine
  - 18.9.3. Variabili di misurazione del successo
- 18.10. *Pitch* di vendita
  - 18.10.1. Presentazione dei progetti agli investitori
  - 18.10.2. Elaborazione di presentazioni attraenti
  - 18.10.3. Sviluppo di abilità di comunicazione efficaci



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 di 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 business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ti confrontiamo nel metodo dei casi, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il corso, ti confronterai con diversi casi reali. Dovrai integrare tutte le tue conoscenze, fare ricerche, argomentare e difendere le tue idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

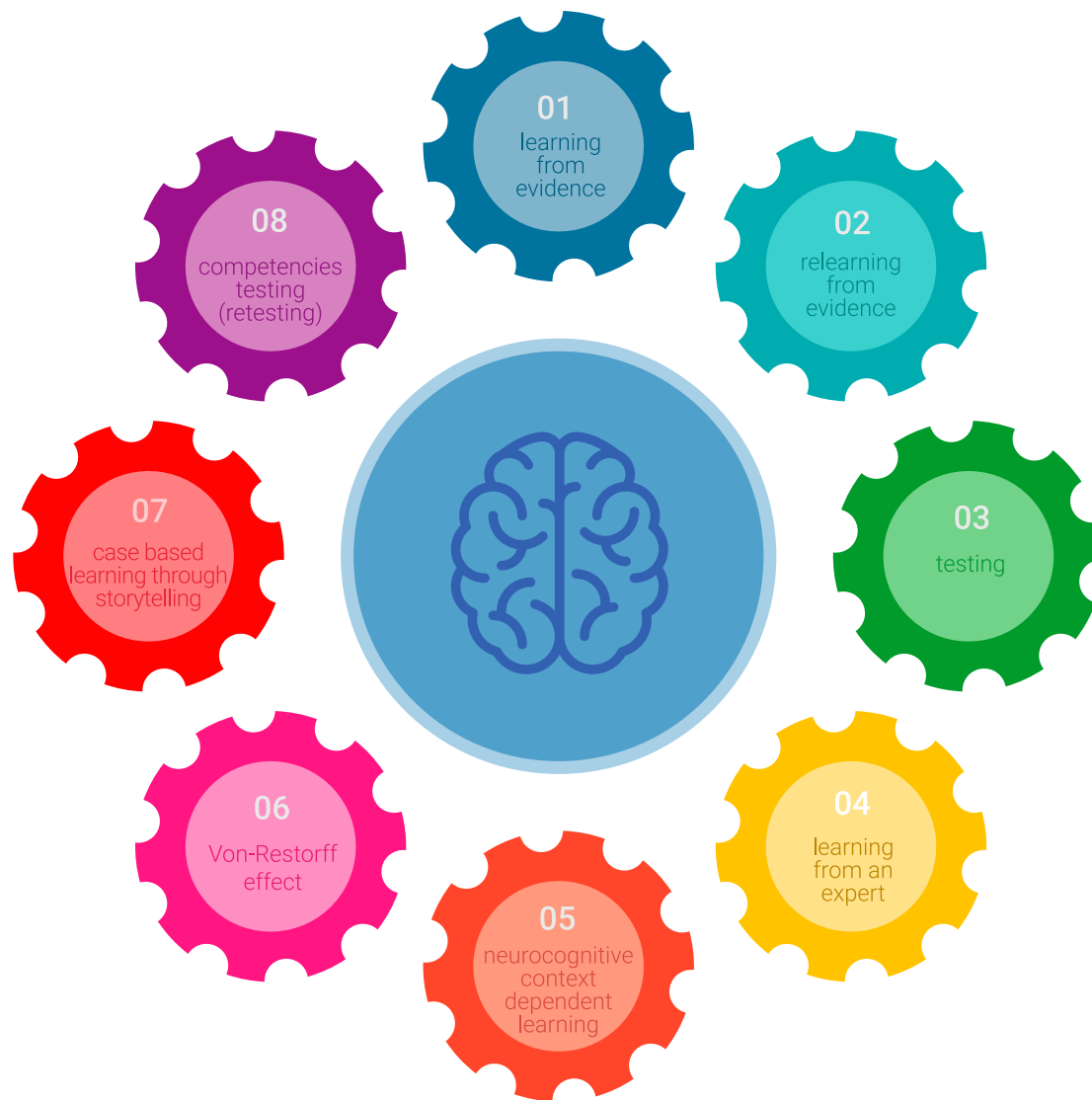
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

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





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

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

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

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

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



#### Materiali di studio

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

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



#### Master class

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

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



#### Pratiche di competenze e competenze

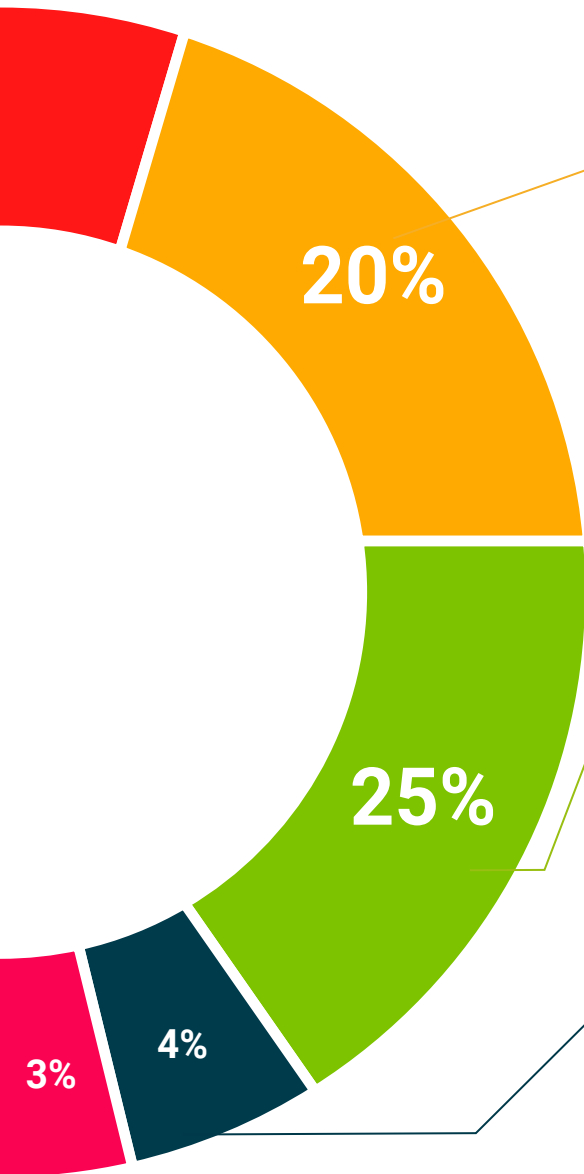
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

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





#### Casi di Studio

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



#### Riepiloghi interattivi

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

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



#### Testing & Retesting

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



# 07 Titolo

Il Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.





“

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

Questo **Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

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

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

Titolo: **Master Specialistico in Senior Management of Creative Industries**

N.º di Ore Ufficiali: **3.000**



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

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

**tech** università  
tecnologica

Master Specialistico  
Senior Management of  
Creative Industries

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

# Master Specialistico Senior Management of Creative Industries

