

Master Semipresenziale

Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali





tech università
tecnologica

Master Semipresenziale Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620 o.

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-creazione-imprenditoria-imprese-digitali

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 16

05

Pianificazione
del programma

pag. 20

06

Tirocinio

pag. 32

07

Dove posso svolgere
il Tirocinio?

pag. 38

08

Metodologia

pag. 42

09

Titolo

pag. 50

01

Presentazione

Il mondo oggi si muove grazie alla digitalizzazione. Internet si è trasformato da mezzo di informazione a luogo di commercio digitale, dove è possibile parlare con una persona dall'altra parte del mondo ed effettuare un acquisto online. A seguito delle agevolazioni fornite da questo mezzo, è innegabile la necessità di avere una forte presenza sul web per avvicinarsi all'utente e fornirgli un servizio adatto alle sue esigenze. Con questo Master Semipresenziale lo studente avrà l'opportunità di specializzarsi nelle scienze imprenditoriali, in modo da poter progettare, creare e gestire un'azienda con la massima garanzia di successo.





“

Padroneggiare le strategie più avanzate per la creazione di un'azienda in questo mondo digitale è oggi una competenza indispensabile"

Il modo in cui si avvia un'impresa e come si gestisce e ci si lavora è cambiato negli ultimi anni. Avviare un'impresa oggi non è più come una volta, principalmente perché non è necessario un determinato spazio fisico per intraprendere un'attività. Molte persone hanno avviato oggi un'attività imprenditoriale, anche se non è un compito facile e richiede conoscenze specialistiche.

Il Master Semipresenziale di TECH aiuterà gli impresari e gli imprenditori che vogliono addentrarsi in questo settore. Il corso prevede un programma di studio online e un tirocinio presso un'agenzia di grande prestigio internazionale. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di ideare, creare e gestire aziende nel settore digitale con maggiori garanzie di successo.

Nel corso di questo programma accademico, gli studenti analizzeranno una moltitudine di casi pratici che gli consentiranno di comprendere a fondo il funzionamento del mondo digitale. Verranno affrontate le più efficaci strategie di Digital Marketing che agevolano l'esperienza dell'utente. Questo è fondamentale per ottenere una buona reputazione aziendale e assicurarsi che il cliente torni ad acquistare in futuro.

Dopo aver concluso la parte teorica di questo corso, lo studente svolgerà un tirocinio presso un'azienda di prestigio. Lì svolgerà una serie di attività volte a prepararlo ad affrontare qualsiasi situazione gli si presenti nel suo lavoro quotidiano. Sarà guidato e supportato da uno specialista che gli insegnerà ad adattarsi al nuovo contesto che prevede l'intervento e la crescita dell'impresa digitale, realizzando la gestione e l'amministrazione della propria azienda.

Questo **Master Semipresenziale in Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di oltre 100 casi pratici presentati da esperti in scienze imprenditoriali
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni specifiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Piani completi per un'azione sistematica in campo commerciale
- ♦ Sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per prendere decisioni su situazioni date
- ♦ Guide pratiche all'utilizzo dei principali strumenti delle scienze imprenditoriali
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie più innovative per l'applicazione di tecniche di leadership aziendale
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, dibattiti su questioni controverse e studio individuale
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, dibattiti su questioni controverse e studio individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Possibilità inoltre di svolgere un tirocinio in uno dei migliori ambienti aziendali



Un'opportunità unica per imparare dai migliori esperti del settore. Destreggiandoti con sicurezza in un ambito in continua crescita”

“

Per 3 settimane svolgerai un tirocinio intensivo in cui apprendrai le funzioni principali del consiglio di amministrazione di un'azienda digitale"

Il programma di questo Master di specializzazione semipresenziale è orientato all'aggiornamento dei professionisti specializzati in scienze imprenditoriali che richiedono un alto livello di qualifica. I contenuti sono basati sull'ultima evidenza scientifica e orientati in maniera didattica per integrare il sapere teorico con la pratica quotidiana. Gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e agevoleranno il processo decisionale in ambienti complessi.

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 centrata 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.

Sviluppa le competenze necessarie per prendere decisioni con maggior rigore in contesti incerti come quello del mondo digitale.

Iscriviti a questo programma pratico che ti consentirà di inserire le nuove tecnologie nella tua attività o impresa.



02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

In un'epoca in continuo sviluppo dove i progressi digitali sono all'ordine del giorno, i professionisti che desiderano avviare un'attività devono possedere le conoscenze finanziarie, organizzative e strategiche per poter valutare le opportunità offerte dal mercato e investire in un settore specifico. Le varie opzioni che offrono oggi internet e la globalizzazione hanno consentito un'espansione commerciale attraverso i media digitali.





“

Questa è l'unica università che offre un programma così completo in cui potrai applicare la teoria alla pratica. Si tratta di un'opportunità di apprendimento unica da non perdere”

1. Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili

L'unico posto per poter apprendere l'imprenditorialità digitale è un ambiente nettamente moderno e all'avanguardia. TECH offre una piattaforma virtuale in cui lo studente troverà varie risorse multimediali che agevoleranno l'apprendimento. Per comprendere i processi di Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali, TECH ha selezionato aziende di successo che condivideranno le proprie esperienze con gli studenti sin dal primo momento. Conosceranno così un ambiente all'avanguardia e dotato dei sistemi necessari.

2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti

TECH seleziona i migliori specialisti del settore, affinché l'alunno possa apprendere da loro. Questo corso è tenuto da un personale docente esperto che ha sviluppato il programma e preparato il materiale di studio. Durante le 3 settimane di tirocinio lo studente sarà guidato da un'equipe multidisciplinare che gli mostrerà tutte le attività da svolgere per ottenere il miglior risultato.

3. Entrare in ambienti aziendali di prim'ordine

TECH seleziona con cura tutti i centri disponibili per lo svolgimento dei Tirocini. Allo specialista sarà garantito l'accesso in un ambiente aziendale prestigioso nell'ambito della Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali. In questo modo, lo studente avrà l'opportunità di sperimentare il lavoro quotidiano di un settore esigente, rigoroso ed esaustivo, applicando sempre le tesi e i postulati scientifici più recenti nella propria metodologia di lavoro.





4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Questo programma è stato creato con l'obiettivo di far mettere in pratica dall'alunno tutte le conoscenze apprese sin dal primo momento, affinché possa sfruttare al meglio le 3 settimane di tirocinio. Lo studente svolgerà delle attività proprie del suo profilo professionale e volte a migliorarlo, sotto la guida di un tutor.

5. Ampliare le frontiere della conoscenza

TECH offre la possibilità di svolgere il Tirocinio presso aziende all'avanguardia, sia nazionali che internazionali. Lo specialista potrà ampliare le proprie frontiere e aggiornarsi con i migliori professionisti che lavorano in aziende di prim'ordine e in diversi continenti. Un'opportunità unica che solo TECH può offrire.

“

Avrai l'opportunità di svolgere un tirocinio all'interno di un'azienda a tua scelta”

03 Obiettivi

Questo Master Semipresenziale è stato pensato per i professionisti in scienze imprenditoriali che desiderano avviare un'impresa nell'ambito digitale. È stato sviluppato un programma che racchiude le attuali strategie del settore in modo realistico e completo. Questo porterà lo studente all'eccellenza accademica ed eleverà la sua carriera al successo.





“

Questo programma ti offre l'opportunità unica di svolgere un tirocinio presenziale per mettere in pratica quanto appreso in modalità online”



Obiettivo generale

- L'obiettivo principale di questo Master Semipresenziale in Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali è far sì che lo studente inserisca nel suo ambiente professionale le nuove tecnologie digitali, necessarie per essere più presente sia su internet che nel mondo in generale. Grazie a un programma completo che unisce la teoria alla pratica in modo coerente

“

*Scoprirai il funzionamento
del panorama aziendale
nel mondo digitale”*





Obiettivi specifici

- ♦ Conoscere il modo giusto per amministrare e gestire aziende di tutte le dimensioni e settori
- ♦ Capire approfonditamente cosa sono le tecnologie dell'informazione e della comunicazione e le loro implicazioni nelle organizzazioni di oggi
- ♦ Saper utilizzare le diverse tipologie di TIC
- ♦ Imparare a gestire bene le aziende di qualsiasi grandezza e settore
- ♦ Saper lavorare con i sistemi di gestione delle informazioni
- ♦ Comprendere i fondamenti della gestione aziendale a livello strategico
- ♦ Conoscere approfonditamente i fondamenti del Digital Marketing nelle aziende di oggi
- ♦ Comprendere il funzionamento del panorama aziendale nel mondo digitale
- ♦ Conoscere i fondamenti dell'amministrazione aziendale a partire dalla descrizione dei suoi elementi, del suo contesto, di come funziona e come è organizzata
- ♦ Acquisire gli elementi necessari per un processo decisionale assertivo
- ♦ Comprendere l'ambito direttivo e amministrativo
- ♦ Identificare la relazione tra la direzione amministrativa e l'azienda
- ♦ Comprendere le principali funzioni del personale dirigente nell'azienda
- ♦ Acquisire un'ampia visione del processo amministrativo e applicarlo allo svolgimento delle proprie funzioni lavorative
- ♦ Analizzare l'importanza dell'iniziativa nell'imprenditoria aziendale
- ♦ Comprendere il ruolo chiave dell'innovazione come elemento di differenziazione per la creazione di piani aziendali

04

Competenze

Dopo aver superato ciascun modulo, lo studente acquisirà le competenze professionali necessarie ad avviare un'impresa nel mondo digitale, con l'impegno etico e la visione aziendale come pilastri fondamentali su cui basarsi per essere un manager di successo nell'era digitale.



“

Questo corso ti aiuterà a migliorare le tue idee imprenditoriali e a distinguerti nell'ambito digitale”

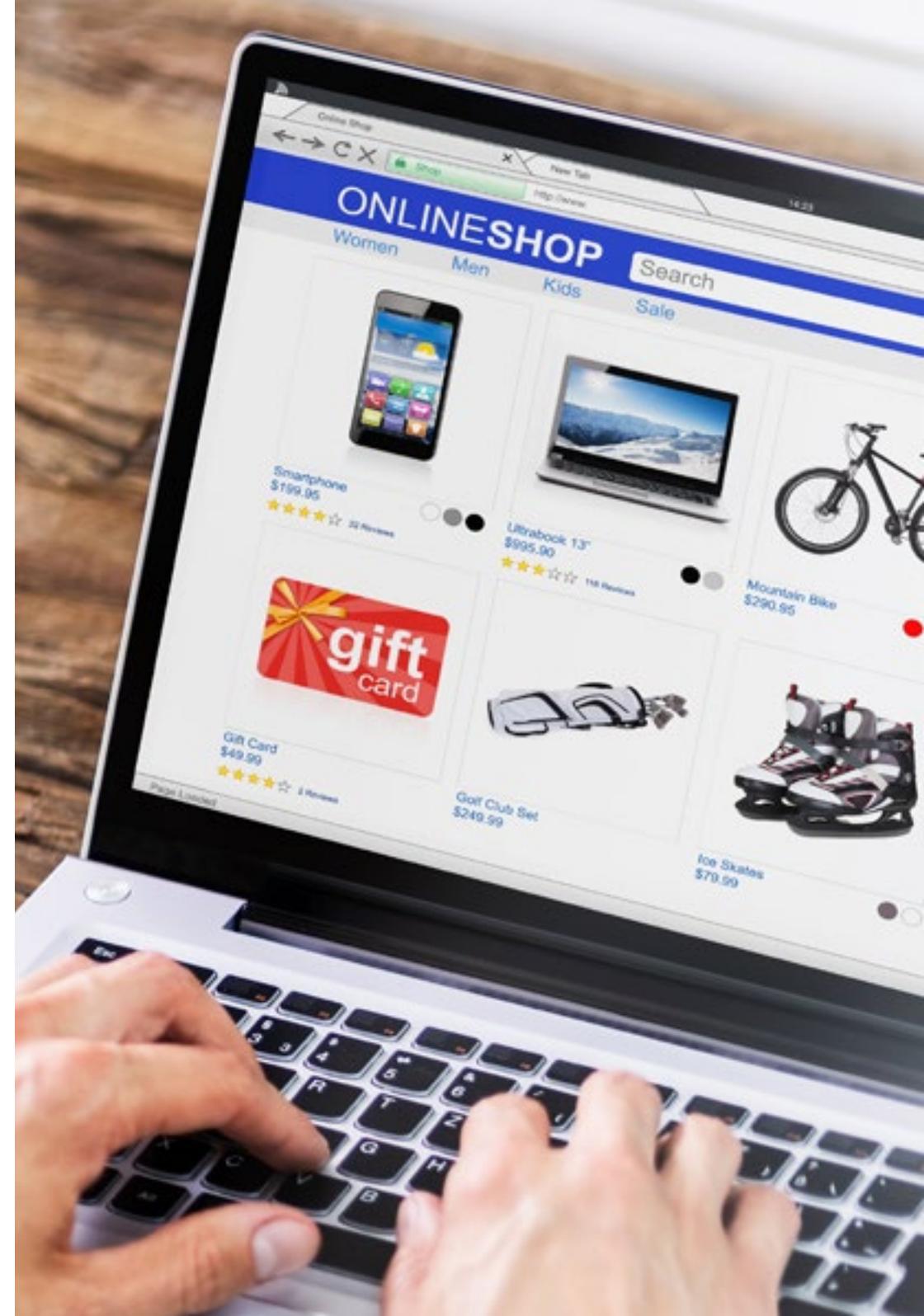


Competenze generali

- Creare e amministrare con successo imprese in ambito digitale
- Adattare le consuete strategie imprenditoriali nel mutevole ambiente digitale
- Sfruttare al meglio le numerose opportunità di business che offre il panorama digitale

“

Le competenze che acquisirai con questo corso ti consentiranno di sviluppare un tuo proprio progetto imprenditoriale”





Competenze specifiche

- Analizzare diverse strategie di Digital Marketing e gestire campagne di questo tipo
- Potenziare l'innovazione all'interno di aziende di qualsiasi settore
- Sviluppare un business plan dall'inizio, conoscendo i mezzi di finanziamento disponibili
- Comprendere le strategie di gestione dei sistemi di informazione per il corretto funzionamento dell'azienda
- Interpretare le caratteristiche, funzioni e tipologie dei diversi sistemi di tecnologia dell'informazione
- Intervenire negli scenari tecnologici per lo sviluppo di processi formativi adattabili al nuovo contesto
- Analizzare le ripercussioni del contesto economico globale sul business
- Analizzare diverse strategie di ristrutturazione aziendale
- Potenziare le idee per l'imprenditorialità nel panorama digitale
- Integrare le nuove Tecnologie dell'Informazione in ambienti virtuali per lo sviluppo di processi formativi in diversi ambiti
- Adattarsi al nuovo contesto, che richiede di intervenire e di svilupparsi nell'impresa digitale
- Identificare le variabili da considerare nei processi decisionali dell'azienda
- Gestire e amministrare aziende del settore digitale

06

Pianificazione del programma

Nella prima parte di questo Master Semipresenziale in Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali lo studente avrà accesso a un programma di studio 100% online, progettato su misura al fine di migliorare la sua carriera. Durante questo periodo di apprendimento potrà affrontare e analizzare le diverse strategie di Digital Marketing per migliorare l'esperienza dell'utente, così come conoscere il funzionamento dell'impresa a livello organizzativo.





“

Non perdere altro tempo e iscriviti a questo Master Semipresenziale che contiene tutte le novità per intraprendere il percorso imprenditoriale nell'era digitale"

Modulo 1. Amministrazione aziendale: introduzione e organizzazione

- 1.1. L'impresa e i suoi elementi
 - 1.1.1. Il concetto di impresa
 - 1.1.2. Funzioni e classificazioni degli obiettivi aziendali
 - 1.1.3. L'imprenditorialità
 - 1.1.4. Tipi di aziende
- 1.2. L'impresa come sistema
 - 1.2.1. Concetti del sistema
 - 1.2.2. I modelli
 - 1.2.3. Sottosistema dell'impresa
 - 1.2.4. Sottosistema dei valori
- 1.3. L'ambiente aziendale
 - 1.3.1. Ambiente e valore
 - 1.3.2. Ambiente generale
 - 1.3.3. Ambiente specifico
 - 1.3.4. Strumenti di analisi
- 1.4. La funzione dirigenziale
 - 1.4.1. Concetti di base
 - 1.4.2. Cosa significa dirigere
 - 1.4.3. Il processo decisionale
 - 1.4.4. La leadership
- 1.5. La pianificazione aziendale
 - 1.5.1. Piano aziendale
 - 1.5.2. Elementi della pianificazione
 - 1.5.3. Tappe
 - 1.5.4. Strumenti per la pianificazione
- 1.6. Il controllo aziendale
 - 1.6.1. Concetto, tipologie e terminologia
 - 1.6.2. Controllo di gestione
 - 1.6.3. Controllo della qualità
 - 1.6.4. Scheda di valutazione completa

- 1.7. L'organizzazione aziendale
 - 1.7.1. Concetti di base
 - 1.7.2. Struttura organizzativa
 - 1.7.3. Sfera culturale
 - 1.7.4. Modelli strutturali
- 1.8. Gestione delle Risorse Umane
 - 1.8.1. Motivazione
 - 1.8.2. Assunzione e selezione
 - 1.8.3. Corsi di aggiornamento per il personale
 - 1.8.4. Valutazione del rendimento
- 1.9. Elementi di Marketing e finanza
 - 1.9.1. Concetti e tappe
 - 1.9.2. Marketing e mercati
 - 1.9.3. Marketing strategico
 - 1.9.4. Relazione e sinergie

Modulo 2. Introduzione alle TIC

- 2.1. Sistemi di informazione: caratteristiche, funzione e tipologie
 - 2.1.1. Introduzione alle TIC
 - 2.1.2. Principi
 - 2.1.3. Caratteristiche
 - 2.1.4. Inizi
 - 2.1.5. Vantaggi e svantaggi
 - 2.1.6. Tipologie
 - 2.1.7. Tipologie dei sistemi informativi
 - 2.1.8. Processi aziendali
- 2.2. Sistemi di Informazione: influenza, vantaggio competitivo e strategie basate su reti e web 2.0
 - 2.2.1. Influenza delle TIC
 - 2.2.2. Attuali
 - 2.2.3. Globali
 - 2.2.4. Vantaggi competitivi
 - 2.2.5. Strategie basate sul web 2.0
 - 2.2.6. Strategie di rete

2.3. Le Tecnologie di Informazione e Comunicazione (TIC)

- 2.3.1. Componenti
- 2.3.2. Concetto
- 2.3.3. Tipi di componenti
- 2.3.4. Applicazioni
- 2.3.5. Evoluzione dell'infrastruttura
- 2.3.6. Storia
- 2.3.7. Situazione attuale e sviluppo
- 2.3.8. L'amministrazione dell'infrastruttura delle TIC
- 2.3.9. Boosters
- 2.3.10. Amministrazione

2.4. Hardware e tendenze nell'hardware

- 2.4.1. L'hardware
- 2.4.2. Concetto
- 2.4.3. Evoluzione dell'hardware
- 2.4.4. Classificazione di hardware e software
- 2.4.5. Tendenze nell'hardware
- 2.4.6. Elaboratore di dati
- 2.4.7. Accelerazione dei processi
- 2.4.8. Memorizzazione di dati elaborati
- 2.4.9. Visualizzazione grafica

2.5. Integrazione delle piattaforme di elaborazione e telecomunicazioni

- 2.5.1. Integrazione
- 2.5.2. Concettualizzazione
- 2.5.3. Evoluzione
- 2.5.4. Interdipendenza aziendale
- 2.5.5. Integrazione e competizione
- 2.5.6. Strumenti per l'integrazione
- 2.5.7. Big data

2.6. Modalità di elaborazione, virtualizzazione e processori multi core

- 2.6.1. Vari modelli
- 2.6.2. Sistema di processori multipli
- 2.6.3. Concetto di elaborazione
- 2.6.4. La virtualizzazione
- 2.6.5. Requisiti
- 2.6.6. Ipervisor
- 2.6.7. Paravirtualizzazione

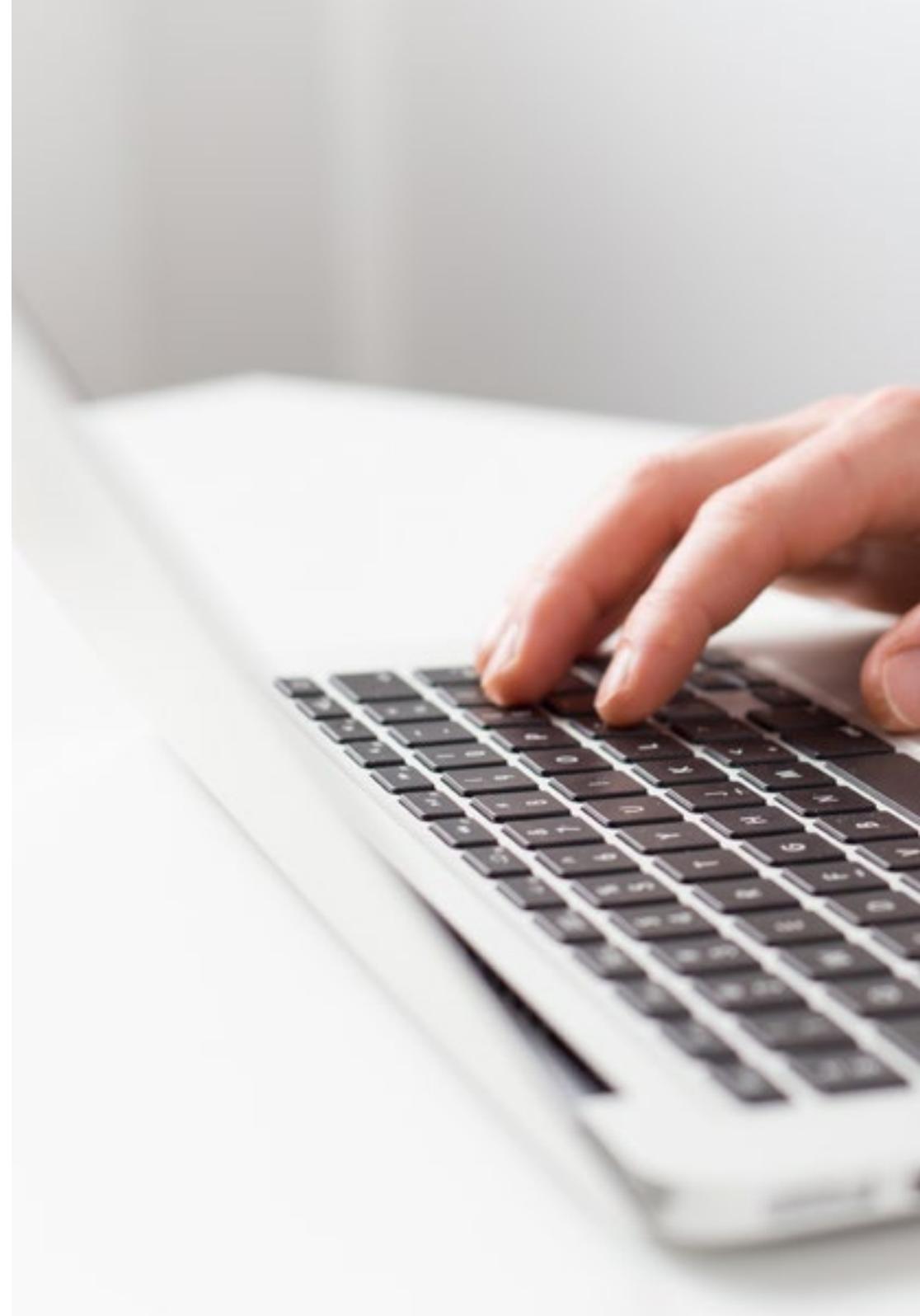
2.7. Il software e le piattaforme di software

- 2.7.1. Il software
- 2.7.2. Contesto
- 2.7.3. Concetti e definizioni
- 2.7.4. Applicazioni
- 2.7.5. Piattaforme di software
- 2.7.6. Piattaforme attuali
- 2.7.7. Evoluzione delle piattaforme

2.8. Il linguaggio Java e l'integrazione di applicazioni aziendali

- 2.8.1. Il linguaggio Java
- 2.8.2. Concetti
- 2.8.3. Caratteristiche
- 2.8.4. Punti salienti
- 2.8.5. Architettura delle applicazioni aziendali
- 2.8.6. Concetto
- 2.8.7. L'integrazione nelle imprese
- 2.8.8. *Transcoding*
- 2.8.9. Adattamento semantico dei contenuti

- 2.9. Reti: reti corporative e tecnologie di connettività
 - 2.9.1. Reti corporative e tecnologie di connettività
 - 2.9.2. Trasformazione
 - 2.9.3. Connettività nell'impresa
 - 2.9.4. Soluzioni di connettività
 - 2.9.5. Tipologie e mezzi di trasmissione
 - 2.9.6. Concetto e definizioni
 - 2.9.7. Mappe di trasmissione
- 2.10. Internet, il Web, il Web 2.0 e il Web 3.0
 - 2.10.1. Che cos'è internet?
 - 2.10.2. Concettualizzazione
 - 2.10.3. Applicazioni
 - 2.10.4. Web 1.0
 - 2.10.5. Concettualizzazione
 - 2.10.6. Contenuti statici
 - 2.10.7. La divulgazione
 - 2.10.8. Web 2.0
 - 2.10.9. Concettualizzazione
 - 2.10.10. Contenuti dinamici
 - 2.10.11. Lo sviluppo
 - 2.10.12. Web 3.0
 - 2.10.13. Concettualizzazione
 - 2.10.14. Contenuti multi-dispositivo
 - 2.10.15. Il web intelligente
- 2.11. Strumenti aziendali per la comunicazione e il coordinamento
 - 2.11.1. Strumenti aziendali
 - 2.11.2. La gestione a distanza
 - 2.11.3. Pianificare la comunicazione
 - 2.11.4. Metodi di coordinamento
 - 2.11.5. Il coordinamento internazionale
 - 2.11.6. Il coordinamento internazionale
 - 2.11.7. Concetto online



- 2.12. Organizzazione tradizionale dei file, sistemi di gestione dei dati, memorizzazione ed estrazione di dati
 - 2.12.1. Memorizzazione di dati
 - 2.12.2. Analisi dei dati
 - 2.12.3. Tipi di memorizzazione
 - 2.12.4. Tipo di informazioni memorizzabili
 - 2.12.5. Variabilità dei dati
 - 2.12.6. Sistema di gestione di dati
 - 2.12.7. Scheda di valutazione completa
 - 2.12.8. Processi di pianificazione
 - 2.12.9. Indicatori di gestione
 - 2.12.10. Estrazione di dati
 - 2.12.11. Concetto
 - 2.12.12. Teoria della complessità computazionale
 - 2.12.13. Tendenze
- 2.13. Sistemi aziendali: sistemi di gestione aziendale e sistemi di supporto alle decisioni
 - 2.13.1. Sistema di supporto alle decisioni
 - 2.13.2. Sistema di assistenza: DSS
 - 2.13.3. Processo decisionale basato sulla gestione dei dati
 - 2.13.4. Processi di gestione aziendale
 - 2.13.5. Concetti di gestione
 - 2.13.6. Fasi del processo
- 2.14. E-commerce
 - 2.14.1. Significato di e-Commerce
 - 2.14.2. Concetto
 - 2.14.3. B2B.
 - 2.14.4. Implicazioni
 - 2.14.5. Sfide dell'E-commerce
 - 2.14.6. Principali tipi di E-commerce
 - 2.14.7. Tipologie di E-commerce
 - 2.14.8. Mercati di scambio
 - 2.14.9. L'evoluzione e le ripercussioni
 - 2.14.10. Espansione
 - 2.14.11. Ripercussione globale

Modulo 3. Direzione commerciale I

- 3.1. Ricerche di mercato
 - 3.1.1. Comportamento del consumatore
 - 3.1.2. Tecniche di ricerca di mercato
 - 3.1.3. Strumenti di analisi dati
 - 3.1.4. Portata e limiti
- 3.2. Pubblicità
 - 3.2.1. L'importanza della pubblicità per l'impresa
 - 3.2.2. Esperienza d'acquisto
 - 3.2.3. Pubblicità sui media digitali
- 3.3. Pianificazione dei media
 - 3.3.1. Audience e mercato pubblicitario
 - 3.3.2. Selezione dei media e supporti
 - 3.3.3. Misurazione dell'efficacia
- 3.4. Direzione commerciale
 - 3.3.1. Analisi interna ed esterna. SWOT
 - 3.3.2. Analisi di settore e competitiva
 - 3.3.3. Modello CANVAS

Modulo 4. Direzione aziendale

- 4.1. Il direttivo e le sue funzioni La cultura organizzativa e i suoi approcci
 - 4.1.1. Funzioni del direttivo
 - 4.1.2. La strategia di gestione
 - 4.1.3. Cultura organizzativa
- 4.2. Processo di gestione del cambiamento
 - 4.2.1. Tipologie
 - 4.2.2. Resistenza
 - 4.2.3. Stimolo all'innovazione
 - 4.2.4. Modelli di gestione
- 4.3. Il processo decisionale
 - 4.3.1. Il processo decisionale e gestionale
 - 4.3.2. Stili di gestione
 - 4.3.3. Tipologie di decisioni

- 4.4. La pianificazione strategica
 - 4.4.1. Obiettivi
 - 4.4.2. Metodi
 - 4.4.3. Pianificazione di ambienti dinamici
- 4.5. Il processo di direzione strategica
 - 4.5.1. Tipi di processi
 - 4.5.2. Missione e analisi dei processi
 - 4.5.3. Implementazione dei processi e valutazione
- 4.6. La struttura organizzativa
 - 4.6.1. Concetti generali
 - 4.6.2. Strutture meccanicistiche
 - 4.6.3. Strutture organiche
- 4.7. Progettazione organizzativa
 - 4.7.1. Propositi dell'organizzazione
 - 4.7.2. Fattori di contingenza
 - 4.7.3. Tipi di progettazione
- 4.8. Sviluppo e prestazioni del gruppo
 - 4.8.1. Definizione e concetti generali
 - 4.8.2. Gruppi efficienti
 - 4.8.3. Gruppi globali
- 4.9. La comunicazione in azienda
 - 4.9.1. Funzione della comunicazione nell'azienda
 - 4.9.2. Metodi di comunicazione
 - 4.9.3. Influenza delle TIC
- 4.10. Comunicazione interpersonale e organizzativa
 - 4.10.1. Concetti di base
 - 4.10.2. Comunicazione interpersonale
 - 4.10.3. Comunicazione organizzativa
- 4.11. La motivazione in azienda
 - 4.11.1. Concetto e applicazione della motivazione
 - 4.11.2. Teorie di motivazione
 - 4.11.3. Implementazione della motivazione

- 4.12. La leadership nell'azienda
 - 4.12.1. Teorie di contingenza
 - 4.12.2. Tipologie di leadership
 - 4.12.3. Implementazione della leadership nell'impresa
- 4.13. Controllo di operazioni
 - 4.13.1. Concetti di controllo e controllo di gestione
 - 4.13.2. Processi di controllo
 - 4.13.3. Misurazione e valutazione
- 4.14. Gestione del controllo di operazioni
 - 4.14.1. Strumenti per il controllo
 - 4.14.2. Sistemi di correzione
 - 4.14.3. Vantaggi e problemi del controllo di operazioni
- 4.15. Direzione di operazioni
 - 4.15.1. Importanza della direzione
 - 4.15.2. La catena di valore
 - 4.15.3. Gestione qualità
 - 4.15.4. Costi di immagazzinaggio, *Picking* e *Packing*
 - 4.15.5. Costi di distribuzione

Modulo 5. Strategie di Digital Marketing

- 5.1. Amministrazione di business digitali
 - 5.1.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media
 - 5.1.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale
 - 5.1.3. Pianificazione e contrattazione di media digitali
 - 5.1.4. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale
- 5.2. Marketing Digitale per rafforzare il marchio
 - 5.2.1. Contenuto del marchio e narrazioni
 - 5.2.2. Ipersegmentazione
 - 5.2.3. Videomarketing.
 - 5.2.4. Vendite sociali
- 5.3. Definire la strategia di Marketing Digitale
 - 5.3.1. *Closed Loop Marketing*
 - 5.3.2. *Continuous Loop Marketing*
 - 5.3.3. *Multichannel Marketing.*

- 5.4. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti
 - 5.4.1. Ipersegmentazione e microlocalizzazione
 - 5.4.2. Strategie di fidelizzazione e vincolo mediante internet
 - 5.4.3. Gestione delle relazioni del visitatore
- 5.5. Tendenze del marketing digitale
 - 5.5.1. *Digital Neuromarketing*
 - 5.5.2. *Avatar marketing*
 - 5.5.3. *Bluecasting*
- 5.6. Gestione delle campagne digitali
 - 5.6.1. *Display advertising* e *Rich Media*
 - 5.6.2. Campagne multi-piattaforma, multi-segmento, multi-personalizzazione
 - 5.6.3. Pubblicità su televisione digitale
- 5.7. Piani di marketing online
 - 5.7.1. Indagini online
 - 5.7.2. Creazione del piano di marketing online
 - 5.7.3. Configurazione e attivazione
 - 5.7.4. Lancio e gestione
- 5.8. *Blended Marketing*
 - 5.8.1. Integrando azioni on e off
 - 5.8.2. Personalizzare e segmentare
 - 5.8.3. Migliorare l'esperienza dell'utente

Modulo 6. Tecnologia e informazioni nell'impresa digitale

- 6.1. Ambienti tecnologici
 - 6.1.1. L'ambiente tecnologico
 - 6.1.2. Funzionamento e importanza delle TI nella compagnia
 - 6.1.3. Necessità e aree di opportunità
- 6.2. Direzione di sistemi informativi
 - 6.2.1. Sistemi di informazione aziendale
 - 6.2.2. Decisioni strategiche
 - 6.2.3. Ruolo del CIO

- 6.3. Pianificazione strategica dei sistemi di informazione
 - 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
 - 6.3.2. Formulazione della strategia di SI
 - 6.3.3. Piano di introduzione della strategia
- 6.4. Sistemi di informazione e business intelligence
 - 6.4.1. CRM e Business Intelligence
 - 6.4.2. Gestione dei progetti di business intelligence
 - 6.4.3. Architettura della Business Intelligence
- 6.5. Applicazioni di gestione aziendale
 - 6.5.1. Analisi aziendale e settori industriali
 - 6.5.2. Modelli di business basati su internet
 - 6.5.3. Il valore dell'IT nell'azienda
- 6.6. Trasformazione Digitale
 - 6.6.1. Modelli di business a base tecnologica
 - 6.6.2. Capacità di innovare
 - 6.6.3. Rivisitazione dei processi della catena di valore
- 6.7. Tecnologie e tendenze
 - 6.7.1. Strategie di e-commerce
 - 6.7.2. Strategie per i social media
 - 6.7.3. Modelli di E-commerce
- 6.8. *Outsourcing* delle Tecnologie di Informazione
 - 6.8.1. Determinazione di obiettivi in TI
 - 6.8.2. Selezione dei fornitori





Modulo 7. Creazione e gestione di imprese nell'ambiente digitale

- 7.1. Contesto economico globale
 - 7.1.1. Fondamenti dell'economia globale
 - 7.1.2. La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari
 - 7.1.3. Imprenditorialità e nuovi mercati
- 7.2. Finanza aziendale
 - 7.2.1. Politica finanziaria e crescita
 - 7.2.2. Metodi di valutazione aziendale
 - 7.2.3. Struttura del capitale e leva finanziaria
- 7.3. Analisi economica delle decisioni
 - 7.3.1. Controllo del bilancio
 - 7.3.2. Analisi della concorrenza
 - 7.3.3. Analisi aziendale
 - 7.3.4. Processo decisionale
 - 7.3.5. Investimento o disinvestimento imprenditoriale
- 7.4. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda
 - 7.4.1. Evoluzione del modello di IT
 - 7.4.2. Organizzazione e dipartimento IT
 - 7.4.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico
- 7.5. Strategia aziendale e tecnologica
 - 7.5.1. Creazione di valore per clienti e azionisti
 - 7.5.2. Decisioni strategiche di SI/TI
 - 7.5.3. Strategia aziendale vs strategia tecnologica e digitale
- 7.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale
 - 7.6.1. *Business Intelligence*
 - 7.6.2. *Data Warehouse*
 - 7.6.3. BSC o Scheda di valutazione bilanciata
- 7.7. Strategia digitale
 - 7.7.1. Strategia tecnologica e il suo impatto sull'innovazione digitale
 - 7.7.2. Pianificazione strategica delle tecnologie dell'informazione
 - 7.7.3. Strategia e internet

- 7.8. Modelli di business basati su internet
 - 7.8.1. Analisi di aziende affermate nel settore tecnologico
 - 7.8.2. Sistemi di generazione di modelli di business
 - 7.8.3. Analisi di modelli di business innovativi in settori tradizionali
 - 7.8.4. Analisi dei modelli di business innovativi su internet
 - 7.9. Sistemi aziendali basati sulla collaborazione
 - 7.9.1. I sistemi di gestione dei clienti: CRM
 - 7.9.2. I sistemi di gestione della catena di fornitura
 - 7.9.3. Sistemi di e-commerce
 - 7.10. Business sociali
 - 7.10.1. Visione strategica del Web 2.0 e le sue sfide
 - 7.10.2. Opportunità di convergenza e tendenze TIC
 - 7.10.3. Come rendere redditizio il web 2.0 e i social media
 - 7.10.4. Mobilità e business digitale
- Modulo 8. Direzione dell'innovazione in ambiente digitale**
- 8.1. Pensiero progettuale
 - 8.1.1. Strategia del Blue Ocean
 - 8.1.2. Innovazione collaborativa
 - 8.1.3. *Open Innovation*
 - 8.2. Intelligenza strategica dell'innovazione
 - 8.2.1. Vigilanza tecnologica
 - 8.2.2. Prospettiva tecnologica
 - 8.2.3. *Coolhunting*
 - 8.3. Entrepreneurship e innovazione
 - 8.3.1. Strategie per ricercare opportunità di business
 - 8.3.2. Valutazione dell'affidabilità dei nuovi progetti
 - 8.3.3. Sistemi di gestione dell'innovazione
 - 8.3.4. Competenze *Soft* di un imprenditore
 - 8.4. Gestione delle *Startup*
 - 8.4.1. Introduzione alla gestione finanziaria nelle startup
 - 8.4.2. Metriche finanziarie per *startup*
 - 8.4.3. Pianificazione finanziaria: modelli di proiezione e loro interpretazione
 - 8.4.4. Metodi di valutazione
 - 8.4.5. Aspetti legali
 - 8.5. Il Business Plan
 - 8.5.1. *Il Business Plan* nell'era digitale
 - 8.5.2. Modello *Canvas*
 - 8.5.3. *Value Proposition Model*
 - 8.5.4. Contenuto e presentazione
 - 8.6. Gestione dei progetti
 - 8.6.1. Sviluppo agile
 - 8.6.2. Lean Management nelle Startup
 - 8.6.3. Monitoraggio e direzione di progetti
 - 8.7. Fasi di crescita di una start-up
 - 8.7.1. Fase di *Seed*
 - 8.7.2. Fase di *Startup*
 - 8.7.3. Fase di *Growth*
 - 8.7.4. Fase di consolidamento

- 8.8. Finanziamento delle *Startup*
 - 8.8.1. Finanziamento bancario
 - 8.8.2. Sovvenzioni
 - 8.8.3. Capitale di avviamento e acceleratori. *Business Angels*
 - 8.8.4. *Venture Capital*. IPO
 - 8.8.5. *Public to Private Partnership*
- 8.9. Enti nazionali e internazionali di capitale di rischio e capitale iniziale
 - 8.9.1. Istituzioni pubbliche: CDTI, ENISA
 - 8.9.2. Entità di *Venture Capital* nazionali e internazionali
 - 8.9.3. Investitori privati: Caixa Capital Risc. Startup
 - 8.9.4. FOND-ICO globale
 - 8.9.5. Acceleratori: Wayra, Lanzadera e Plug & play
- 8.10. *Lean Management*
 - 8.10.1. Principi base del *Lean Management*
 - 8.10.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
 - 8.10.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità
 - 8.10.4. Canali di comunicazione con il cliente
 - 8.10.5. Integrazione con il negozio online
 - 8.10.6. Centri di servizi online



Approfondisci la teoria più rilevante in questo campo, applicandola successivamente in un ambiente di lavoro reale"

07 Tirocinio

Dopo aver concluso il programma di studio online, lo studente sarà pronto per svolgere un tirocinio presso un'agenzia di rilievo nel settore digitale. Della durata di tre settimane, dal lunedì al venerdì, per 8 ore consecutive al giorno. Per tutta la sua durata, lo studente sarà supportato e guidato da uno specialista.





“

Questa modalità semipresenziale ti aiuterà a entrare con sicurezza nell'ambiente digitale, aumentando la tua fiducia nella gestione di un'impresa in questo ambiente”

Il tirocinio presenziale consentirà allo studente di imparare a svolgere varie attività, tra cui la valutazione, l'identificazione e la gestione dei rischi degli strumenti finanziari; la pianificazione delle campagne digitali, l'applicazione di tecnologie della comunicazione e altre attività correlate completando il processo di apprendimento.

L'insegnamento pratico si svolgerà con la partecipazione attiva dello studente che prenderà parte alle attività e alle procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con il supporto e la guida dei docenti e degli altri compagni di tirocinio che facilitano il lavoro di squadra e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per la pratica quotidiana (imparare a essere e imparare a relazionarsi con gli altri).

Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica del corso e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro dell'azienda stessa; le attività proposte sono le seguenti:

“

Questo corso ti aiuterà a crescere in uno scenario reale, grazie al supporto di un'equipe di professionisti specializzati che ti aiuteranno a realizzare un piano di business sin dall'inizio”





Modulo	Attività Pratica
Creazione e gestione di imprese nell'ambito digitale	Sviluppare strategie aziendali e tecnologiche dell'impresa
	Applicare modelli di business basati su internet
	Utilizzare il sistema di gestione della catena di approvvigionamento
	Esercitarsi sul profitto del Web 2.0 e dei social network
	Analizzare il ROI in un piano di Marketing Digitale
	Riconoscere le strategie di marketing digitale impiegate dall'azienda e migliorarle <i>Closed Loop Marketing, Continuous Loop Marketing e Multichannel Marketing.</i>
Organizzazione e Amministrazione Aziendale	Utilizzare gli strumenti di pianificazione
	Partecipare ad azioni di marketing strategico, stabilire relazioni e sinergie
	Eseguire un bilancio annuale utilizzando i modelli per gli stati finanziari secondo i criteri di valutazione
	Valutare, identificare e gestire i rischi degli strumenti finanziari
	Riconoscere le diverse imposte applicabili all'azienda
	Effettuare il calcolo dell'imposta sulle società e valutare l'IRPEF e l'IVA
Direzione e innovazione aziendale	Utilizzare le tecniche di ricerca di mercato, il modello CANVAS e altri strumenti di analisi dati
	Proporre la pianificazione di supporti: audience e mercato pubblicitario
	Effettuare l'analisi interna ed esterna Effettuare l'analisi settoriale e competitiva
	Introdurre la leadership e la motivazione attraverso le diverse teorie motivazionali
	Introdurre l'Intelligenza strategica dell'innovazione: <i>Coolhunting e la ricerca di opportunità di business</i>
	Gestire i parametri finanziari delle <i>Startup</i> , controllare gli aspetti legali <i>Lean Management</i> e finanziamento di una <i>Startup</i>
Tecnologia e informazione nell'impresa digitale	Gestire i sistemi di informazione aziendale
	Pianificare ed elaborare strategie di sistemi di informazione e coordinamento aziendale
	Usare il CRM, software e intelletto nell'azienda
	Esaminare le strategie di e-commerce e social media
	Usare strumenti per l'integrazione e <i>Big Data</i>
	Verificare le reti aziendali e le tecnologie di connettività

Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda. All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa entità formativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del tirocinio all'interno dell'azienda scelta.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. In questo modo, il tirocinante non dovrà preoccuparsi in caso di situazioni impreviste e avrà a disposizione una copertura fino al termine del periodo di tirocinio.



Condizioni generali del tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

1. TUTORAGGIO: durante il Master Semipresenziale agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, allo studente verrà assegnato anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e fornendogli tutto ciò di cui potrebbe aver bisogno. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

2. DURATA: il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

3. MANCATA PRESENTAZIONE: in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Master Semipresenziale, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

4. CERTIFICAZIONE: lo studente che supererà il Master Semipresenziale riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

5. RAPPORTO DI LAVORO: il Master Semipresenziale non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo. **6. STUDI PRECEDENTI:** alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Master Semipresenziale. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

7. NON INCLUDE: il Master Semipresenziale non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

08

Dove posso svolgere il Tirocinio?

Consapevole delle esigenze del settore imprenditoriale, TECH ha stretto diversi accordi con le agenzie più prestigiose a livello internazionale. Costituendo così un'opportunità unica per l'alunno, affinché possa crescere nel suo ambito lavorativo insieme ai migliori specialisti di Marketing e di gestione aziendale.





“

Grazie a questo Master Semipresenziale di TECH potrai scegliere tra diverse aziende di Marketing a tua disposizione”

tech 40 | Dove posso svolgere il Tirocinio?



Gli studenti potranno svolgere il tirocinio di questo Master Semipresenziale presso i seguenti centri:



Business School

Match Mode

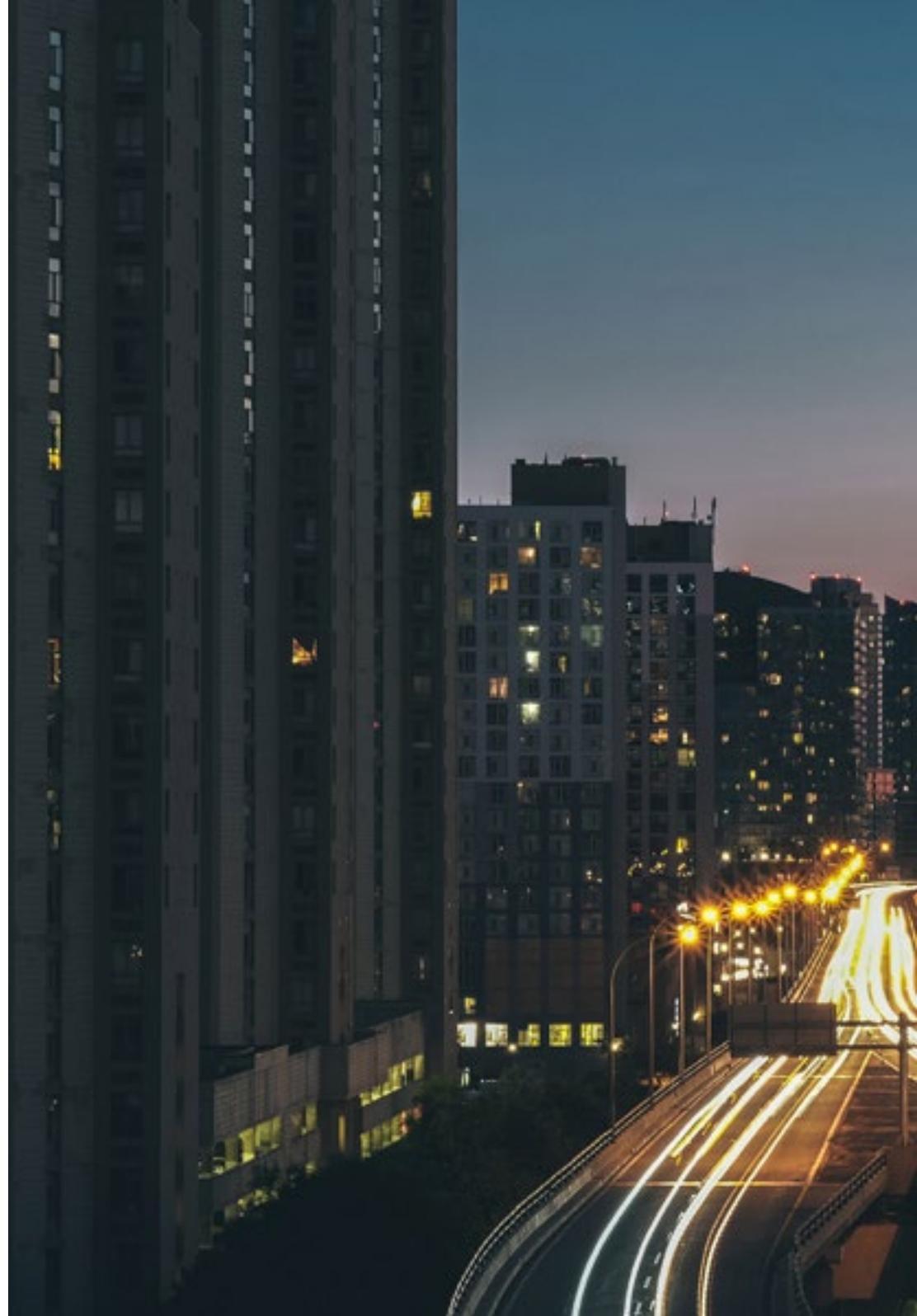
Paese	Città
Spagna	Barcellona

Indirizzo: Avenida Diagonal 696
(08034) Barcelona

Unica piattaforma specializzata in moda per l'assunzione di freelance specializzati in questo settore

Ambiti pratici di competenza:

- Gestione della Comunicazione nel settore della Moda e del Lusso
- Gestione di Società di Comunicazione



09

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”

La Business School di TECH utilizza il 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”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



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

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 aziendale più attuali.

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

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 ci confrontiamo nel metodo casistico, 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 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

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 scuola di business 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). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto 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 che punta direttamente 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.



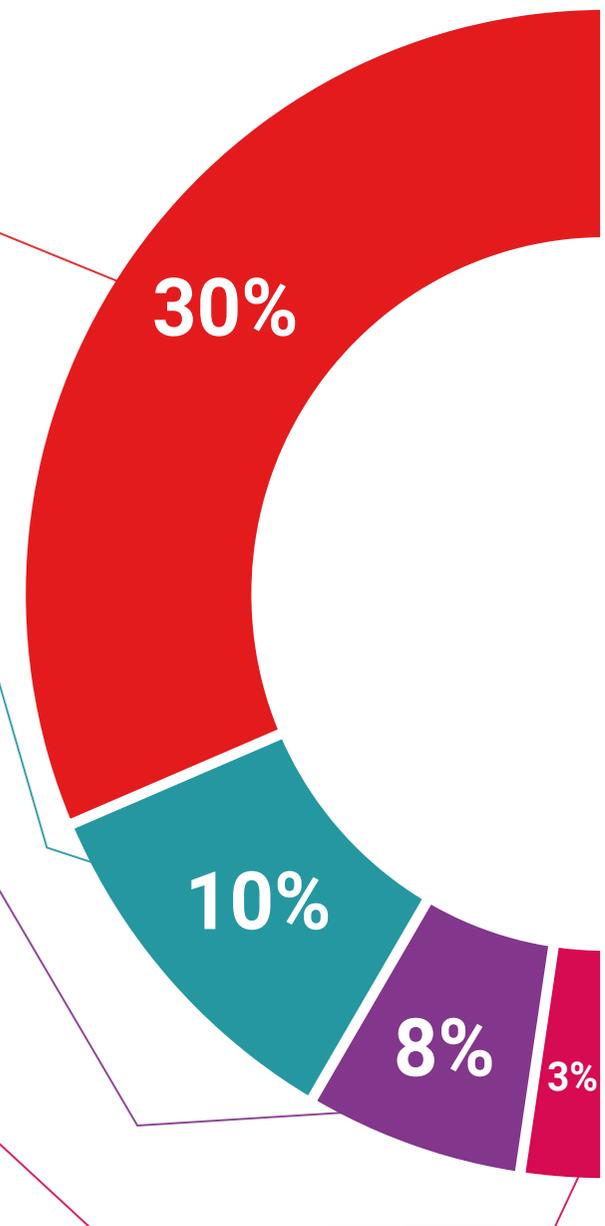
Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager 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 tutorati dai migliori specialisti in senior management 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.



09

Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica



“

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

Questo **Master Semipresenziale in Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.

Titolo: **Master Semipresenziale in Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali**

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

N° Ore Ufficiali: **1.620 o.**



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

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

tech università
tecnologica

Master Semipresenziale Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620 o.

Master Semipresenziale

Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali