

# Master Semipresenziale

## MBA in Digital Business





**tech** università  
tecnologica

## Master Semipresenziale MBA in Digital Business

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Accesso al sito web: [www.techitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-mba-digital-business](http://www.techitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-mba-digital-business)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Perché iscriversi a questo  
Master Semipresenziale?

---

*pag. 8*

03

Obiettivi

---

*pag. 12*

04

Competenze

---

*pag. 18*

05

Direzione del corso

---

*pag. 20*

06

Struttura e contenuti

---

*pag. 26*

07

Tirocinio

---

*pag. 36*

08

Dove posso svolgere il  
Tirocinio?

---

*pag. 42*

09

Metodologia

---

*pag. 48*

10

Titolo

---

*pag. 56*

# 01

# Presentazione

Lo sviluppo delle TIC, legato alla crescita del commercio elettronico e alle possibilità del Web 4.0, ha favorito il reindirizzamento di molteplici attività, o parte di esse, verso il mercato digitale. Tuttavia, si tratta di un ambiente complesso che richiede una conoscenza specifica per garantire i migliori risultati e affrontare la concorrenza imperante. Per raggiungere il grado di specializzazione richiesto dal mercato, lo studente ha questo programma molto completo, un'esperienza accademica che unisce teoria e pratica. Inoltre, questo progetto TECH sarà arricchito da una serie di 10 *Masterclasses* uniche e complementari, guidate da uno specialista di spicco in Marketing Digitale.



“

*Stai cercando di accedere al mondo del Marketing Digitale? TECH ti offre l'opportunità perfetta! Un rinomato Direttore Ospite Internazionale offrirà 10 Masterclasses esclusive in questo campo di studio"*

Il sito web è pieno di milioni di aziende che hanno deciso di offrire i loro prodotti e servizi online, quindi la grande concorrenza rende il business digitale una lotta costante per occupare le prime posizioni nei principali motori di ricerca. Molte entità hanno trovato nel commercio elettronico un'opportunità per continuare la loro attività, qualcosa che, col passare del tempo, è diventato un compito sempre più complesso.

Per questo la figura del professionista del Marketing e dell'Analisi Web ha assunto una particolare rilevanza, poiché sulla base della sua conoscenza specializzata delle principali strategie SEO, SEM e pubblicità online su misura, è in grado di ottenere una serie di risultati garantiti, cosa impossibile con le tecniche tradizionali. Per questo motivo, e sulla base delle molteplici sbocchi professionali che lo studente può trovare in questo campo, TECH ha sviluppato questo completo Master Semipresenziale MBA in Digital Business, un programma che unisce teoria e pratica in un'esperienza accademica di 1.920 ore della migliore formazione.

Grazie a questo titolo, lo studente potrà ampliare e aggiornare le sue conoscenze sulle principali strategie di e-commerce e Marketing nei motori di ricerca, approfondendo la comunicazione digitale e l'innovazione attraverso le tecnologie esistenti oggi. A tal fine, avrà a disposizione materiale teorico e aggiuntivo presentato in un formato comodo e accessibile al 100% online.

Nonostante la qualità dei contenuti, il punto forte di questo programma è comunque la possibilità di un tirocinio di 120 ore presso una grande azienda del settore. Sulla base di ciò, lo studente diventerà parte del team dell'agenzia, partecipando attivamente alla sua vita quotidiana e facendo uso della tecnologia professionale più all'avanguardia e innovativa nell'area aziendale digitale. Si tratta quindi di un'opportunità unica per includere nel suo curriculum un'esperienza altamente formativa che ti aprirà tantissime porte verso il futuro lavorativo.

Questo **Master Semipresenziale MBA in Digital Business** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di oltre 100 casi di studio presentati da professionisti del settore dell'analisi web e da esperti nella gestione e nell'analisi dei dati aziendali digitali
- ♦ I suoi contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici, sono pensati per fornire informazioni scientifiche e assistenziali su quelle discipline mediche che sono essenziali per la pratica professionale.
- ♦ Creazione di campagne tramite Addwords, Google Shopping e Social Media per app o reMarketing
- ♦ Il miglior contenuto per conoscere nel dettaglio le chiavi dell'analisi web attraverso la padronanza esaustiva delle principali strategie di interpretazione e studio dei dati per la corretta ottimizzazione dei siti web
- ♦ Inclusione delle tecniche più efficaci per ottenere una corretta ottimizzazione dei siti web, nonché per aumentare il traffico e le conversioni organiche
- ♦ Questo sarà integrato da lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Inoltre, potrai fare un tirocinio in una delle migliori aziende del settore della pubblicità e del Marketing online

“

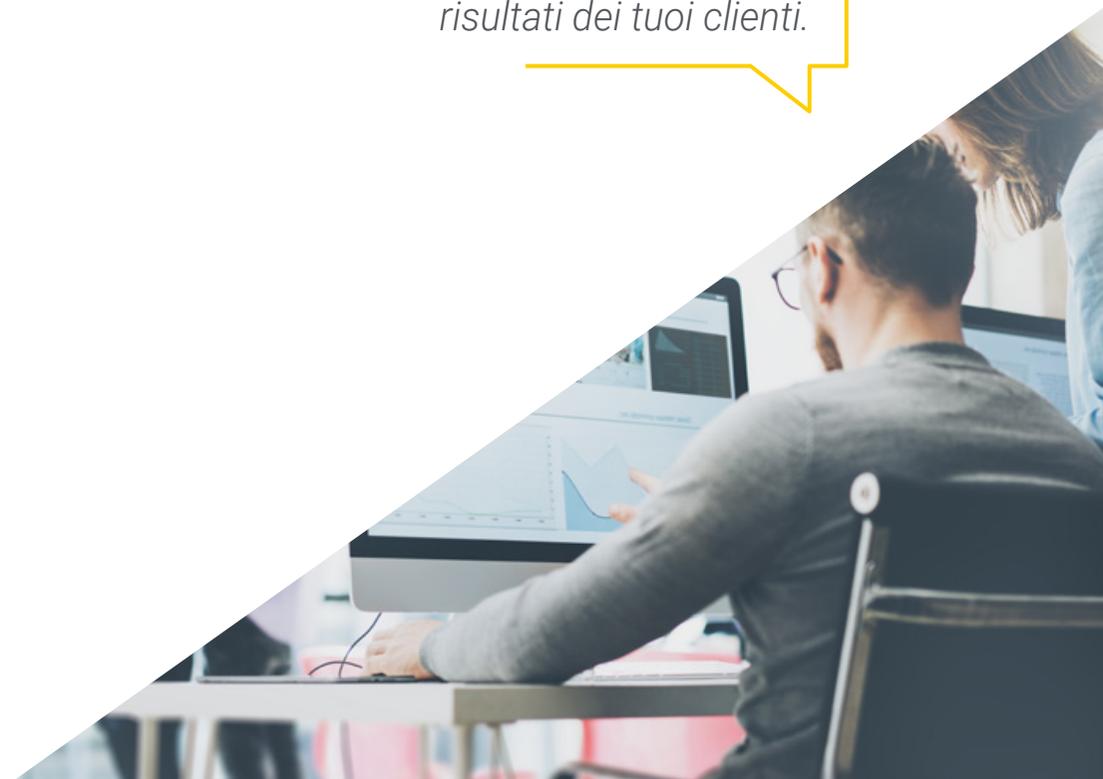
*Analisi SEO e SEM, strategie di misura, tecniche per migliorare il posizionamento nei motori di ricerca, ecc. Con questo programma lavorerai su tutti questi aspetti e su molti altri!"*

In questa proposta di Master Semipresenziale, a carattere professionale e modalità semipresenziale, il programma è volto all'aggiornamento dei professionisti dell'amministrazione che svolgono le loro funzioni negli ambienti digitali più complessi, per questo richiedono una conoscenza approfondita. I contenuti sono basati sulle ultime evidenze dell'area, e orientato in modo didattico a integrare le conoscenze teoriche nella pratica amministrativa e di gestione dei dati web, e gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e consentiranno la presa decisioni per la corretta orientamento e funzione lavorativa.

Grazie ai loro contenuti multimediali elaborati con le più recenti tecnologie educative, consentiranno al professionista di ottenere un apprendimento localizzato e contestuale, vale a dire un ambiente simulato che fornisca un apprendimento immersivo programmato per specializzarsi in situazioni reali. La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Questo titolo porterà alla tua carriera un segno di qualità, basato sulla conoscenza approfondita di un'area in crescita come quella relativa al business digitale.*

*Potrai aggiornarti sulle tendenze in Mobile Marketing più all'avanguardia ed efficaci, potendo utilizzarle per migliorare i risultati dei tuoi clienti.*



02

# Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Il commercio elettronico è una delle molteplici potenzialità che le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno svelato e che molte imprese, orientate verso l'ambito digitale, stanno ora mettendo in pratica. La padronanza di queste attività richiede conoscenze aggiornate e competenze più complesse. Lo studente di TECH troverà tutte queste caratteristiche in una formazione di eccellenza che integra perfettamente l'insegnamento teorico con l'apprendimento pratico.



“

*Questo Master Semipresenziale MBA in Digital Business è tutto ciò che ti serve per elevare la tua carriera professionale al massimo livello di eccellenza"*

### **1. Aggiornarsi sulla base delle più recenti tecnologie disponibili**

Le più innovative tecnologie mobili, per i social network e l'e-commerce saranno a portata di mano degli studenti in questa qualifica. In questo modo, ciascuno degli studenti sarà in grado di gestirli con professionalità e integrarli nel loro esercizio lavorativo quotidiano in modo rapido e flessibile, fino a diventare gli esperti più richiesti in quella sfera del mercato aziendale.

### **2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti**

TECH offre ai suoi studenti la guida personalizzata di grandi esperti nell'implementazione del Digital Business. Un gruppo di loro li assisterà durante l'apprendimento teorico dei contenuti di questo Master Semipresenziale e altri saranno responsabili di monitorare lo sviluppo di nuove competenze durante un periodo di pratica intensiva.

### **3. Accedere ad ambienti aziendali di prim'ordine**

Sulla base di criteri minuziosi di eccellenza, TECH sceglie le istituzioni che accoglieranno i suoi studenti per la pratica professionale di questo programma di studi. Tutte le entità selezionate vantano un elevato prestigio, oltre a disporre delle tecnologie più innovative del mercato aziendale.





#### **4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata**

Sebbene questo titolo di studio sia costituito da una parte teorica di grande portata, la sua fase pratica è anche di vitale importanza. Attraverso di essa, e attraverso molteplici strumenti di apprendimento pratico, lo studente parteciperà a progetti che gli permetteranno di acquisire le conoscenze più aggiornate in materia di leadership aziendale digitale.

#### **5. Ampliare le frontiere della conoscenza**

TECH, la più grande università digitale del momento, ha una rete di accordi e collaboratori di portata internazionale. In questo modo, i tuoi studenti potranno accedere a centri di tirocinio professionale situati in diverse latitudini geografiche e sviluppare competenze da standard globalizzati.

“

*Avrai l'opportunità svolgere  
il tuo tirocinio all'interno di  
un centro di tua scelta”*

# 03 Obiettivi

L'aumento della domanda di professionisti che gestiscono perfettamente le principali strategie e strumenti del Marketing Digitale e la pubblicità online su misura è il motivo per cui TECH e il suo team di esperti in Web Analytics hanno deciso di creare questo programma multidisciplinare. Pertanto, l'obiettivo è quello di fornire allo studente le conoscenze teoriche e pratiche che consentono di implementare nella loro pratica le tecniche più all'avanguardia e innovative per l'ottimizzazione dei siti web sulla base delle esigenze del mercato attuale.





“

*Qualunque siano i tuoi obiettivi, TECH ti fornirà tutto ciò di cui hai bisogno per superarli attraverso il corso di questa Master molto completo”*



## Obiettivo generale

---

- Questo tirocinio è stato proposto da TECH e dal suo team di esperti in Digital Business per fornire allo studente un'esperienza attraverso la quale sviluppare le strategie più innovative per la creazione di nuove opportunità nei mercati esistenti. Inoltre, aiuterà a comprendere il contesto competitivo che le aziende digitali di oggi devono affrontare, oltre ad apprendere nel dettaglio le tecniche e gli strumenti più all'avanguardia ed efficaci per la gestione del SEM e della pubblicità online personalizzata.

“

*Padroneggiare le tecniche di inbound marketing e ottimizzazione dei contenuti è ora alla portata della tua mano con questo Master Semipresenziale"*





## Obiettivi specifici

---

- ◆ Sviluppare un piano di Business
- ◆ Avere una conoscenza approfondita delle fasi di creazione di un'azienda
- ◆ Implementare strategie per la digitalizzazione di un'azienda, prendendo le decisioni giuste per raggiungere gli obiettivi pianificati
- ◆ Analizzare e identificare i fattori che generano difficoltà o opportunità negli ambienti digitali
- ◆ Guidare i processi di cambiamento basati sulla digitalizzazione all'interno dell'azienda
- ◆ Realizzare strategie di Marketing Digitale e di e-commerce
- ◆ Applicare strumenti SEO e SEM nelle campagne di Marketing
- ◆ Utilizzare i Social Media per realizzare campagne di Marketing e pubblicità
- ◆ Identificare i cambiamenti necessari per migliorare la gestione e la direzione dell'azienda, secondo l'orientamento della strategia all'ambiente digitale
- ◆ Sviluppare le capacità di gestione necessarie per guidare la crescita e l'espansione delle aziende che operano in ambienti digitali
- ◆ Progettare e pianificare campagne di reputazione online
- ◆ Gestire gli strumenti di monitoraggio online per capire la portata delle campagne di Marketing
- ◆ Condurre campagne efficaci di E-mail Marketing
- ◆ Capire l'analitica web e le metriche digitali degli strumenti che si usano
- ◆ Capire a fondo come si svolge l'e-commerce
- ◆ Capire e gestire la finanza internazionale
- ◆ Capire le nuove tendenze dell'e-commerce attraverso i cellulari

# 04

## Competenze

Questa università è caratterizzata, oltre che dalla sua qualità e completezza accademica, dal suo impegno per la crescita di tutti e ciascuno dei suoi studenti. Per questo motivo, esso costituisce titoli attraverso i quali gli studenti saranno in grado di perfezionare, in modo garantito, le loro competenze professionali, elevando il loro talento al vertice del settore. Per questo, scegliendo questo Master Semipresenziale, si sta scommettendo su una formazione con la quale è possibile diventare un punto di riferimento nel settore del Marketing e la gestione analitica del business digitale.



“

*TECH ti garantisce che con il corso di questo programma perfezionerai le tue capacità nella comunicazione digitale, potendo migliorare la reputazione online delle aziende per cui lavori"*



## Competenze generali

---

- Controllare e gestire le finanze aziendali
- Sviluppare e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'impresa
- Applicare i vari modelli di business basati sull'era digitale
- Applicare tecniche innovative nella creazione e nella gestione dei progetti

“

*Combinerai teoria e pratica  
professionale attraverso  
un approccio educativo  
impegnativo e gratificante”*





## Competenze specifiche

---

- Implementare tecniche di e-commerce
- Svolgere campagne di marketing digitale per migliorare il posizionamento dell'azienda rispetto ai suoi concorrenti e la sua reputazione digitale
- Implementare tecniche di marketing sui motori di ricerca
- Utilizzare le reti sociali come strumento indispensabile per migliorare la conoscenza dell'azienda
- Avere un'ampia conoscenza dei consumatori
- Eseguire azioni di web analytics per dirigere le campagne di Marketing e comunicazione in modo che siano più efficaci nel raggiungere gli obiettivi dell'azienda

# 05

## Direzione del corso

TECH ha selezionato per questo Master Semipresenziale un elenco di professori esperti in Marketing Digitale e Web Analytics. Si tratta di un gruppo di specialisti con una vasta e lunga carriera nel settore aziendale in diverse aree, ma sempre focalizzati sull'ambiente online. Inoltre, sono esperti in attività, quindi conoscono nel dettaglio le tecniche e le strategie più innovative ed efficaci, che saranno incluse, in modo garantito, nell'agenda che hanno progettato.



“

*Non tutte le università danno ai loro studenti l'opportunità di crescere accademicamente e professionalmente con i migliori esperti del settore. Ecco perché TECH è diverso"*

## Direttore Ospite Internazionale

Ben Marder è una figura di spicco nel campo del marketing, riconosciuta a livello internazionale per i suoi profondi contributi alla comprensione del comportamento dei consumatori nell'era digitale. Come tale, ha dimostrato una leadership eccezionale, consolidando la sua reputazione di studioso di calibro ineguagliabile.

Tra i suoi obiettivi di ricerca c'è anche l'esplorazione del comportamento sociale e commerciale dei consumatori nel contesto delle tecnologie digitali, in particolare dei social network. Infatti, il suo prolifico curriculum di pubblicazioni comprende più di 40 articoli accettati da riviste rinomate come il Journal of Retailing, l'European Journal of Marketing e il Journal of Business Research. Inoltre, il suo lavoro pionieristico sul "Chilling Effect" dei social media ha attirato l'attenzione internazionale, con apparizioni su media prestigiosi come il New York Times, Harvard Business Review e la BBC. In questo modo, lo studio ha rivelato come l'uso dei social media influenzi il comportamento nella vita reale, una rivelazione che ha risuonato sia tra gli accademici che tra il pubblico.

Inoltre, al di là dei suoi sforzi di ricerca, si è distinto come coordinatore del programma di Introduzione alla ricerca aziendale, svolgendo un ruolo chiave nel plasmare il panorama educativo. È stato anche Direttore dei Programmi di Ricerca di Marketing, supervisionando i progetti di ricerca e promuovendo il benessere degli studenti e degli accademici di Marketing Research, supervisionando i progetti di ricerca e promuovendo il benessere degli studenti e degli accademici, tutti presso la Edinburgh Business School, Università di Edimburgo.

Infine, il Dott. Ben Marder è stato premiato per le sue presentazioni di ricerca innovative, tra cui l'esplorazione delle conseguenze indesiderate delle tecnologie di marketing. Attraverso il suo lavoro esaustivo, continua a illuminare le complessità del marketing digitale e a lasciare un segno indelebile sia nel mondo accademico che in quello industriale.



## Dott. Marder, Ben

---

- Direttore dei programmi di ricerca di marketing, Università di Edimburgo, Regno Unito
- Coordinatore del programma di introduzione ai programmi di ricerca aziendale presso la Edinburgh Business School, Università di Edimburgo
- Apparizioni sui media in New York Times, Harvard Business Review e BBC
- Pubblicazioni su Journal of Retailing, European Journal of Marketing e Journal of Business Research
- Dottorato in Marketing e Sistemi dell'informazione presso l'Università di Bath
- Master in Marketing presso l'Università di Leicester
- Laurea in Economia finanziaria presso l'Università di Leicester

“

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

## Direzione



### **Dott. Galán, José**

- ♦ Specialista in Marketing Online
- ♦ Direttore di E-Marketing di TECH Università Tecnologica
- ♦ Blogger di *Cosas sobre Marketing Online*
- ♦ Direttore di Marketing Aziendale di Medica Panamericana
- ♦ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche conseguita presso l'Università Complutense di Madrid
- ♦ Programma Superiore Europeo in Marketing Digitale presso ESIC



# 06

## Struttura e contenuti

TECH include in questo tipo di qualifiche 1.920 ore del miglior contenuto teorico, pratico e aggiuntivo, quest'ultimo presentato in vari modi: dai video ai dettagli, fino a articoli di ricerca e letture complementari per approfondire in modo personalizzato le diverse sezioni del programma. Il tutto, sarà disponibile in una comoda modalità 100% online, accessibile da qualsiasi dispositivo dotato di connessione a internet. In questo modo, lo studente può decidere quando frequentare il programma e nel luogo che desidera, adattando l'esperienza accademica alla propria disponibilità.



“

*Sarai in grado di implementare nella tua vita pratica professionale le tecniche di Marketing Digitale ed E-commerce che attualmente mostrano i migliori risultati”*

## Modulo 1. Contesto competitivo e strategia

- 1.1. Contesto economico globale
  - 1.1.1. Fondamenti dell'economia globale
  - 1.1.2. La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari
  - 1.1.3. Imprenditorialità e nuovi mercati
- 1.2. Finanza aziendale
  - 1.2.1. Politica finanziaria e crescita
  - 1.2.2. Metodi di valutazione aziendale
  - 1.2.3. Struttura del capitale e leva finanziaria
- 1.3. Analisi economica delle decisioni
  - 1.3.1. Controllo di Budget
  - 1.3.2. Analisi della concorrenza Analisi aziendale
  - 1.3.3. Processo decisionale. Investimento o disinvestimento imprenditoriale
- 1.4. Sistemi e tecnologie dell'informazione dell'azienda
  - 1.4.1. Evoluzione del modello di IT
  - 1.4.2. Organizzazione e dipartimento IT
  - 1.4.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico
- 1.5. Strategia aziendale e tecnologica
  - 1.5.1. Creazione di valore per clienti e azionisti
  - 1.5.2. Decisioni strategiche di SI/TI
  - 1.5.3. Strategia Corporativa & Strategia tecnologica e digitale
- 1.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale
  - 1.6.1. *Business Intelligence*
  - 1.6.2. *Data Warehouse*
  - 1.6.3. BSC o Scheda di valutazione bilanciata
- 1.7. Strategia digitale
  - 1.7.1. Strategia tecnologica e il suo impatto sull'innovazione digitale
  - 1.7.2. Pianificazione strategica delle tecnologie dell'informazione
  - 1.7.3. Strategia eD internet

- 1.8. Modelli di business basati su internet
  - 1.8.1. Analisi di aziende affermate nel settore tecnologico
  - 1.8.2. Sistemi di generazione dei modelli di business
  - 1.8.3. Analisi di modelli di business innovativi in settori tradizionali
  - 1.8.4. Analisi dei modelli di business innovativi su internet
- 1.9. Sistemi aziendali collaborativi basati su Internet
  - 1.9.1. I sistemi di gestione dei clienti: CRM
  - 1.9.2. I sistemi di gestione della catena di fornitura
  - 1.9.3. Sistemi di e-commerce
- 1.10. *Social Business*
  - 1.10.1. Visione strategica del Web 2.0 e le sue sfide
  - 1.10.2. Opportunità di convergenza e tendenze TIC
  - 1.10.3. Come rendere redditizio il Web 2.0 e i social media
  - 1.10.4. Mobilità e business digitale

## Modulo 2. Innovazione e iniziativa imprenditoriale

- 2.1. *Design Thinking*
  - 2.1.1. Strategia del Blue Ocean
  - 2.1.2. Innovazione collaborativa
  - 2.1.3. *Open innovation*
- 2.2. Intelligenza strategica dell'innovazione
  - 2.2.1. Vigilanza tecnologica
  - 2.2.2. Prospettiva tecnologica
  - 2.2.3. *Coolhunting*
- 2.3. *Entrepreneurship & Innovation*
  - 2.3.1. Strategie per ricercare opportunità di business
  - 2.3.2. Valutazione dell'affidabilità dei nuovi progetti
  - 2.3.3. *Innovation Management Systems*
  - 2.3.4. Competenze *soft* di un imprenditore
- 2.4. Gestione delle startup
  - 2.4.1. Introduzione alla gestione finanziaria nelle startup
  - 2.4.2. Metriche finanziarie per startup
  - 2.4.3. Pianificazione finanziaria: modelli di proiezione e loro interpretazione
  - 2.4.4. Metodi di valutazione

- 2.5. Il Business Plan
  - 2.5.1. Il Business Plan nell'era digitale
  - 2.5.2. Modello Canvas
  - 2.5.3. Value Proposition Model
  - 2.5.4. Contenuto e presentazione
- 2.6. Project Management
  - 2.6.1. Agile Development
  - 2.6.2. Lean Management nelle Startup
  - 2.6.3. Project Tracking and Project Steering
- 2.7. Fasi di crescita di una start-up
  - 2.7.1. Fase di Seed
  - 2.7.2. Fase di Startup
  - 2.7.3. Fase di Growth
  - 2.7.4. Fase di consolidamento
- 2.8. Finanziamento start-up
  - 2.8.1. Finanziamento bancario
  - 2.8.2. Sovvenzioni
  - 2.8.3. Capitale di avviamento e acceleratori. Business Angels
  - 2.8.4. Venture Capital. IPO
  - 2.8.5. Public to Private Partnership
- 2.9. Lean Management
  - 2.9.1. Principi base del Lean Management
  - 2.9.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
  - 2.9.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità
- 3.1. Digital e-commerce Management
  - 3.1.1. Nuovi Modelli di Business per l'e-Commerce
  - 3.1.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
  - 3.1.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce
- 3.2. Operazioni e logistica nell'e-commerce
  - 3.2.1. Come gestire il Fulfillment
  - 3.2.2. Gestione digitale del punto vendita
  - 3.2.3. Contact Center Management
  - 3.2.4. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi
- 3.3. Implementazione di tecniche di e-commerce
  - 3.3.1. Social media e integrazione nell'e-commerce
  - 3.3.2. Strategia multichannel
  - 3.3.3. Personalizzazione del dashboard
- 3.4. Digital Pricing
  - 3.4.1. Metodi e canali di pagamento online
  - 3.4.2. Promozioni elettroniche
  - 3.4.3. Timer digitale di prezzi
  - 3.4.4. E-Auctions
- 3.5. Dall'e-commerce al m-commerce e al s-commerce
  - 3.5.1. Modelli di business di e-marketplaces
  - 3.5.2. S-commerce ed esperienza di marca
  - 3.5.3. Acquisto mediante dispositivi mobili
- 3.6. Customer intelligence: dall'e-CRM al s-CRM
  - 3.6.1. Integrazione del consumatore nella catena di valore
  - 3.6.2. Tecniche di indagine e fidelizzazione online
  - 3.6.3. Pianificazione di una strategia di gestione della relazione con il cliente
- 3.7. Trade Marketing Digital
  - 3.7.1. Cross Merchandising
  - 3.7.2. Progettazione e gestione di campagne su Facebook Ads
  - 3.7.3. Progettazione e Gestione di Campagne in Google Ads
- 3.8. Marketing online per l'e-commerce
  - 3.8.1. Inbound Marketing
  - 3.8.2. Display e Acquisto Programmatico
  - 3.8.3. Piano di comunicazione

### Modulo 3. Marketing Digitale e e-Commerce

## Modulo 4. Marketing nei motori di ricerca

- 4.1. Funzionamento dei motori di ricerca
  - 4.1.1. Indicatori e indici
  - 4.1.2. Algoritmi
  - 4.1.3. SEO e *branding* aziendale
- 4.2. Analisi del SEO
  - 4.2.1. Determinazione dei KPI
  - 4.2.2. Generazione di script e avvisi
  - 4.2.3. Ottimizzazione di immagini, video e altri elementi
  - 4.2.4. *Linkbuilding*
- 4.3. SEO tecnico
  - 4.3.1. *Web Performance Optimization*
  - 4.3.2. Real Time e contenuto
  - 4.3.3. Tagging e *intestazioni* rilevanti
  - 4.3.4. Tecniche avanzate di WPO
- 4.4. SEO e e-Commerce
  - 4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
  - 4.4.2. *Google Search Console*
  - 4.4.3. *Social Proof* e viralizzazione
  - 4.4.4. Navigazione e indicizzabilità
- 4.5. *Keyword hunting* per SEM
  - 4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
  - 4.5.2. *Google Suggest*
  - 4.5.3. *Insights for Search*
  - 4.5.4. *Google Trends*
- 4.6. SEM e Google Ads
  - 4.6.1. *Google Shopping*
  - 4.6.2. *Google Display Network*
  - 4.6.3. *Google Ads Mobile*
  - 4.6.4. Pubblicità su YouTube

- 4.7. Facebook Ads
  - 4.7.1. Annunci di PPC/PPF (*Pay Per Fan*)
  - 4.7.2. Creazione di Facebook Ads
  - 4.7.3. Facebook *Power Editor*
  - 4.7.4. Ottimizzazione delle campagne
- 4.8. Strategia e misurazione SEM
  - 4.8.1. *Punteggio di qualità*
  - 4.8.2. *Site links*
  - 4.8.3. KPI
  - 4.8.4. Impressioni, clic, conversioni. Entrate, ROI, CPA

## Modulo 5. Comunicazione digitale e reputazione online

- 5.1. Web 2.0 o web social
  - 5.1.1. L'impresa nell'era della conversazione
  - 5.1.2. Il web 2.0 sono le persone
  - 5.1.3. Ambiente digitale e nuovi formati di comunicazione
- 5.2. Comunicazione e reputazione online
  - 5.2.1. Rapporto sulla reputazione online
  - 5.2.2. Netiquette e buona prassi sui social
  - 5.2.3. *Branding* e *Networking 2.0*
- 5.3. Design e pianificazione di un piano di reputazione online
  - 5.3.1. Piano di reputazione del marchio
  - 5.3.2. Metriche generali, ROI e CRM sociale
  - 5.3.3. Crisi online e SEO reputazionale
- 5.4. Piattaforme generaliste, professionisti e *microblogging*
  - 5.4.1. Facebook
  - 5.4.2. LinkedIn
  - 5.4.3. Twitter
- 5.5. Piattaforme di video, immagini e mobilità
  - 5.5.1. Youtube
  - 5.5.2. Instagram
  - 5.5.3. Flickr
  - 5.5.4. Vimeo
  - 5.5.5. Pinterest



- 5.6. Strategie di contenuti e *storytelling*
  - 5.6.1. *Blogg*ing aziendale
  - 5.6.2. Strategia di marketing dei contenuti
  - 5.6.3. Creazione di un piano di contenuti
  - 5.6.4. Strategia di cura dei contenuti
- 5.7. Strategie nei social media
  - 5.7.1. Le relazioni pubbliche aziendali e i social media
  - 5.7.2. Definizione della strategia da seguire in ogni mezzo
  - 5.7.3. Analisi e valutazione dei risultati
- 5.8. *Community Management*
  - 5.8.1. Ruoli, compiti e responsabilità del *Community manager*
  - 5.8.2. *Social Media Manager*
  - 5.8.3. *Social Media Strategist*
- 5.9. Social media plan
  - 5.9.1. Progettazione di un piano di social media
  - 5.9.2. Calendario, preventivo, aspettative e monitoraggio
  - 5.9.3. Protocollo di contingenza in caso di crisi
- 5.10. Strumenti di monitoraggio online
  - 5.10.1. Strumenti di gestione e applicazioni desktop
  - 5.10.2. Strumenti di gestione di monitoraggio e studio

## Modulo 6. Performance and *Inbound Marketing*

- 6.1. *Permission Marketing*
  - 6.1.1. Come ottenere il permesso dell'utente
  - 6.1.2. Personalizzazione del messaggio
  - 6.1.3. Conferma per e-mail o Double Opt-in

- 6.2. Strategia e tecniche di performance
  - 6.2.1. Performance Marketing: risultati
  - 6.2.2. Mix di media digitali
  - 6.2.3. L'importanza del *Funnel*
- 6.3. Sviluppo di campagne di affiliazione
  - 6.3.1. Agenzie e programmi di affiliazione
  - 6.3.2. *Postview*
  - 6.3.3. Design di programmi di affiliazione
  - 6.3.4. *Display* e ottimizzazione delle campagne
- 6.4. Lancio di un programma di affiliati
  - 6.4.1. Reti di affiliazione e affiliazione diretta
  - 6.4.2. Monitoraggio e analisi dei risultati
  - 6.4.3. Controllo delle frodi
- 6.5. Sviluppo di campagne di *Emailing*
  - 6.5.1. Liste di abbonati, *Leads* e clienti
  - 6.5.2. Strumenti e risorse nell'e-mail Marketing
  - 6.5.3. Redazione online per campagne di e-mail Marketing
- 6.6. Metrica nelle email di Marketing
  - 6.6.1. Metriche delle liste
  - 6.6.2. Metriche di invio delle *Newsletter*
  - 6.6.3. Metriche di conversione
- 6.7. *Inbound Marketing*
  - 6.7.1. *Inbound Marketing* efficace
  - 6.7.2. Vantaggi dell'*Inbound Marketing*
  - 6.7.3. Misurare il successo dell'*Inbound Marketing*
- 6.8. Ricerca del *Target*
  - 6.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer Persone*
  - 6.8.2. *Customer Journey Mapping*
  - 6.8.3. *Content Strategy*.
- 6.9. Ottimizzazione dei contenuti
  - 6.9.1. Ottimizzazione contenuti per motori di ricerca
  - 6.9.2. Generazione dei contenuti
  - 6.9.3. Dinamizzazione dei contenuti

- 6.10. Conversione
  - 6.10.1. *Lead capture & CRO*
  - 6.10.2. *Lead Nurturing & Marketing Automation*

## Modulo 7. Web Analytics e Marketing Analytics

- 7.1. Analisi web
  - 7.1.1. Fondamenti di web analytics
  - 7.1.2. Media classici vs. Media Digitali
  - 7.1.3. Metodologia di base dell'analista web
- 7.2. Google *Analytics*
  - 7.2.1. Configurazione di un account
  - 7.2.2. Tracking API Javascript
  - 7.2.3. Dossier e segmenti personalizzati
- 7.3. Analisi qualitativo
  - 7.3.1. Tecniche di ricerca applicata in web analytics
  - 7.3.2. *Customer Journey*
  - 7.3.3. *Purchase Funnel*.
- 7.4. Metriche digitali
  - 7.4.1. Metriche di base
  - 7.4.2. Ratio
  - 7.4.3. Stabilire gli obiettivi e i KPI
- 7.5. Aree di analisi di una strategia
  - 7.5.1. Acquisizione del traffico
  - 7.5.2. Attivazione
  - 7.5.3. Conversione
  - 7.5.4. Fidelizzazione
- 7.6. *Data Science & Big Data*
  - 7.6.1. *Business Intelligence*
  - 7.6.2. Metodologia e analisi di grandi volumi di dati
  - 7.6.3. Estrazione, trattamento e caricamento dei dati
- 7.7. Visualizzazione dei dati
  - 7.7.1. Visualizzazione e interpretazione delle *Dashboards*
  - 7.7.2. Trasformazione del dato in valore
  - 7.7.3. Integrazione delle fonti
  - 7.7.4. Presentazione dei dossier

- 7.8. Strumenti di web analytics
  - 7.8.1. Base tecnologica di uno strumento di WA
  - 7.8.2. Logs e tags
  - 7.8.3. Etichettatura di base e Ad Hoc

## Modulo 8. Innovazione, e-logistic e tecnologia nella catena di fornitura

- 8.1. Ingegneria dei processi e dei prodotti
  - 8.1.1. Strategie di Innovazione
  - 8.1.2. Open innovation
  - 8.1.3. Organizzazione e cultura innovatrici
  - 8.1.4. Team multifunzionali
- 8.2. Lancio e industrializzazione di nuovi prodotti
  - 8.2.1. Design di nuovi prodotti
  - 8.2.2. *Lean Design*
  - 8.2.3. Industrializzazione di nuovi prodotti
  - 8.2.4. Fabbricazione e montaggio
- 8.3. Digital e-commerce *Management*
  - 8.3.1. Nuovi modelli di e-commerce
  - 8.3.2. Pianificazione e sviluppo di un piano strategico di e-commerce
  - 8.3.3. Struttura tecnologica nell'e-commerce
- 8.4. Operazioni e logistica nell'e-commerce
  - 8.4.1. Gestione digitale del punto vendita
  - 8.4.2. Contact Center Management
  - 8.4.3. Automazione nella gestione e nel monitoraggio dei processi
- 8.5. E-Logistics B2C e B2B
  - 8.5.1. E-Logistics
  - 8.5.2. Il B2C: *e-fulfilment*, l'ultimo miglio
  - 8.5.3. Il B2B: *e-Procurement Market Places*
- 8.6. *Digital Pricing*
  - 8.6.1. Metodi e canali di pagamento online
  - 8.6.2. Promozioni elettroniche
  - 8.6.3. Timer digitale di prezzi
  - 8.6.4. *E-Auctions*

- 8.7. Il magazzino nell'e-Commerce
  - 8.7.1. Peculiarità del magazzino nell'e-Commerce
  - 8.7.2. Design e pianificazione del magazzino
  - 8.7.3. Infrastrutture Team fissi e mobili
  - 8.7.4. Suddivisione in zone e posizioni
- 8.8. Il design dello shopping online
  - 8.8.1. Progettazione e fruibilità
  - 8.8.2. Funzionalità più comuni
  - 8.8.3. Alternative tecnologiche
- 8.9. *Supply Chain Management* e tendenze future
  - 8.9.1. Il futuro dell'*E-Business*
  - 8.9.2. La realtà di oggi e il futuro dell'e-Commerce
  - 8.9.3. Modelli operativi SC per Aziende Globali

## Modulo 9. Mobile e-Commerce

- 9.1. *Mobile Marketing*
  - 9.1.1. Nuovi usi di consumo e mobilità
  - 9.1.2. Modello SoLoMo
  - 9.1.3. Le 4 *P* del Marketing Mix in mobilità
- 9.2. Tecnologia mobile
  - 9.2.1. Operatori mobili
  - 9.2.2. Dispositivi mobili e sistemi operativi
  - 9.2.3. Applicazioni mobili e *Webapp*
  - 9.2.4. Sensori e integrazione con il mondo fisico
- 9.3. Tendenze nel *Mobile Marketing*
  - 9.3.1. *Mobile Publishing*
  - 9.3.2. *Advergaming* e *Gammification*
  - 9.3.3. Geolocalizzazione *Mobile*
  - 9.3.4. Realtà aumentata

- 9.4. Comportamento degli utenti di dispositivi mobili
  - 9.4.1. Nuove abitudini di ricerca sui dispositivi mobili
  - 9.4.2. *Multi-Screen*
  - 9.4.3. Il dispositivo mobile come motore d'acquisto
  - 9.4.4. ASO, attrazione e fidelizzazione degli utenti *mobili*
- 9.5. Interfaccia utente ed esperienza di acquisto
  - 9.5.1. Regole e piattaforme di m-Commerce
  - 9.5.2. *Omnichannel*
  - 9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
  - 9.5.4. Gap tra consumatore e inserzionista
  - 9.5.5. Gestori di contenuto nel *Mobile Commerce*
- 9.6. App e acquisti
  - 9.6.1. Progettazione di App *Mobile Commerce*
  - 9.6.2. App store
  - 9.6.3. App marketing per fidelizzare clienti
  - 9.6.4. App marketing per e-commerce
- 9.7. Pagamenti con dispositivi mobili
  - 9.7.1. Catena di valore e modelli di business dei metodi di pagamento con dispositivi mobili
  - 9.7.2. Chiavi per migliorare l'UX nel pagamento con dispositivi mobili
  - 9.7.3. Strategie di posizionamento nel mercato dei pagamenti con dispositivi mobili
  - 9.7.4. Gestione della frode
- 9.8. Analitica mobile
  - 9.8.1. Metodologia di misurazione e mobile analytics
  - 9.8.2. Metriche *mobili*: i principali KPI
  - 9.8.3. Analisi della redditività
  - 9.8.4. *Mobile Analytics*
- 9.9. *Mobile commerce*
  - 9.9.1. Servizi
  - 9.9.2. Applicazioni
  - 9.9.3. *Mobile Social Shopping*

- 9.10. Mobile social media *applications*
  - 9.10.1. Integrazione del dispositivo mobile nei Social Network
  - 9.10.2. Mobilità, relazione, ubiquità e pubblicità
  - 9.10.3. Facebook Places
  - 9.10.4. Geolocalizzazione, elenchi mobili, raccomandazioni e acquisti online

## Modulo 10. Nuove tendenze digitali

- 10.1. Internet of Things
  - 10.1.1. Visioni e sfide
  - 10.1.2. Tecnologie chiave
  - 10.1.3. Progetti pionieri
- 10.2. Gamification
  - 10.2.1. Tecniche di gamification aziendale
  - 10.2.2. *Gamification Design Framework*
  - 10.2.3. Meccanismi di funzionamento e motivazione
  - 10.2.4. Benefici e ritorno sull'investimento
- 10.3. Big Data
  - 10.3.1. Applicazione di settore
  - 10.3.2. Modelli di business
  - 10.3.3. Nuove professioni
- 10.4. Intelligenza Artificiale
  - 10.4.1. Aspetti metodologici nell'intelligenza artificiale
  - 10.4.2. Ricerca euristica
  - 10.4.3. Metodi di inferenza delle regole
  - 10.4.4. Reti semantiche
- 10.5. Robotica
  - 10.5.1. Morfologia dei robot
  - 10.5.2. Strumenti matematici per la localizzazione spaziale
  - 10.5.3. Controllo cinematico
  - 10.5.4. Criteri di impianto di un robot industriale



- 10.6. Modellazione e simulazione
  - 10.6.1. Modellazione DEVS
  - 10.6.2. Modellazione delle entrate aleatorie
  - 10.6.3. Generazione delle entrate aleatorie
  - 10.6.4. Progettazione di esperimenti e ottimizzazione
- 10.7. Impianto della crittografia nei progetti tecnologici
  - 10.7.1. Firma elettronica
  - 10.7.2. Certificato digitale
  - 10.7.3. Crittografia dei dati
  - 10.7.4. Applicazioni pratiche della crittografia
- 10.8. Altre tendenze
  - 10.8.1. Stampanti 3D
  - 10.8.2. Droni
  - 10.8.3. Visione Artificiale
  - 10.8.4. Realtà Aumentata

# 07 Tirocinio

Nonostante si tratti di una qualifica dinamica e all'avanguardia, il punto forte della stessa arriva quando lo studente completo il processo di formazione teorica. Questo Master Semipresenziale include 120 ore di tirocinio pratico in un'azienda di riferimento nel settore del marketing e della pubblicità digitale. In base a ciò, il professionista avrà 3 settimane per lavorare attivamente con un team di esperti di analisi web, grazie al quale potrà conoscere nel dettaglio le strategie più innovative ed efficaci che esistono nell'attuale ambiente digitale.





“

*Un tutor ti guiderà durante il tuo tirocinio, in modo che tu possa trarne il massimo vantaggio alla tua esperienza"*

Questo programma specializzato nel settore del business digitale consiste in un tirocinio di 3 settimane in una grande azienda, svolto dal lunedì al venerdì e in giornate consecutive di 8 ore con un professionista esperto del settore, che fungerà da tutor durante l'esperienza. Grazie a ciò, gli studenti potranno conoscere in prima persona i nuovi sviluppi legati alla creazione di strategie SEM e alla gestione della pubblicità online personalizzata.

In questa proposta di formazione, di natura completamente pratica, le attività sono finalizzate allo sviluppo e al perfezionamento delle competenze necessarie per l'erogazione di un servizio di assistenza e orientamento che richiede un alto livello di qualificazione, e che sono orientate alla formazione specifica per l'esercizio dell'attività, in un ambiente dinamico e altamente vantaggioso per le proprie prestazioni e per lo sviluppo come specialista dell'area.

Quindi, si presenta come un'opportunità che il laureato non può lasciarsi sfuggire se ciò che cerca è implementare nella sua prassi il dominio della creazione di campagne su AdWords, Google Shopping, Social Media, campagne per App o reMarketing. Inoltre, si occuperà anche della progettazione di progetti legati alla web analytics e all'ottimizzazione del business digitale.

La fase pratica prevede la partecipazione attiva dello studente che svolgerà le attività e le procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con l'accompagnamento e la guida del personale docente e degli altri compagni di corso che facilitano il lavoro di squadra e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per la pratica del business digitale (imparare a essere e imparare a relazionarsi).

Le procedure descritte di seguito costituiscono la base della parte pratica della formazione e la loro realizzazione è subordinata alla disponibilità propria del istituto e al suo carico di lavoro; le attività proposte sono le seguenti:





Modulo	Attività Pratica
<b>Strategie per stabilire un modello di business digitale di successo in un ambiente competitivo</b>	Monitorare i bilanci e le metriche di pianificazione finanziaria
	Applicare analisi comparative della concorrenza
	Integrare l'implementazione di strategie aziendali e tecnologiche
	Utilizzare sistemi di informazione per il processo decisionale come <i>Business Intelligence</i> , <i>Data Warehouse</i> , BSC o Dashboard di Controllo
<b>Ultime tendenze per il Marketing Digitale ed e-commerce</b>	Implementare nuove strutture tecnologiche nell' <i>e-commerce</i>
	Sviluppare un piano strategico di commercio elettronico
	Applicare operazioni e logistica del commercio elettronico
	Gestire il <i>Fullfilment</i>
	Automazione gestione e nel monitoraggio dei processi
<b>Comunicazione digitale e reputazione online per nuovi modelli di business</b>	Design un piano di reputazione online
	Utilizzare diversi strumenti di monitoraggio online
	Applicare metriche generali, ROI e social CRM, gestire crisi online e SEO reputazionale
	Implementare una strategia di contenuti <i>Storytelling</i> e social media
<b>Nuove tendenze digitali per proiettare imprese</b>	Applicare tendenze di gamificazione aziendale come il <i>Gamification Design Framework</i>
	Implementare risorse della Robotica, dell'Intelligenza Artificiale e del <i>Big Data</i> per ridurre le sfide aziendali

## 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 educativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del tirocinio all'interno del centro di collocamento.

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?

TECH sottopone ogni impresa che aspira a far parte di questo tipo di qualifiche ad un'analisi rigorosa, in cui si valuta non solo la qualità del suo servizio, la loro esperienza, l'opinione dei clienti e che dispongono della tecnologia più avanzata adatta a ogni settore. Grazie a questo, è possibile offrire un tirocinio pratico nei migliori centri di prestigio, in cui gli studenti lavoreranno, in modo garantito, nel perfezionamento delle loro competenze professionali.





“

*Un'esperienza di lavoro che ti servirà da vantaggio distintivo in qualsiasi processo di selezione del personale"*

## tech 44 | Dove posso svolgere il Tirocinio?



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



**Business School**

### Coppel

Paese	Città
Messico	Sinaloa

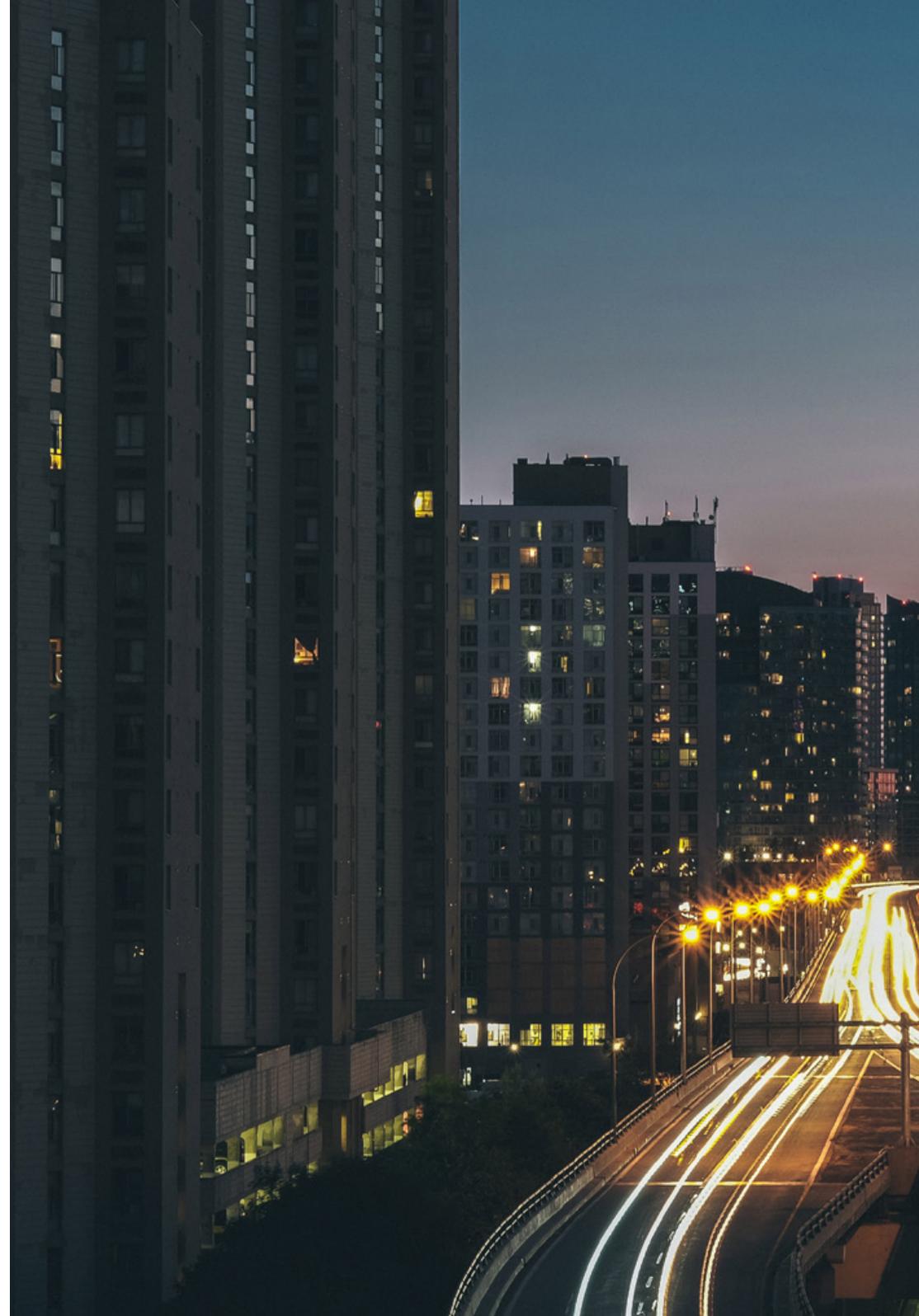
Indirizzo: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Società specializzata in servizi finanziari e servizi e consulenti finanziari

---

**Tirocini correlati:**

- MBA in Digital Marketing
- Disegno grafico







**Business School**

### The Social Surfers

Paese: Argentina      Città: Buenos Aires

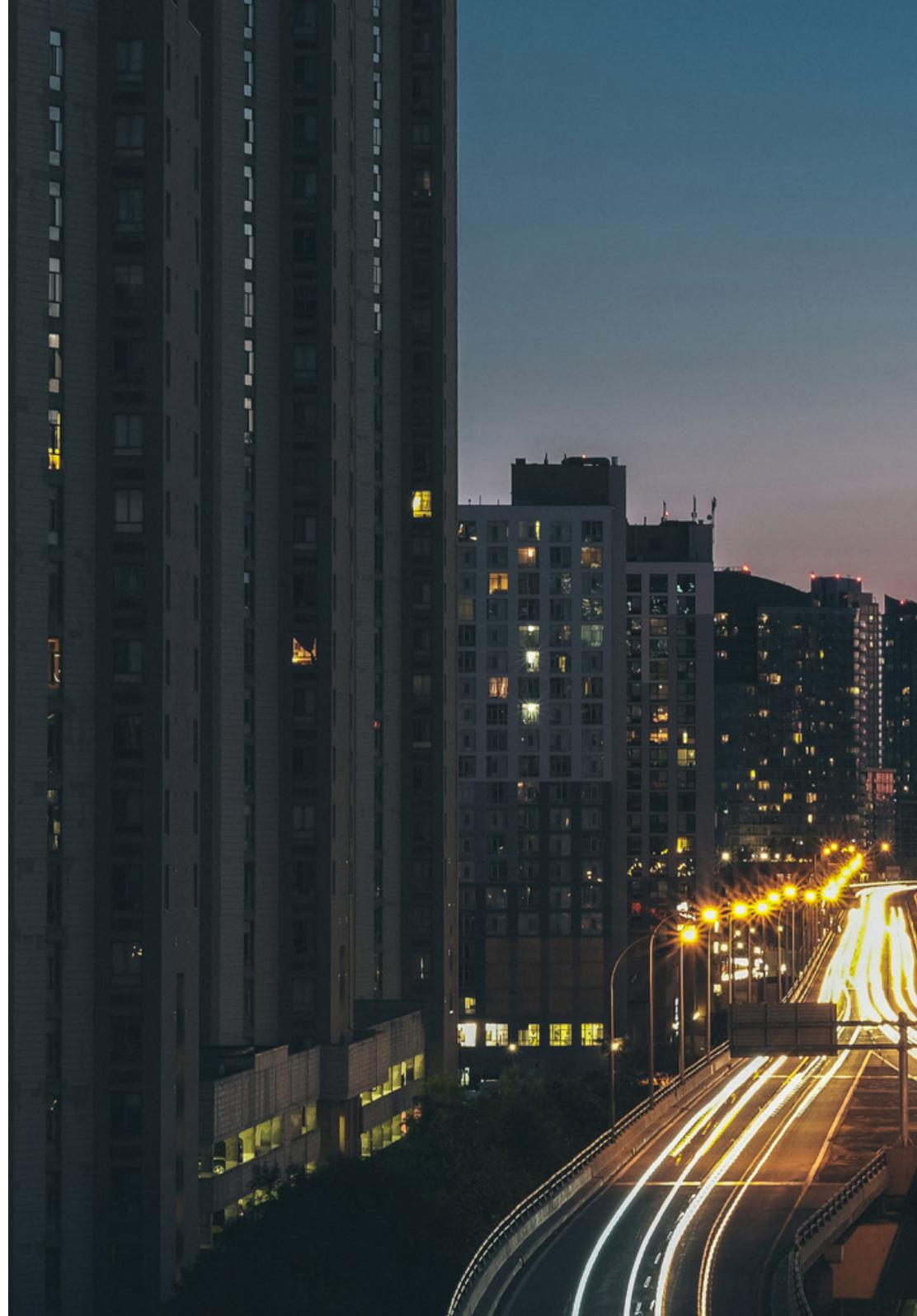
Indirizzo: Avda. del Libertador 8142 Nuñez,  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Comunicazione, marketing e web analytics

---

**Tirocini correlati:**

- Social Media Management. Community Manager
- Gestione della Comunicazione e della Reputazione Digitale





“

*Cogli questa opportunità per circondarti di professionisti esperti e nutrirti della loro metodologia di lavoro”*

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

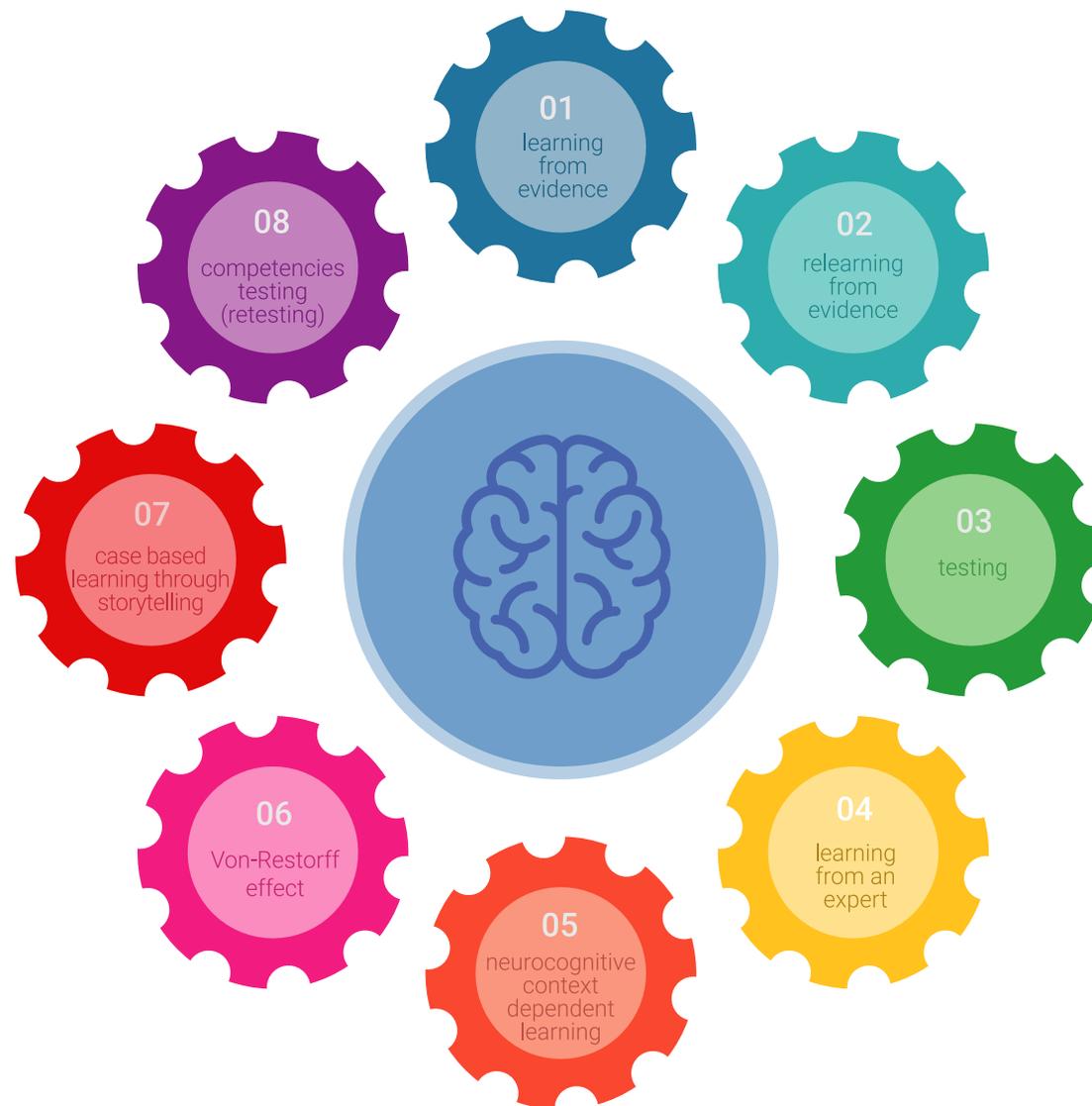
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

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.



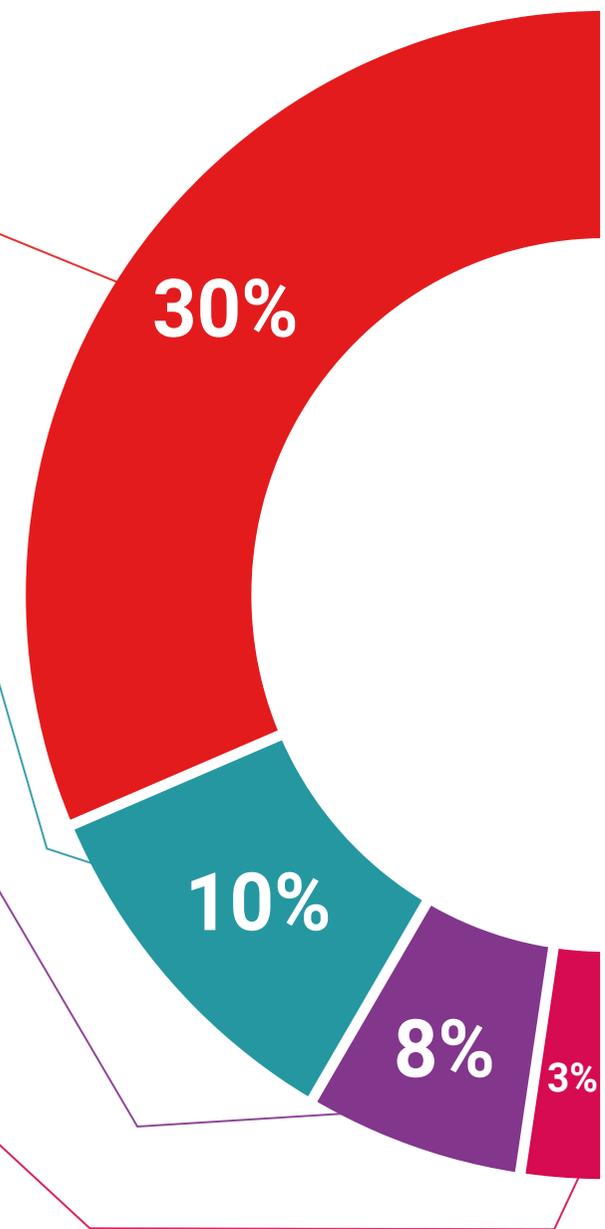
#### Stage di competenze manageriali

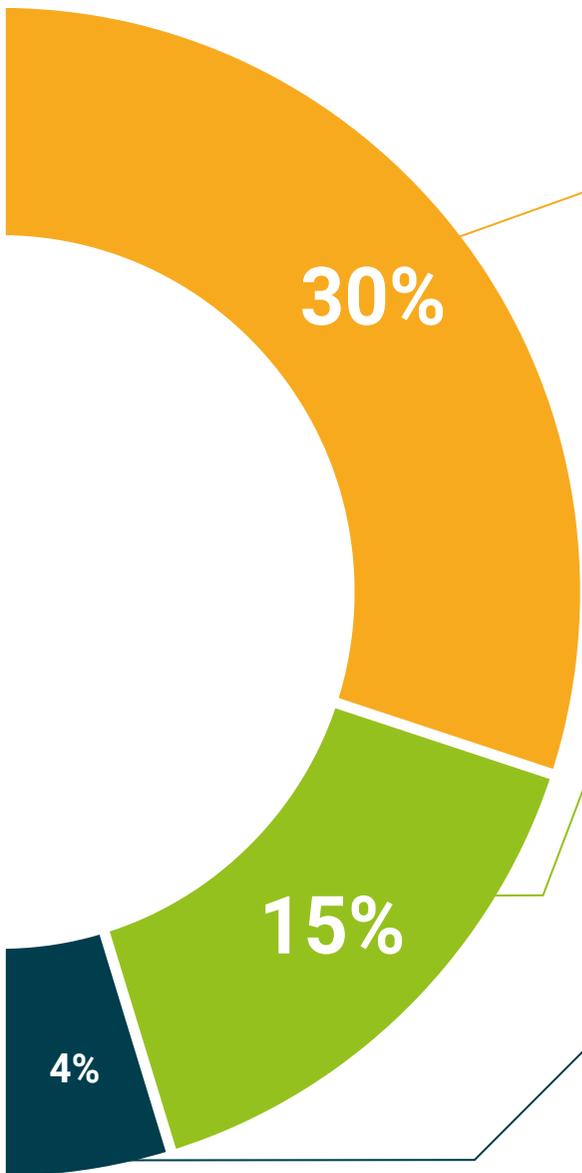
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### 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.



# 10 Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale MBA in Digital Business 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  
il tuo titolo universitario senza spostamenti  
o fastidiose formalità”*

Questo **Master Semipresenziale MBA in Digital Business** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

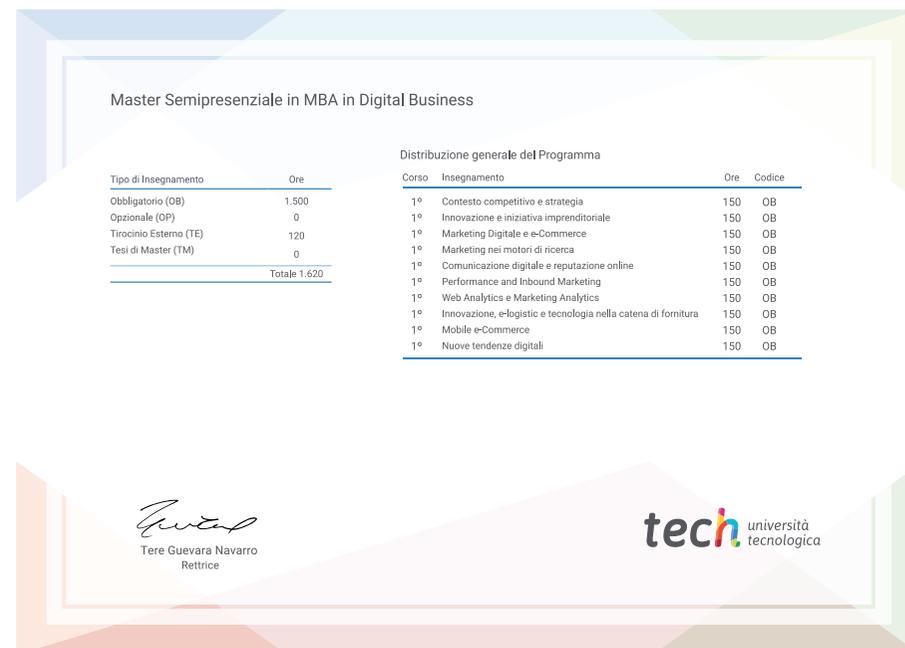
Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di **Master Semipresenziale** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del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

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

Durata: **12 mesi**



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

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

**tech** università  
tecnologica

## Master Semipresenziale MBA in Digital Business

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

# Master Semipresenziale

## MBA in Digital Business

