

Master Semipresenziale

MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer)



tech università
tecnologica

Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer)

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620 o.

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-mba-digital-transformation-cdo-chief-digital-officer

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 16

05

Direzione del corso

pag. 20

06

Pianificazione del
programma

pag. 28

07

Tirocinio

pag. 40

08

Dove posso svolgere
il Tirocinio?

pag. 46

09

Metodologia

pag. 50

10

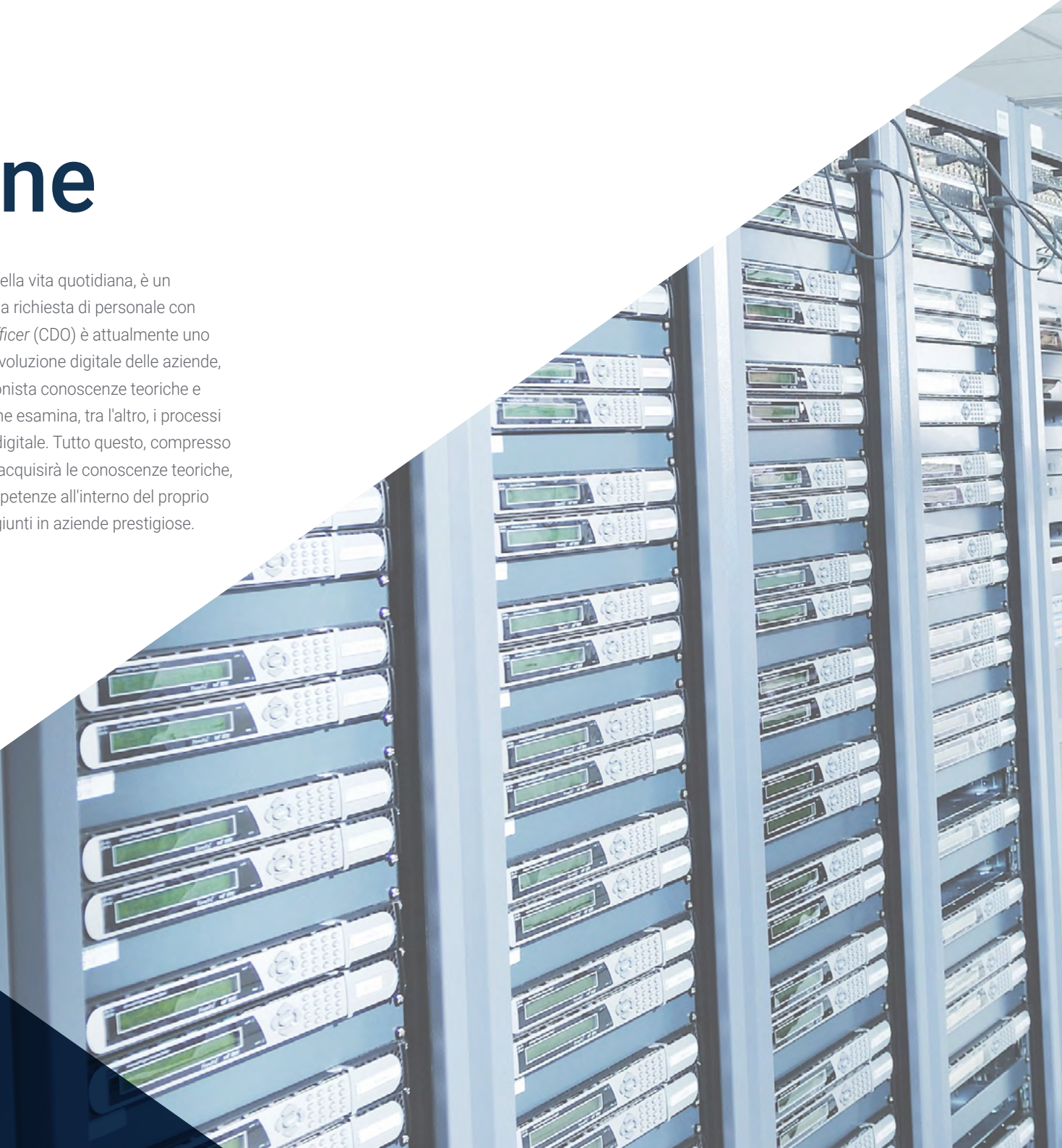
Titolo

pag. 58

01

Presentazione

La Digital Transformation, sia in ambito aziendale che in altre aree della vita quotidiana, è un processo in continua evoluzione. Per questo motivo, c'è una continua richiesta di personale con ampie competenze tecnologiche in questo settore. Il *Chief Digital Officer (CDO)* è attualmente uno degli specialisti più richiesti, in quanto questa figura deve guidare l'evoluzione digitale delle aziende, cercando di trarne i maggiori benefici. Per fornire a questo professionista conoscenze teoriche e pratiche, TECH ha progettato un programma completo e rigoroso che esamina, tra l'altro, i processi di *Management* aziendale, le tecniche analitiche, la comunicazione digitale. Tutto questo, compreso in due periodi accademici, il primo 100% online, in cui lo specialista acquisirà le conoscenze teoriche, e una seconda parte pratica, in cui potrà sviluppare tutte le sue competenze all'interno del proprio campo d'azione durante 3 settimane e con il supporto di esperti aggiunti in aziende prestigiose.





“

Approfondisci le tendenze e le opportunità della trasformazione digitale come necessità che influenza i clienti della tua organizzazione"

Il CDO è la figura professionale che progetterà in modo esponenziale lo sviluppo digitale dell'organizzazione per cui lavora. Sarà inoltre responsabile di garantire che l'azienda sia adatta ai nuovi ambienti digitali, sia in termini di comunicazione che di pubblicità. In questo senso, il manager esperto deve padroneggiare le conoscenze in materia di e-commerce, analisi digitale, Marketing o il nuovissimo mondo dei Social Media, senza dimenticare la gestione aziendale.

A tal fine, TECH offre un Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, *Chief Digital Officer*) per i professionisti del settore che desiderano guidare il processo di digitalizzazione dell'azienda. Il temario di questo Master spazia dall'implementazione dell'automazione dei processi e dell'integrazione con clienti e fornitori, alla conoscenza delle tendenze comportamentali degli utenti, nonché alla nuova comunicazione che tutte le aziende dovranno affrontare. Inoltre, con esso, il manager sarà in grado di padroneggiare i sistemi per stabilire la Strategia Digitale, attraverso una visione a 360°, applicata all'esperienza del cliente e all'esperienza interna dell'azienda.

Inoltre, la metodologia di insegnamento 100% online di TECH consente agli studenti una flessibilità totale, in modo da poter combinare il programma con ogni tipo di responsabilità professionale e personale. Questa qualifica teorica e pratica offre uno studio senza orari fissi, attraverso un contenuto online, che può essere fruito in qualsiasi momento. Inoltre, tutti i contenuti forniti in prima istanza saranno sviluppati anche nella pratica con il Tirocinio di 3 settimane di cui il CDO potrà usufruire.

Il Tirocinio, così come il periodo teorico, sarà sempre guidato da un tutor specifico con elevate competenze in materia di trasformazione digitale e collegato all'azienda in cui lo specialista commerciale svolge il suo stage. Ciò offre agli studenti l'opportunità di applicare conoscenze e competenze aggiornate in un ambiente reale. Uno spazio in cui contestualizzare tutte le informazioni teoriche acquisite e avere il supporto di professionisti con anni di esperienza nel settore.

Questo **Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digitale Officer)** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di oltre 100 casi clinici presentati da professionisti con una vasta esperienza in *Management Consulting*, impegnati a generare una vera e propria partnership con i loro clienti
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Modellazione e realizzazione della progettazione dei processi aziendali utilizzando la metodologia BPM, mappatura e documentazione dei processi
- ♦ Sviluppo di una visione strategica per guidare i processi di cambiamento della gestione dell'innovazione e della trasformazione digitale
- ♦ Padronanza della strategia digitale, intesa con una visione a 360°, applicata alla customer experience e all'esperienza interna all'azienda
- ♦ Adozione di una visione strategica e capacità di definire un piano di marketing, attraverso l'analisi esaustiva degli strumenti da utilizzare in: social network, *influencer*, marketing, email marketing, posizionamento SEO *Mobile Marketing* e ASO, campagne *Paid-Media*, *Affiliate Marketing*, *programmatic advertising*, programmi di fidelizzazione e azioni di *Cobranding*
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Possibilità di svolgere un tirocinio clinico all'interno di uno dei migliori centri ospedalieri

“

Partecipa all'evoluzione digitale della comunicazione interna ed esterna e aggiorna le tue competenze manageriali con 10 moduli accademici di alta qualità"

In questa proposta di Master Semipresenziale, di natura professionalizzante e in modalità semipresenziale, il programma è rivolto all'aggiornamento dei professionisti CDO che aspirano a inserire tutte le conoscenze aggiornate nella propria organizzazione. I contenuti sono basati sulle ultime evidenze scientifiche, orientati in modo didattico per integrare le conoscenze teoriche nella pratica professionale, e gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento degli strumenti necessari che consentiranno allo specialista di approcciare il marketing aziendale verso le nuove tendenze di social network e immediatezza.

Grazie ai loro contenuti multimediali sviluppati con le più recenti tecnologie didattiche, consentiranno ai professionisti del digitale di apprendere in modo contestuale e situato, cioè in un ambiente simulato che fornirà un apprendimento immersivo programmato per allenarsi in situazioni reali. La progettazione di questo programma è centrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo studente deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il programma. Il professionista sarà supportato da un innovativo sistema video interattivo sviluppato da riconosciuti esperti.

Incorpora i modelli di gestione strategica nella tua pratica quotidiana e gestisci con successo i processi della tua azienda.

Applica le tue conoscenze sul Design Thinking per partecipare all'innovazione dei processi della tua startup.

02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

A differenza di altri programmi didattici presenti sul mercato, TECH ti offre la possibilità di combinare lo studio dei contenuti di questo Master Semipresenziale in due fasi fondamentali. Il primo si concentra sullo studio teorico e online delle responsabilità, dei compiti e delle competenze di un *Chief Digital Officer*. In seguito, lo studente parteciperà a un Tirocinio intensivo in un'azienda di prim'ordine, dove applicherà quanto appreso in modo pratico e, allo stesso tempo, perfezionerà le proprie competenze. In questo modo, si diventerà un esperto le cui competenze saranno di interesse per le startup più interessate alla loro crescita e trasformazione digitale.



Perché iscriversi a questo | 09 **tech**
Master Semipresenziale?

“

*Questo modello di studio combina
l'apprendimento al 100% online sulla piattaforma
TECH con un eccellente, coinvolgente e intensivo
Tirocinio di 3 settimane, che porterà grandi
benefici alla tua carriera professionale”*

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

Questo programma di studio fornirà agli studenti l'accesso alle tecnologie più innovative per l'applicazione del *Business Process Management*. In particolare, analizzeranno gli strumenti che facilitano la comunicazione interna e l'integrazione delle risorse digitali nell'esercizio dell'impresa in modo pratico e teorico.

2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti

Tutti i professionisti coinvolti in questa qualifica hanno una vasta esperienza nella trasformazione digitale. Questi esperti avranno il compito di supervisionare i progressi accademici dello studente attraverso i contenuti teorici ricevuti nella piattaforma di apprendimento 100% online di TECH e nei tirocini organizzati per promuovere l'aggiornamento di nuove competenze pratiche.

3. Entrare in ambienti *Startup* di prim'ordine

Le aziende scelte da TECH per la formazione pratica di questo Master Semipresenziale hanno una vasta esperienza e prestigio nel campo della Digital Transformation. Queste aziende offriranno allo studente, fin dall'inizio, le migliori tecnologie e l'esperienza pratica di esperti di primo piano.





4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Affinché lo studente possa diventare un *Chief Digital Officer*, competitivo, questo titolo ha un programma teorico aggiornato. Allo stesso tempo, gli studenti potranno applicare tutto ciò che hanno imparato in questo segmento formativo attraverso un tirocinio che, grazie alla sua natura intensiva e immersiva, fornirà loro le competenze più avanzate di questo mercato del lavoro in modo rapido e flessibile.

5. Ampliare le frontiere della conoscenza

TECH non vuole che i suoi studenti limitino le loro possibilità di apprendimento al panorama locale. Per questo motivo, ha scelto aziende di diverse parti del mondo che si occuperanno di offrire un tirocinio di prima classe a tutti i suoi studenti. Ciò è possibile solo grazie all'ampia rete di contatti e accordi di cui dispone questa istituzione accademica, al momento la più grande nel settore digitale.

“

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

03

Obiettivi

Questo Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, *Chief Digital Officer*) è stato creato con l'obiettivo principale di fornire al professionista CDO le tecniche più recenti per coprire la moltitudine di campi tecnologici emergenti. Inoltre, il programma è stato sviluppato da un team specializzato in *Management, Executive Coaching* e consulenza strategica, con una vasta esperienza in diverse *Startups* leader. Un team di esperti che mira a trasmettere le conoscenze ai laureati in marketing, e-commerce e digital business. Grazie alla loro collaborazione, gli studenti impareranno a conoscere casi reali e simulazioni, che saranno di grande utilità durante il loro tirocinio e avranno un impatto diretto sul loro lavoro quotidiano.



“

Aumenta le tue competenze per diventare uno dei principali manager che padroneggiano alla perfezione il Business Process Management"



Obiettivo generale

- Questo programma fornisce un aggiornamento rigoroso sull'e-Marketing per rafforzare le prestazioni degli specialisti digitali nelle aree della gestione della tecnologia, del controllo dei processi e dei comportamenti di leadership nel campo dei *Chief Digital Officer*. Inoltre, il Tirocinio, che fa parte del secondo periodo di questa Master, è un punto di svolta nella carriera del professionista tecnologico. In questo Tirocinio saranno in grado di scavare direttamente nel vostro campo e di applicare le conoscenze, utilizzando i più recenti strumenti digitali che sono già incorporati in prestigiose *Startups*. La professionalità del team con cui gli studenti si specializzeranno sarà coinvolta nell'intero Tirocinio e non solo li aiuterà ad affrontare diversi casi reali, sviluppando nuove competenze e capacità di gestione, ma li aiuterà anche a prendere decisioni con un carattere globale e una prospettiva internazionale



Obiettivi specifici

Modulo 1. L'ambiente digitale nei processi

- Padroneggiare le diverse soluzioni tecnologiche BPM e selezionare quella che meglio si adatta a ciascuna organizzazione
- Identificare i processi di innovazione che consentono la creazione di nuovi prodotti e servizi tecnologici

Modulo 2. Trasformazione digitale dell'impresa

- Modellazione e realizzazione della progettazione dei processi aziendali utilizzando la metodologia BPM, mappatura e documentazione dei processi
- Sviluppare un quadro concettuale per l'analisi della maturità digitale e delle sfide a livello di strategia, processi, tecnologia, cultura e persone che l'organizzazione deve affrontare nel nuovo paradigma digitale

Modulo 3. La nuova era digitale: *Internet of Things (IoT)*

- Implementare l'automazione dei processi e l'integrazione con clienti, fornitori, dipendenti, organizzazioni, documenti, sistemi e tecnologie
- Sviluppo una visione strategica per guidare i processi di cambiamento della gestione dell'innovazione e della trasformazione digitale

Modulo 4. La trasformazione digitale come strategia a 360°

- Imparate a conoscere le diverse tendenze tecnologiche in atto, in modo da avere una visione strategica e globale quando le applicate ai vostri progetti
- Padronanza della strategia digitale, intesa con una visione a 360°, applicata alla customer experience e all'esperienza interna all'azienda

Modulo 5. Canali di marketing nell'era digitale

- ♦ Definire un piano di marketing, attraverso un'analisi esaustiva degli strumenti da utilizzare: social network, *Influencer Marketing*, email Marketing, posizionamento SEO, *Mobile Marketing*, ASO, ecc.
- ♦ Implementare campagne *Paid-Media*, affiliate marketing, programmatic advertising, programmi di fidelizzazione e azioni di *Cobranding*

Modulo 6. Nuovi comportamenti nella trasformazione digitale delle imprese

- ♦ Comprendere e riflettere sulle diverse tendenze comportamentali degli utenti, nonché sulla nuova comunicazione che tutte le aziende dovranno affrontare
- ♦ Esaminare gli sviluppi per settore nell'ambiente digitale, come la salute, il turismo o la mobilità

Modulo 7. Business Process Management (BPM)

- ♦ Implementare il *Business Process Management* in modo tempestivo e con successo
- ♦ Identificare i modelli di riferimento dei processi, come APQC e SCOR

Modulo 8. Modellazione e analisi dei processi

- ♦ Creare modelli di processo tenendo conto dei tipi di notazione più comunemente utilizzati
- ♦ Conoscere gli aspetti più rilevanti dei modelli per scegliere il tipo di modellazione giusta per ogni scenario

Modulo 9. Controllo e ottimizzazione dei processi

- ♦ Progettare il processo desiderato e valutarne le prestazioni, formulando indicatori di gestione in base al livello dell'organizzazione
- ♦ Applicare diversi metodi per misurare e monitorare le prestazioni



Iscriviti ora per vivere un'esperienza teorico-pratica che ti darà le chiavi per padroneggiare le diverse soluzioni tecnologiche BPM"

04 Competenze

Gli sviluppi tecnologici fanno parte della vita quotidiana dei consumatori. La forte attenzione all'e-commerce e agli strumenti digitali richiede una formazione intensiva e completa per i professionisti del settore. I manager e i professionisti che ricoprono il ruolo di CDO devono essere consapevoli delle aggiunte quotidiane al loro settore. Questi specialisti devono padroneggiare la gestione di un ambiente in costante evoluzione, nonché l'analisi dei processi aziendali o l'ottimizzazione e il controllo di tali processi. In questo senso, il professionista del digitale troverà in questo programma un'opportunità unica per svilupparsi, appunto, attraverso uno strumento digitale e anche con un tirocinio che accrescerà il miglioramento delle proprie competenze come CDO.



“

Scopri ora l'impatto che il tuo business digitale può avere sul tuo pubblico di riferimento con tecniche di digitalizzazione ottimali e innovazioni pubblicitarie"

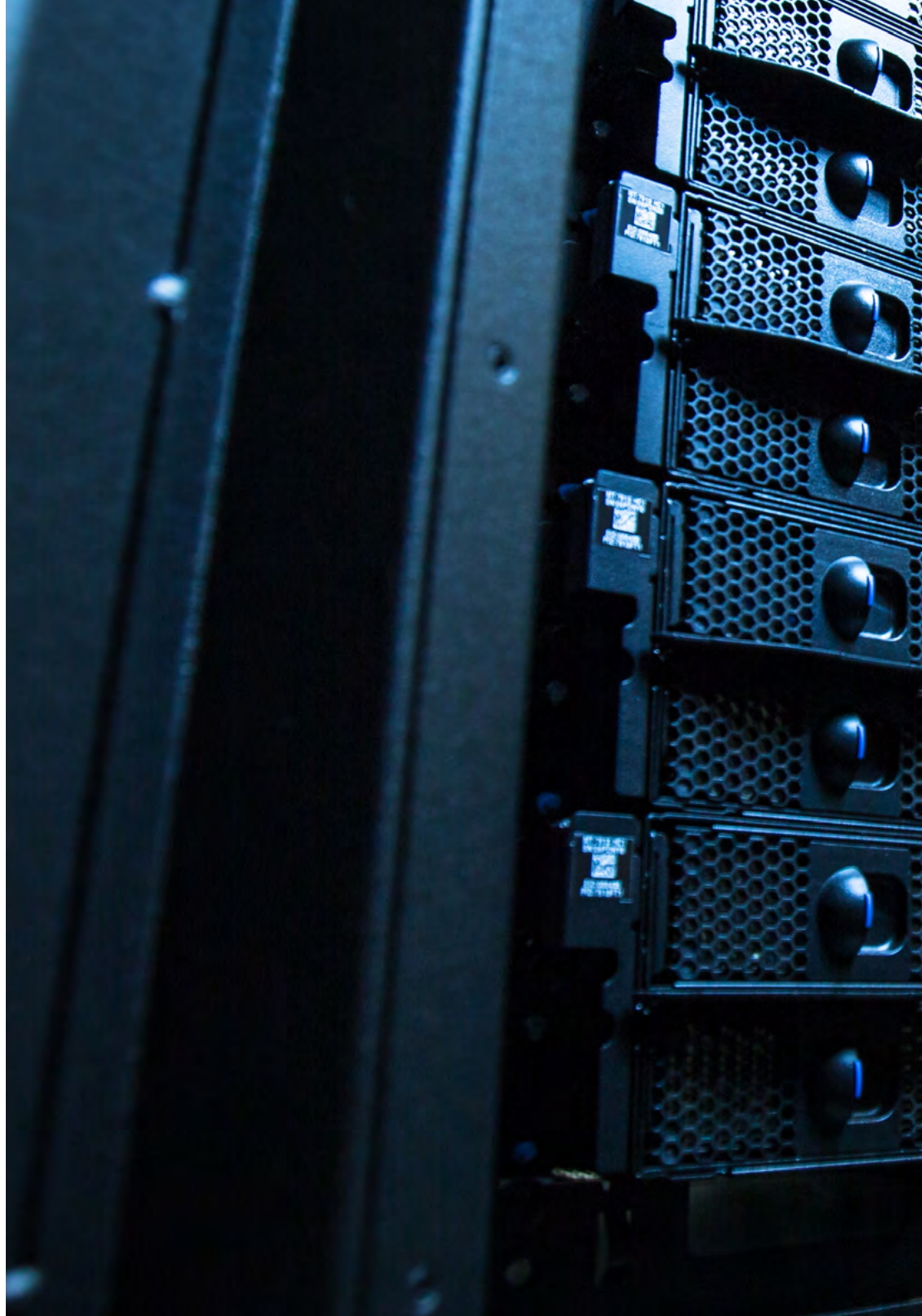


Competenze generali

- ♦ Comprendere l'impatto della trasformazione digitale su clienti, processi, modelli di business, talento umano e strumenti di lavoro
- ♦ Dirigere i cambiamenti che stanno trasformando i processi organizzativi in tutto il mondo
- ♦ Sviluppare la visione e la capacità strategica per definire un piano di Marketing, nonché gli strumenti attualmente utilizzati
- ♦ Ottimizzare la creazione di aziende secondo la linea guida digitale che comprende gli strumenti e le tecniche più importanti per il loro successivo servizio

“

Con questa qualifica, sarai in grado di guidare i processi di cambiamento della gestione dell'innovazione e della Digital Transformation in diverse startup sulla scena internazionale"





Competenze specifiche

- ♦ Applicare l'uso di nuovi strumenti tecnologici nell'organizzazione
- ♦ Acquisire una visione strategica per guidare i processi di cambiamento della gestione dell'innovazione e della trasformazione digitale
- ♦ Creare un team per la Digital Transformation comprendendo quali aree dell'azienda e quali profili devono essere coinvolti
- ♦ Analizzare l'impatto aziendale dell'uso delle tecnologie
- ♦ Analisi dell'ambiente digitale: ripercussioni, sfide e opportunità, dal punto di vista del Marketing.
- ♦ Dirigere e gestire l'area Digital Marketing a livello aziendale
- ♦ Padroneggiare i progressi dei nuovi formati pubblicitari, avendo così le conoscenze necessarie per puntare su di essi nella strategia futura
- ♦ Implementare una strategia digitale osservando l'impatto che essa ha oggi su diversi settori
- ♦ Riconoscere se l'azienda dispone degli elementi necessari per un'implementazione di successo del progetto BPM
- ♦ Creare modelli di processo di business tenendo conto dei tipi di notazione più comunemente utilizzati
- ♦ Pianificare e organizzare le risorse disponibili per garantire una protezione legale completa dell'azienda

05

Direzione del corso

TECH si è avvalsa di un team di docenti con esperienza pluriennale nei settori dei sistemi informativi, del commercio digitale e della pubblicità, in modo che questi professionisti possano contemporaneamente guidare lo specialista verso nuovi ambiti tecnologici in cui sviluppare le proprie competenze commerciali. Si tratta di professionisti che non solo hanno inserito le loro conoscenze nel programma di studio, ma hanno anche incluso la loro esperienza nello scenario d'azione per aiutare gli studenti a comprendere l'importanza di adattare i processi aziendali ai modelli e ai tipi di notazione più comunemente utilizzati nelle *Startups*.



“

Sarai supportato da un personale docente impegnato a fornirti un aggiornamento sulla Digital Transformation, attraverso conoscenze e risorse tratte dalla propria esperienza”

Direttore Ospite Internazionale

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

Le strategie progettate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di **migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti**. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il **CSAT, l'impegno dei dipendenti nelle istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'indicatore finanziario EBITDA** in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e **guidato team ad alte prestazioni** che hanno anche ricevuto riconoscimenti per il loro **potenziale trasformatore**. Con Shell, in particolare, l'esecutivo ha sempre cercato di superare tre sfide: **soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione redditizia" e rivedere un panorama frammentato di dati, digitale e tecnologico**. I suoi sforzi hanno dimostrato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il manager si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali di Intelligenza Artificiale**, tematica in cui ha una laurea presso la London Business School. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT e Salesforce**.



M. Arman, Romi

- Direttore della trasformazione digitale (CDO) presso la Shell Energy Corporation di Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Servizio Clienti presso la Shell Energy Corporation
- Key Account Manager nazionale (OEM e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Senior Management Consultant (Financial Services Industry) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Laurea in applicazioni aziendali AI per dirigenti senior della London Business School
- Certificazione professionale in esperienza del cliente CCXP
- Corso di trasformazione digitale esecutiva di IMD

“

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

Direzione



Dott. Barrientos, Giancarlo

- ♦ IT Manager di Assist-365
- ♦ Ingegnere di sistemi informativi con specializzazione in ingegneria del software della U.S.A.L. di Buenos Aires
- ♦ Co-fondatore e CTO di MedicalDays
- ♦ Fondatore e CTO di Dash Core
- ♦ Master in Process Management e Digital Transformation
- ♦ Ingegnere Energetico presso l'Università del Salvador



Dott. Nieto-Sandoval González- Nicolás, David

- ♦ Ingegnere per l'efficienza energetica e l'economia circolare presso Aprofem
- ♦ Ingegnere Tecnico Industriale presso l'EUP di di Malaga
- ♦ Ingegnere industriale dell' ETSII di Ciudad Real
- ♦ Responsabile della protezione dei dati (DPO) dell'Università Antonio Nebrija
- ♦ Esperto in gestione di progetti e consulente aziendale e mentore in organizzazioni come Youth Business Spain o COGITI di Ciudad Real
- ♦ CEO della startup GoWork, focalizzata sulla gestione delle competenze e lo sviluppo professionale e l'espansione del business attraverso l'iperetichettatura
- ♦ Editore di contenuti di formazione tecnologica per enti pubblici e privati
- ♦ Insegnante omologato dall'EOI nei settori dell'industria, dell'imprenditoria, delle risorse umane, dell'energia, delle nuove tecnologie e dell'innovazione tecnologica

Personale docente

Dott.ssa García Salvador, Laura

- ♦ CMO - Responsabile marketing di Zacatrus
- ♦ CMO e crescita presso Ruralka Hoteles
- ♦ Responsabile marketing di Adotta un Nonno
- ♦ Master in Marketing Digitale in ESIC
- ♦ Laurea nel Double Degree in Business Administration and Management e Advertising and Public Relations

Dott. Goenaga Peña, Andrés

- ♦ Avvocato, scrittore e specialista in proprietà industriale, diritto d'autore e nuove tecnologie
- ♦ Master in Proprietà industriale, diritto d'autore e nuove tecnologie presso l'Universidad Externado de Colombia.
- ♦ Laurea in Giurisprudenza conseguita presso l'Università del Nord

Dott.ssa Garrido Brito, Stephanie

- ♦ Scrum Master in Trinet
- ♦ Scrum Master in Lean Tech
- ♦ Ingegnere Logistico Residente presso Marval
- ♦ Coordinatrice Operativa presso Geotech Solutions
- ♦ Diploma di Specializzazione in Coaching, PNL e leadership di gruppo, logistica e gestione dei processi presso la Escuela de Negocios Europea di Barcellona
- ♦ Master in Digital Transformation in Ingegneria Industriale
- ♦ Laurea in Ingegneria Industriale presso l'Università di del Nord



Dott.ssa Gómez Morales, María Daniela

- ◆ Specialista in Ingegneria Industriale
- ◆ Consulente per gli studenti dell'Università del Nord
- ◆ Analista di produzione presso Smurfit Kappa
- ◆ Counselling e Analista di Vita Universitaria in Atlántico
- ◆ Laurea in Ingegneria Industriale presso l'Università di del Nord

“

Il programma, composto da un personale docente di fama internazionale ti consentirà di acquisire in modo rapido e flessibile il know-how più innovativo in questo settore dello sviluppo aziendale”

06

Pianificazione del programma

Il contenuto di questo Master è stato accuratamente pianificato con un team di docenti esperti nell'ambiente digitale e nelle strategie di vendita più innovative. Allo stesso modo, l'intero programma è stato scritto seguendo la metodologia pedagogica di TECH, basata sul *Relearning*, che esonera gli studenti da lunghe ore di studio, grazie all'assimilazione progressiva e graduale dei contenuti. Le molteplici risorse multimediali, le sintesi video e i casi simulati basati su esempi reali rendono l'esperienza accademica molto più flessibile e arricchente, oltre a fornire l'accesso a una guida di riferimento molto utile che il CDO può consultare nella sua vita professionale quotidiana. Vale la pena sottolineare l'insegnamento teorico-pratico offerto dal TECH, grazie al quale lo specialista sarà in grado di mettere in pratica tutte le informazioni fornite in precedenza e sviluppate nel seguente elenco:



“

Avrai a disposizione la guida di riferimento in modo che, una volta terminata la qualifica, disporrai di contenuti specifici sui nuovi modelli di business e potrai consultarli offline”

Modulo 1. L'ambiente digitale nei processi

- 1.1. Il mondo digitale
 - 1.1.1. Tendenze e opportunità
 - 1.1.2. Digital Transformation: scelta o necessità
 - 1.1.3. L'impatto dell'era digitale sui clienti
- 1.2. L'impatto della trasformazione digitale
 - 1.2.1. Comunicazione interna ed esterna
 - 1.2.2. Canali di vendita e clienti
 - 1.2.3. Nuovi modelli di business
- 1.3. Gestione per processi
 - 1.3.1. Processi
 - 1.3.2. Processo e ciclo di *Deming*
 - 1.3.3. Mappa dei processi
 - 1.3.3.1. Gestione strategica
 - 1.3.3.2. Gestione della catena di valori
 - 1.3.3.3. Supporto
- 1.4. Ottimizzazione della gestione dei processi
 - 1.4.1. Approccio basato sul processo
 - 1.4.2. Fasi di Miglioramento di processo
 - 1.4.3. Miglioramento continuo e Organizzazione
- 1.5. Innovazione di Processo
 - 1.5.1. *Design Thinking*
 - 1.5.2. L'approccio *Agile*
 - 1.5.3. *Lean Startup*
- 1.6. Strategia digitale dell'impresa
 - 1.6.1. Marketing digitale e e-commerce
 - 1.6.2. Integrare il marketing tradizionale e digitale
 - 1.6.3. Strumenti di Marketing Online
- 1.7. Ambiente organizzativo
 - 1.7.1. Gestione del cambiamento
 - 1.7.2. Strategia di gestione del cambiamento
 - 1.7.3. Implementazione del cambiamento nell'organizzazione

- 1.8. Analisi e gestione dati
 - 1.8.1. Storia, evoluzione e tendenze della web analytics
 - 1.8.2. Importanza della Analisi di elaborazione dei dati
 - 1.8.3. *Big Data* e l'Intelligenza Aziendali
 - 1.8.3.1. *Big Data*
 - 1.8.3.2. *Business Intelligence*
- 1.9. Innovazione Tecnologica
 - 1.9.1. Imprese innovatrici
 - 1.9.2. Fattori di competitività. Creatività e Innovazione
 - 1.9.3. Innovazione e gestione dei processi
- 1.10. Applicazioni e storie di successo
 - 1.10.1. Le Strade della trasformazione digitale
 - 1.10.2. Progetti e trasformazione digitale
 - 1.10.3. Come posizionarsi nella Digital Transformation

Modulo 2. Digital Transformation dell'impresa

- 2.1. Digital e Business Transformation
 - 2.1.1. Digitalizzazione vs. Digital Transformation
 - 2.1.2. *Social Business*: piattaforme, processi e persone
 - 2.1.3. Modelli organizzativi
- 2.2. *Smart Company* o Impresa 4.0
 - 2.2.1. Differenza tra *Smart Company*, *Digital Company* e *Traditional Company*
 - 2.2.2. Le chiavi del management nelle aziende digitalmente native
 - 2.2.3. Progettazione, produzione, logistica e distribuzione di Impresa 4.0
- 2.3. Trasformazione Digitale
 - 2.3.1. Le Sfide della Digital Transformation
 - 2.3.2. Le Vantaggi della Digital Transformation
 - 2.3.3. Le Barriere della Digital Transformation
- 2.4. Le Tipologie di Digital Transformation
 - 2.4.1. Digital Transformation per tipo di azienda
 - 2.4.2. Digital Transformation per Modelli di Business
 - 2.4.3. Digital Transformation per Profili di Utente

- 2.5. Profili che guidano la Digital Transformation per area
 - 2.5.1. Tecnologia
 - 2.5.2. Marketing e Crescita
 - 2.5.3. Risorse umane
 - 2.5.4. Direzione
- 2.6. Pianificazione strategica di TI/ SI
 - 2.6.1. Il Piano TI/SI
 - 2.6.2. Struttura di un Piano TI/SI
 - 2.6.3. Fasi di un Piano TI/SI
- 2.7. Gestione di Progetti di Sistemi Informativi
 - 2.7.1. Requisiti funzionali e non funzionali
 - 2.7.2. Tipologia di sistemi informativi
 - 2.7.3. Modello entità-relazione
- 2.8. Differenze tra le metodologie
 - 2.8.1. Differenze tra *Design Thinking*, *Lean Startup*, *Agile*, *Growth Hacking*
 - 2.8.2. Approfondire la metodologia del *Growth Hacking*
 - 2.8.3. Altre metodologie: *Design Sprint*, *Kanban* e *Six Sigma*
- 2.9. Competenze Digitali
 - 2.9.1. Visione strategica, comunicativa e agile
 - 2.9.2. Analisi dei dati
 - 2.9.3. Gestione creatività
 - 2.9.4. Sicurezza
- 2.10. Le Conseguenze della Digital Transformation
 - 2.10.1. Digitalizzazione di Società
 - 2.10.2. Divisione digitale
 - 2.10.3. Lavoro flessibile, lavoro per obiettivi e telelavoro

Modulo 3. La nuova era digitale: *Internet of Things (IoT)*

- 3.1. *Internet of Things*
 - 3.1.1. Analisi di *Internet of Things*
 - 3.1.2. Ambito e evoluzione
 - 3.1.3. Implicazioni della trasformazione per le aziende
- 3.2. *Big Data*
 - 3.2.1. *Big Data* E *Small Data*
 - 3.2.2. Le 4 V del *Big Data*
 - 3.2.3. Analitica predittiva
 - 3.2.4. Approccio *Data Driven*
- 3.3. *Cloud Productivity*
 - 3.3.1. Caratteristiche
 - 3.3.2. Modelli di implementazione
 - 3.3.3. Livelli o strati
- 3.4. Tecnologie *Blockchain*
 - 3.4.1. *Blockchain*
 - 3.4.2. Benefici del *Blockchain*
 - 3.4.3. Applicazioni del *Blockchain* nel mondo degli affari
- 3.5. Intelligenza Artificiale(IA)
 - 3.5.1. Intelligenza Artificiale
 - 3.5.2. Tipi di Intelligenza Artificiale
 - 3.5.3. Applicazioni di Intelligenza Artificiale
 - 3.5.4. *Machine Learning* vs. Intelligenza Artificiale
- 3.6. Realtà estesa (RX)
 - 3.6.1. Realtà aumentata
 - 3.6.2. Realtà Virtuale(VR)
 - 3.6.3. Realtà Aumentata(AR)
 - 3.6.4. Realtà Mista (MR)
- 3.7. *Umani aumentati* o *Human 2.0*
 - 3.7.1. *Human Enhancement Technologies (HET)*
 - 3.7.2. *Biohacking*
 - 3.7.3. *Apprendimento accelerato*

- 3.8. Stampa 3D
 - 3.8.1. Evoluzione e portata della Stampa 3D
 - 3.8.2. Tipi di Stampe 3D
 - 3.8.3. Applicazioni della Stampa 3D
- 3.9. Servizi basati sulla Localizzazione(LBS)
 - 3.9.1. *Bluetooth Low Energy (BLE)- Beacons*
 - 3.9.2. Localizzazione GPS
 - 3.9.3. Posizione wireless: *Geofencing* e Geotagging (RFID e NFC, codici a barre, scanner QR)
- 3.10. La tecnologia 5G
 - 3.10.1. Connettività
 - 3.10.2. Vantaggi del 5G
 - 3.10.3. Applicazioni

Modulo 4. La trasformazione digitale come strategia a 360°

- 4.1. Strategia 360°
 - 4.1.1. *Consapevolezza del Marchio*
 - 4.1.2. *Mappatura dei Contenuti e Viaggio del Cliente*
 - 4.1.3. *Strategia always on*
- 4.2. *Rebranding*
 - 4.2.1. *Rebranding*
 - 4.2.2. Quando applicare una Strategia di *Rebranding*
 - 4.2.3. Come applicare una Strategia di *Rebranding*
- 4.3. HR Marketing
 - 4.3.1. *Recruitment Marketing*
 - 4.3.2. Fasi del HR Marketing
 - 4.3.3. Strategia di comunicazione: interna ed esterna
- 4.4. Marketing relazionale
 - 4.4.1. Marketing relazionale
 - 4.4.2. *Inbound Marketing*
 - 4.4.3. Strumenti





- 4.5. Comunità di innovazione ed ecosistemi
 - 4.5.1. Ecosistemi di innovazione
 - 4.5.2. Tipi di profili
 - 4.5.3. Le chiavi per avere una comunità interna ed esterna
- 4.6. *Social Selling*
 - 4.6.1. *Social Selling*
 - 4.6.2. Come applicare una Strategia di *Social Selling*
 - 4.6.3. Applicazioni basate sul *Social Selling*
- 4.7. Marketing Esperienziale
 - 4.7.1. Marketing Esperienziale
 - 4.7.2. Obiettivi di una campagna di Marketing Esperienziale
 - 4.7.3. Uso della tecnologia nel Marketing Esperienziale
- 4.8. *Branded content* e pubblicità nativa
 - 4.8.1. *Branded content* e *Debranding*
 - 4.8.2. *Content Marketing* vs. *Brand journalism*
 - 4.8.3. Pubblicità narrativa
- 4.9. *Real Time* Marketing
 - 4.9.1. *Real Time* Marketing
 - 4.9.2. Preparazione di una campagna di *Real Time* Marketing
 - 4.9.3. La personalizzazione come concetto chiave
 - 4.9.4. Responsabilità sociale aziendale
- 4.10. Indicatori chiave di prestazione (KPIS) nell'era digitale
 - 4.10.1. Indicatori organizzativi
 - 4.10.2. Indicatori di innovazione
 - 4.10.3. Indicatori di marketing

Modulo 5. Canali di marketing nell'era digitale

- 5.1. Social network
 - 5.1.1. Relazionali
 - 5.1.2. Intrattenimento
 - 5.1.3. Professionisti
 - 5.1.4. Nicchia
- 5.2. *Influencer marketing*
 - 5.2.1. Classificazione degli *influencers*
 - 5.2.2. Progettazione di campagne con gli *influencers*
 - 5.2.3. Tipi di campagne con gli *influencers*
- 5.3. Email Marketing
 - 5.3.1. Obiettivi dell'email Marketing
 - 5.3.2. Fattori chiave dell'email Marketing
 - 5.3.3. Automazione delle e-mail
- 5.4. Pagine web e SEO
 - 5.4.1. Pagina web
 - 5.4.2. SEO *On page*
 - 5.4.3. SEO *Off page*
- 5.5. Applicazioni mobili e ASO
 - 5.5.1. Tipi di applicazioni
 - 5.5.2. Concetti principali
 - 5.5.3. Posizionamento ASO
- 5.6. Campagne pagate
 - 5.6.1. Strategia mediatica
 - 5.6.2. Google Ads
 - 5.6.3. Facebook Ads
- 5.7. Marketing di affiliazione
 - 5.7.1. Analisi del Marketing di affiliazione
 - 5.7.2. Tipi di Marketing di affiliazione
 - 5.7.3. Aspetti chiave

- 5.8. Pubblicità programmatica
 - 5.8.1. Pubblicità programmatica
 - 5.8.2. Gli attori chiave
 - 5.8.3. Vantaggi della pubblicità programmatica
 - 5.8.4. *Realtime* RTB
- 5.9. Programmi di fidelizzazione
 - 5.9.1. Programmi di fidelizzazione
 - 5.9.2. L'importanza Gamification
 - 5.9.3. Tipi di programmi di di fidelizzazione
- 5.10. *Cobranding*
 - 5.10.1. Campagna di *Cobranding*
 - 5.10.2. Tipi di *Cobranding*
 - 5.10.3. *Co Branding* vs. *Comarketing*

Modulo 6. Nuovi comportamenti nella trasformazione digitale delle imprese

- 6.1. Nuovi comportamenti adottati
 - 6.1.1. *Social Distancing*
 - 6.1.2. *A-commerce*
 - 6.1.3. *Mentor to Protége (M2P)*
- 6.2. Tendenze nella comunicazione
 - 6.2.1. Marketing inclusivo e sociale
 - 6.2.2. Ecologia e prossimità
 - 6.2.3. Umanizzazione
 - 6.2.4. Differenziazione
- 6.3. Evoluzione dei contenuti
 - 6.3.1. Evoluzione dei *Fast Content*
 - 6.3.2. Contenuto immediato
 - 6.3.3. Dal *Storytelling* al *Storydoing*
 - 6.3.4. La crescita del contenuto del brand

- 6.4. L'evoluzione della ricerca
 - 6.4.1. L'intenzione della ricerca
 - 6.4.2. *Voice Marketing*
 - 6.4.3. *Visual Search*
 - 6.4.4. Ricerche interattive
- 6.5. Progressi di supporti
 - 6.5.1. Pubblicità digitale OOH
 - 6.5.2. TV connessa e *video Over-the-Top (OTT)*
 - 6.5.3. *Podcasting* e audio online
 - 6.5.4. *Streaming*
- 6.6. *Customer Centric*
 - 6.6.1. *Customer Centric vs. Customer Experience vs. Product Centric*
 - 6.6.2. *User Generated Content*
 - 6.6.3. *Share of Voice*
 - 6.6.4. Personalizzazione
- 6.7. L'evoluzione dell'e-commerce
 - 6.7.1. Sviluppi e prospettive
 - 6.7.2. Tipi di sistemi
 - 6.7.3. Tipi di e-commerce
- 6.8. Economia comportamentale
 - 6.8.1. Economia comportamentale
 - 6.8.2. Tipi di pregiudizi e *Nudges*
 - 6.8.3. CRO
 - 6.8.4. UX vs. UI
- 6.9. Trasformazione digitale: fisico + digitale
 - 6.9.1. L'era della digitalizzazione
 - 6.9.2. *Social, Location e Mobile (SoLoMo)*
 - 6.9.3. Evoluzione dei metodi di Pagamenti
 - 6.9.4. Nuove sfide per la vendita al dettaglio
- 6.10. gli sviluppi per settore nell'ambiente digitale
 - 6.10.1. Turismo
 - 6.10.2. Mobilità
 - 6.10.3. Salute

Modulo 7. *Business Process Management (BPM)*

- 7.1. Architettura d'impresa
 - 7.1.1. Visione olistica dell'architettura aziendale
 - 7.1.2. Catena di valore
 - 7.1.3. Architettura di processi
- 7.2. Diagnosi di BPM
 - 7.2.1. *Business Process Management*
 - 7.2.2. Driver aziendali
 - 7.2.3. Elementi necessari per un'implementazione di successo
 - 7.2.4. Ciclo di maturità
- 7.3. Principi di BPM
 - 7.3.1. Adattabilità del contesto
 - 7.3.2. Continuità
 - 7.3.3. Sviluppo delle competenze
 - 7.3.4. Olismo
 - 7.3.5. Istituzionalizzazione
 - 7.3.6. Partecipazione degli stakeholder
 - 7.3.7. Linguaggio comune
 - 7.3.8. Propositi
 - 7.3.9. Semplicità
 - 7.3.10. Componenti tecnologici
- 7.4. Benefici della BPM
 - 7.4.1. Aziendali
 - 7.4.2. Clienti
 - 7.4.3. Gestione
 - 7.4.4. *Stakeholder*
 - 7.4.5. Applicazioni della BPM
 - 7.4.5.1. *Business Process Management (BPI)*
 - 7.4.5.2. *Enterprise Process Management (EPM)*
 - 7.4.5.3. *Perfezionamento continuo (CR)*

- 7.5. Applicazioni settoriali della BPM
 - 7.5.1. Istituzioni finanziarie
 - 7.5.2. Telecomunicazioni
 - 7.5.3. Sanità
 - 7.5.4. Assicurazioni
 - 7.5.6. Industria manifatturiera
- 7.6. Modelli di riferimento dei processi
 - 7.6.1. Modello APQC
 - 7.6.2. Modello SCOR
- 7.7. Centro di Eccellenza di Processo (COE)
 - 7.7.1. Funzioni e benefici del COE
 - 7.7.2. Fasi di definizione di un COE e di un modello di governo
- 7.8. Passi per il successo del BPM
 - 7.8.1. Scoprire e semplificare
 - 7.8.2. Acquisizione e documentazione
 - 7.8.3. Pubblicare e animare
 - 7.8.4. Progettare e migliorare
 - 7.8.5. Simulare e ottimizzare
 - 7.8.6. Generare ed eseguire
 - 7.8.7. Monitoraggio e gestione
- 7.9. Sfide del *Business Process Management*
 - 7.9.1. Rischi a seconda della fase del processo
 - 7.9.2. Strategie per superare il rischio
 - 7.9.3. Errori di Implementazione
- 7.10. Considerazioni per l'avvio di un progetto BPM
 - 7.10.1. Selezione del punto di partenza corretto
 - 7.10.2. Coinvolgere gli utenti
 - 7.10.3. Misurare fin dall'inizio

Modulo 8. Modellazione e analisi dei processi

- 8.1. Modellazione dei processi
 - 8.1.1. Obiettivi della modellazione dei processi
 - 8.1.2. Vantaggi dell'utilizzo di un modello di notazione standardizzato
 - 8.1.3. Considerazioni sulla scelta del modello di notazione
- 8.2. *Business Process Modelling Notation (BPMN)*
 - 8.2.1. Componenti di BPMN
 - 8.2.2. Tipi di carte di BPMN
 - 8.2.3. Vantaggi di BPMN
 - 8.2.4. Svantaggi di BPMN
- 8.3. Altri tipi di modellazione dei processi
 - 8.3.1. *Swim Lanes*
 - 8.3.2. *Flow Charting*
 - 8.3.3. *Event Process Chain (EPC)*
 - 8.3.4. *Unified Modeling Language (UML)*
 - 8.3.5. *ntegrated Definition Language (IDEF)*
 - 8.3.6. *Value Stream Mapping*
- 8.4. Obiettivi della modellazione dei processi
 - 8.4.1. Catena di valore
 - 8.4.2. *Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)*
 - 8.4.3. *System Dynamics*
- 8.5. Livelli della modellazione dei processi
 - 8.5.1. Prospettiva aziendale
 - 8.5.2. Prospettiva commerciale
 - 8.5.3. Prospettiva operativa
- 8.6. Acquisizione di informazioni
 - 8.6.1. Osservazione diretta
 - 8.6.2. Interviste
 - 8.6.3. Sondaggi
 - 8.6.4. Workshop strutturati
 - 8.6.5. Conferenze web

- 8.7. Software di modellazione (BPMS)
 - 8.7.1. *Portale Aura*
 - 8.7.2. *Bizagi Modeler*
 - 8.7.3. *Trisotech*
 - 8.7.4. *iGrafx*
 - 8.7.5. *IBM Blueworks Live*
 - 8.7.6. *OnBase by Hyland*
 - 8.7.7. *Oracle BPM Suite*
 - 8.7.8. *Signavio*
- 8.8. Analisi dei processi
 - 8.8.1. Fase di implementazione
 - 8.8.2. Ruoli dell'analisi
 - 8.8.3. Fattori di analisi dei processi
 - 8.8.4. Analisi economica
 - 8.8.5. L'albero delle cause e degli effetti
 - 8.8.6. Analisi del rischio
 - 8.8.7. Analisi della capacità di risorse
 - 8.8.8. Analisi del talento umano
- 8.9. Considerazioni per l'analisi dei Processi
 - 8.9.1. Leadership a livello dirigenziale
 - 8.9.2. Maturità della gestione dei processi
 - 8.9.3. Evitar solucionar durante el análisis
 - 8.9.4. Un análisis eficiente
 - 8.9.5. Resistenza potenziale
 - 8.9.6. Omissione di colpevolezza nelle non conformità
 - 8.9.7. Comprendendo la cultura organizzativa
 - 8.9.8. Attenzione al cliente
 - 8.9.9. Disponibilità di risorse
- 8.10. Simulazione di processi aziendali
 - 8.10.1. Considerazioni tecniche e politiche per la simulazione
 - 8.10.2. Simulazione dei processi aziendali passo dopo passo
 - 8.10.3. Strumenti di simulazione

Modulo 9. Controllo e ottimizzazione dei processi

- 9.1. Progettazione dei processi
 - 9.1.1. Aspetti fondamentali della progettazione dei processi
 - 9.1.2. Transizione da "As is" a "To be"
 - 9.1.3. Analisi economica del processo "To be"
- 9.2. Verso il controllo delle prestazioni del processo
 - 9.2.1. Tenendo conto del livello di maturità del processo
 - 9.2.2. Interpretazioni della performance
 - 9.2.3. Aspetti misurabili
 - 9.2.4. Progettazione della misurazione delle prestazioni
- 9.3. Misura e controllo delle prestazioni del processo
 - 9.3.1. L'importanza della misurazione dei Processi
 - 9.3.2. Indicatori di gestione dei processi
 - 9.3.3. Fasi di creazione degli indicatori di gestione
- 9.4. Metodi per misurare e monitorare le prestazioni
 - 9.4.1. Mappe dei flussi di valore (VSM)
 - 9.4.2. Sistemi di calcolo dei costi basati sulle attività
 - 9.4.3. Monitoraggio statistico
- 9.5. Controllo statistico dei processi
 - 9.5.1. Parametri statistici
 - 9.5.2. Analisi della variabilità
 - 9.5.3. Grafici di controllo
 - 9.5.4. Piani di campionamento
- 9.6. Estrazione di processo
 - 9.6.1. Stato dell'arte della Estrazione di processo
 - 9.6.2. Metodologia dell'arte della Estrazione di processo
 - 9.6.3. Fattori da considerare per l'implementazione
- 9.7. Intelligenza di processo
 - 9.7.1. L'Intelligenza dei processi
 - 9.7.2. Strumenti *BAM (Business Activity Monitoring)*
 - 9.7.3. Pannelli di controllo (*Dashboards*)

- 9.8. Gestione del cambiamento
 - 9.8.1. Resistenza al cambiamento
 - 9.8.2. Gestire l'incertezza del talento umano
 - 9.8.3. Processo di gestione del cambiamento
- 9.9. Trasformazione organizzativa
 - 9.9.1. Oltre ai Miglioramenti
 - 9.9.2. Trasformando l'organizzazione
 - 9.9.3. Ottimizzazione continua
- 9.10. Una nuova gestione dei processi aziendali
 - 9.10.1. Aspetti di un'organizzazione orientata ai processi
 - 9.10.2. Valutazione della maturità organizzativa
 - 9.10.3. Implementazione del modello di governo
 - 9.10.4. Progettazione della roadmap BPM





“

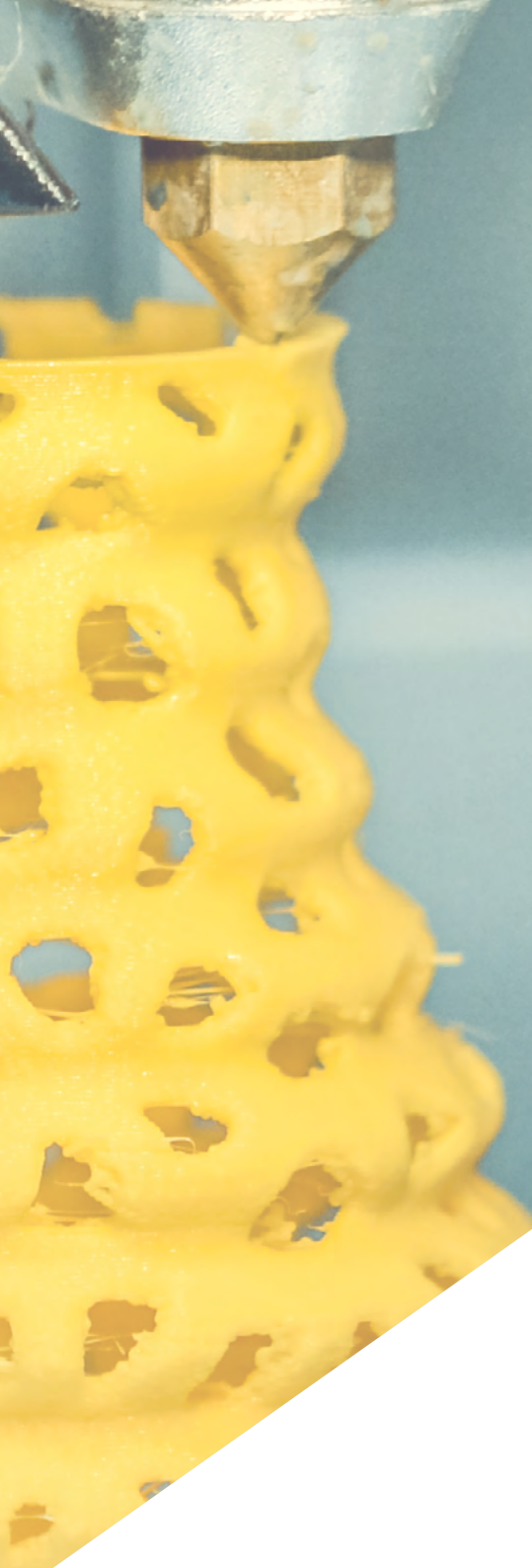
Scarica tutti i contenuti del Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer) e acquisisci una guida di riferimento su cui potrai contare anche dopo aver completato il corso"

07

Tirocinio

Questo Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, *Chief Digital Officer*) include nel suo programma un Tirocinio di 3 settimane in aziende prestigiose, anch'esse immerse nel rinnovamento dell'IT. Grazie a questo periodo di tirocinio, il professionista della Gestione aziendale avrà accesso agli strumenti e alle tecniche più aggiornate utilizzate nello scenario reale in cui svolgerà il suo lavoro di manager.





“

Unisciti subito per integrare nuovi strumenti tecnologici nella tua organizzazione e ottimizzare il tuo sistema di vendita basato sul web”

Partecipando a questo Master Semipresenziale, gli studenti non solo avranno accesso diretto ai docenti, ma avranno anche un assistente tutor per gli stage aziendali. In questo caso, l'assistente avrà il compito di offrire un secondo parere allo studente per garantire le sue prestazioni adeguate nei processi di digitalizzazione delle organizzazioni o nell'impegno verso modelli di vendita online. Inoltre, ciò consentirà agli specialisti di lavorare con il supporto di professionisti con una vasta esperienza, al fine di conoscere gli ambienti digitali che hanno incorporato i progressi e le nuove tecnologie nel loro lavoro.

Durante il Tirocinio, gli specialisti saranno istruiti in loco e in modo dinamico in giornate consecutive di 8 ore dal lunedì al venerdì. È un'opportunità per gli specialisti che non si accontentano di una qualifica teorica e vogliono approfondire le proprie conoscenze sulle tecniche analitiche, sulla comunicazione digitale o *Internet of Things* nella propria azienda, insieme a esperti e clienti reali. In questo senso, gli studenti saranno in grado di analizzare, implementare e proporre un cambiamento nella natura informatica dell'azienda o del suo e-commerce.

Tutte le attività che il professionista della gestione svolgerà durante il suo Tirocinio sono finalizzate a perfezionare le sue competenze e abilità nell'area commerciale. In questo modo, gli studenti saranno in grado di raggiungere i loro obiettivi professionali, aggiornando le loro conoscenze, progettando nuovi modelli di business, includendo il ciclo di Deming nei processi, tra una moltitudine di altre competenze nella BI e nell'approccio al business.

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 dell'attività digitale (imparare a essere e imparare a relazionarsi).





Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica della formazione e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:

Modulo	Attività Pratica
Svilupi chiave del Business Process Management (BPM)	Sviluppare un'architettura aziendale
	Gestire gli strumenti di lavoro per la diagnosi Business Process
	Utilizzo dei modelli di benchmarking dei processi per la trasformazione digitale
	Gestione Software di modellazione (BPMS)
Ultime tendenze di Digital Transformation dell'impresa	Applicare le strategie di Social Business adiverse piattaforme, processi, persone e modelli organizzativi
	Svolgere correttamente progettazione, produzione, logistica e distribuzione di Impresa 4.0
	Implementare correttamente la progettazione, la produzione, la logistica e la distribuzione di un'Impresa 4.0
Nuovi comportamenti nella trasformazione digitale delle imprese	Implementare le metodologie di Social Distancing, A-commerce Mentor to Protégé (M2P)
	Utilizzare la trasformazione digitale come strategia a 360°, dando spazio al Rebanding, HR Marketing e il Social Selling
	Implementare metodi di pagamento secondo le ultime tendenze digitali
Canali di marketing nell'era digitale per l'impresa in trasformazione	Implementare le strategie di Social Media Influencer Marketing e Email Marketing
	Implementare una strategia di marketing di affiliazione e di programmi di fidelizzazione
	Applicare la pubblicità programmatica e gestire campagne a pagamento
Aspetti legali della Digital Transformation	Implementare gli aspetti fiscali attraverso Smart Contracts e altre proprietà del Cloud Computing
	Progettare politiche di protezione dei dati per l'azienda sulla base dell'informatica Giuridica, Blockchain, firma digitale e della firma elettronica, della computer forensics, ecc.

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 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 presso il centro.



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 che potrebbero sorgere. 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, 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. ASSENZE: 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 un rapporto di lavoro di alcun tipo.

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?

Il Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (*CDO, Chief Digital Officer*) propone un Tirocinio pratico in cui gli specialisti potranno sviluppare le proprie competenze in uno scenario d'azione reale. Inoltre, alle *Startups* verranno forniti tutti i materiali e gli strumenti necessari per svolgere il loro lavoro quotidiano e le conoscenze teoriche di base. Ciò include lo sviluppo dell'architettura aziendale, la diagnosi del *Business Process Management BPM*, i principi del BPM e l'applicazione settoriale del BPM, oltre a molti altri sviluppi. A sua volta, TECH facilita la formazione pratica permettendo al professionista di scegliere il centro pratico che meglio si adatta ai suoi interessi o alla sua situazione personale.



“

Completa la parte teorica di questa qualifica con un Tirocinio pratico che ti aiuterà a progettare il tuo modello di business nell'ambiente digitale"

tech 48 | Dove posso svolgere il Tirocinio?



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



Business school

Grupo Fórmula

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc,
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Azienda leader nella comunicazione multimediale
e generazione di contenuti

Ambiti pratici di competenza:
Elaborazione grafica
- Amministrare il personale





“

*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.



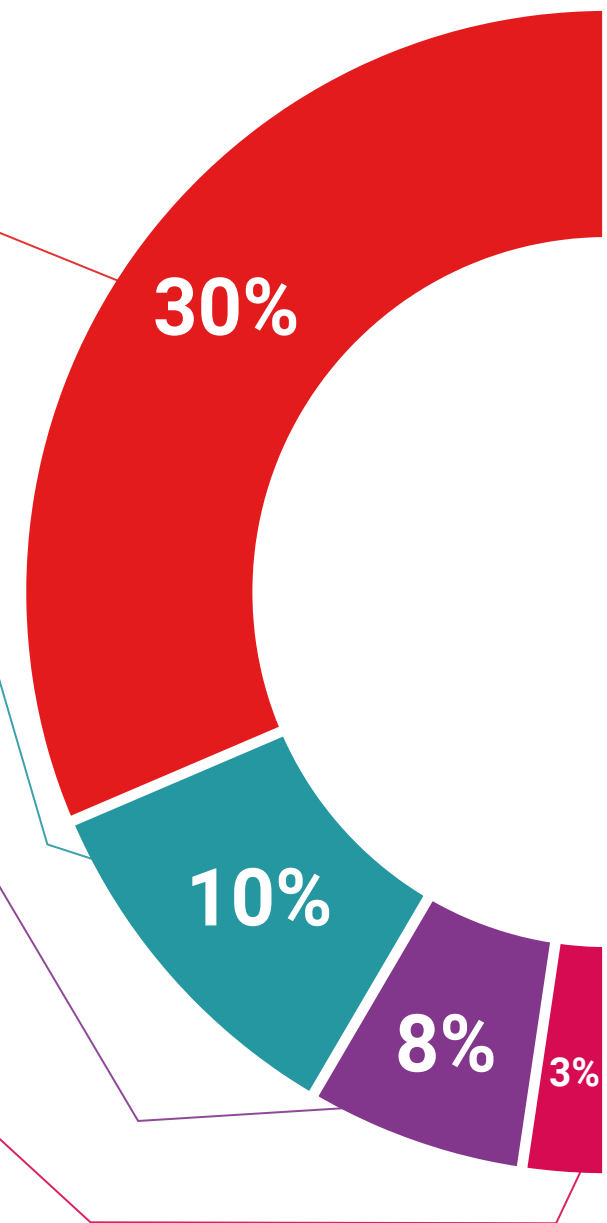
Stage di competenze manageriali

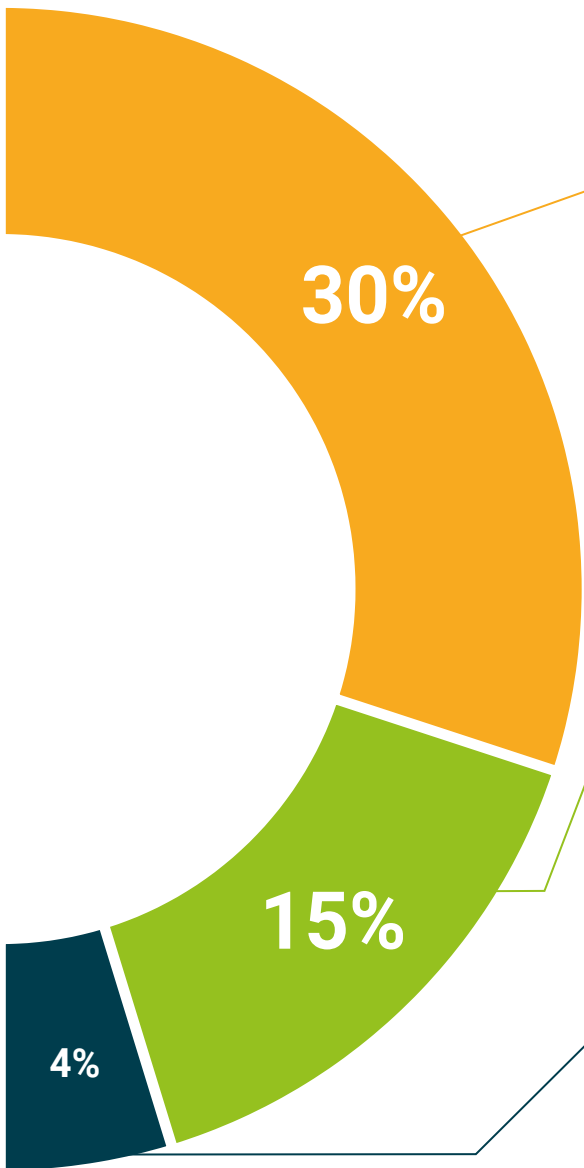
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 in MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer) 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 MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer)** 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.

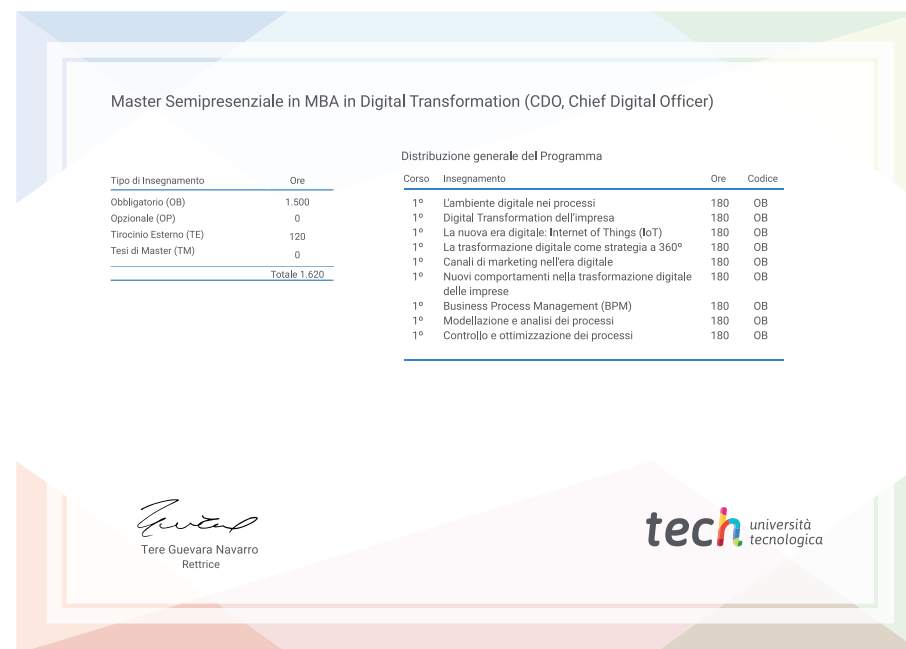
Titolo: **Master Semipresenziale MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer)**

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 lingua

tech università
tecnologica

Master Semipresenziale
MBA in Digital Transformation
(CDO, Chief Digital Officer)

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620 o.

Master Semipresenziale

MBA in Digital Transformation (CDO, Chief Digital Officer)

