

Master Specialistico

Alta Direzione dell'Industria Assicurativa

G M A D I A



tech università
tecnologica

Master Specialistico Alta Direzione dell'Industria Assicurativa

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialisticoalta-direzione-industria-assicurativa

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 24

06

Struttura e contenuti

pag. 32

07

Metodologia

pag. 58

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 66

09

Direzione del corso

pag. 70

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 92

11

Benefici per la tua azienda

pag. 96

12

Titolo

pag. 100

01

Benvenuto

L'Alta Direzione dell'Industria Assicurativa è un pilastro fondamentale nelle organizzazioni, in quanto consente loro di risolvere i problemi in modo ottimale e raggiungere efficacemente i propri obiettivi strategici. Per questo motivo, sempre più enti cercano di incorporare esperti in questo campo nei loro organigrammi. Il loro obiettivo è fornire soluzioni innovative per affrontare le sfide normative e commerciali che si presentano costantemente in questo settore in piena espansione. Ecco perché TECH implementa un diploma universitario pionieristico che consentirà ai professionisti di adattarsi alle tendenze del mercato e utilizzare le tecnologie emergenti a loro vantaggio. Inoltre, viene insegnato attraverso una comoda modalità 100% online che si adatta agli impegni dei professionisti.



Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa.
TECH Global University



“

Un Master Specialistico 100% online che ti trasformerà in un vero leader per le compagnie assicurative, essendo in grado di affrontare con successo tutte le sfide del settore”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera al 100% in modalità online. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'Università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multivideo interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i seguenti:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, tenendo conto delle diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti grazie a un personale docente di reputazione internazionale.

04 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Master Specialistico è che gli studenti abbiano una solida conoscenza dei principi, delle pratiche e delle tendenze attuali nel settore assicurativo. In questo modo, le risorse educative consentiranno agli esperti di sviluppare capacità di leadership efficaci, altamente qualificati per guidare sia i team che le organizzazioni in questo campo di specializzazione. Gli studenti incorporeranno così nella loro prassi abituale strategie innovative per la crescita e la competitività delle istituzioni del settore assicurativo. Dall'altro, gli esperti sfrutteranno le tendenze emergenti per adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato e dell'ambiente normativo.



“

Aumenterai la tua sicurezza nel prendere decisioni strategiche e affronterai le sfide che ti vengono presentate durante i tuoi progetti grazie a questo corso universitario"

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti
Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa permetterà allo studente di:

01

Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto dell'ambiente globalizzato che regola i criteri dell'alta direzione

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

Sviluppare le principali competenze di leadership che devono possedere i professionisti in attività

03

Approfondire i criteri di sostenibilità stabiliti dagli standard internazionali quando si sviluppa un piano aziendale

05

Incoraggiare la creazione di strategie aziendali che stabiliscono il copione che l'azienda deve seguire per diventare più competitiva e raggiungere i propri obiettivi



06

Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

08

Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza imprenditoriale

09

Capire il modo migliore per gestire le risorse umane dell'azienda, ottenendo migliori prestazioni delle stesse a favore dei benefici dell'azienda

07

Lavorare in modo più efficace, agile e in linea con le nuove tecnologie e strumenti attuali

10

Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del proprio messaggio da parte dei membri del gruppo a cui appartiene



11

Comprendere l'ambiente economico in cui opera l'azienda e sviluppare strategie adeguate per anticipare i cambiamenti

14

Applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda

12

Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda

13

Comprendere le operazioni logistiche necessarie nell'ambiente aziendale per sviluppare un'adeguata gestione delle stesse

15

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



16

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'idea di business: progettazione, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

18

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti



19

Stabilire le linee guida appropriate per l'adattamento dell'azienda ai cambiamenti della società

17

Essere in grado di distribuire i di carichi di lavoro di risorse condivise su più progetti

20

Proporre un modello aziendale dinamico che supporti la loro crescita nelle risorse immateriali

21

Sviluppare conoscenze specializzate sull'utilizzo e il funzionamento di compagnie assicurative estere in altri Paesi: (I) all'interno dell'Unione Europea come (II) provenienti da Paesi extra europei

24

Delimitare il quadro di adempimento dell'attività assicurativa

22

Sviluppare le peculiarità del contratto di assicurazione

23

Esaminare la normativa internazionale del mercato assicurativo e della sua recente evoluzione

25

Analizzare l'evoluzione dell'assicurazione



26

Riflettere sulle implicazioni assicurative della regolamentazione non settoriale

28

Determinare l'interazione tra la normativa di consumo e assicurativa e le sue conseguenze

29

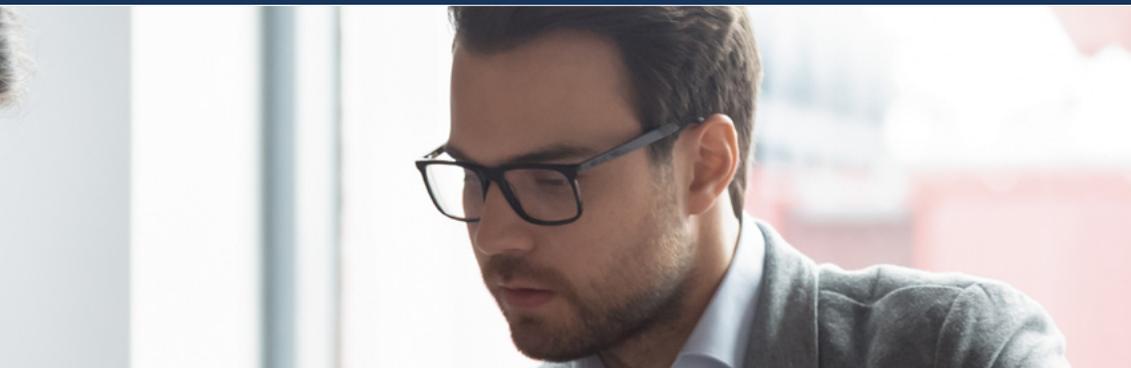
Sviluppare conoscenze specializzate sull'assicurazione e i concetti principali che determinano l'attività assicurativa

27

Valutare l'impatto della sicurezza informatica sul quadro legislativo assicurativo

30

Delineare l'importanza del Rischio come elemento imprescindibile per l'attività assicurativa



31

Esaminare il funzionamento generale dell'Attività Assicurativa e della normativa che regola la sua attività

34

Analizzare il mercato assicurativo globale con particolare attenzione all'attività di distribuzione

32

Stabilire l'importanza della gestione dei rischi come elemento fondamentale nella gestione delle compagnie di assicurazione

33

Identificare le sfide più immediate per la gestione del rischio

35

Determinare cosa si intende per distribuzione assicurativa a livello europeo e internazionale



36

Identificare i principali attori coinvolti nell'attività di distribuzione

38

Sviluppare gli aspetti fondamentali della funzione di compliance

39

Identificare gli standard internazionali di compliance

37

Esaminare l'importanza delle misure di protezione dei consumatori

40

Specificare le interrelazioni tra la funzione compliance e il resto dell'organizzazione



05

Competenze

Questo programma universitario fornirà agli esperti un'ampia gamma di competenze, che permetteranno loro di affrontare con successo qualsiasi sfida che si presenti durante lo sviluppo dei loro lavori professionali nel settore assicurativo. In linea con questo, gli studenti acquisiranno capacità per gestire efficacemente le risorse finanziarie delle organizzazioni (tra cui la rendicontazione, la pianificazione del budget e la gestione del capitale). Inoltre, saranno caratterizzati da una visione strategica per le aziende, essendo in grado di guidare i team e prendere decisioni orientate al raggiungimento degli obiettivi aziendali.



“

Un programma 100% online che amplificherà il tuo curriculum professionale con una doppia qualifica, se soddisfi i requisiti di accesso ufficiale"

01

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

02

Applicare le metodologie di gestione
Lean

03

Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

04

Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda

05

Gestire strumenti e metodi per la manipolazione e il migliore utilizzo dei dati, per la consegna di risultati comprensibili per il destinatario finale



06

Implementare le chiavi per una gestione di successo di R&S+I nelle organizzazioni

08

Incentivare l'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda

09

Guidare i diversi progetti dell'azienda, a partire dalla definizione di quando dare priorità e ritardare il suo sviluppo all'interno di un'organizzazione

07

Applicare le strategie più adeguate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda

10

Sviluppare le competenze contabili-finanziarie degli studenti per l'interpretazione e la valutazione delle aziende del settore assicurativo



11

Identificare le diverse metodologie di misurazione e gestione del rischio

14

Giustificare il monitoraggio dei processi e l'interazione con i dati, la disponibilità e la sufficienza dei dati e i processi di controllo, sulla base delle normative vigenti e dell'opinione e degli standard delle istituzioni internazionali

12

Misurare e gestire i rischi che una compagnia assicurativa affronta quotidianamente



13

Esaminare l'importanza di comprendere il sistema di governance per garantire una gestione prudente dell'attività assicurativa

15

Sviluppare una conoscenza specialistica delle aree interessate, quali la Contabilità, la Finanza, l'area Tecnico-Attuariale, l'Informatica, con carattere multidisciplinare e globale, che comprenda i compiti, i limiti e le responsabilità di base relative

16

Esaminare gli obblighi generali di informazione nel marketing dei prodotti assicurativi

18

Identificare i potenziali rischi che possono sorgere durante il processo di commercializzazione



19

Conoscere il ciclo di vita del prodotto e la sua governance

17

Fornire conoscenze sulla trasmissione delle informazioni e sullo sviluppo di una pubblicità appropriata e veritiera

20

Sviluppare conoscenze specialistiche sull'Imposta sulle Società (IS) per il settore assicurativo, derivanti da un adattamento settoriale del PGC, e analizzare gli elementi fondamentali per ottimizzare e monetizzare la tassazione di una compagnia assicurativa

21

Determinare gli *hot topics* per rivedere e pianificare la tassazione diretta degli utili generati dalle compagnie di assicurazione, sia a livello nazionale che internazionale

24

Determinare le specificità della funzione di compliance nei settori regolamentati

22

Esaminare il ruolo del compliance officer

23

Valutare le tendenze attuali in materia di compliance

25

Stilare i principali argomenti che non devono mancare in un programma di compliance



26

Sviluppare le competenze contabili-finanziarie degli studenti per l'interpretazione e la valutazione delle aziende del settore assicurativo

28

Sviluppare una conoscenza specialistica delle aree interessate, quali la Contabilità, la Finanza, l'area Tecnico-Attuariale, l'Informatica, con carattere multidisciplinare e globale, che comprenda i compiti, i limiti e le responsabilità di base relative

29

Fornire conoscenze sulla trasmissione delle informazioni e sullo sviluppo di una pubblicità appropriata e veritiera

27

Misurare e gestire i rischi che una compagnia assicurativa affronta quotidianamente

30

Identificare i potenziali rischi che possono sorgere durante il processo di commercializzazione



06

Struttura e contenuti

Questo corso universitario è progettato da esperti di Alta Direzione dell'Industria Assicurativa, che fornirà agli studenti una solida conoscenza della gestione delle imprese di assicurazione. A tal fine, il programma comprenderà moduli dirompenti dedicati agli aspetti legali di assicurazione e rischio. Il piano di studi affronterà anche la preparazione di un piano di crisi per gli studenti in anticipo sui problemi che possono sorgere durante l'esercizio del loro lavoro. Inoltre, il programma analizzerà in modo rigoroso aspetti come il Sistema di Governance, il Processo ORSA e la Valutazione Interna dei Rischi e della Solvibilità.



“

TECH utilizza una metodologia 100% online, con cui sarai più che qualificato per progettare progetti altamente innovativi nel settore assicurativo"

Piano di studi

Il Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali, sia a livello nazionale che internazionale. I suoi contenuti sono pensati per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Durante le 3.600 ore di studio, gli studenti analizzeranno una moltitudine di casi pratici attraverso un lavoro individuale, ottenendo un apprendimento di alta qualità che potranno poi applicare alla loro pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Questo programma affronta approfonditamente le principali aree dell'azienda immobiliare ed è progettato affinché i dirigenti comprendano la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per gli studenti, incentrato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo della gestione di compagnie assicurative. Un programma che comprende le loro esigenze e quelle dell'azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, e supportati dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Master Specialistico ha una durata di 2 anni ed è suddiviso in 20 moduli:

Modulo 1.	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 2.	Direzione strategica e <i>Management</i> Direttivo
Modulo 3.	Direzione del personale e gestione del talento
Modulo 4.	Direzione economico-finanziaria
Modulo 5.	Gestione di operazioni e logistica
Modulo 6.	Direzione dei sistemi di informazione
Modulo 7.	Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa
Modulo 8.	Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale
Modulo 9.	Innovazione e Direzione dei Progetti
Modulo 10.	<i>Management</i> Direttivo

Modulo 11.	L'Assicurazione come Attività Regolamentata in ambito internazionale
Modulo 12.	Aspetti legali dell'assicurazione: contesto internazionale
Modulo 13.	Assicurazione e Rischio
Modulo 14.	Distribuzione Assicurativa
Modulo 15.	Conformità normativa e Corporate Governance Internazionale
Modulo 16.	Composizione del bilancio economico secondo la normativa di Solvibilità II
Modulo 17.	Solvibilità II: gestione prudente dell'attività assicurativa
Modulo 18.	Rischio di Condotta e di Vigilanza nell'Industria Assicurativa
Modulo 19.	La tassazione nell'industria Assicurativa Imposte Dirette
Modulo 20.	La tassazione nell'Industria Assicurativa: Imposte Indirette

Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa completamente online. Durante i 2 anni di specializzazione, lo studente sarà in grado di accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, che gli permetterà di gestire autonomamente il suo tempo di studio.

Un'esperienza formativa unica, fondamentale e decisiva per potenziare il proprio sviluppo professionale e fare il salto definitivo.

Modulo 1. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

1.1. Globalizzazione e Governance

- 1.1.1. Governance e Corporate Governance
- 1.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
- 1.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

1.2. Leadership

- 1.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 1.2.2. Leadership nelle imprese
- 1.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture
- 1.3.3. Gestione della Diversità

1.4. Sviluppo manageriale e leadership

- 1.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
- 1.4.2. Concetto di leadership
- 1.4.3. Teorie di leadership
- 1.4.4. Stili di leadership
- 1.4.5. L'intelligenza nella leadership
- 1.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

1.5. Etica d'impresa

- 1.5.1. Etica e Morale
- 1.5.2. Etica Aziendale
- 1.5.3. Leadership ed etica nelle imprese

1.6. Sostenibilità

- 1.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Le imprese sostenibili

1.7. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 1.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

1.8. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 1.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 1.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 1.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 1.8.4. Strumenti e standard della RSC

1.9. Multinazionali e diritti umani

- 1.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 1.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 1.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

1.10. Ambiente legale e Corporate Governance

- 1.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 1.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 1.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 2. Direzione strategica e Management Direttivo**2.1. Analisi e struttura organizzativa**

- 2.1.1. Quadro concettuale
- 2.1.2. Fattori chiave nella progettazione organizzativa
- 2.1.3. Modelli organizzativi di base
- 2.1.4. Progettazione organizzativa: tipologie

2.2. Strategia corporativa

- 2.2.1. Strategia aziendale competitiva
- 2.2.2. Strategie di crescita: tipologie
- 2.2.3. Quadro concettuale

2.3. Pianificazione e formulazione strategica

- 2.3.1. Quadro concettuale
- 2.3.2. Elementi della pianificazione strategica
- 2.3.3. Formulazione strategica: Processo della pianificazione strategica

2.4. Pensieri strategici

- 2.4.1. L'impresa come sistema
- 2.4.2. Concetto di organizzazione

2.5. Diagnosi finanziaria

- 2.5.1. Concetto di diagnosi finanziaria
- 2.5.2. Fasi della diagnosi finanziaria
- 2.5.3. Metodi di valutazione per la diagnosi finanziaria

2.6. Pianificazione e strategia

- 2.6.1. Il piano strategico
- 2.6.2. Posizionamento strategico
- 2.6.3. Le strategie in azienda

2.7. Modelli e schemi strategici

- 2.7.1. Quadro concettuale
- 2.7.2. Modelli Strategici
- 2.7.3. Modelli Strategici: Le Cinque P della strategia

2.8. Strategia Competitiva

- 2.8.1. Il Vantaggio Competitivo
- 2.8.2. Scelta di una Strategia Competitiva
- 2.8.3. Strategie secondo il Modello dell'Orologio Strategico
- 2.8.4. Tipi di Strategia secondo il ciclo di vita del settore industriale

2.9. Direzione Strategica

- 2.9.1. Il concetto di strategia
- 2.9.2. Il processo di direzione strategica
- 2.9.3. Approcci della direzione strategica

2.10. Implementazione della Strategia

- 2.10.1. Sistema di Indicatori e Approccio mediante Processi
- 2.10.2. Mappa Strategica
- 2.10.3. Allineamento strategico

2.11. Management Direttivo

- 2.11.1. Quadro concettuale del management direttivo
- 2.11.2. Management Direttivo: Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

2.12. Comunicazione Strategica

- 2.12.1. Comunicazione interpersonale
- 2.12.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 2.12.3. La comunicazione interna
- 2.12.4. Barriere per la comunicazione aziendale

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

<p>3.1. Comportamento Organizzativo</p> <p>3.1.1. Comportamento Organizzativo: Quadro concettuale</p> <p>3.1.2. Principali fattori del comportamento organizzativo</p>	<p>3.2. Il personale nelle organizzazioni</p> <p>3.2.1. Qualità di vita lavorativa e benessere psicologico</p> <p>3.2.2. Lavoro in team e conduzione di riunioni</p> <p>3.2.3. Coaching e gestione di team</p> <p>3.2.4. Gestione dell'uguaglianza e della diversità</p>	<p>3.3. Management strategico del personale</p> <p>3.3.1. Direzione strategica e risorse umane</p> <p>3.3.2. Management strategico del personale</p>	<p>3.4. Evoluzione delle Risorse: Una visione d'insieme</p> <p>3.4.1. L'importanza delle Risorse Umane</p> <p>3.4.2. Un nuovo ambiente per la gestione e la direzione delle persone</p> <p>3.4.3. Direzione strategica delle Risorse Umane</p>
<p>3.5. Selezione, dinamiche di gruppo e assunzioni delle Risorse Umane</p> <p>3.5.1. Approccio al reclutamento e alla selezione</p> <p>3.5.2. Il reclutamento</p> <p>3.5.3. Il processo di selezione</p>	<p>3.6. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze</p> <p>3.6.1. Analisi del potenziale</p> <p>3.6.2. Politiche di retribuzione</p> <p>3.6.3. Piani di avanzamento di carriera/successione</p>	<p>3.7. Valutazione e gestione del rendimento lavorativo</p> <p>3.7.1. Gestione del rendimento</p> <p>3.7.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi</p>	<p>3.8. Gestione della formazione</p> <p>3.8.1. Le teorie di apprendimento</p> <p>3.8.2. Individuazione e mantenimento dei talenti</p> <p>3.8.3. Gamification e gestione dei talenti</p> <p>3.8.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale</p>
<p>3.9. Gestione del talento</p> <p>3.9.1. Elementi chiave della gestione positiva</p> <p>3.9.2. Origine concettuale del talento e coinvolgimento nell'impresa</p> <p>3.9.3. Mappa dei talenti nell'organizzazione</p> <p>3.9.4. Costo e valore aggiunto</p>	<p>3.10. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale</p> <p>3.10.1. Modelli di gestione del talento strategico</p> <p>3.10.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti</p> <p>3.10.3. Fedeltà e fidelizzazione</p> <p>3.10.4. Proattività e innovazione</p>	<p>3.11. Motivazione</p> <p>3.11.1. La natura della motivazione</p> <p>3.11.2. Teoria delle aspettative</p> <p>3.11.3. Teoria dei bisogni</p> <p>3.11.4. Motivazione e compensazione economica</p>	<p>3.12. Employer Branding</p> <p>3.12.1. <i>Employer Branding</i> per Risorse Umane</p> <p>3.12.2. <i>Personal Branding</i> per professionisti delle Risorse Umane</p>
<p>3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni</p> <p>3.13.1. I team ad alte prestazioni: I team autogestiti</p> <p>3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni</p>	<p>3.14. Sviluppo delle competenze manageriali</p> <p>3.14.1. Cosa sono le competenze manageriali?</p> <p>3.14.2. Elementi delle competenze</p> <p>3.14.3. Conoscenze</p> <p>3.14.4. Capacità di direzione</p> <p>3.14.5. Atteggiamenti e valori nei dirigenti</p> <p>3.14.6. Abilità manageriali</p>	<p>3.15. Gestione del tempo</p> <p>3.15.1. Benefici</p> <p>3.15.2. Quali possono essere le cause di una cattiva gestione del tempo?</p> <p>3.15.3. Tempo</p> <p>3.15.4. Le illusioni del tempo</p> <p>3.15.5. Attenzione e memoria</p> <p>3.15.6. Stato mentale</p> <p>3.15.7. Gestione del tempo</p> <p>3.15.8. Proattività</p> <p>3.15.9. Avere chiaro l'obiettivo</p> <p>3.15.10. Ordine</p> <p>3.15.11. Pianificazione</p>	<p>3.16. Gestione del cambiamento</p> <p>3.16.1. Gestione del cambiamento</p> <p>3.16.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento</p> <p>3.16.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento</p>

3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 3.17.1. Negoziazione
- 3.17.2. Gestione dei conflitti
- 3.17.3. Gestione delle crisi

3.18. Comunicazione direttiva

- 3.18.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 3.18.2. Dipartimento di Comunicazione
- 3.18.3. Il responsabile di comunicazione di azienda. Il profilo del Dircom

3.19. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali

- 3.19.1. Gestione delle risorse umane e strumentazione
- 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro

3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 3.20.1. La produttività
- 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria

- 3.21.1. Compensazione monetaria vs. non monetaria
- 3.21.2. Modelli di categorie salariali
- 3.21.3. Modelli di compensazione non monetaria
- 3.21.4. Modelli di lavoro
- 3.21.5. Comunità aziendale
- 3.21.6. Immagine dell'impresa
- 3.21.7. Retribuzione emotiva

3.22. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale II

- 3.22.1. Innovazione nelle Organizzazioni
- 3.22.2. Nuove sfide del dipartimento di risorse umane
- 3.22.3. Gestione dell'innovazione
- 3.22.4. Strumenti per l'Innovazione

3.23. Gestione della conoscenza e del talento

- 3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento
- 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza

3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale

- 3.24.1. Il contesto socio-economico
- 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale
- 3.24.3. Nuove metodologie

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria**4.1. Contesto Economico**

- 4.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario
- 4.1.2. Istituti finanziari
- 4.1.3. Mercati finanziari
- 4.1.4. Attivi finanziari
- 4.1.5. Altri enti del settore finanziario

4.2. Il finanziamento dell'azienda

- 4.2.1. Fonti di finanziamento
- 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento

4.3. Contabilità Direttiva

- 4.3.1. Concetti di base
- 4.3.2. L'Attivo aziendale
- 4.3.3. Il Passivo aziendale
- 4.3.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 4.3.5. Il Conto Economico

4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi

- 4.4.1. Elementi di calcolo dei costi
- 4.4.2. Le spese nella contabilità generale e nella contabilità dei costi
- 4.4.3. Classificazione dei costi

4.5. Sistemi di informazione e Business Intelligence

- 4.5.1. Concetto e classificazione
- 4.5.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 4.5.3. Scelta del centro di costi ed effetti

4.6. Bilancio e controllo di gestione

- 4.6.1. Il modello di bilancio
- 4.6.2. Bilancio del Capitale
- 4.6.3. Bilancio di Gestione
- 4.6.5. Bilancio del Tesoro
- 4.6.6. Controllo del bilancio

4.7. Gestione della tesoreria

- 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di di Manovra Necessario
- 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi
- 4.7.3. *Credit management*

4.8. Responsabilità fiscali delle imprese

- 4.8.1. Nozioni fiscali di base
- 4.8.2. L'imposta sulle società
- 4.8.3. L'imposta sul valore aggiunto
- 4.8.4. Altre imposte connesse con l'attività commerciale
- 4.8.5. L'impresa come facilitatore del lavoro di Stato

4.9. Sistemi di controllo delle imprese

- 4.9.1. Analisi dei rendiconti finanziari
- 4.9.2. Il Bilancio aziendale
- 4.9.3. Il Conto di Perdite e Profitti
- 4.9.4. Lo Stato del Flusso di Cassa
- 4.9.5. Analisi di Ratio

4.10. Direzione Finanziaria

- 4.10.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
- 4.10.2. Dipartimento finanziario
- 4.10.3. Eccedenza di tesoreria
- 4.10.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 4.10.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

4.11. Pianificazione Finanziaria

- 4.11.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 4.11.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
- 4.11.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
- 4.11.4. La tabella *Cash Flow*
- 4.11.5. La tabella di flusso

4.12. Strategia finanziaria corporativa

- 4.12.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
- 4.12.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese

4.13. Contesto Macroeconomico

- 4.13.1. Contesto macroeconomico
- 4.13.2. Indicatori economici rilevanti
- 4.13.3. Meccanismi per il controllo di grandezze macroeconomiche
- 4.13.4. Cicli economici

4.14. Finanziamento strategico

- 4.14.1. Autofinanziamento
- 4.14.2. Aumento dei fondi propri
- 4.14.3. Risorse ibride
- 4.14.4. Finanziamenti tramite intermediari

4.15. Mercati monetari e di capitali

- 4.15.1. Il mercato monetario
- 4.15.2. Mercato a Reddito Fisso
- 4.15.3. Mercato a Reddito Variabile
- 4.15.4. Mercato Valutario
- 4.15.5. Mercati dei Derivati

4.16. Analisi e pianificazione finanziaria

- 4.16.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 4.16.2. Analisi del Conto Economico
- 4.16.3. Analisi del Rendimento

4.17. Analisi e risoluzione di casi/ problemi

- 4.17.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

Modulo 5. Gestione di operazioni e logistica

5.1. Direzione e Gestione Operazioni

- 5.1.1. La funzione delle operazioni
- 5.1.2. L'impatto delle operazioni sulla gestione delle imprese
- 5.1.3. Introduzione alla strategia di operazioni
- 5.1.4. La direzione delle operazioni

5.2. Organizzazione industriale e logistica

- 5.2.1. Dipartimento di Organizzazione Industriale
- 5.2.2. Dipartimento di logistica

5.3. Struttura e tipi di produzione (MTS, MTO, ATO, ETO, ecc.)

- 5.3.1. Sistemi di produzione
- 5.3.2. Strategia di produzione
- 5.3.3. Sistema di gestione di inventario
- 5.3.4. Indici di produzione

5.4. Struttura e tipi di approvvigionamento

- 5.4.1. Ruolo dell'approvvigionamento
- 5.4.2. Gestione dell'approvvigionamento
- 5.4.3. Tipi di acquisto
- 5.4.4. Gestione degli acquisti di un'azienda in modo efficiente
- 5.4.5. Fasi del processo decisionale dell'acquisto

5.5. Controllo economico degli acquisti

- 5.5.1. Influenza economica degli acquisti
- 5.5.2. Centro di costo
- 5.5.3. Bilancio
- 5.5.4. Preventivo vs spesa reale
- 5.5.5. Strumenti di controllo del preventivo

5.6. Controllo delle operazioni di magazzinaggio

- 5.6.1. Controllo dell'inventario
- 5.6.2. Sistema di localizzazione
- 5.6.3. Tecniche di gestione dello stock
- 5.6.4. Sistemi di stoccaggio

5.7. Gestione strategica degli acquisti

- 5.7.1. Strategia aziendale
- 5.7.2. Pianificazione strategica
- 5.7.3. Strategia degli acquisti

5.8. Tipologie della Catena di Approvvigionamento (SCM)

- 5.8.1. Catena di approvvigionamento
- 5.8.2. Benefici della gestione della catena approvvigionamento
- 5.8.3. Gestione logistica nella catena di approvvigionamento

<p>5.9. Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.9.1. Concetto di Gestione della Catena di Approvvigionamento (SCM) 5.9.2. Costi ed efficienza della catena di operatività 5.9.3. Modelli di domanda 5.9.4. Strategia di trading e cambiamento 	<p>5.10. Interazioni della SCM con tutte le aree</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.10.1. Interazione della catena di approvvigionamento 5.10.2. Interazione della catena di approvvigionamento: Integrazione per parti 5.10.3. Problemi di integrazione della catena di approvvigionamento 5.10.4. Catena di approvvigionamento 4.0 	<p>5.11. Costi della Logistica</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.11.1. Costi logistici 5.11.2. Problemi dei costi logistici 5.11.3. Ottimizzazione dei costi logistici 	<p>5.12. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.12.1. Catena logistica 5.12.2. Redditività ed efficacia delle catene logistiche 5.12.3. Indici di redditività ed efficacia delle catene logistiche
<p>5.13. Gestione dei processi</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.13.1. La gestione dei processi 5.13.2. Approccio basato sui processi: mappa dei processi 5.13.3. Miglioramenti nella gestione dei processi 	<p>5.14. Distribuzione e logistica di trasporto</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.14.1. Distribuzione della catena di approvvigionamento 5.14.2. Logistica dei Trasporti 5.14.3. Sistemi di informazione geografica a supporto della logistica 	<p>5.15. Logistica e clienti</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.15.1. Analisi della domanda 5.15.2. Previsione della domanda e delle vendite 5.15.3. Pianificazione delle vendite e delle operazioni 5.15.4. Pianificazione partecipativa, previsione e rifornimento (CPFR) 	<p>5.16. Logistica internazionale</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.16.1. Processi di esportazione e importazione 5.16.2. Dogana 5.16.3. Modalità e Metodi di Pagamento Internazionali 5.16.4. Piattaforme logistiche a livello internazionale
<p>5.17. Outsourcing delle operazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.17.1. Gestione delle operazioni e <i>Outsourcing</i> 5.17.2. Attuazione dell'outsourcing in ambienti logistici 	<p>5.18. Competitività nelle operazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.18.1. Gestione delle Operazioni 5.18.2. Competitività operativa 5.18.3. Strategia delle operazioni e vantaggi competitivi 	<p>5.19. Gestione della qualità</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.19.1. Cliente interno e cliente esterno 5.19.2. Costi di qualità 5.19.3. Il miglioramento continuo e la filosofia di <i>Deming</i> 	

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Ambienti tecnologici

- 6.1.1. Tecnologia e globalizzazione
- 6.1.2. Ambiente economico e tecnologia
- 6.1.3. Ambiente tecnologico e suo impatto nelle imprese

6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione in azienda

- 6.2.1. Evoluzione del modello di IT
- 6.2.2. Organizzazione e dipartimento IT
- 6.2.3. Tecnologie dell'informazione e contesto economico

6.3. Strategia aziendale e tecnologica

- 6.3.1. Creazione di valore per clienti e azionisti
- 6.3.2. Decisioni strategiche di SI/TI
- 6.3.3. Strategia aziendale vs. Strategia tecnologica e digitale

6.4. Direzione dei Sistemi di Informazione

- 6.4.1. Corporate governance della tecnologia e i sistemi di informazione
- 6.4.2. Direzione dei sistemi di informazione nelle imprese
- 6.4.3. Dirigenti esperti di sistema di informazione: ruoli e funzioni

6.5. Pianificazione strategica dei sistemi di informazione

- 6.5.1. Sistemi di informazione e strategia aziendale
- 6.5.2. Pianificazione strategica dei sistemi di informazioni
- 6.5.3. Fasi della pianificazione strategica dei sistemi di informazione

6.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale

- 6.6.1. *Business Intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Scheda di Valutazione Integrale

6.7. Esplorando le informazioni

- 6.7.1. SQL: database relazionali. Concetti di base
- 6.7.2. Reti e comunicazioni
- 6.7.3. Sistema operativo: modelli di dati standard
- 6.7.4. Sistema strategico: OLAP, modello multidimensionale e *dashboard* grafico
- 6.7.5. Analisi strategica di database e reporting

6.8. Business Intelligence Aziendale

- 6.8.1. Il mondo del dato
- 6.8.2. Concetti rilevanti
- 6.8.3. Principali caratteristiche
- 6.8.4. Soluzioni nel mercato di oggi
- 6.8.5. Architettura globale di una soluzione BI
- 6.8.6. Sicurezza informatica in BI e Data Science

6.9. Nuovo concetto aziendale

- 6.9.1. Perché BI?
- 6.9.2. Ottenere informazioni
- 6.9.3. BI nei diversi reparti dell'azienda
- 6.9.4. Ragioni per investire in BI

6.10. Strumenti e soluzioni di BI

- 6.10.1. Come scegliere lo strumento migliore?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
- 6.10.4. Prometheus

6.11. Pianificazione e direzione di un Progetto BI

- 6.11.1. Primi passi nella definire un progetto di BI
- 6.11.2. Soluzione BI per l'azienda
- 6.11.3. Requisiti e obiettivi

6.12. Applicazioni di gestione aziendale

- 6.12.1. Sistemi di informazione e gestione aziendale
- 6.12.2. Applicazioni per la gestione aziendale
- 6.12.3. Sistemi *Enterprise Resource Planning* o ERP

6.13. Trasformazione Digitale

- 6.13.1. Quadro concettuale della trasformazione digitale
- 6.13.2. Trasformazione digitale: elementi chiave, vantaggi e svantaggi
- 6.13.3. Trasformazione digitale nelle aziende

6.14. Tecnologie e tendenze

- 6.14.1. Principali tendenze nel settore della tecnologia che stanno cambiando i modelli di business
- 6.14.2. Analisi delle principali tecnologie emergenti

6.15. Outsourcing di TI

- 6.15.1. Struttura concettuale di *outsourcing*
- 6.15.2. Outsourcing di TI e il suo impatto nel business
- 6.15.3. Le chiavi per implementare progetti di *outsourcing* di TI

Modulo 7. Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa

<p>7.1. Direzione commerciale</p> <p>7.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale</p> <p>7.1.2. Strategia e pianificazione aziendale</p> <p>7.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali</p>	<p>7.2. Marketing</p> <p>7.2.1. Concetto di Marketing</p> <p>7.2.2. Elementi base del Marketing</p> <p>7.2.3. Attività di Marketing aziendale</p>	<p>7.3. Gestione strategica del Marketing</p> <p>7.3.1. Concetto di Marketing strategico</p> <p>7.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing</p> <p>7.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di Marketing</p>	<p>7.4. Marketing online ed E-commerce</p> <p>7.4.1. Obiettivi di Marketing Digitale e di E-commerce</p> <p>7.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi</p> <p>7.4.3. E-commerce: Contesto generale</p> <p>7.4.4. Categorie dell'E-commerce</p> <p>7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale</p>
<p>7.5. Managing digital business</p> <p>7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media</p> <p>7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale</p> <p>7.5.3. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale</p>	<p>7.6. Marketing Digitale per rafforzare il marchio</p> <p>7.6.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio</p> <p>7.6.2. <i>Branded Content & Storytelling</i></p>	<p>7.7. Strategia di Marketing Digitale</p> <p>7.7.1. Definire la strategia del Marketing Digitale</p> <p>7.7.2. Creazione di una strategia di Marketing Digitale</p>	<p>7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti</p> <p>7.8.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet</p> <p>7.8.2. <i>Visitor Relationship Management</i></p> <p>7.8.3. Ipersegmentazione</p>
<p>7.9. Gestione delle campagne digitali</p> <p>7.9.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?</p> <p>7.9.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online</p> <p>7.9.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali</p>	<p>7.10. Piano di Marketing Online</p> <p>7.10.1. Che cos'è un piano di Marketing online?</p> <p>7.10.2. Step per creare un piano di Marketing online</p> <p>7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing online</p>	<p>7.11. Blended marketing</p> <p>7.11.1. Cos'è il <i>Blended Marketing</i>?</p> <p>7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline</p> <p>7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di <i>Blended Marketing</i></p> <p>7.11.4. Caratteristiche di una strategia di <i>Blended Marketing</i></p> <p>7.11.5. Raccomandazioni in <i>Blended Marketing</i></p> <p>7.11.6. Vantaggi del <i>Blended Marketing</i></p>	<p>7.12. Strategie di vendita</p> <p>7.12.1. Strategie di vendita</p> <p>7.12.2. Metodi di vendite</p>
<p>7.13. Comunicazione Aziendale</p> <p>7.13.1. Concetto</p> <p>7.13.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione</p> <p>7.13.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione</p> <p>7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione</p> <p>7.13.5. Elementi della comunicazione</p> <p>7.13.6. Problemi di comunicazione</p> <p>7.13.7. Scenari di comunicazione</p>	<p>7.14. Strategia di comunicazione corporativa</p> <p>7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane</p> <p>7.14.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna</p> <p>7.14.3. Il piano di comunicazione interna</p>	<p>7.15. Comunicazione e reputazione online</p> <p>7.15.1. La reputazione online</p> <p>7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?</p> <p>7.15.3. Strumenti di reputazione online</p> <p>7.15.4. Rapporto sulla reputazione online</p> <p>7.15.5. Branding online</p>	

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

8.1. Ricerche di Mercato

- 8.1.1. Ricerche di mercato: origine storica
- 8.1.2. Analisi ed evoluzione del quadro concettuale della ricerca di mercato
- 8.1.3. Elementi chiave e apporto di valore della ricerca di mercato

8.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

- 8.2.1. Dimensione del campione
- 8.2.2. Campionamento
- 8.2.3. Tipi di Tecniche Quantitative

8.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

- 8.3.1. Tipi di ricerca qualitativa
- 8.3.2. Tecniche di ricerca qualitativa

8.4. Segmentazione dei mercati

- 8.4.1. Concetto di segmentazione del mercato
- 8.4.2. Utilità e requisiti della segmentazione
- 8.4.3. Segmentazione dei mercati di consumo
- 8.4.4. Segmentazione dei mercati industriali
- 8.4.5. Strategie di segmentazione
- 8.4.6. Segmentazione in base ai criteri del marketing - mix
- 8.4.7. Metodologia di segmentazione del mercato

8.5. Gestione di progetti di ricerca

- 8.5.1. La ricerca di mercato come processo
- 8.5.2. Le fasi di pianificazione della ricerca di marketing
- 8.5.3. Fasi di esecuzione della ricerca di marketing
- 8.5.4. Gestione di un progetto di ricerca

8.6. La ricerca di mercati internazionali

- 8.6.1. Ricerca di Mercati Internazionali
- 8.6.2. Processo di ricerca di mercati internazionali
- 8.6.3. L'importanza delle fonti secondarie nella ricerca di mercati internazionali

8.7. Studi di fattibilità

- 8.7.1. Concetto e utilità
- 8.7.2. Schema di studio di fattibilità
- 8.7.3. Sviluppo di studio di fattibilità

8.8. Pubblicità

- 8.8.1. Contesto storico della pubblicità
- 8.8.2. Quadro concettuale della pubblicità; principi, concetto di briefing e posizionamento
- 8.8.3. Agenzie pubblicitarie, agenzie di media e professionisti della pubblicità
- 8.8.4. Importanza della pubblicità nel mondo degli affari
- 8.8.5. Tendenze e sfide della pubblicità

8.9. Sviluppo del piano di Marketing

- 8.9.1. Concetto del Piano di Marketing
- 8.9.2. Analisi e diagnosi della situazione
- 8.9.3. Decisioni strategiche di marketing
- 8.9.4. Decisioni operative di marketing

8.10. Strategie di promozione e Merchandising

- 8.10.1. Comunicazione di marketing integrato
- 8.10.2. Piano di comunicazione pubblicitaria
- 8.10.3. Il *Merchandising* come tecnica di comunicazione

8.11. Pianificazione dei media

- 8.11.1. Origine ed evoluzione della pianificazione dei media
- 8.11.2. Mezzi di comunicazione
- 8.11.3. Piano dei media

8.12. Fondamenti di direzione commerciale

- 8.12.1. Il ruolo della direzione commerciale
- 8.12.2. Sistemi di analisi della situazione concorrenziale commerciale impresa/mercato
- 8.12.3. Sistemi di pianificazione aziendale dell'azienda
- 8.12.4. Principali strategie competitive

8.13. Negoziazione commerciale

- 8.13.1. Negoziazione commerciale
- 8.13.2. Le questioni psicologiche della negoziazione
- 8.13.3. Principali metodi di negoziazione
- 8.13.4. Il processo di negoziazione

8.14. Processo decisionale nella gestione commerciale

- 8.14.1. Strategia commerciale e strategia competitiva
- 8.14.2. Modelli di processo decisionale
- 8.14.3. Analitica e strumenti per il processo decisionale
- 8.14.4. Comportamento umano nel processo decisionale

8.15. Direzione e gestione della rete di vendite

- 8.15.1. Sales Management: Direzione delle vendite
- 8.15.2. Reti al servizio dell'attività commerciale
- 8.15.3. Politiche di selezione e formazione di venditori
- 8.15.4. Sistemi di remunerazione delle reti commerciali interne ed esterne
- 8.15.5. Gestione del processo commerciale: Controllo e assistenza alle attività di marketing sulla base delle informazioni

8.16. Attuazione della funzione commerciale

- 8.16.1. Contrattazione di imprese proprie e agenti commerciali
- 8.16.2. Controllo dell'attività commerciale
- 8.16.3. Il codice deontologico del personale commerciale
- 8.16.4. Adempimento Normativo
- 8.16.5. Norme commerciali generalmente accettate

8.17. Gestione dei conti chiave

- 8.17.1. Concetto di gestione dei conti chiave
- 8.17.2. *Key Account Manager*
- 8.17.3. Strategia di gestione dei conti chiave

8.18. Gestione finanziaria e di budget

- 8.18.1. Il punto di pareggio
- 8.18.2. Il bilancio di vendita: Controllo di gestione e del piano annuale di vendite
- 8.18.3. Impatto finanziario delle decisioni strategiche commerciali
- 8.18.4. Gestione del ciclo, rotazioni, redditività e liquidità
- 8.18.5. Conto dei risultati

Modulo 9. Innovazione e Direzione dei Progetti**9.1. Innovazione**

- 9.1.1. Introduzione all'innovazione
- 9.1.2. Innovazione nell'ecosistema delle imprese
- 9.1.3. Strumenti per il processo di innovazione aziendale

9.2. Strategia di innovazione

- 9.2.1. Intelligenza strategica dell'innovazione
- 9.2.2. Strategia di innovazione

9.3. Project Management nelle Startup

- 9.3.1. Concetto di *startup*
- 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
- 9.3.3. Fasi dello sviluppo di una *startup*
- 9.3.4. Il ruolo di un project manager in una *startup*

9.4. Pianificazione e verifica del modello di business

- 9.4.1. Marco concettuale di un modello di business
- 9.4.2. Progettazione della valutazione del modello aziendale

9.5. Direzione e Gestione di Progetti

- 9.5.1. Direzione e Gestione di Progetti: identificazione delle opportunità per sviluppare progetti aziendali di innovazione
- 9.5.2. Fasi principali o fasi di direzione e gestione di progetti innovativi

9.6. Gestione del cambiamento nei progetti: gestione della preparazione

- 9.6.1. Concetto di gestione del cambiamento
- 9.6.2. Processi di gestione del cambiamento
- 9.6.3. Implementazione del cambiamento

9.7. Gestione della comunicazione di progetti

- 9.7.1. Gestione della comunicazione di progetti
- 9.7.2. Concetti chiave per la gestione della comunicazione
- 9.7.3. Tendenze emergenti
- 9.7.4. Adattamento alla squadra
- 9.7.5. Pianificare la gestione delle comunicazioni
- 9.7.6. Gestire le comunicazioni
- 9.7.7. Monitorare le comunicazioni

9.8. Metodologie tradizionali e innovative

- 9.8.1. Metodologie di innovazione
- 9.8.2. Principi di base dello Scrum
- 9.8.3. Differenze tra gli aspetti principali dello Scrum e delle metodologie tradizionali

9.9. Creazione di una startup

- 9.9.1. Creazione di una *startup*
- 9.9.2. Organizzazione e cultura
- 9.9.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le *startup*
- 9.9.4. Aspetti legali

9.10. Pianificazione della gestione dei rischi nei progetti

- 9.10.1. Pianificazione dei rischi
- 9.10.2. Elementi per creare un piano di gestione dei rischi
- 9.10.3. Strumenti per creare un piano di gestione di rischi
- 9.10.4. Contenuto del piano di gestione dei rischi

Modulo 10. Management Direttivo

10.1. General Management

- 10.1.1. Concetto di *General Management*
- 10.1.2. L'azione del *General Management*
- 10.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 10.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

**10.2. Il direttivo e le sue funzioni:
La cultura organizzativa e i suoi approcci**

- 10.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci

10.3. Direzione di operazioni

- 10.3.1. Importanza della direzione
- 10.3.2. La catena di valore
- 10.3.3. Gestione della qualità

10.4. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 10.4.1. Comunicazione interpersonale
- 10.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 10.4.3. Barriere nella comunicazione

10.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 10.5.1. Comunicazione interpersonale
- 10.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
- 10.5.3. La comunicazione nelle imprese
- 10.5.4. Strumenti nelle imprese

10.6. Comunicazione in situazioni di crisi

- 10.6.1. Crisi
- 10.6.2. Fasi della crisi
- 10.6.3. Messaggi: contenuti e momenti

10.7. Preparazione di un piano di crisi

- 10.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 10.7.2. Pianificazione
- 10.7.3. Adeguatezza del personale

10.8. Intelligenza emotiva

- 10.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 10.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 10.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

10.9. Personal Branding

- 10.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 10.9.2. Leggi del *personal branding*
- 10.9.3. Strumenti per la costruzione del brand personale

10.10. Leadership e gestione di team

- 10.10.1. Leadership e stile di leadership
- 10.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 10.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 10.10.4. Gestione di Team Multiculturali

Modulo 11. L'Assicurazione come Attività Regolamentata in ambito internazionale

11.1. Sistema di Attuazione delle Assicurazioni Comunitarie in altri paesi dell'Unione Europea: Stato membro d'origine, Stato membro ospitante

- 11.1.1. Libera prestazione di servizi
- 11.1.2. Diritto di stabilimento
- 11.1.3. Agenzia di sottoscrizione

11.2. Obblighi degli enti assicurativi

- 11.2.1. Rappresentanza permanente nel Paese ospitante
- 11.2.2. Servizio clienti
- 11.2.3. Servizio di difesa del cliente

11.3. Ruolo dell'organo di vigilanza dello Stato di origine

- 11.3.1. Ruolo di supervisione
- 11.3.2. Funzione sanzionatoria
- 11.3.3. Funzione di controllo

11.4. Ruolo dell'organo di vigilanza dello Stato di accoglienza

- 11.4.1. Ruolo di supervisione
- 11.4.2. Funzione sanzionatoria
- 11.4.3. Funzione di controllo

11.5. Regolamentazione degli enti assicurativi di Paesi terzi all'interno dell'Unione Europea

- 11.5.1. Stabilimento permanente
- 11.5.2. Libera prestazione di servizi
- 11.5.3. Agenzia di sottoscrizione

11.6. Regime di funzionamento delle Assicurazioni Comunitarie in Paesi terzi

- 11.6.1. Stabilimento permanente
- 11.6.2. Libera prestazione di servizi
- 11.6.3. Agenzia di sottoscrizione

11.7. Regime speciale per l'assicurazione auto

- 11.7.1. Obblighi del Paese di accoglienza
- 11.7.2. Rappresentazione
- 11.7.3. Gestione dei sinistri

11.8. Organismi equivalenti di Paesi Terzi

- 11.8.1. Organizzazione
- 11.8.2. Competenze
- 11.8.3. Funzionamento

11.9. Contratti assicurativi e clausole giurisdizionali

- 11.9.1. Giurisdizione
- 11.9.2. Concorrenza
- 11.9.3. Regole di conflitto

11.10. Sistema di risoluzione dei conflitti

- 11.10.1. Mediazione
- 11.10.2. Arbitraggio
- 11.10.3. Accordo di collaborazione

Modulo 12. Aspetti legali dell'assicurazione: Contesto internazionale

12.1. Contratto Assicurativo: Particolarità

- 12.1.1. Oggetto del contratto, onerosità e aleatorietà
- 12.1.2. Parti del contratto e altri soggetti coinvolti
- 12.1.3. Onerosità, consensualità ed esecuzione successiva

12.2. Rami assicurativi

- 12.2.2. Criteri internazionali di definizione
- 12.2.3. Assicurazioni sulla vita
- 12.2.4. Assicurazioni non sulla vita

12.3. Quadro normativo in materia di assicurazioni: Europa, America e Asia-Pacifico

- 12.3.1. Principi e standard IAIS
- 12.3.2. Panoramica degli sviluppi normativi: requisiti quantitativi e qualitativi
- 12.3.2. Evoluzione dei requisiti in materia di governance

12.4. Legislazione internazionale di controllo dell'attività assicurativa

- 12.4.1. Organismi Internazionali di Supervisione e Controllo
- 12.4.2. Autorità di Supervisione: Competenze e coordinamento in ambito globale
- 12.4.3. Aspetti normativi fondamentali in materia di controllo e vigilanza

12.5. Protezione dei dati personali

- 12.5.1. Modelli di regolamentazione della privacy: Europa, America e Asia-Pacifico
- 12.5.2. impatto globale del Regolamento Europeo di Protezione dei Dati
- 12.5.3. Ambiente fisico e digitale

12.6. Prevenzione del riciclaggio di denaro e finanziamento del terrorismo

- 12.6.1. Normativa del riciclaggio di denaro e del finanziamento al terrorismo
- 12.6.2. Raccomandazioni del Gruppo di Azione Finanziaria Internazionale (GAFI/FATF)
- 12.6.3. Paesi ad Alto Rischio

12.7. Prevenzione delle Frodi

- 12.7.1. Tipologia delle frodi: Concetto
- 12.7.2. Elementi dei sistemi di gestione delle frodi
- 12.7.3. Regolamentazione settoriale delle frodi

12.8. Evoluzione e prospettive dei nuovi rischi e della sostenibilità: Etica e responsabilità nel settore assicurativo

- 12.8.1. Dalla RSI all'ESG
- 12.8.2. Nuovi paradigmi in materia di sostenibilità e rischio
- 12.8.3. Evoluzione dei requisiti normativi a livello internazionale

12.9. Resilienza informatica, governance e sicurezza delle TIC

- 12.9.1. Sicurezza delle reti e dei sistemi di informazione: Sviluppi normativi
- 12.9.2. L'impatto delle assicurazioni sui livelli di resilienza informatica
- 12.9.3. Quadro di Governance per la cybersecurity

12.10. Protezione del cliente: Obblighi di trasparenza e divulgazione delle informazioni

- 12.10.1. Linee guida delle Nazioni Unite per la Protezione del Cliente
- 12.10.2. Trasparenza e divulgazione delle informazioni: Sviluppi normativi
- 12.10.3. E-commerce e vendita a distanza

Modulo 13. Assicurazione e Rischio

13.1. Il Rischio e il suo ruolo nell'attività Assicurativa

- 13.1.1. Rischio: Contestualizzazione
- 13.1.2. Rischi nell'Attività Assicurativa
- 13.1.3. Comportamenti al Rischio

13.2. Rischio Assicurabile

- 13.2.1. Condizioni per l'Assicurabilità del Rischio
- 13.2.2. Classificazione dei Rischi
- 13.2.3. Selezione e sorveglianza dei Rischi

13.3. Distribuzione del Rischio nelle assicurazioni

- 13.3.1. Distribuzione del Rischio
- 13.3.2. Riassicurazione
- 13.3.3. Coassicurazione

13.4. L'attività Assicurativa

- 13.4.1. Ciclo dell'Attività Assicurativa
- 13.4.2. Elementi dell'Attività Assicurativa
- 13.4.3. Risultato o Margine del Beneficio nel Commercio Assicurativo

13.5. L'Industria Assicurativa e il Controllo dell'Attività

- 13.5.1. Funzione economica e sociale dell'Assicurazione
- 13.5.2. Controllo dell'Attività Assicurativa
- 13.5.3. Obiettivi del Controllo

13.6. Evoluzione della Normativa sulla Solvibilità

- 13.6.1. Concetto di Solvibilità: Importanza del Settore Assicurativo
- 13.6.2. Evoluzione della Normativa Comunitaria
- 13.6.3. Normativa di Solvibilità in Paesi Terzi

13.7. Solvibilità II e Rischi

- 13.7.1. Valutazione del Rischio Quantitativo
- 13.7.2. Valutazione del Rischio Qualitativo
- 13.7.3. Informazione e Trasparenza al Mercato

13.8. La Gestione del Rischio come elemento fondamentale negli Enti Assicurativi

- 13.8.1. Sistema di Gestione dei Rischi
- 13.8.2. Processo di Gestione dei Rischi
- 13.8.3. La Gestione dei Rischi nell'Attività Assicurativa: Rilevanza

13.9. La Gestione del Rischio e il suo Ruolo nella Trasformazione Digitale

- 13.9.1. Trasformazione Digitale: Contestualizzazione
- 13.9.2. Trasformazione Digitale nell'Attività Assicurativa
- 13.9.3. Trasformazione Digitale e Gestione dei Rischi

13.10. Rischi emergenti nell'Attività Assicurativa

- 13.10.1. Rischi informatici
- 13.10.2. Rischi NBCR
- 13.10.3. Altri rischi emergenti

Modulo 14. Distribuzione Assicurativa

14.1. Analisi del settore assicurativo: Dati

- 14.1.1. Il mercato assicurativo globale
- 14.1.2. Il commercio assicurativo
- 14.1.3. La supervisione assicurativa

14.2. Regolazione dell'attività di Distribuzione

- 14.2.1. Regolazione a livello globale
- 14.2.2. Regolazione nelle diverse Giurisdizioni internazionali
- 14.2.3. Istituzioni di supervisione

14.3. Attività di Distribuzione

- 14.3.1. Che cos'è la distribuzione
- 14.3.2. Che cosa non è la distribuzione
- 14.3.3. Distribuzione internazionale

14.4. Tipi di fornitori

- 14.4.1. Fornitori all'interno dell'UE
- 14.4.2. Fornitori al di fuori dell'UE
- 14.4.3. Menzione speciale agli OBS (Operatori Bancari Sicuri)

14.5. Requisiti per l'accesso alle attività di distribuzione, obbligazioni e registro amministrativo

- 14.5.1. Requisiti d'accesso all'attività di distribuzione
- 14.5.2. Obblighi applicabili
- 14.5.3. Registro amministrativo

14.6. Informazioni da fornire al cliente e governance del prodotto

- 14.6.1. Obblighi generali di informazione al cliente
- 14.6.2. Obblighi informativi specifici: criteri di sostenibilità e Greenwashing
- 14.6.3. Obbligo di prevenire i conflitti di interesse

14.7. Protezione dei consumatori

- 14.7.1. Quadro giuridico per la protezione dei consumatori finanziari
- 14.7.2. Piani d'azione a livello globale
- 14.7.3. Piani d'azione nelle diverse Giurisdizioni internazionali

14.8. Attività transfrontaliera

- 14.8.1. Attività all'interno dell'UE secondo la Legge di stabilimento
- 14.8.2. Attività all'interno dell'UE secondo la Libera prestazione di Servizi
- 14.8.3. Attività al di fuori dell'UE

14.9. Formazione del fornitore

- 14.9.1. Requisiti
- 14.9.2. Obiettivi della preparazione
- 14.9.3. Educazione a livello internazionale

14.10. Supervisione dei fornitori

- 14.10.1. Autorità di supervisione
- 14.10.2. Tipi di supervisione
- 14.10.3. Controllo Amministrativo

Modulo 15. Conformità Normativa e Corporate Governance Internazionale

15.1. Adempimento Normativo

- 15.1.1. Adempimento Normativo
- 15.1.2. Origine ed evoluzione dell'adempimento normativo
- 15.1.3. Il futuro dell'adempimento normativo

15.2. Adempimento e Corporate Governance

- 15.2.1. La Corporate Governance
- 15.2.2. Principi della Corporate Governance dell'OCSE e del G20
- 15.2.3. Responsabilità dei Consigli di Amministrazione

15.3. Standard internazionali di compliance

- 15.3.1. Attività di standardizzazione internazionale
- 15.3.2. ISO 19600 M ISO 37001
- 15.3.3. Struttura di alto livello dei sistemi di gestione

15.4. Funzione di compliance nelle organizzazioni

- 15.4.1. Il ruolo, la necessità e il rapporto con altre aree
- 15.4.2. Benefici e problemi
- 15.4.3. Esternalizzazione della funzione

15.5. Il ruolo del Compliance Officer

- 15.5.1. Il Compliance Officer nell'organigramma aziendale
- 15.5.2. Indipendenza, imparzialità e determinazione delle funzioni
- 15.5.3. Responsabilità del Compliance Officer

15.6. Questioni di compliance (I). Prevenzione del riciclaggio di denaro

- 15.6.1. Responsabilità penale delle personalità giuridiche: Prospettive internazionali
- 15.6.2. Politiche anticorruzione: Guida alle buone pratiche dell'OCSE
- 15.6.3. Prevenzione del riciclaggio di denaro

15.7. Questioni di compliance (II): Sicurezza delle informazioni

- 15.7.1. Sicurezza delle informazioni
- 15.7.2. Modello BYOD vs. controllo aziendale dell'uso delle risorse tecnologiche
- 15.7.3. La società dell'informazione

15.8. Questioni di compliance (III): Proprietà intellettuale

- 15.8.1. Privacy e protezione dei dati
- 15.8.2. Proprietà intellettuale
- 15.8.3. Protezione dei segreti aziendali

15.9. Standard e accordi sul livello di servizio

- 15.9.1. Standard e Organismi di Standardizzazione
- 15.9.2. Implementazione e vantaggi degli standard
- 15.9.3. Accordi sul livello di servizio (SLA)

15.10. Conformità normativa nei settori regolamentati

- 15.10.1. Settore regolamentato e approccio internazionale
- 15.10.2. Settore finanziario
- 15.10.3. Settore assicurativo

Modulo 16. Composizione del Bilancio Economico secondo la Normativa sulla Solvibilità II

16.1. Solvibilità II

- 16.1.1. Processo di definizione della Solvibilità II
- 16.1.2. Confronto tra Solvibilità I e Solvibilità II
- 16.1.3. Ambito di applicazione
- 16.1.4. Strutturazione della Solvibilità II
- 16.1.5. Misure di transizione per la Solvibilità II
- 16.1.6. Revisione regolamentare della Solvibilità II

16.2. Bilancio economico: Attivo

- 16.2.1. Valutazione delle attività (NIIF13)
- 16.2.2. Beni immateriali
- 16.2.3. Leasing finanziario e operativo
- 16.2.4. Beni materiali
- 16.2.5. Investimenti
- 16.2.6. *Matching adjustment* e Replicating Portfolio

16.3. Bilancio economico: Passivo

- 16.3.1. Disposizioni tecniche: Separazione per LOB
- 16.3.2. Calcolo delle passività: *as a whole* vs. migliore stima
- 16.3.3. Calcolo del valore attuale degli accantonamenti

16.4. Bilancio economico: Patrimonio Netto

- 16.4.1. Valutazione del Patrimonio Netto: Fondi propri di base
- 16.4.2. Valutazione del Patrimonio Netto: Fondi propri supplementari
- 16.4.3. Qualità dei fondi propri Tier 1 Capital
- 16.4.4. Capitale minimo di Solvibilità II (MCR)
- 16.4.5. La mappa rischi: Formula standard vs. modello interno/parziale

16.5. Rischio di sottoscrizione all'assicurazione sulla vita

- 16.5.1. Rischio di sottoscrizione in assicurazioni sulla vita
- 16.5.2. Rischio di sottoscrizione in assicurazioni sulla morte
- 16.5.3. Rischio di sottoscrizione in assicurazioni sulla malattia (tecniche di vita)

16.6. Rischi di mercato

- 16.6.1. Il rischio di mercato
- 16.6.2. Rischio di tasso di interesse
- 16.6.3. Rischio azionario
- 16.6.4. Rischio immobiliare
- 16.6.5. Rischio di spread
- 16.6.6. Rischio di concentrazione
- 16.6.7. Rischio di cambio

16.7. Rischio di sottoscrizione assicurazione non sulla vita

- 16.7.1. Rischio di sottoscrizione in assicurazioni non sulla vita: Premio e riserva; caduta e catastrofe
- 16.7.2. Rischio di sottoscrizione in assicurazioni sulla malattia (tecniche di non vita)
- 16.7.3. USP: Parametri propri

16.8. Rischio operativo, rischio di credito e calcolo del BSCR

- 16.8.1. Rischio operativo
- 16.8.2. Metodi di calcolo del rischio operativo
- 16.8.3. Introduzione al rischio di credito
- 16.8.4. Metodi di calcolo del rischio operativo
- 16.8.5. Matrice di aggregazione del rischio globale BSCR

16.9. SCR tra gruppi: situazione finanziaria

- 16.9.1. Entità partecipante
- 16.9.2. Entità coinvolta
- 16.9.3. Gruppi soggetti alla vigilanza
- 16.9.4. Metodi di consolidamento e calcolo della solvibilità di gruppo

16.10. Nuova normativa: IFRS 17

- 16.10.1. Niif 17
- 16.10.2. Metodo BBA
- 16.10.3. Metodo VFA
- 16.10.4. Metodo PAA
- 16.10.5. Transizione

Modulo 17. Solvibilità II: Gestione Privata dell'Attività Assicurativa

17.1. Sistema di Governance e di Gestione dei Rischi

- 17.1.1. Competenze e onorabilità
- 17.1.2. Conflitto di interessi
- 17.1.3. Sistema di gestione dei rischi

17.2. Valutazione interna dei Rischi e della solvibilità (ORSA)

- 17.2.1. Processo ORSA
- 17.2.2. Rischi significativi: Stress test e analisi degli scenari
- 17.2.3. Descrizione e contenuti della relazione ORSA

17.3. Propensione e Tolleranza al Rischio

- 17.3.1. Considerazioni per determinare la propensione al rischio
- 17.3.2. Metodologia
- 17.3.3. Quadri di Riferimento

17.4. Controllo interno e audit interno

- 17.4.1. Sistema di controllo interno
- 17.4.2. Funzione dell'audit interno
- 17.4.3. Mappa dei rischi

17.5. Funzione Attuariale

- 17.5.1. Struttura organizzativa
- 17.5.2. Linee di difesa
- 17.5.3. Ambito della funzione attuariale

17.6. Relazione sulla solvibilità e sulla condizione finanziaria

- 17.6.1. Sistema di Governance
- 17.6.2. Profilo di Rischio
- 17.6.3. Valutazione ai fini della solvibilità e della Gestione del capitale

17.7. Rapporto di supervisione periodica

- 17.7.1. Ambito
- 17.7.2. Obiettivi
- 17.7.3. Rischi previsti in futuro

17.8. Modelli di Rapporto Quantitativo - Trimestrale

- 17.8.1. Informazioni richieste per la supervisione
- 17.8.2. Tassonomia
- 17.8.3. Periodicità

17.9. Modelli di Rapporto Quantitativo - Annuale

- 17.9.1. Informazioni richieste per la supervisione
- 17.9.2. Tassonomia
- 17.9.3. Periodicità

17.10. Modelli Interni: Altre considerazioni

- 17.10.1. Modelli Interni
- 17.10.2. Società Captive
- 17.10.3. Revisione delle norme assicurative dell'UE

Modulo 18. Rischio di Condotta e di Vigilanza nell'Industria Assicurativa

18.1. Principi generali di attuazione e obblighi generali di Informazione

- 18.1.1. Principi generali e doveri informativi
- 18.1.2. Informazioni che l'assicuratore deve fornire
- 18.1.3. Informazioni che deve fornire un intermediario assicurativo

18.2. Regole di condotta e comportamentali

- 18.2.1. Normativa applicabile alla commercializzazione degli strumenti finanziari
- 18.2.2. Normativa in materia di informazioni e regole comportamentali
- 18.2.3. Normativa Internazionale: approssimazione ed esempi

18.3. Informazioni previe alla stipula del contratto

- 18.3.1. Tipi di vendita
- 18.3.2. Assicurazione non sulla vita
- 18.3.3. Assicurazione sulla vita

18.4. Informazioni previe alla stipula del contratto di prodotti di investimento assicurativi

- 18.4.1. Prodotti di investimento a base assicurativa
- 18.4.2. Informazioni previe alla stipula del contratto di prodotti di investimento assicurativi
- 18.4.3. Tipi di vendita

18.5. Modalità di trasmissione dell'informazione

- 18.5.1. Requisiti generali
- 18.5.2. Commercializzazione a distanza
- 18.5.3. Requisiti speciali applicabili a prodotti di investimento a base assicurativa

18.6. Pubblicità nelle Operazioni Assicurative

- 18.6.1. Principi generali e riserva denominazione
- 18.6.2. Pubblicità di enti assicurativi
- 18.6.3. Pubblicità di broker assicurativi

18.7. Conflitti di interesse nella Distribuzione Assicurativa

- 18.7.1. Individuazione del conflitto di interessi
- 18.7.2. Politico sui conflitti di interesse
- 18.7.3. Procedure di intervento

18.8. Remunerazione e incentivi

- 18.8.1. Principi generali
- 18.8.2. Concetto di remunerazione
- 18.8.3. Remunerazione e incentivi per i prodotti di investimento basati sull'assicurazione

18.9. Vendita congiunta con prodotti non assicurativi

- 18.9.1. Pratica delle vendite combinate e collegate: obblighi di informazione
- 18.9.2. Vendite combinate
- 18.9.3. Vendite collegate

18.10. Ciclo di vita e governance del prodotto

- 18.10.1. Pianificazione dei prodotti assicurativi
- 18.10.2. Requisiti di governance applicabili alla pianificazione: Ciclo di vita del prodotto
- 18.10.3. Requisiti di governance applicabili alla distribuzione di prodotti non pianificati

Modulo 19. La tassazione nell'Industria Assicurativa: Imposte Dirette

19.1. Imposizione Diretta

- 19.1.1. Imposte che compongono l'imposizione diretta
- 19.1.2. L'imposizione diretta come creazione di valore sostenibile (ESG)
- 19.1.3. Normativa generale e specifica per l'imposizione diretta

19.2. Tassazione degli enti assicurativi

- 19.2.1. Tassazione degli Enti Assicurativi: Concetti principali
- 19.2.2. Specialità per gli enti assicurativi
- 19.2.3. Rendicontazione in un gruppo di consolidamento fiscale con una compagnia d'assicurazione dominante

19.3. Contabilità: Piano di contabilità per le entità assicurative/IFS

- 19.3.1. Adattamento settoriale
- 19.3.2. Bilancio finanziario e volume dei premi
- 19.3.3. Riflesso nella liquidazione delle Imposte nelle Società

19.4. Imposta sulla Società I - Tassazione Internazionale

- 19.4.1. Rettifiche a base imponibile: riserve tecniche
- 19.4.2. Compensazione delle perdite fiscali: Gruppo Fiscale
- 19.4.3. Riserva di capitalizzazione

19.5. Imposta sulla Società II - Tassazione Internazionale

- 19.5.1. Determinazione dell'intero debito d'imposta
- 19.5.2. Detrazioni e indennità
- 19.5.3. Limiti alle deduzioni e alle compensazioni future

19.6. Moduli 200 e 220 ed equivalenti in altre giurisdizioni

- 19.6.1. Caratteristiche del Modello
- 19.6.2. Annessi e dichiarazioni integrative
- 19.6.3. Scadenze e deposito

19.7. Investimenti in GEIE

- 19.7.1. Rapporto con l'industria assicurativa
- 19.7.2. Quesiti fiscali correlati
- 19.7.3. Ritorno e aspetti specifici da tenere in considerazione

19.8. Altre imposte dirette

- 19.8.1. Caratteristiche particolari dei pagamenti frazionati dell'IS
- 19.8.2. Ristrutturazioni aziendali
- 19.8.3. Valore di riferimento per altre imposte dirette

19.9. Reporting: relazione con le imposte dirette

- 19.9.1. SII
- 19.9.2. *Country by Country report*
- 19.9.3. DAC6

19.10. Ispezioni IS: Aspetti fondamentali

- 19.10.1. Aspetti fondamentali delle ispezioni IS
- 19.10.2. Operazioni correlate
- 19.10.3. La tassazione diretta nel mondo: Novità Esercizio 2023

Modulo 20. Fiscalità: Imposte Indirette

20.1. Normativa: Origine dell'esenzione

- 20.1.1. Imposta sul Valore Aggiunto nell'Unione Europea
- 20.1.2. Direttiva 2006/112/CE
- 20.1.3. Impatto dell'esenzione

20.2. Limiti alla detrazione delle Imposte Indirette a seconda del Paese

- 20.2.1. L'Imposta Indiretta come costo
- 20.2.2. Pro-rata e settori differenziati
- 20.2.3. Detrazione minima

20.3. Gruppi Europei di Interesse Economico (GEIE)

- 20.3.1. GEIE
- 20.3.2. GEIE nel settore assicurativo
- 20.3.3. L'esenzione IVA e la sua evoluzione in ambito comunitario

20.4. Succursali nell'Industria Assicurativa

- 20.4.1. Filiale vs. Succursale
- 20.4.2. Operazioni - succursale
- 20.4.3. Rischi pratici

20.5. Regime Speciale per il Gruppo di Entità (RSGE)

- 20.5.1. RSGE
- 20.5.2. RSGE nel settore assicurativo
- 20.5.3. RSGE vs. GEIE (Gruppo Europeo di Interesse Economico)

20.6. Leasing e assicurazione

- 20.6.1. Sentenza della CGUE BGŻ Leasing - Causa C-224/11
- 20.6.2. Il leasing come contratto complesso
- 20.6.3. Formule assicurative nel *leasing*

20.7. Autoassicurazione

- 20.7.1. Elementi dell'assicurazione
- 20.7.2. Approccio all'autoassicurazione
- 20.7.3. Autoassicurazione e leasing

20.8. Gestione Internazionale dei sinistri

- 20.8.1. Gestione come parte della mediazione
- 20.8.2. Evoluzione del suo trattamento ai fini dell'IVA
- 20.8.3. Sinistri transfrontalieri e corrispondenti

20.9. Contact Center, Collaboratori esterni e mediatori

- 20.9.1. *Contact Center*, Collaboratori esterni e mediatori: Funzioni
- 20.9.2. Evoluzione del suo trattamento ai fini delle Imposte
- 20.9.3. Rischi pratici

20.10. Imposta sui Premi Assicurativi (IPA) in Europa

- 20.10.1. IPA in Europa: Concetto
- 20.10.2. Punti di Connessione con le Regole di Localizzazione
- 20.10.3. Aliquote fiscali in Europa



“

Le innovative risorse didattiche di questo Master Specialistico ti permetteranno di approfondire in modo più visivo e agile gli Aspetti Legali dell'Assicurazione"

07

Metodologia di studio

TECH è la prima università al mondo che combina la metodologia dei **case studies** con il **Relearning**, un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione diretta.

Questa strategia dirompente è stata concepita per offrire ai professionisti l'opportunità di aggiornare le conoscenze e sviluppare competenze in modo intensivo e rigoroso. Un modello di apprendimento che pone lo studente al centro del processo accademico e gli conferisce tutto il protagonismo, adattandosi alle sue esigenze e lasciando da parte le metodologie più convenzionali.



“

TECH ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera"

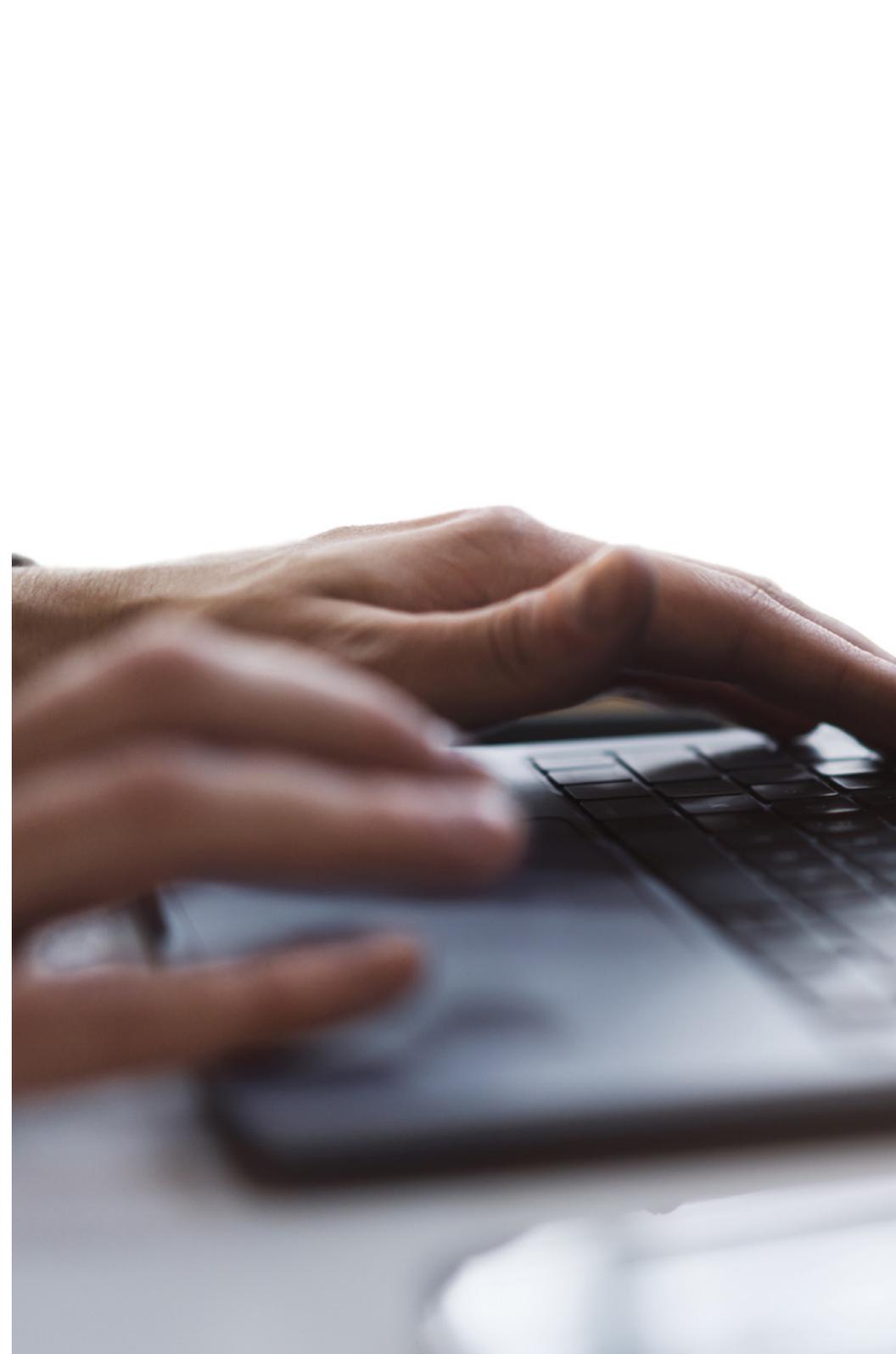
Lo studente: la priorità di tutti i programmi di TECH

Nella metodologia di studio di TECH lo studente è il protagonista assoluto. Gli strumenti pedagogici di ogni programma sono stati selezionati tenendo conto delle esigenze di tempo, disponibilità e rigore accademico che, al giorno d'oggi, non solo gli studenti richiedono ma le posizioni più competitive del mercato.

Con il modello educativo asincrono di TECH, è lo studente che sceglie il tempo da dedicare allo studio, come decide di impostare le sue routine e tutto questo dalla comodità del dispositivo elettronico di sua scelta. Lo studente non deve frequentare lezioni presenziali, che spesso non può frequentare. Le attività di apprendimento saranno svolte quando si ritenga conveniente. È lo studente a decidere quando e da dove studiare.

“

*In TECH NON ci sono lezioni presenziali
(che poi non potrai mai frequentare)”*



I piani di studio più completi a livello internazionale

TECH si caratterizza per offrire i percorsi accademici più completi del panorama universitario. Questa completezza è raggiunta attraverso la creazione di piani di studio che non solo coprono le conoscenze essenziali, ma anche le più recenti innovazioni in ogni area.

Essendo in costante aggiornamento, questi programmi consentono agli studenti di stare al passo con i cambiamenti del mercato e acquisire le competenze più apprezzate dai datori di lavoro. In questo modo, coloro che completano gli studi presso TECH ricevono una preparazione completa che fornisce loro un notevole vantaggio competitivo per avanzare nelle loro carriere.

Inoltre, potranno farlo da qualsiasi dispositivo, pc, tablet o smartphone.

“

Il modello di TECH è asincrono, quindi ti permette di studiare con il tuo pc, tablet o smartphone dove, quando e per quanto tempo vuoi”

Case studies o Metodo Casistico

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Giurisprudenza non solo di imparare le leggi sulla base di contenuti teorici, ma anche di esaminare situazioni complesse reali. In questo modo, potevano prendere decisioni e formulare giudizi di valore fondati su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Con questo modello di insegnamento, è lo studente stesso che costruisce la sua competenza professionale attraverso strategie come il *Learning by doing* o il *Design Thinking*, utilizzate da altre istituzioni rinomate come Yale o Stanford.

Questo metodo, orientato all'azione, sarà applicato lungo tutto il percorso accademico che lo studente intraprende insieme a TECH. In questo modo, affronterà molteplici situazioni reali e dovrà integrare le conoscenze, ricercare, argomentare e difendere le sue idee e decisioni. Tutto ciò con la premessa di rispondere al dubbio di come agirebbe nel posizionarsi di fronte a specifici eventi di complessità nel suo lavoro quotidiano.



Metodo Relearning

In TECH i *case studies* vengono potenziati con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il *Relearning*.

Questo metodo rompe con le tecniche di insegnamento tradizionali per posizionare lo studente al centro dell'equazione, fornendo il miglior contenuto in diversi formati. In questo modo, riesce a ripassare e ripete i concetti chiave di ogni materia e impara ad applicarli in un ambiente reale.

In questa stessa linea, e secondo molteplici ricerche scientifiche, la ripetizione è il modo migliore per imparare. Ecco perché TECH offre da 8 a 16 ripetizioni di ogni concetto chiave in una stessa lezione, presentata in modo diverso, con l'obiettivo di garantire che la conoscenza sia completamente consolidata durante il processo di studio.

Il Relearning ti consentirà di apprendere con meno sforzo e più rendimento, coinvolgendoti maggiormente nella specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando opinioni: un'equazione diretta al successo.



Un Campus Virtuale 100% online con le migliori risorse didattiche

Per applicare efficacemente la sua metodologia, TECH si concentra sul fornire agli studenti materiali didattici in diversi formati: testi, video interattivi, illustrazioni, mappe della conoscenza, ecc. Tutto ciò progettato da insegnanti qualificati che concentrano il lavoro sulla combinazione di casi reali con la risoluzione di situazioni complesse attraverso la simulazione, lo studio dei contesti applicati a ogni carriera e l'apprendimento basato sulla ripetizione, attraverso audio, presentazioni, animazioni, immagini, ecc.

Le ultime prove scientifiche nel campo delle Neuroscienze indicano l'importanza di considerare il luogo e il contesto in cui si accede ai contenuti prima di iniziare un nuovo apprendimento. Poter regolare queste variabili in modo personalizzato favorisce che le persone possano ricordare e memorizzare nell'ippocampo le conoscenze per conservarle a lungo termine. Si tratta di un modello denominato *Neurocognitive context-dependent e-learning*, che viene applicato in modo consapevole in questa qualifica universitaria.

Inoltre, anche per favorire al massimo il contatto tra mentore e studente, viene fornita una vasta gamma di possibilità di comunicazione, sia in tempo reale che differita (messaggistica interna, forum di discussione, servizio di assistenza telefonica, e-mail di contatto con segreteria tecnica, chat e videoconferenza).

Inoltre, questo completo Campus Virtuale permetterà agli studenti di TECH di organizzare i loro orari di studio in base alla loro disponibilità personale o agli impegni lavorativi. In questo modo avranno un controllo globale dei contenuti accademici e dei loro strumenti didattici, il che attiva un rapido aggiornamento professionale.



La modalità di studio online di questo programma ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi orari"

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'assimilazione di idee e concetti è resa più facile ed efficace, grazie all'uso di situazioni nate dalla realtà.
4. La sensazione di efficienza dello sforzo investito diventa uno stimolo molto importante per gli studenti, che si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.

La metodologia universitaria più apprezzata dagli studenti

I risultati di questo innovativo modello accademico sono riscontrabili nei livelli di soddisfazione globale degli studenti di TECH.

La valutazione degli studenti sulla qualità dell'insegnamento, la qualità dei materiali, la struttura del corso e i suoi obiettivi è eccellente. A conferma di ciò, l'istituto è diventato il migliore valutato dai suoi studenti sulla piattaforma di recensioni Trustpilot, ottenendo un punteggio di 4,9 su 5.

Accedi ai contenuti di studio da qualsiasi dispositivo con connessione a Internet (computer, tablet, smartphone) grazie al fatto che TECH è aggiornato sull'avanguardia tecnologica e pedagogica.

Potrai imparare dai vantaggi dell'accesso a ambienti di apprendimento simulati e dall'approccio di apprendimento per osservazione, ovvero Learning from an expert.



In questo modo, il miglior materiale didattico sarà disponibile, preparato con attenzione:



Materiale di studio

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

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la nostra modalità di lavoro online, impiegando le ultime tecnologie che ci permettono di offrirti una grande qualità per ogni elemento che metteremo al tuo servizio.



Capacità e competenze pratiche

I partecipanti svolgeranno attività per sviluppare competenze e abilità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve possedere nel mondo globalizzato in cui viviamo.



Riepiloghi interattivi

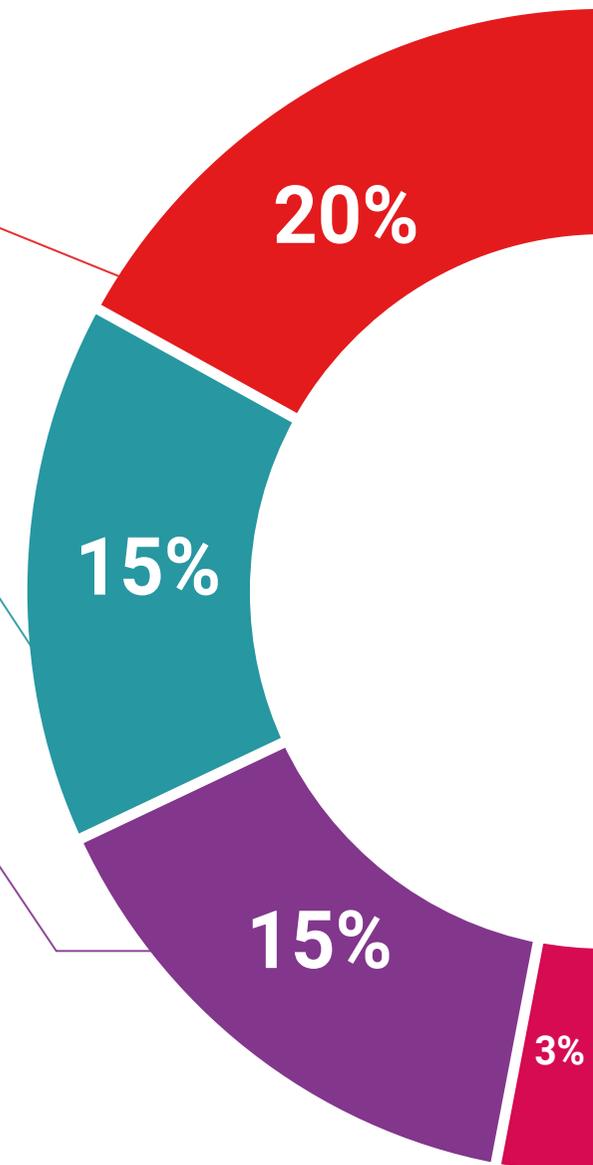
Presentiamo i contenuti in modo accattivante e dinamico tramite strumenti multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

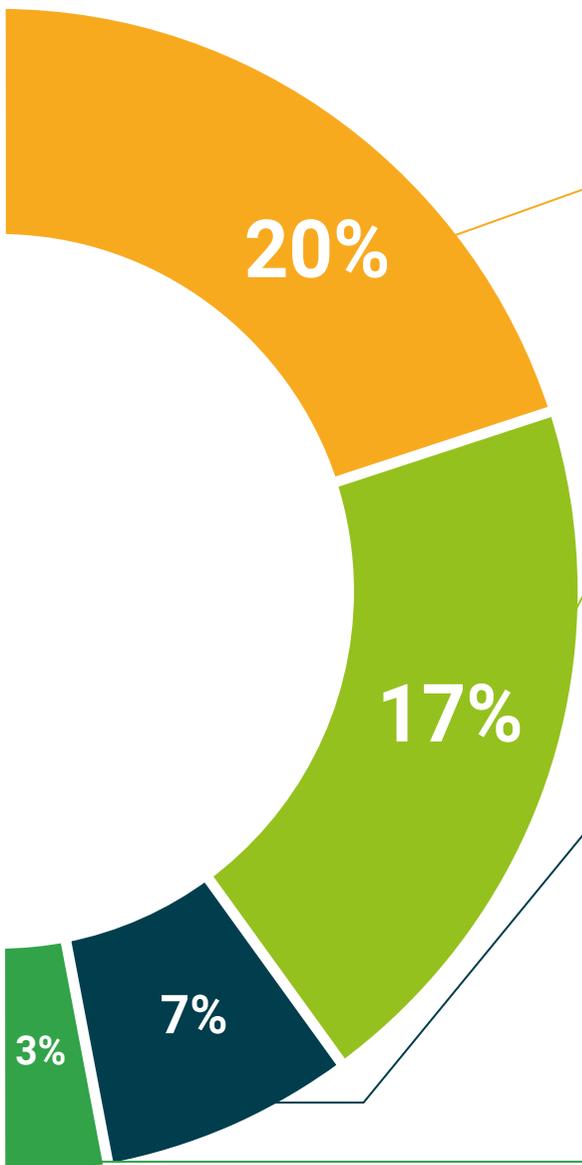
Questo esclusivo sistema di preparazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Case Studies

Completerai una selezione dei migliori *case studies* in materia. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma. Lo facciamo su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.



Master class

Esistono prove scientifiche sull'utilità d'osservazione di terzi esperti. Il cosiddetto *Learning from an Expert* rafforza le conoscenze e i ricordi, e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Guide di consultazione veloce

TECH offre i contenuti più rilevanti del corso sotto forma di schede o guide rapide per l'azione. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare a progredire nel tuo apprendimento.



08

Profilo dei nostri studenti

Il profilo degli studenti è caratterizzato da un carattere multidisciplinare. Questi studenti hanno una solida base accademica tra cui Amministrazione e Direzione Aziendale, Economia, Finanza e altri campi professionali correlati. In questo modo, le sue priorità sono basate sul massimizzare il suo percorso di lavoro, acquisendo competenze avanzate che comportano un significativo vantaggio competitivo. Si noti che sono consapevoli dell'importanza dell'innovazione e desiderano realizzare progetti personalizzati ed esclusivi, che consentano alle loro aziende di differenziarsi sul mercato.





“

Questo corso è rivolto a professionisti che desiderano approfondire i rischi inerenti al business assicurativo e le strategie più all'avanguardia per mitigarli"

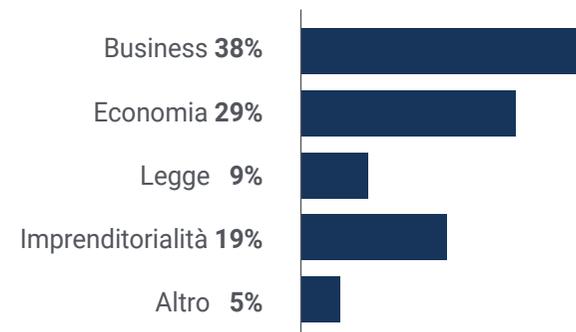
Età media

Da **35** a **45** anni

Anni di esperienza



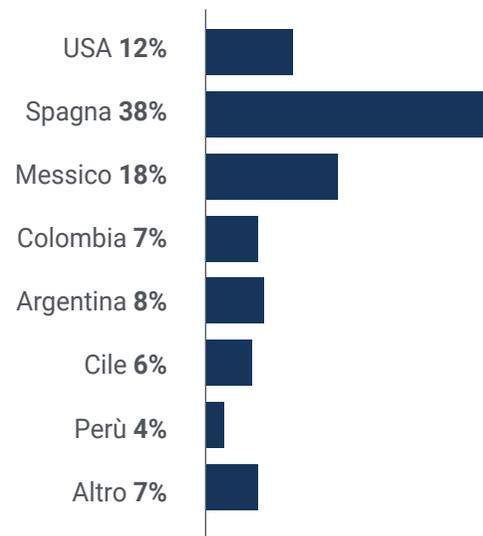
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Víctor Hernández

Manager di Assicurazioni e Consulente Finanziario

"Voglio ringraziare il personale docente di TECH per la loro dedizione e consulenza durante il programma in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa. La verità è che la sua conoscenza approfondita mi è stata preziosa e le competenze acquisite mi stanno aiutando a fare un salto di qualità nel mio sviluppo professionale. Grazie a TECH per il suo impegno per l'eccellenza!"

09

Direzione del corso

Nella sua filosofia di fornire l'eccellenza educativa, TECH riunisce un esperto personale docente per il presente Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa. Specializzati in questo settore, questi professionisti mettono nei materiali didattici sia le loro vaste conoscenze che i loro anni di carriera. Impegnati a offrire i migliori servizi, questi specialisti si mantengono all'avanguardia tecnologica in questo campo e incorporano nella loro pratica le ultime tendenze emergenti. Gli studenti avranno così le garanzie che richiedono per ampliare la loro comprensione e acquisire nuove competenze che permetteranno di aumentare i loro orizzonti lavorativi.



“

Un personale docente di primo livello con il quale potrai approfondire i progressi che sono stati fatti in materia di Management Esecutivo”

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali di **acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è esperta in **reclutamento** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, come **NBCUniversal** e **Comcast**. Il suo percorso le ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vicepresidentessa di Acquisizione di Talento** presso **Mastercard**, supervisiona la strategia e l'esecuzione dell'onboarding dei talenti, collaborando con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, mira a **creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attirare e trattenere i migliori professionisti in tutto il mondo. Si occupa anche di **amplificare il marchio del datore di lavoro** e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso post, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipando attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuendo all'inserimento di numerosi dipendenti in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto posizioni manageriali di selezione del personale in aziende di varie aree.

Inoltre, è stata riconosciuta per la sua capacità di guidare le trasformazioni organizzative, **integrare le tecnologie nei processi di reclutamento** e sviluppare programmi di leadership che preparano le istituzioni alle sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato significativamente la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

- ♦ Vicepresidentessa per l'acquisizione di talenti alla Mastercard di New York, Stati Uniti
- ♦ Direttrice di acquisizione di talenti alla NBCUniversal, New York, USA
- ♦ Responsabile della Selezione del Personale presso Comcast
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidentessa esecutiva della divisione vendite di Ardor NY Real Estate
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Valerie August & Associates
- ♦ Responsabile dei conti presso BNC
- ♦ Responsabile dei conti presso Vault
- ♦ Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

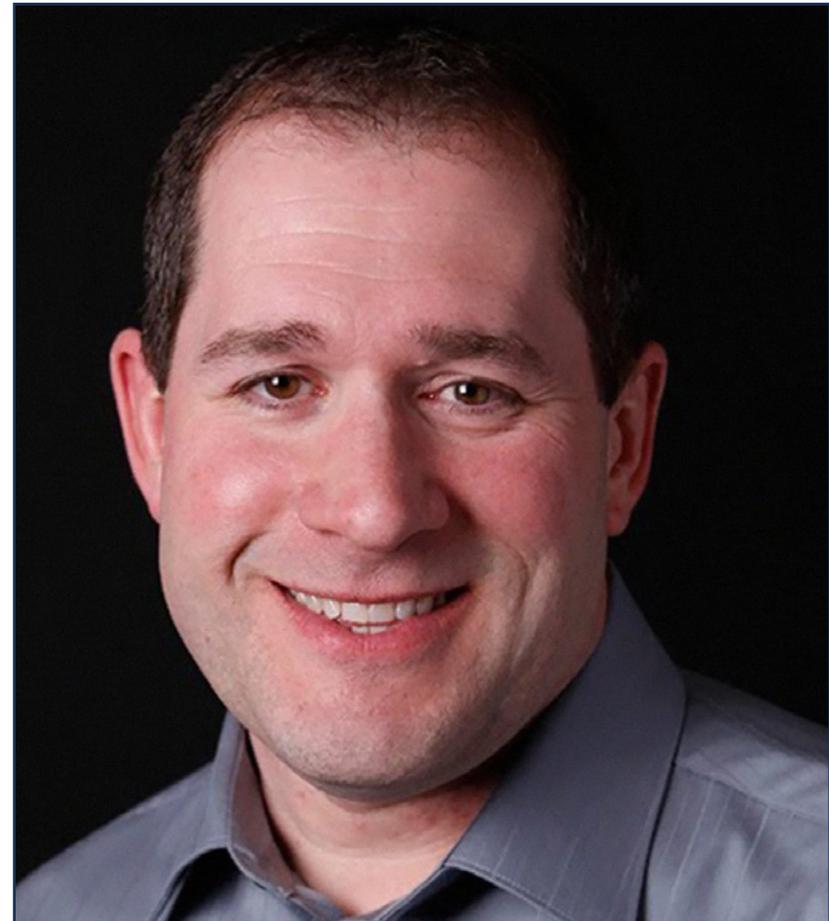
*Grazie a TECH potrai
apprendere dai migliori
professionisti del mondo”*

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi nel cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come leader e team manager con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di coinvolgimento tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. La sua esperienza in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi informatici dell'azienda negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricate di fornire infrastrutture IT a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come un manager di alto impatto, con capacità notevoli per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore IT di Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile di programmi senior su Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Senior Director di servizi di ingegneria produttiva presso Microsoft
- Laurea in sicurezza informatica presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in *Commercial Diving* presso Divers Institute of Technology
- Laureato in studi ambientali presso The Evergreen State College

“

*Cogli l'occasione per conoscere
gli ultimi sviluppi in questo
campo e applicarli alla tua pratica
quotidiana"*

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 di innovazione e cambio** 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 Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT** e **Salesforce**.



Dott. Arman, Romi

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto professionista nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre il ruolo di **Global Procurement Manager** nella divisione Infrastruttura Tecnica e Data Center di Google, dove ha svolto la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come **l'integrità dei dati master**, **gli aggiornamenti dati dei fornitori** e la loro **prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing**, **analisi dei media**, **misurazione** e **attribuzione**. Ha ricevuto numerosi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **BIM Leadership Award**, il **Search Leadership Award**, il **Lead Export Generation Award** e il **Best Sales Model Award EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team di 4-14 membri in tre anni e ha guidato il team di vendita per ottenere risultati e collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha anche lavorato come **analista senior** dell'industria ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti per supportare l'analisi. Ha sviluppato e redatto rapporti approfonditi per dimostrare la sua padronanza dell'argomento, compresa la comprensione dei **fattori macroeconomici** e **politici/normativi** che influenzano adozione e diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, in cui ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dell'account e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo lavoro per superare continuamente le aspettative attraverso la **costruzione di relazioni preziose con i clienti** e **lavorare in modo fluido con persone a tutti i livelli di un'organizzazione**, tra cui stakeholder, gestione, membri del team e clienti. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader prominente nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Global Shopping Manager presso Google, Mountain View, Stati Uniti
- Responsabile principale dell'analisi e della tecnologia B2B presso Google, USA
- Direttore delle vendite presso Google, Irlanda
- Senior Industrial Analyst presso Google, Germania
- Account manager su Google, Irlanda
- Accounts Payable a Eaton, Regno Unito
- Supply Chain Manager presso Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale in materia”

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente del Marketing i cui progetti hanno avuto un **impatto significativo** sull'ambiente della Moda. Nel corso della sua carriera di successo ha sviluppato diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a brand di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

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

Come **Global Brand Manager e Merchandising** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di Marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state centrate nel **settore del commercio al dettaglio**, delle **necessità** e del **comportamento del consumatore**. La Sala è stato anche responsabile di configurare la commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come **team leader** nei dipartimenti di **Design, Comunicazione e Vendite**.

D'altra parte, in aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha intrapreso progetti per promuovere la **struttura**, lo **sviluppo** e la **commercializzazione** di diverse **collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di creare **calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita.

Inoltre, ha avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei principali e più qualificati **leader aziendali** della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con cui è riuscita a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di diverse **marche** e ridefinire gli indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- Brand Global Director e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- Direttore di merchandising presso Calvin Klein
- Brand Manager presso Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager presso Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato a Fastweb
- Laureato in Business and Economics all'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano a TECH per offrirti un insegnamento di alto livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti ad iscriverti?"

Direttore Ospite Internazionale

Mick Gram è sinonimo di innovazione ed eccellenza nel campo della **Business Intelligence** a livello internazionale. La sua carriera di successo è legata a posizioni di leadership in multinazionali come **Walmart** e **Red Bull**. Inoltre, questo esperto si distingue per la sua visione di **identificare tecnologie emergenti** che, a lungo termine, raggiungono un impatto permanente nell'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato complessi insiemi, rendendoli accessibili e facilitatori del processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata per molte organizzazioni che scommettevano sulla **raccolta di informazioni** e sulla **generazione di azioni** concrete a partire da queste ultime.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo ancorata al cloud per l'**analisi dei Big Data**. Ha inoltre ricoperto il ruolo di **Direttore di Business Intelligence** presso **Red Bull**, in settori quali **Vendite, Distribuzione, Marketing e Supply Chain Operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API Walmart Luminare per Buyer e Channel Insights.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea in centri prestigiosi come l'**Università di Berkeley, USA**, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha acquisito competenze all'avanguardia. Così, è diventato un **vero leader della nuova economia mondiale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle sue infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di *Business Intelligence* e Analisi alla Red Bull di Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* presso Walmart Data Cafe
- Consulente capo di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Capo analista presso Nordea
- Consulente capo di *Business Intelligence* presso SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning al UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive in e-commerce presso l'Università di Copenaghen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenaghen

“

Studia nella migliore università Online del mondo secondo Forbes! In questo MBA avrai accesso a una vasta libreria di risorse multimediali, elaborate da docenti riconosciuti di rilevanza internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **Warner Bros, Discovery**. In questo ruolo, è stato determinante nella **supervisione della logistica e dei flussi di lavoro creativi** su diverse piattaforme digitali, tra cui social media, ricerca, display e media lineari.

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

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

Inoltre, ha conseguito una Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California, a dimostrazione delle sue capacità **comunicative e narrative**. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso **dell'Intelligenza Artificiale nel mondo degli affari**. Il suo profilo professionale è quindi uno dei più rilevanti nell'attuale settore del Marketing e dei Media Digitali.



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale della Warner Bros, Discovery, Burbank, USA
- Responsabile del Traffico della Warner Bros, Entertainment
- Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California
- Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida

“

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

Direttrice Ospite Internazionale

Vincitrice di "International Content Marketing Awards" per la sua creatività, leadership e qualità dei suoi contenuti informativi, Wendy Thole-Muir è una nota **Direttrice della Comunicazione** altamente specializzata nel campo della **Gestione della Reputazione**.

In questo senso, ha sviluppato una solida carriera professionale di oltre due decenni in questo settore, che lo ha portato a far parte di prestigiose entità di riferimento internazionale come **Coca-Cola**. Il suo ruolo comporta la supervisione e la gestione della comunicazione aziendale, nonché il controllo dell'immagine organizzativa. Tra i suoi principali contributi, spicca la leadership nell'implementazione della **piattaforma di interazione** interna Yammer. Grazie a questo, i dipendenti hanno aumentato il loro impegno per il marchio e creato una community che ha migliorato in modo significativo la trasmissione delle informazioni.

Inoltre, è stata incaricata di gestire la comunicazione degli **investimenti strategici** delle imprese in diversi Paesi africani. Ne è una prova il fatto che ha condotto dialoghi intorno a investimenti significativi in Kenya, dimostrando l'impegno delle entità per lo sviluppo sia economico che sociale del Paese. Inoltre, ha ottenuto numerosi **riconoscimenti** per la sua capacità di gestire la percezione delle aziende in tutti i mercati in cui opera. In questo modo, ha fatto sì che le aziende mantenessero una grande notorietà e i consumatori le associassero a un'alta qualità.

Inoltre, nel suo forte impegno per l'eccellenza, ha partecipato attivamente a **Congressi** e **Simposi** di fama mondiale con l'obiettivo di aiutare i professionisti dell'informazione a rimanere all'avanguardia delle tecniche più sofisticate per **sviluppare piani di comunicazione** di successo. Ha quindi aiutato numerosi esperti a prevedere situazioni di crisi istituzionali e a gestire in modo efficace eventi avversi.



Dott.ssa Thole-Muir, Wendy

- Direttrice della Comunicazione Strategica e della Reputazione Aziendale presso Coca-Cola, Sudafrica
- Responsabile della Reputazione e della Comunicazione presso ABI at SABMiller di Lovania, Belgio
- Consulente di Comunicazione presso ABI, Belgio
- Consulente per la Reputazione e la Comunicazione presso Third Door a Gauteng, Sudafrica
- Master in Studi sul Comportamento Sociale presso l'Università del Sudafrica
- Master in Arti con specializzazione in Sociologia e Psicologia presso l'Università del Sudafrica
- Laurea in Scienze Politiche e Sociologia Industriale presso l'Università di KwaZulu-Natal
- Laurea in Psicologia presso l'Università del Sudafrica

“

Grazie a questa qualifica, 100% online, potrai combinare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, grazie ai maggiori esperti internazionali nel campo di tuo interesse. Iscriviti subito!”

Direzione



Dott.ssa Cano Guerrero, Yolanda

- ♦ Partner responsabile di IVA e VATech presso BLN Palao
- ♦ Manager specialista nel settore finanziario, bancario, assicurativo, patrimoniale e dell'asset management
- ♦ Consulente strategica in materia di IVA Progetti di ottimizzazione e bonifica dei rischi
- ♦ Specialista in DAC7 e PSP reporting
- ♦ Esperta in Procedure fiscali e ispettive
- ♦ Laurea in Giurisprudenza, con specializzazione in diritto commerciale presso l'Università San Pablo
- ♦ Master in Consulenza Fiscale per i professionisti presso l'Istituto Aziendale di Madrid
- ♦ Legal Leadership Development Executive Program presso la Harvard Law School
- ♦ Socia di Women in a Legal World

Personale docente

Dott. Mendizábal, Germán

- ◆ Ispettore Assicurativo Statale presso la Sottodirezione Generale delle Autorizzazioni
- ◆ Professionista dell'Area di Equipe Ispettiva sulla Vita e Pensioni presso la Sottodirezione Generale per l'Ispezione e la Direzione Generale delle Assicurazioni e dei Fondi Pensione
- ◆ Professionista dell'Area di Condotta del Mercato della Sottodirezione Generale delle Autorizzazioni
- ◆ Responsabile del Processo Selettivo per l'ammissione al Corpo Superiore degli Ispettori delle Assicurazioni di Stato
- ◆ Laurea in Economia presso l'Università dei Paesi Baschi
- ◆ Laurea in Scienze Attuariali e Finanziarie presso l'Università dei Paesi Baschi

Dott. Nova Rebanales, Rubén

- ◆ Responsabile attuariale presso Telefónica Seguros
- ◆ Consulente attuariale - *Milliman Consultants and Actuaries*
- ◆ Consulente attuariale presso *Mercer del grupo Marsh Mc Lennan Companies*
- ◆ Attuario per assicurazioni non sulla vita presso Asemas
- ◆ Controllore finanziario presso l'Head Office de Mercure Hotel
- ◆ Analista dati presso il Centro de Familias Emprendedoras en Monterrey
- ◆ Vicepresidente della Federazione Nazionale di Digitalizzazione e Blockchain
- ◆ Presidente dell'Associazione di Attuari UC3M dell'Università Carlos III di Madrid
- ◆ Formazione per dirigenti in Trasformazione Digitale nel settore assicurativo e Rischi digitali per le società bancarie e assicurative
- ◆ Laurea in Finanza e Contabilità presso l'Università di Extremadura Master in Scienze Attuariali e Finanziarie presso l'Università Carlos III di Madrid

Dott. Cabrerizo Pardo, Jorge

- ◆ Attuario assicurativo presso Mapfre
- ◆ Attuario Senior di Vita Solvibilità II/IFRS17 presso Mapfre
- ◆ Area Sviluppo Business Vita Individuale presso Mapfre
- ◆ Relatore alla IV Conferenza sulla Ricerca Attuariale di ICEA
- ◆ Esperto in tecniche di Gestione aziendale presso l'Università Francisco de Vitoria
- ◆ Corso avanzato in Big Data per la gestione aziendale e il marketing presso il CEF
- ◆ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale all'Università di Alcalá
- ◆ Laurea in Solvibilità II all'Università di Barcellona
- ◆ Master in Scienze Attuariali e Finanziarie all'Università Carlos III

Dott.ssa Palacios Barriere, Ana

- ◆ *Risk Manager* presso ARAG SE
- ◆ Direttrice della Revisione Interna presso ARAG SE
- ◆ Ispettrice delle Compagnie Assicurative presso la Sovrintendenza Bancaria e Assicurativa
- ◆ Laurea in Economica all'Università di Barcellona
- ◆ Master in Direzione e Amministrazione d'Impresa MBA presso ESADE
- ◆ Master in Gestione dei Rischi Digitali e Cybersecurity presso *EALDE Business School*
- ◆ Laurea in Controllo di Gestione Avanzata presso ESADE
- ◆ Laurea in Solvibilità II all'Università di Barcellona

Dott. Pedrera Rosado, Alejandro

- ♦ Consulente specializzato in Trasformazione Digitale del Diritto
- ♦ Co-fondatore e consigliere generale di Hesperian Wares LLC
- ♦ Rappresentante di partnership presso Factorial
- ♦ Esperto in Digitalizzazione del Diritto
- ♦ Master di Accesso alla Professione Legale conseguito presso l'Università di Extremadura
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Extremadura

Dott. Núñez Mejías, José María

- ♦ Avvocato e redattore di articoli giuridici presso Derecho Virtual
- ♦ Caporedattore e sceneggiatore di articoli di Derecho Virtual
- ♦ Master abilitante all'Avvocatura conseguito presso l'Università di Cáceres
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Cáceres

Dott. Ibáñez silos, Juan

- ♦ Avvocato specializzato in Imposte Indirette presso BLN Palao Abogados
- ♦ Tecnico fiscale delle imposte speciali nel gruppo Mahou - San Miguel
- ♦ Stage presso lo studio legale Martos, Herreros y Muñoz Abogados, María González Risoto Abogados e Lexer M.C Gestión y Recobros
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Jaén
- ♦ Master di Accesso alla Professione Legale conseguito presso l'Università di Jaén
- ♦ Master in Consulenza Fiscale presso l'Università Internazionale di Rioja
- ♦ Master in Consulenza Fiscale Internazionale presso l'Istituto di Diritto ed Economia (ISDE)
- ♦ Membro dell'Associazione degli Studenti di Legge di Jaén





“

Cogli l'opportunità di conoscere gli ultimi progressi in questo campo per applicarli alla tua pratica quotidiana”

10

Impatto sulla tua carriera

Grazie a questo titolo universitario, i professionisti si distingueranno per la loro profonda comprensione del funzionamento dell'Industria Assicurativa. Gli esperti rafforzeranno anche le loro capacità di leadership e gestione necessarie per gestire le imprese in questo settore. In questo senso, gli studenti arricchiranno la loro pratica professionale con innovazioni di ultima generazione relative alla Direzione dei Progetti. In questo modo, gli studenti sperimenteranno un notevole salto di qualità nella loro carriera professionale e approfitteranno delle molteplici opportunità di lavoro per aspirare al massimo.



“

Un processo di crescita professionale che li doterà delle competenze più avanzate per distinguerti nel settore assicurativo. Gareggerai tra i migliori del settore!"

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa di TECH Global University è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali, sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Per aiutarli a raggiungere il successo.

Se desideri superare te stesso, migliorare la tua carriera e creare una rete con i migliori contatti, sei nel posto giusto.

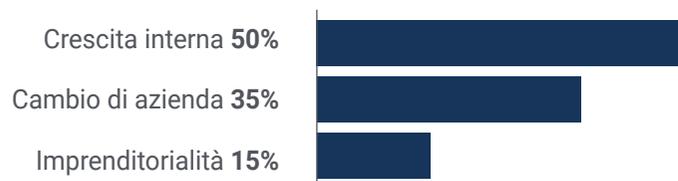
Avrai a portata di mano le strategie più efficaci per prevenire aspetti che spaziano dal riciclaggio di denaro fino a il finanziamento del terrorismo.

Un programma completo che incorpora tutte le conoscenze necessarie per fare il passo verso la massima qualità aziendale.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



11

Benefici per la tua azienda

Per le aziende, la presenza nei loro team di leader specializzati in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa porta numerosi vantaggi. Tra questi, sottolinea che questi professionisti avranno un approccio olistico alle sfide e opportunità all'interno del settore assicurativo. In questo modo, consentirà loro di spingere le istituzioni a raggiungere i propri obiettivi attraverso una visione strategica, che favorirà il processo decisionale informato sia per la crescita che per la sostenibilità delle organizzazioni. Grazie a TECH, gli studenti acquisiranno competenze avanzate per ottimizzare le risorse nell'ambiente di lavoro e migliorare notevolmente la loro efficienza operativa.



“

Diventerai un assicuratore di grande valore per qualsiasi istituzione, grazie alle competenze che acquisirai con questo programma. Ti distinguerai per la tua leadership strategica!"

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.

05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.



12 Titolo

Il Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio privato di **Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

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

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

Titolo: **Master Specialistico in Alta Direzione dell'Industria Assicurativa**

Modalità: **online**

Durata: **2 anni**



*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.



Master Specialistico Alta Direzione dell'Industria Assicurativa

- » Modalità: **online**
- » Durata: **2 anni**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Orario: **a tua scelta**
- » Esami: **online**

Master Specialistico

Alta Direzione dell'Industria Assicurativa