

# Master Specialistico

## Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale

**M S A D S A**





**tech** università  
tecnologica

## Master Specialistico Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale

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

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-alta-direzione-sostenibilita-aziendale](http://www.techtute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-alta-direzione-sostenibilita-aziendale)

# 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. 22*

06

Struttura e contenuti

---

*pag. 30*

07

Metodologia

---

*pag. 56*

08

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 64*

09

Direzione del corso

---

*pag. 68*

10

Impatto sulla tua carriera

---

*pag. 90*

11

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 94*

12

Titolo

---

*pag. 98*

# 01 Benvenuto

L'Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale comporta benefici significativi. Innanzitutto, questa pratica assicura che la sostenibilità diventi un elemento centrale della strategia aziendale, il che non solo rafforza la reputazione dell'azienda, ma contribuisce anche a mitigare i rischi e ad accedere a nuovi mercati e opportunità. Inoltre, allineando gli obiettivi aziendali con i principi etici e ambientali, promuove un impegno più forte. Per questo motivo, TECH ha concepito questo programma 100% online, facilitando in modo significativo il processo di apprendimento e che conta sulla partecipazione di un prestigioso esperto internazionale di sostenibilità, che impartirà 10 *Master class* esclusive e complementari.



Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale.  
TECH Università Tecnologica





“

*Diventa un esperto di sostenibilità con TECH! Avrai accesso a un set di 10 Master class, sviluppate da uno specialista di fama internazionale in questo campo”*

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

# Perchè 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

Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale fornirà ai professionisti gli strumenti e le conoscenze necessarie per guidare l'integrazione della sostenibilità nella gestione aziendale. Quindi, questo programma formerà leader in grado di comprendere e affrontare le sfide ambientali, sociali ed etiche delle organizzazioni. Inoltre, attraverso un approccio multidisciplinare, gli studenti saranno dotati di competenze strategiche per prendere decisioni informate, bilanciando gli obiettivi finanziari con l'impatto sociale e ambientale.





“

*Questo Master Specialistico 100% online promuoverà l'innovazione sostenibile nella tua organizzazione, promuovendo l'adozione di pratiche aziendali responsabili e la creazione di valore condiviso"*

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale permetterà allo studente di:

01

Definire le ultime tendenze della gestione imprenditoriale, tenendo conto del contesto globalizzato che regola i criteri relativi al settore della direzione superiore

04

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

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

Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

06

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

08

Definire il modo migliore per gestire le Risorse Umane dell'azienda, ottenendo un maggiore rendimento delle stesse

09

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

07

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

10

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

11

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

12

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

13

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

14

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

15

Essere in grado di sviluppare tutte le fasi di un'Idea Aziendale: progetto, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio



16

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

18

Costruire un piano di sviluppo e miglioramento delle competenze personali e manageriali

19

Approfondire l'organizzazione aziendale e le strategie di mitigazione del cambiamento climatico

17

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

20

Raggiungere una solida conoscenza delle principali fonti energetiche utilizzate a livello globale e delle innovazioni nel settore energetico





21

Conoscere a fondo l'energia elettrica, suddividendo le principali apparecchiature di consumo e le loro applicazioni

22

Imparare a conoscere i combustibili più usati e le attrezzature che consumano combustibile

23

Prepararsi per utilizzare gli strumenti ambientali ed energetici

24

Realizzare verifiche energetiche

25

Condurre valutazioni di impatto ambientale



26

Svolgere una scomposizione approfondita della gestione dell'acqua e dei rifiuti per realizzare piani di gestione e miglioramenti operativi

28

Effettuare l'analisi del ciclo di vita del prodotto

29

Ottenere una solida conoscenza delle certificazioni energetiche e ambientali

27

Effettuare il calcolo dell'impronta di carbonio e dell'acqua di diverse strutture

30

Sviluppare e implementare un sistema di gestione ambientale secondo la ISO



05

# Competenze

Questo titolo accademico svilupperà le competenze chiave negli studenti, dotandoli delle competenze necessarie per guidare efficacemente nel settore degli affari sostenibili. Tra queste competenze, vi è la capacità di integrare la sostenibilità nel processo decisionale strategico, comprendendo la complessità dei problemi ambientali e sociali. I partecipanti acquisiranno inoltre competenze analitiche per valutare l'impatto delle operazioni aziendali sull'ambiente, nonché la capacità di sviluppare e attuare strategie che promuovono la responsabilità sociale e l'efficienza ambientale.



“

*Un programma 100% online che amplificherà il tuo curriculum professionale con un triplo titolo universitario se soddisfi i requisiti di accesso ufficiali”*

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

Controllare i processi di logistica, acquisti e approvvigionamento dell'azienda

08

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

09

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

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

Elaborare e condurre piani di marketing



11

Sviluppare metriche di raggiungimento degli obiettivi associate a una strategia di marketing digitale e analizzarle su dashboard digitali

12

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

13

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

14

Impegnarsi per lo sviluppo sostenibile dell'azienda, evitando impatti ambientali



15

Conoscere il quadro normativo applicabile in riferimento alla gestione dell'energia, dell'ambiente e della sostenibilità

16

Padroneggiare la terminologia nel settore dell'energia (generazione e consumo), delle energie rinnovabili e degli impianti elettrici, termici e di illuminazione

18

Controllare i processi di gestione ambientale ed energetica in qualsiasi tipo di organizzazione

19

Riconoscere le differenze e i vantaggi delle diverse fonti energetiche

17

Eeguire con precisione verifiche energetiche, certificazioni di sostenibilità, calcoli dell'impronta di carbonio e dell'acqua per organizzazioni e/o prodotti

20

Considerare gli usi appropriati dell'energia elettrica dal punto di vista della gestione ambientale ed energetica



21

Considerare il quadro energetico europeo  
nella gestione delle organizzazioni

22

Saper applicare le strategie di adattamento ai cambiamenti  
climatici dal punto di vista dell'impatto ambientale in base  
allo standard e alla situazione attuale

23

Lavorare per ridurre l'inquinamento attraverso una  
corretta gestione dell'acqua e dei rifiuti





24

Applicare i sistemi di gestione energetica adattati alle norme ISO 50001:2018 e ISO 50001:2011

25

Applicare i sistemi di gestione ambientale ISO 14001

26

Preparare l'organizzazione alla certificazione UNE- EN ISO 19011

06

# Struttura e contenuti

Il piano di studi coprirà i fondamenti teorici e pratici della sostenibilità, esplorando argomenti come l'etica aziendale, la responsabilità sociale delle imprese e la gestione ambientale. Approfondiremo l'integrazione della sostenibilità nella strategia aziendale, affrontando la misurazione dell'impatto ambientale e sociale, la rendicontazione sulla sostenibilità e la gestione dei rischi legati alla sostenibilità. Infine, lo studente approfondirà una comunicazione efficace e la creazione di una cultura organizzativa impegnata per la sostenibilità.



“

*Approfondirai l'innovazione sostenibile, la catena di fornitura responsabile, e la governance sostenibile delle imprese. Cosa aspetti ad iscriverti?"*



## Piano di studi

Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni imprenditoriali a livello internazionale. Il suo contenuto è pensato per favorire lo sviluppo delle competenze direttive che consentono un processo decisionale più rigoroso in contesti incerti.

Durante 3.600 ore di studio, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, ottenendo un apprendimento di alta qualità che potrà essere applicato successivamente alla sua pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Questo programma tratta in profondità le principali aree di sostenibilità dell'alta dirigenza ed è progettato per consentire ai manager di comprendere la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per gli studenti, focalizzato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nella gestione della sostenibilità delle organizzazioni. Un programma che capisce le sue esigenze e quelle dell'azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, supportati dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che conferirà loro competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma si sviluppa su 2 anni ed è diviso in 20 moduli:

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

<b>Modulo 11</b>	Gestione ambientale ed energetica delle organizzazioni
<b>Modulo 12</b>	Fonti di energia
<b>Modulo 13</b>	Energia elettrica
<b>Modulo 14</b>	Strumenti di gestione dell'energia
<b>Modulo 15</b>	Valutazione dell'impatto ambientale e delle strategie di adattamento al cambiamento climatico
<b>Modulo 16</b>	Inquinamento, gestione delle acque e dei rifiuti
<b>Modulo 17</b>	Strumenti di gestione ambientale
<b>Modulo 18</b>	Sistemi di gestione dell'energia
<b>Modulo 19</b>	Sistemi di gestione ambientale
<b>Modulo 20</b>	Audit dei sistemi di gestione

### Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale in modalità completamente online. Durante i 2 anni di specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti del programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa  
unica, chiave e decisiva  
per potenziare la tua  
crescita professionale e  
dare una svolta definitiva.*

**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 Nazionali
- 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 progettazione 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. La Strategia nell'Impresa

**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. Executive Management**

- 2.11.1. Quadro concettuale del management direttivo
- 2.11.2. Management Direttivo Il Ruolo del Consiglio di Amministrazione e strumenti di gestione aziendale

**2.12. Comunicazione Strategica**

- 2.12.1. Comunicazione interpersonale
- 2.12.2. Abilità 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

**3.1. Comportamento Organizzativo**

- 3.1.1. Comportamento Organizzativo: Quadro Concettuale
- 3.1.2. Principali fattori del comportamento organizzativo

**3.2. Il personale nelle organizzazioni**

- 3.2.1. Qualità di vita lavorativa e benessere psicologico
- 3.2.2. Lavoro in team e conduzione di riunioni
- 3.2.3. Coaching e gestione di team
- 3.2.4. Gestione dell'uguaglianza e della diversità

**3.3. Direzione Strategica di persone**

- 3.3.1. Direzione Strategica e risorse umane
- 3.3.2. Management strategico del personale

**3.4. Evoluzione delle Risorse: una visione d'insieme**

- 3.4.1. L'importanza delle Risorse Umane
- 3.4.2. Un nuovo ambiente per la gestione e la direzione delle persone
- 3.4.3. Direzione strategica di Risorse Umane

**3.5. Selezione, dinamiche di gruppo e assunzioni delle Risorse Umane**

- 3.5.1. Approccio al reclutamento e alla selezione
- 3.5.2. Il reclutamento
- 3.5.3. Il processo di selezione

**3.6. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze**

- 3.6.1. Analisi del potenziale
- 3.6.2. Politiche di retribuzione
- 3.6.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

**3.7. Valutazione e gestione delle prestazioni**

- 3.7.1. Gestione del rendimento
- 3.7.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

**3.8. Gestione della formazione**

- 3.8.1. Le teorie di apprendimento
- 3.8.2. Individuazione e mantenimento dei talenti
- 3.8.3. Gamification e gestione dei talenti
- 3.8.4. Corsi di aggiornamento e obsolescenza professionale

**3.9. Gestione del talento**

- 3.9.1. Elementi chiave della gestione positiva
- 3.9.2. Origine concettuale del talento e coinvolgimento nell'impresa
- 3.9.3. Mappa dei talenti nell'organizzazione
- 3.9.4. Costo e valore aggiunto

**3.10. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale**

- 3.10.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 3.10.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 3.10.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 3.10.4. Proattività e innovazione

**3.11. Motivazione**

- 3.11.1. La natura della motivazione
- 3.11.2. Teoria delle aspettative
- 3.11.3. Teoria dei bisogni
- 3.11.4. Motivazione e compensazione economica

**3.12. Employer Branding**

- 3.12.1. *Employer Branding* per le Risorse Umane
- 3.12.2. Personal Branding per il personale delle Risorse Umane

**3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni**

- 3.13.1. I team ad alte prestazioni: I team autogestiti
- 3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

**3.14. Sviluppo delle competenze manageriali**

- 3.14.1. Cosa sono le competenze manageriali?
- 3.14.2. Elementi delle competenze
- 3.14.3. Conoscenza
- 3.14.4. Capacità di direzione
- 3.14.5. Atteggiamenti e valori nei dirigenti
- 3.14.6. Abilità manageriali

**3.15. Gestione del tempo**

- 3.15.1. Benefici
- 3.15.2. Quali possono essere le cause di una cattiva gestione del tempo?
- 3.15.3. Tempo
- 3.15.4. Le illusioni del tempo
- 3.15.5. Attenzione e memoria
- 3.15.6. Stato mentale
- 3.15.7. Gestione del tempo
- 3.15.8. Proattività
- 3.15.9. Avere chiaro l'obiettivo
- 3.15.10. Ordine
- 3.15.11. Pianificazione

**3.16. Gestione del cambiamento**

- 3.16.1. Gestione del cambiamento
- 3.16.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
- 3.16.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento

**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 socioeconomico
- 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 di previsione e controllo di gestione

- 4.6.1. Il modello di bilancio
- 4.6.2. Bilancio di 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 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 d'Impresa

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

### 4.13. Contesto Macroeconomico

- 4.13.1. Contesto macroeconomico
- 4.13.2. Indicatori economici rilevanti
- 4.13.3. Meccanismi di monitoraggio delle 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 finanziari

### 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 magazzino**

- 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 della catena di approvvigionamento

**5.9. Supply Chain Management**

- 5.9.1. Concetto di Gestione della Catena di Approvvigionamento (SCM)
- 5.9.2. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.9.3. Modelli di Domanda
- 5.9.4. Strategia di trading e cambiamento

**5.10. Interazioni della SCM con tutte le aree**

- 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

**5.11. Costi della Logistica**

- 5.11.1. Costi logistici
- 5.11.2. Problemi dei costi logistici
- 5.11.3. Ottimizzazione dei costi logistici

**5.12. Redditività ed efficacia delle catene logistiche: KPI**

- 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

**5.13. Gestione dei processi**

- 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

**5.14. Distribuzione e logistica di trasporto**

- 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

**5.15. Logistica e clienti**

- 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)

**5.16. Logistica internazionale**

- 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

**5.17. Outsourcing delle operazioni**

- 5.17.1. Gestione delle operazioni e *Outsourcing*
- 5.17.2. Attuazione dell'outsourcing in ambienti logistici

**5.18. Competitività nelle operazioni**

- 5.18.1. Gestione delle Operazioni
- 5.18.2. Competitività operativa
- 5.18.3. Strategia delle operazioni e vantaggi competitivi

**5.19. Gestione della qualità**

- 5.19.1. Cliente interno e cliente esterno
- 5.19.2. Costi di qualità
- 5.19.3. Il miglioramento continuo e la filosofia di *Deming*

**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 Informativi**

- 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 informativi

**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 del Database e composizione di rapporti

**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. Quadro concettuale di *outsourcing*
- 6.15.2. L'Outsourcing IT e il suo impatto sul business
- 6.15.3. Chiavi per l'implementazione di progetti aziendali di *outsourcing* IT

**Modulo 7. Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Corporativa****7.1. Direzione commerciale**

- 7.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
- 7.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 7.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

**7.2. Marketing**

- 7.2.1. Concetto di Marketing
- 7.2.2. Elementi base del marketing
- 7.2.3. Attività di marketing aziendale

**7.3. Gestione strategica del Marketing**

- 7.3.1. Concetto di Marketing strategico
- 7.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing
- 7.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di marketing

**7.4. Marketing online e E-commerce**

- 7.4.1. Obiettivi di Marketing digitale e E-commerce
- 7.4.2. Marketing Digitale e media che utilizza
- 7.4.3. E-commerce: Contesto generale
- 7.4.4. Categorie dell'E-commerce
- 7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale

**7.5. Managing digital business**

- 7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media
- 7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale
- 7.5.3. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale

**7.6. Marketing digitale per rafforzare il marchio**

- 7.6.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

**7.7. Strategia di Marketing Digitale**

- 7.7.1. Definire la strategia del Marketing Digitale
- 7.7.2. Creazione di una strategia di Marketing Digitale

**7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti**

- 7.8.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Ipersegmentazione

**7.9. Gestione delle campagne digitali**

- 7.9.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 7.9.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
- 7.9.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

**7.10. Piano di marketing online**

- 7.10.1. Che cos'è un piano di Marketing Online?
- 7.10.2. Step per creare un piano di Marketing Online
- 7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing Online

**7.11. Blended marketing**

- 7.11.1. Cos'è il *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline
- 7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di *Blended Marketing*
- 7.11.4. Caratteristiche di una strategia di *Blended Marketing*
- 7.11.5. Raccomandazioni in *Blended Marketing*
- 7.11.6. Vantaggi del *Blended Marketing*

**7.12. Strategie di vendita**

- 7.12.1. Strategie di vendita
- 7.12.2. Metodi di vendite

**7.13. Comunicazione aziendale**

- 7.13.1. Concetto
- 7.13.2. Importanza della comunicazione nell'azienda
- 7.13.3. Tipo di comunicazione nell'azienda
- 7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'azienda
- 7.13.5. Elementi della comunicazione
- 7.13.6. Problemi della comunicazione
- 7.13.7. Scenari della comunicazione

**7.14. Strategia di Comunicazione Aziendale**

- 7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane
- 7.14.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna
- 7.14.3. Il piano di comunicazione interna

**7.15. Comunicazione e reputazione online**

- 7.15.1. La reputazione online
- 7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 7.15.3. Strumenti di reputazione online
- 7.15.4. Rapporto sulla reputazione online
- 7.15.5. Branding online

**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. Campioni
- 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 nelle Ricerche di Mercato internazionale

**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. Il *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. Controllo di gestione e piano annuale delle vendite 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. Gestione e Project Management: 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 formazione**

- 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 *Manager* generale
- 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 del 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 di 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. Branding personale**

- 10.9.1. Strategie per sviluppare il brand personale
- 10.9.2. Leggi del branding personale
- 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.** Gestione ambientale ed energetica delle organizzazioni

**11.1. Fondamenti organizzativi e aziendali**

- 11.1.1. Gestione dell'organizzazione
- 11.1.2. Tipi e struttura di un'organizzazione
- 11.1.3. Standardizzazione della gestione aziendale

**11.2. Sviluppo sostenibile: impresa ed ambiente**

- 11.2.1. Sviluppo sostenibile: Obiettivi e finalità
- 11.2.2. L'attività economica e il suo impatto sull'ambiente
- 11.2.3. Responsabilità sociale d'impresa

**11.3. Questioni ambientali ed energetiche: Ambito di riferimento e quadro attuale**

- 11.3.1. Principali problemi ambientali attuali: Rifiuti, acqua, cibo
- 11.3.2. Questioni energetiche: Domanda, distribuzione dei consumi e delle fonti
- 11.3.3. Proiezione energetica attuale

**11.4. Competenze e quadro normativo**

- 11.4.1. Quadro Legale: i cinque livelli di produzione delle normative ambientali
- 11.4.2. Quadro di competenze: la distribuzione delle competenze in materia ambientale
- 11.4.3. Interventi pubblici e competenze nel campo dell'ambiente e della regolamentazione delle attività classificate

**11.5. I vertici europei e l'accordo di Parigi**

- 11.5.1. Obiettivi climatici dell'UE
- 11.5.2. Vertici europei
- 11.5.3. L'Accordo di Parigi

**11.6. Agenda 2030 e obiettivi di sviluppo sostenibile**

- 11.6.1. Agenda 2030 Contesto, processo di approvazione e contenuto
- 11.6.2. I 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS)
- 11.6.3. Guida *SGD Compass*

**11.7. Tabella di Marcia 2050**

- 11.7.1. Obiettivi della Tabella di Marcia per il 2050. Punti chiave
- 11.7.2. Transizione economica, industriale e sociale
- 11.7.3. Strategia per la riduzione delle emissioni inquinanti. Piani di decarbonizzazione

**11.8. Economia Circolare**

- 11.8.1. L'Economia Circolare
- 11.8.2. Legislazione e strategie a supporto dell'Economia Circolare
- 11.8.3. Diagrammi di sistema dell'Economia Circolare

**11.9. Rapporti di sostenibilità**

- 11.9.1. Comunicare la gestione della responsabilità sociale
- 11.9.2. Il processo di rendicontazione di sostenibilità del GRI



## Modulo 12. Fonti di energia

### 12.1. Combustibili fossili

- 12.1.1. Carbone
- 12.1.2. Gas naturale
- 12.1.3. Petrolio

### 12.2. Elettricità

- 12.2.1. L'elettricità
- 12.2.2. Generazione di energia elettrica
- 12.2.3. Usi dell'elettricità

### 12.3. Energia nucleare

- 12.3.1. L'energia nucleare
- 12.3.2. Centrali nucleari
- 12.3.3. Opportunità ambientali
- 12.3.4. Rischi ambientali
- 12.3.5. Trattamento dei rifiuti nucleari

### 12.4. Energia solare

- 12.4.1. Generazione di energia elettrica
- 12.4.2. Generazione di energia termica
- 12.4.3. Impianti di energia solare
- 12.4.4. Rischi e opportunità

### 12.5. Energia eolica

- 12.5.1. Impianti eolici
- 12.5.2. Vantaggi e svantaggi
- 12.5.3. Microgenerazione

### 12.6. Biomassa

- 12.6.1. Metodi termochimici e biochimici
- 12.6.2. Mercato della biomassa
- 12.6.3. Vantaggi e svantaggi

### 12.7. Geotermia

- 12.7.1. Giacimenti geotermici
- 12.7.2. Generazione di energia elettrica
- 12.7.3. Vantaggi e svantaggi

### 12.8. Altre energie rinnovabili

- 12.8.1. Energia idrica
- 12.8.2. Energia delle maree
- 12.8.3. Energia delle onde

### 12.9. Fonti energetiche in via di sviluppo

- 12.9.1. Idrogeno verde
- 12.9.2. Energia mareotermica
- 12.9.3. Biogas e biometano

### 12.10. Fonti di energia per la mobilità

- 12.10.1. Mobilità elettrica
- 12.10.2. Veicoli a metano
- 12.10.3. Altre alternative per la mobilità sostenibile

**Modulo 13.** Energia elettrica

**13.1. Energia elettrica: Tensione, intensità di corrente, potenza ed energia**

- 13.1.1. Tensione e intensità di corrente
- 13.1.2. Energia attiva, reattiva e apparente
- 13.1.3. Potenza elettrica: Curve di carico

**13.2. Trasformazione energetica**

- 13.2.1. Trasformatori di potenza
- 13.2.2. Trasporto elettrico
- 13.2.3. Distribuzione di energia elettrica

**13.3. Sistemi di consumo di energia elettrica: Motori elettrici**

- 13.3.1. Applicazioni, pompe, ventilatori e compressori
- 13.3.2. Convertitori di frequenza
- 13.3.3. Sistemi di consumo basati sul motore: Climatizzazione a pompa di calore

**13.4. Altri sistemi di consumo di energia elettrica**

- 13.4.1. Effetto Joule
- 13.4.2. Illuminazione
- 13.4.3. Sistemi alimentati in corrente continua

**13.5. Fatturazione elettrica**

- 13.5.1. Legislazione
- 13.5.2. Tariffe elettriche
- 13.5.3. Termine di fatturazione elettrica

**13.6. Unità di misura del consumo di combustibile e trasformazione in unità di energia**

- 13.6.1. Energia prodotta dalla combustione: PCI e PCS
- 13.6.2. Misure volumetriche di liquidi combustibili
- 13.6.3. Misure volumetriche dei gas combustibili. Definizione e calcolo delle condizioni normali

**13.7. Sistemi di combustione ed elementi combustibili**

- 13.7.1. Efficienza della combustione
- 13.7.2. Combustibili
- 13.7.3. Trasferimento di calore

**13.8. Caldaie**

- 13.8.1. Calcolo del rendimento della caldaia con metodo diretto e indiretto
- 13.8.2. Tipi di fluidi per il trasferimento di calore
- 13.8.3. Caldaie a vapore

**13.9. Altre apparecchiature che consumano combustibili**

- 13.9.1. Forni
- 13.9.2. Motori
- 13.9.3. Gruppi elettrogeni

**13.10. Fatturazione di combustibili**

- 13.10.1. Tariffe del gas naturale
- 13.10.2. Termini di fatturazione del gas naturale

## Modulo 14. Strumenti di gestione dell'energia

### 14.1. Quadro normativo dell'energia

14.1.1. Direttiva Europea sull'Efficienza Energetica

### 14.2. Ispezioni regolamentari

14.2.1. Ispezioni di climatizzazione

14.2.2. Ispezioni per Alta/Bassa Tensione

14.2.3. Altre ispezioni regolamentari

### 14.3. Revisioni energetiche

14.3.1. Realizzazione di una revisione energetica:  
Identificare le opportunità di miglioramento

14.3.2. UNE EN 16247-1:2012

### 14.4. Strumenti di simulazione energetica

14.4.1. Simulazioni luminose

14.4.2. Simulazioni di climatizzazione

14.4.3. Simulazioni della domanda energetica negli edifici

### 14.5. Gestione delle risorse: Monitoraggio

14.5.1. Tipi di monitoraggio

14.5.2. Piattaforme di gestione dell'energia

14.5.3. Attrezzature principali

### 14.6. Servizi energetici

14.6.1. Servizi energetici

14.6.2. Società di Servizi Energetici

14.6.3. Tipologia di contratti

### 14.7. IPMVP

14.7.1. Calcolo del risparmio. Modelli di costo evitato  
e di risparmio standardizzato

14.7.2. Opzioni A, B, C e D

14.7.3. Stabilire le linee guida

### 14.8. Piani regolatori di efficienza energetica

14.8.1. Metodologia per l'elaborazione di un Piano Regolatore

14.8.2. Modelli di gestione

14.8.3. Efficienza energetica all'interno di un Piano Generale

### 14.9. Gestione delle risorse

14.9.1. In cosa consiste il risparmio gestito?

14.9.2. La norma ISO 55001 sul risparmio gestito

14.9.4. Vantaggi di implementare il risparmio gestito

### 14.10. Sovvenzioni e sussidi

14.10.1. Sovvenzioni e sussidi europei

**Modulo 15.** Valutazione dell'impatto ambientale e delle strategie di adattamento al cambiamento climatico

**15.1. Strategie aziendali per il cambiamento climatico**

- 15.1.1. Effetto serra e cambiamento climatico: Cause e conseguenze
- 15.1.2. Previsioni sul cambiamento climatico
- 15.1.3. Intervento aziendale sui cambiamenti climatici. Tabella di marcia per l'integrazione del cambiamento climatico nelle imprese

**15.2. Valutazione dell'impatto ambientale**

- 15.2.1. Valutazione dell'impatto ambientale
- 15.2.2. Procedura amministrativa di valutazione dell'impatto ambientale
- 15.2.3. Progetti soggetti a Valutazione Ambientale

**15.3. Identificazione e classificazione dei fattori ambientali**

- 15.3.1. Catalogo ambientale: Variabili ambientali
- 15.3.2. Ricerca di informazioni e inventario ambientale
- 15.3.3. Valutazione dell'inventario

**15.4. Valutazione e verifica degli impatti ambientali di un progetto**

- 15.4.1. Analisi ambientale di un progetto
- 15.4.2. Situazione pre-operativa
- 15.4.3. Fase di costruzione, utilizzo e abbandono
- 15.4.4. Metodi quantitativi

**15.5. Misure preventive e correttive**

- 15.5.1. Azioni preventive
- 15.5.2. Azioni correttive
- 15.5.3. Azioni di compensazione

**15.6. Programma di monitoraggio ambientale**

- 15.6.1. MA
- 15.6.2. Obiettivi e struttura di un programma di MA
- 15.6.3. Fasi di sviluppo di un programma di MA

**15.7. Valutazione ambientale strategica**

- 15.7.1. Contesto normativo europeo (direttiva 2001/42/CE)
- 15.7.2. Modalità di integrazione della dimensione ambientale
- 15.7.3. Valutazione ambientale nelle fasi del programma

**15.8. Analisi dei rischi e delle opportunità legati al cambiamento climatico**

- 15.8.1. Regolamenti relativi ai rischi ambientali
- 15.8.2. Analisi e valutazione dei rischi ambientali
- 15.8.3. Gestione del rischio

**15.9. Sviluppo di piani di adattamento ai cambiamenti climatici per le organizzazioni**

- 15.9.1. Adattamento al cambio climatico
- 15.9.2. Valutazione della vulnerabilità ai cambiamenti climatici
- 15.9.3. Metodologia per definire le priorità delle misure di adattamento ai cambiamenti climatici

**Modulo 16.** Inquinamento, gestione delle acque e dei rifiuti

**16.1. Gestione e inquinamento dell'acqua**

- 16.1.1. Gestione dell'acqua
- 16.1.2. Ciclo idrologico dell'acqua
- 16.1.3. Diagnosi dell'acqua
- 16.1.4. Caratterizzazione delle acque reflue
- 16.1.5. DWTP, SWTP e WWTP: Definizione e schemi tipici di funzionamento

**16.2. Quadro normativo sull'acqua**

- 16.2.1. Carta Europea dell'Acqua
- 16.2.2. Gestione di un caso disciplinare

**16.3. Distribuzione degli usi e della domanda di acqua**

- 16.3.1. Gestione della domanda
- 16.3.2. Tipi di usi o domande
- 16.3.3. Dotazione: Indici di dotazione
- 16.3.4. Costo dell'acqua e dell'energia ricavata dal suo riscaldamento per l'ACS

**16.4. Misure per un uso e una gestione efficienti dell'acqua**

- 16.4.1. Criterio "ecologico": Fattore di consumo (Fco e Fcr), fattore di correzione ecologica (Fce) e livello di efficienza (Ne)
- 16.4.2. Gestione e ottimizzazione delle strutture

**16.5. Piano di gestione sostenibile delle acque**

- 16.5.1. Origine del Piano Sostenibile delle Acque. Scopo e ambiti di applicazione
- 16.5.2. Parti da includere in un PGSA
- 16.5.3. Organizzazione e programmazione
- 16.5.4. Implementazione del PGSA
- 16.5.5. Controlli e azioni correttive

**16.6. Gestione dei rifiuti solidi**

- 16.6.1. Rifiuto e sottoprodotto
- 16.6.2. Tipologie di residui
- 16.6.3. Tappe di gestione dei rifiuti

**16.7. Quadro normativo sui rifiuti**

- 16.7.1. Strategie di gestione dei rifiuti dell'UE
- 16.7.2. Strategie nazionali di gestione dei rifiuti
- 16.7.3. La futura politica di gestione dei rifiuti

**16.8. Rifiuti solidi urbani e industriali**

- 16.8.1. Produzione di RSU
- 16.8.2. Sistemi di gestione dei RSU
- 16.8.3. Caratterizzazione e classificazione dei rifiuti industriali
- 16.8.4. Sistemi di gestione dei rifiuti industriali

**16.9. Valorizzazione energetica dei rifiuti**

- 16.9.1. Metodi di valorizzazione
- 16.9.2. Fattibilità della valorizzazione
- 16.9.3. Tecniche di recupero

**16.10. Zero Waste**

- 16.10.1. Rifiuti zero
- 16.10.2. Requisiti e metodologia rifiuti zero
- 16.10.3. Le 5R: Rifiutare, Ridurre, Riutilizzare, Reincorporare e Riciclare

**Modulo 17.** Strumenti di gestione ambientale

**17.1. Mercati del carbonio**

- 17.1.1. Meccanismi di flessibilità del PK
- 17.1.2. Schemi *CAP and Trade* e Fondi di Carbonio
- 17.1.3. Mercati volontari del carbonio

**17.2. Impronta di carbonio dell'organizzazione**

- 17.2.1. Standard metodologici di riferimento
- 17.2.2. Obiettivi per l'impronta di carbonio dell'organizzazione
- 17.2.3. Processo di calcolo

**17.3. Impronta di carbonio dei prodotti e degli eventi**

- 17.3.1. Standard metodologici di riferimento
- 17.3.2. Obiettivi per l'impronta di carbonio dei prodotti
- 17.3.3. Obiettivi per l'impronta di carbonio degli eventi

**17.4. Strumenti di mitigazione dei cambiamenti climatici**

- 17.4.1. Riduzione e limitazione delle emissioni
- 17.4.2. Compensazione delle emissioni
- 17.4.3. Vantaggi aziendali: Certificazioni

**17.5. Impronta idrica**

- 17.5.1. Fasi e unità
- 17.5.2. Differenziazione dell'acqua per i calcoli
- 17.5.3. L'impronta Idrica per le aziende

**17.6. Analisi del ciclo di vita**

- 17.6.1. Differenziazione degli approcci
- 17.6.2. Processo del LCA
- 17.6.3. Strumenti informatici per il LCA

**17.7. Progettazione ed etichettatura ecologiche**

- 17.7.1. Standardizzazione dell'ecodesign
- 17.7.2. Tipi di etichettatura ecologica
- 17.7.3. Processo di etichettatura ecologica

**17.8. LEED e BREEAM**

- 17.8.1. Il valore della certificazione degli edifici sostenibili
- 17.8.2. Approcci relativi a entrambe le certificazioni
- 17.8.3. Confronto tecnico tra le due certificazioni

**17.9. Altre certificazioni per l'edilizia sostenibile**

- 17.9.1. *Passive House*
- 17.9.2. *Well*
- 17.9.3. VERDE

**17.10. Certificazione energetica degli edifici**

- 17.10.1. Efficienza energetica negli edifici
- 17.10.2. Condizioni e procedure tecniche
- 17.10.3. Principali programmi di calcolo

**Modulo 18.** Sistemi di gestione dell'energia

**18.1. Sistemi di gestione: ISO 50001**

- 18.1.1. Standard di riferimento e altri standard associati
- 18.1.2. Approccio al rendimento energetico
- 18.1.3. Corrispondenza tra ISO 50001:2018 e ISO 50001: 2011

**18.2. Contesto organizzativo e leadership**

- 18.2.1. Raggiungimento
- 18.2.2. Politica energetica
- 18.2.3. Identificazione delle parti interessate e valutazione dei rischi e delle opportunità

**18.3. Valutazione energetica**

- 18.3.1. Identificazione delle fonti energetiche
- 18.3.2. Identificazione degli usi energetici significativi
- 18.3.3. Identificazione delle variabili e dei fattori statici
- 18.3.4. Calcolo del rendimento energetico
- 18.3.5. Stima dei consumi futuri
- 18.3.6. Identificare le opportunità di miglioramento

**18.4. Linee di riferimento e indicatori di prestazione energetica**

- 18.4.1. Definizione del periodo di riferimento
- 18.4.2. Definizione degli indicatori di prestazione energetica
- 18.4.3. Monitoraggio dei consumi, linee guida e indicatori

**18.5. Supporti**

- 18.5.1. Esigenze educative nell'ambito del SGE
- 18.5.2. Comunicazioni all'interno del SGE
- 18.5.3. Controllo della documentazione

**18.6. Operazione: manutenzione e operazioni**

- 18.6.1. Stabilire i criteri operativi più efficienti
- 18.6.2. Stabilire le gamme di manutenzione più efficienti
- 18.6.3. Risparmio energetico mediante la manutenzione preventiva

**18.7. Operazione: disegno di impianti efficienti**

- 18.7.1. Acquisto di attrezzature per il consumo di energia
- 18.7.2. Progettazione di nuovi impianti termici
- 18.7.3. Progettazione di nuovi impianti di illuminazione

**18.8. Valutazione delle prestazioni**

- 18.8.1. Valutazione della conformità ai requisiti legali
- 18.8.2. La revisione interna come strumento fondamentale
- 18.8.3. Controlli da parte della direzione: Obiettivi e questioni da affrontare

**18.9. Miglioramento**

- 18.9.1. Non conformità e azioni correttive
- 18.9.2. Miglioramento continuo del SGE
- 18.9.3. Miglioramento continuo delle prestazioni energetiche

**18.10. Sensibilizzazione all'efficienza energetica**

- 18.10.1. Gli utenti delle strutture come personale chiave del SGE
- 18.10.2. Modelli di campagne di sensibilizzazione
- 18.10.3. Caso di studio



**Modulo 19.** Sistemi di gestione ambientale

**19.1. Sistemi di gestione: ISO 14001**

- 19.1.1. Sistemi di gestione ambientale
- 19.1.2. Vantaggi del sistema di gestione ambientale
- 19.1.3. Fasi di attuazione di un SGA

**19.2. Contesto organizzativo e leadership**

- 19.2.1. Comprensione dell'organizzazione, del suo contesto e delle parti interessate
- 19.2.2. Ambito di applicazione del sistema
- 19.2.3. Politica ambientale
- 19.2.4. Ruoli e responsabilità

**19.3. Pianificazione: aspetti e impatti ambientali**

- 19.3.1. Aspetti e impatti ambientali: relazione causa-effetto
- 19.3.2. Identificazione degli aspetti ambientali
- 19.3.3. Valutazione degli aspetti ambientali

**19.4. Pianificazione: obiettivi, rischi e opportunità**

- 19.4.1. Interventi per affrontare i rischi e le opportunità
- 19.4.2. Requisiti giuridici
- 19.4.3. Obiettivi ambientali e pianificazione per raggiungerli

**19.5. Supporto: risorse, competenza e consapevolezza**

- 19.5.1. Risorse
- 19.5.2. Concorrenza
- 19.5.3. Consapevolezza

**19.6. Supporto: comunicazione e informazioni documentate**

- 19.6.1. Comunicazione ambientale interna ed esterna
- 19.6.2. Informazioni documentate
- 19.6.3. Controllo della documentazione

**19.7. Operazione**

- 19.7.1. Pianificazione e controllo operativo
- 19.7.2. Prospettiva dell'analisi del ciclo di vita
- 19.7.3. Preparazione e risposta alle emergenze

**19.8. Valutazione delle prestazioni**

- 19.8.1. Monitoraggio, misurazione, analisi e valutazione
- 19.8.2. Revisione interna
- 19.8.3. Controlli da parte della direzione

**19.9. Miglioramento**

- 19.9.1. Non conformità e azioni correttive
- 19.9.2. Miglioramento continuo del SGA
- 19.9.3. Miglioramento continuo delle prestazioni ambientali

**19.10. Transizione da ISO 14001 a EMAS**

- 19.10.1. Il regolamento EMAS
- 19.10.2. Transizione da ISO 14001 a EMAS
- 19.10.3. ISO 14001 e EMAS

## Modulo 20. Audit dei sistemi di gestione

### 20.1. Audit di sistemi di gestione

- 20.1.1. Caratteristiche degli audit dei sistemi di gestione
- 20.1.2. Tipi di audit del sistema di gestione
- 20.1.3. Principi di audit per i sistemi di gestione

### 20.2. Standard e organismi coinvolti

- 20.2.1. Soggetti e organismi coinvolti
- 20.2.2. Processo di Certificazione
- 20.2.3. UNE- EN ISO 19011

### 20.3. Gestire un programma di audit

- 20.3.1. Programma di audit
- 20.3.2. Definizione degli obiettivi del programma di audit
- 20.3.3. Rischi e opportunità del programma di audit

### 20.4. Realizzare un audit

- 20.4.1. Avvio dell'audit e preparazione delle attività
- 20.4.2. Svolgimento delle attività di audit
- 20.4.3. Conclusioni e chiusura degli audit

### 20.5. Competenza e valutazione di chi si occupa degli audit

- 20.5.1. Responsabilità e funzioni di chi si occupa degli audit
- 20.5.2. Determinazione della competenza di chi si occupa degli audit e dei soggetti sottoposti
- 20.5.3. Selezione del team di audit

### 20.6. Strumenti e tecniche di applicazione: sviluppo dell'audit

- 20.6.1. Tecniche di colloquio
- 20.6.2. Liste di controllo o verifica
- 20.6.3. Modelli di liste di verifica

### 20.7. Strumenti e tecniche di applicazione: rapporto finale

- 20.7.1. Preparazione del rapporto di audit
- 20.7.2. Distribuzione dei rapporti di audit
- 20.7.3. Modelli di rapporti di audit

### 20.8. Strumenti e tecniche di applicazione: trattamento dei risultati

- 20.8.1. Generazione di risultati di audit
- 20.8.2. Trattamento dei risultati dell'audit
- 20.8.3. Piani d'azione correttivi

### 20.9. Aspetti particolari degli audit dei sistemi di gestione ambientale

- 20.9.1. Verifica delle metodologie per l'individuazione e la valutazione degli aspetti ambientali
- 20.9.2. Criteri specifici per la validazione degli aspetti ambientali
- 20.9.3. Visita in loco durante il processo di audit

### 20.10. Aspetti particolari degli audit dei sistemi di gestione dell'energia

- 20.10.1. Verifica delle metodologie di raccolta dei consumi energetici
- 20.10.2. Criteri per la validazione della prestazione energetica
- 20.10.3. Visita in loco durante il processo di audit



“

*Rafforzerai le tue capacità di comunicazione e negoziazione, permettendoti di influenzare diversi stakeholder e promuovere un cambiamento positivo nella cultura aziendale”*



07

# Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.





“

*Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”*



## La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”*



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



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

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“

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

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

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

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

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

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

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

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







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

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

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

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

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



#### Materiali di studio

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

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



#### Master class

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

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



#### Stage di competenze manageriali

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



#### Letture complementari

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





### Casi di Studio

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



### Riepiloghi interattivi

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

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profilo dei nostri studenti

Il profilo degli studenti di TECH Università Tecnologica è quello di professionisti con una vasta formazione ed esperienza, che capiscono l'importanza di continuare i loro studi durante la loro sfaccettatura lavorativa. In questo caso specifico, si tratta di professionisti con conoscenze pregresse nella gestione aziendale, che vogliono ampliare il loro campo d'azione verso l'alta dirigenza della sostenibilità e lo faranno attraverso un curriculum di alta qualità.





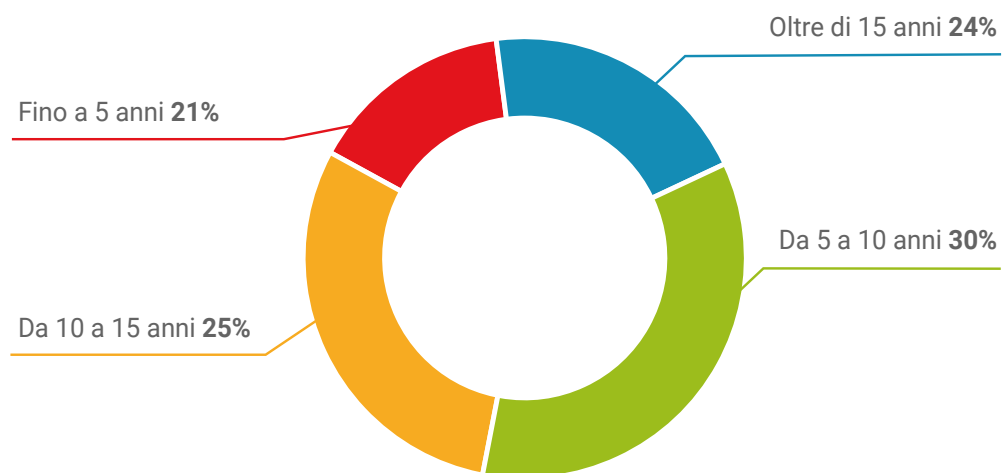
“

*Questo programma è rivolto a persone interessate a migliorare la loro occupabilità attraverso programmi di studio di primo livello. Iscriviti subito!”*

## Età media

Da **35** e **45** anni

## Anni di esperienza



## Educazione

Economia e Commercio 22%

Scienze sociali 8%

Ingegneria 32%

Scienze Ambientali 25%

Altro 13%

## Profilo accademico

Direzione aziendale 23%

Gestione di progetti 12%

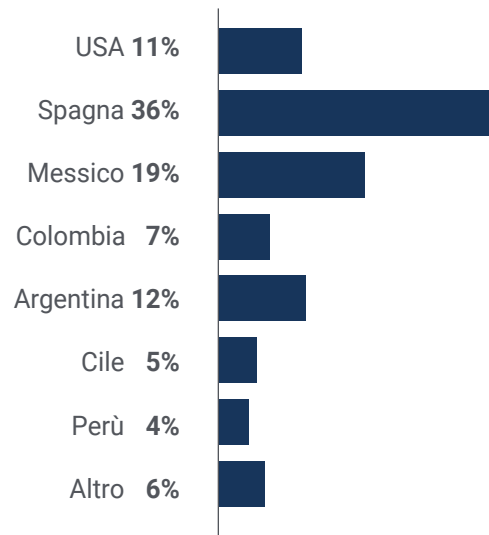
Imprenditoria 20%

Consulenza 35%

Altro 10%

## Distribuzione geografica

---



## Rodrigo Gutiérrez

---

Direttore di azienda

*"Ho fatto un incredibile viaggio nel mondo della Sostenibilità Aziendale! Il completamento di questo programma in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale è stato un impulso per l'innovazione e il successo della mia azienda a lungo termine. Ora, mi sento pronto a portare questa nuova mentalità verde nel mondo aziendale e rendere la mia azienda un luogo in cui il pianeta e le imprese prosperano insieme"*



09

# Direzione del corso

Gli insegnanti sono stati accuratamente selezionati per la loro esperienza e competenza nei settori chiave della sostenibilità, dell'etica aziendale e della gestione responsabile. Questi professionisti non solo hanno una solida formazione accademica, ma anche una vasta esperienza pratica nel settore delle imprese sostenibili. Così, la sua diversità di esperienze in diversi settori consentirà agli studenti di ottenere una prospettiva completa e pratica delle sfide e opportunità legate alla sostenibilità aziendale.





A black and white photograph showing three people from a different perspective, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that separates it from the white text area below.

“

*Il personale docente di questo Master Specialistico ti preparerà ad affrontare le complesse sfide dell'alta dirigenza in un contesto di sostenibilità, con tutte le garanzie di qualità di TECH"*

## Direttrice Ospite Internazionale

Con una carriera eccezionale, Sarah Carson ha concentrato le sue ricerche nel **rispetto delle normative ambientali** e della **sostenibilità** e nell'**istruzione superiore**. Per oltre 3 decenni ha fatto parte del team di studio della Cornell University, incaricato di implementare e analizzare l'**impatto delle politiche sulla cura delle risorse naturali**. Grazie alla sua esperienza in questo settore di specializzazione, è stata scelta per guidare l'**Ufficio per la Sostenibilità del Campus** di tale istituzione.

In questo modo, l'esperto dirige i **progetti di fornitura di elettricità**, destinati a **ridurre l'impronta di carbonio** nel centro di istruzione superiore. Ha innovato con tecnologie che aiutano, ad esempio, a mantenere le temperature elevate durante l'inverno nelle strutture scolastiche. In particolare, il suo team ha puntato sull'implementazione di una **fonte di calore geotermico rinnovabile** chiamata "calore da fonte terrestre" i cui risultati vantaggiosi sono già stati in **diverse relazioni** di impatto globale.

Allo stesso tempo, ha partecipato attivamente alla **politica energetica di New York**, relativa alla produzione di energia rinnovabile. Per questo ha collaborato al programma di volontariato per l'**Iniziativa Regionale sui Gas a Effetto Serra** nel suddetto stato nordamericano. Quest'ultima si basa sul **modello Tope y Comercio**, che consente all'istituto universitario, al governo locale e ad altri partecipanti di **richiedere crediti per energia rinnovabile**.

Per quanto riguarda la sua vita accademica, Carson si è laureato in **Gestione e Politica delle Risorse Naturali** presso la North Carolina State University. Inoltre, si è laureato in **Scienze e Politiche Ambientali** presso la facoltà di scienze ambientali e silvicoltura della State University di New York.



## Dott.ssa Carson, Sarah

---

- Direttrice dell'Ufficio per la Sostenibilità della Cornell University, New York, Stati Uniti
- Responsabile dell'Azione Climatica del Campus della Cornell University
- Specialista in Gestione Ambientale della Cornell University
- Responsabile delle Informazioni Ambientali della Cornell University
- Laurea in Gestione e Politica delle Risorse Naturali presso la North Carolina State University
- Laurea in Scienze Ambientali e Politiche presso la New York State University

“

*TECH dispone di un gruppo distinto e specializzato di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership nelle aziende più all'avanguardia del mercato globale*

## Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali per l'**acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è un'esperta in **assunzioni** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni di leadership in diverse organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, tra cui **NBCUniversal** e **Comcast**. La sua esperienza gli ha permesso di distinguersi in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vice Presidentessa per l'Acquisizione dei Talenti** presso **Mastercard**, è responsabile della supervisione della strategia e dell'esecuzione del processo di assunzione dei talenti, collaborare con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, il suo obiettivo è **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 attrarre e trattenere i migliori professionisti da tutto il mondo. Inoltre, si occupa di **promuovere il marchio del datore** di lavoro e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso pubblicazioni, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipare attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuire all'inserimento di numerosi lavoratori in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di **Miami**, ha ricoperto incarichi dirigenziali nella selezione del personale in aziende di diversi settori.

D'altra parte, 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 per le sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato in modo significativo la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



## Dott.ssa Dove, Jennifer

---

- Vice presidentessa per l'Acquisizione di Talenti alla Mastercard, New York, Stati Uniti
- Direttrice Acquisizione di Talenti in NBCUniversal, New York, Stati Uniti
- Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- Direttrice del Reclutamento presso Rite Hire Advisory
- Vice Presidentessa Esecutiva della Divisione Vendite di Ardor NY Real Estate
- Direttrice 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

“

*TECH ha un gruppo distinto e specializzato di Direttori Ospiti Internazionali, con importanti ruoli di leadership nelle aziende più all'avanguardia del mercato globale"*

## 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 cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un leader e responsabile di team con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di impegno 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. Il suo percorso in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica 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 ad alto impatto, con notevoli capacità per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



## Dott. Gauthier, Rick

---

- Direttore Regionale di IT in Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile dei programmi senior in Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria produttiva in Microsoft
- Laureato in Sicurezza Informatica presso la Western Governors University
- Certificato Tecnico in *Commercial Diving* per Divers Institute of Technology
- Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

*Cogli l'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana”*



## Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto internazionale di fama con oltre due decenni di esperienza in **Digital Transformation, Marketing, Strategia e Consulenza**. In questo lungo percorso ha assunto diversi rischi ed è un sostenitore **costante dell'innovazione** e del **cambiamento** nella congiuntura aziendale. Con questa esperienza, ha collaborato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. Ha contribuito a rendere aziende come la Shell Energy **leader nel mercato**, focalizzate sui **clienti** e sul **mondo digitale**.

Le strategie ideate 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 misurabile attraverso metriche tangibili come **CSAT, l'impegno dei dipendenti** presso le 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 di trasformazione**. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di **decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici**. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione dei processi, Dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale**, argomento in cui ha conseguito un master 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 Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti Alla Shell Energy Corporation
- Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti 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 fama internazionale”*

## Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens è il responsabile globale degli acquisti nella divisione di Google per le infrastrutture tecniche e i data center, la sua carriera professionale si è svolta in un'azienda dove ha svolto la maggior parte della sua attività. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati di riferimento, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione. Ha guidato la pianificazione della supply chain del data center e la valutazione dei rischi del fornitore, generando miglioramenti nel processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a risparmi significativi 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 diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il Premio per la leadership BIM, il Leadership Search Award, il Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione e Best Sales Model EMEA.

Inoltre, Arens ha lavorato come Sales Manager a Dublino, in Irlanda. In questa posizione, 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 di settore ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti a supporto dell'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 l'adozione e la diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come Eaton, Airbus e Siemens, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo impegno a superare continuamente le aspettative costruendo relazioni preziose con i clienti e lavorando senza problemi con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, compresi gli stakeholder, la gestione, i membri del team e i 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 nel suo campo.



## Dott. Arens, Manuel

---

- Responsabile degli Acquisti Globali in Google, Mountain View, USA
- Senior Analyst e Technology B2B presso Google, Stati Uniti
- Direttore delle Vendite presso Google, Irlanda
- Analista Industriale Senior presso Google, Germania
- Account Manager presso Google, Irlanda
- Accounts Payable in Eaton, Regno Unito
- Responsabile della Catena di Somministro in Airbus, Germania

“

*Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale nel settore"*

## 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 svolto diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, tra gli altri.

I risultati di questo leader internazionale di **alto profilo internazionale** sono stati legati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare le informazioni** in quadri chiari e di **attuare azioni concrete** allineate a specifici **obiettivi aziendali**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività** e **adattamento ad un ritmo accelerato** di lavoro. A tutto questo, un esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale, visione del mercato** e una vera **passione per i prodotti**.

In qualità di **Global Brand and Merchandising Director** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state focalizzate nel settore della **vendita al dettaglio** e delle **esigenze e del comportamento dei consumatori**. Da questo in qualità di responsabile della commercializzazione dei prodotti nei diversi mercati, ha lavorato come **team leader** nei reparti **Design, Comunicazione e Vendite**.

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato 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. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione i **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei **leader aziendali** più importanti e qualificati nel settore della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con la quale è riuscito a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di **diversi marchi** e ridefinire i suoi indicatori chiave di prestazione (KPI).



## Dott. La Sala, Andrea

---

- ♦ Direttore Globale del Marchio e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- ♦ Direttore del Merchandising di Calvin Klein
- ♦ Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager in Dolce&Gabbana
- ♦ Direttore del marchio presso Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Analista di Mercato presso Fastweb
- ♦ Laurea in Economia e Commercio presso l'Università del Piemonte Orientale

“

*I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano al TECH per offrirti un insegnamento di primo 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 è noto per la sua visione nell'**identificare le tecnologie emergenti** che, a lungo termine, hanno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che semplificano set complessi, rendendoli accessibili e facilitanti nel processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, rendendolo un bene desiderabile per molte organizzazioni che puntavano a **raccogliere informazioni** e **generare azioni** concrete da loro.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree 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 di Walmart Luminare per gli insight di Buyer e Channel.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea presso prestigiosi centri come l'**Università di Berkeley**, negli Stati Uniti, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. In questo modo, è diventato un **leader nato della nuova economia mondiale**, incentrata sull'impulso dei dati e sulle loro infinite possibilità.



## Dott. Gram, Mick

---

- Direttore di *Business Intelligence* e analisi in Red Bull, Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* per Walmart Data Cafe
- Consulente indipendente di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Analista Capo in Nordea
- Consulente Capo di *Business Intelligence* per SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning in UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en 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 Master Specialistico 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 le **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, alla finalizzazione e alla consegna di contenuti audio e immagini per spot televisivi e trailer**.

D'altra parte, l'esperto ha una laurea in Telecomunicazioni dall'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa dalla University of California, che dimostra le sue abilità nella **comunicazione** e nella **narrazione**. Inoltre, ha partecipato alla **School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso dell'Intelligenza Artificiale nel business**. Così, il suo profilo professionale si erge come uno dei più importanti nel campo del **Marketing** e dei **Media Digitali**.





## Dott. Stevenson, Scott

---

- Direttore del Marketing Digitale di Warner Bros Discovery, Burbank, Stati Uniti
- 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 del mondo! I docenti di questo Master Specialistico ti guideranno attraverso l'intero processo di apprendistato"*

## Direttore Ospite Internazionale

Il Dottor Eric Nyquist è un importante professionista nel campo dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua **leadership strategica** e la sua capacità di promuovere il cambiamento e l'**innovazione** nelle **organizzazioni sportive** di primo livello.

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di **Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto** alla **NASCAR**, con sede in **Florida, Stati Uniti**. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il Dottor Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui **Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico** e **Direttore Generale degli Affari Commerciali**, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo **sviluppo strategico** al **Marketing dell'intrattenimento**.

Inoltre, Nyquist ha lasciato un segno significativo nei **principali franchising sportivi** di Chicago. In qualità di **Vicepresidente Esecutivo** del franchising dei **Chicago Bulls** e dei **Chicago White Sox**, ha dimostrato la sua capacità di promuovere il **successo aziendale e strategico** nel mondo dello **sport professionale**.

Infine, va notato che ha iniziato la sua **carriera sportiva** mentre lavorava a **New York** come **analista strategico principale** per **Roger Goodell** nella **National Football League (NFL)** e, in precedenza, come **stagista legale** nella **Federalcalcio** degli **Stati Uniti**.



## Dott. Nyquist, Eric

---

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- Vice Presidente della Pianificazione Strategica alla NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali alla NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale presso la National Football League (NFL)
- Affari Commerciali/Stagista Legale presso la Federcalcio degli Stati Uniti
- Dottorato in Giurisprudenza all'Università di Chicago
- Master in Business Administration-MBA presso la Booth School of Business presso l'Università di Chicago
- Laurea in Economia Internazionale presso Carleton College

“

*Grazie a questo titolo universitario, 100% online, potrai conciliare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, insieme ai maggiori esperti internazionali nel campo che ti interessa. Iscriviti subito!”*

## Direzione



### **Dott. Abreu Acosta, Guzmán**

- ♦ Tecnico di Pianificazione Territoriale e Ambientale nelle Isole Canarie S.A.
- ♦ Auditor di Prevenzione dei Pericoli sul Lavoro, Specializzazione in OSHAS 180001
- ♦ Avvocato presso il proprio Studio Legale, specializzato in Diritto Urbanistico e Ambientale

## Personale docente

### **Dott. Bueno Márquez, Pedro**

- ♦ Tecnico della Direzione Generale della Istruzione Professionale, Dipartimento dell'Educazione e dello Sport
- ♦ Professore Tecnico di Formazione Professionale presso il Ministero della Pubblica Istruzione e dello Sport
- ♦ Tecnico dell'Agenzia Andalus per l'Energia
- ♦ Ingegnere di Progetto in Aldesa Engineering e Servizi
- ♦ Ingegnere di Progetto presso il Gruppo Andaluz de Estudios, Grande SL
- ♦ Ingegneria Chimico presso l'Università di Huelva
- ♦ Post-laurea in Gestione e Sviluppo delle Energie Rinnovabili presso l'Università Cattolica di Avila

### **Dott.ssa Granell García, Lilia**

- ♦ Manager presso Cercan, consulente in materia di energie rinnovabili delle Canarie
- ♦ Responsabile e Amministratrice di ReCap Solar
- ♦ Coordinatrice di Consulenza presso Progetti energetici 40, S.L.
- ♦ Consulente scientifica per il Comune di La Laguna
- ♦ Responsabile tecnica e commerciale del Gruppo SEIFERMANN e SOTEC
- ♦ Dottorato in Fisica e Fisica Nucleare presso l'Università Statale M.V. Lomonosov di Mosca
- ♦ Laurea in Fisica, con specializzazione in Fisica Fondamentale presso l'Università di La Laguna

**Dott. Contreras Acuña, Manuel**

- ♦ Ricercatore a Contratto Dipartimento: Chimica e Scienze dei Materiali
- ♦ Dottorato in Scienze Chimiche, Facoltà di Scienze Sperimentali, Università di Huelva
- ♦ Master in Tecniche Strumentali in Chimica, Facoltà di Scienze Sperimentali, Università di Huelva
- ♦ Master in Prevenzione dei Rischi sul Lavoro, Gestione della Qualità e dell'Ambiente
- ♦ Professore Supplente ad Interim Dipartimento: Chimica e Scienze dei Materiali

**Dott.ssa De Aspe Doldán, Ana María**

- ♦ Tecnico Sostenibilità ed Ecomanager
- ♦ Esperta di Efficienza Energetica da Femxa
- ♦ Esperta in Calcolo dell'Impronta di Carbonio dal Centro de Formação Ingeexpert
- ♦ Specialista in Sostenibilità, ESG e Comunicazione generale presso l'Università della Coruña
- ♦ Laurea in Acqua, Igiene e Risanamento in Cooperazione Internazionale presso l'Università di Alcalá
- ♦ Laurea in Chimica presso l'Università di Santiago de Compostela

**Dott. Palanco Yanque, César**

- ♦ Direttore Generale di INTENSA PROMILAB
- ♦ Specialista Indipendente in Servizi di Ingegneria
- ♦ Tecnico di Impianti presso TOGOGAS Huelva SL
- ♦ *Production Manager* in AZVI in Siviglia e Bucarest
- ♦ *Project Manager* in SACONSA
- ♦ Ingegnere Industriale specializzazione in in elettromeccanica presso l'Università di Huelva

**Dott. Espinosa, César**

- ♦ Giurista specializzato in Gestione Ambientale
- ♦ Coordinatore legale del Ministero degli Affari Rurali e Marini e dell'Ambiente presso il Consiglio Insulare di El Hierro
- ♦ Responsabile del Servizio Ambientale del Comune di Arona
- ♦ Responsabile tecnico del Geoparco Globale presso l'UNESCO a El Hierro
- ♦ Responsabile tecnico della Riserva Mondiale della Biosfera presso El Hierro
- ♦ Laurea in Giurisprudenza

**Dott. Díaz Perdomo, Alberto**

- ♦ Tecnico di Amministrazione Generale presso il Comune di San Cristóbal de La Laguna
- ♦ Consulente e Auditor di Sistemi di Gestione della Qualità, Ambiente e PRL e piani aziendali presso Internas Asesores SL
- ♦ Master in Qualità e ambiente dalla Scuola Europea di Business
- ♦ Laurea in Economia presso l'Università di La Laguna

**Dott.ssa De los Reyes Flores, Marta**

- ♦ Architetto Building Information Modeling
- ♦ Architetto e INECO
- ♦ Espertoa in Revit: BIM Expert
- ♦ Master in Interior Design di ESdesign Scuola Superiore di Design di Barcellona
- ♦ Laurea in Architettura presso l'Università di Castiglia-La Mancia

# 10

# Impatto sulla tua carriera

Questo programma TECH sarà indispensabile per i professionisti del settore che desiderano dare una svolta alla loro carriera, specializzandosi nella dinamica area di alta direzione della sostenibilità. Si tratta quindi di un Master Specialistico che includerà gli aspetti più rilevanti in questo settore e che segnerà un plus di qualità nel CV degli studenti. Sarà sicuramente l'occasione che speravano di migliorare nella loro carriera.







“

*Grazie a questo programma, imparerai  
come gestire con successo i reparti di  
sostenibilità in qualsiasi azienda”*

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

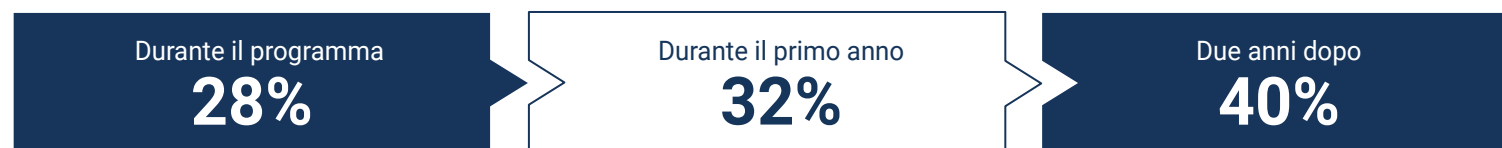
Il Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni imprenditoriali a livello internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Per aiutarli a raggiungere il successo.

Per questo, chi vuole superare se stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e relazionarsi con i migliori, troverà il suo posto al TECH.

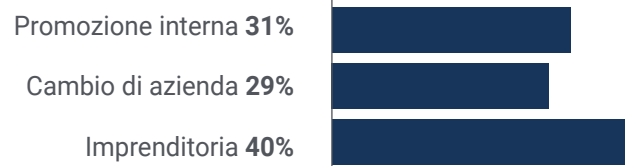
*Scegli TECH! La più grande università digitale del mondo, secondo Forbes, ti presenta un programma unico che doterà di maggiore competitività il tuo CV.*

*Otterrai il miglioramento professionale che desideri, grazie alla specializzazione che ti propone TECH con questo Master Specialistico.*

### 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

Questo programma TECH è stato progettato pensando alle esigenze di formazione dei professionisti aziendali nell'alta direzione della sostenibilità, ma anche a ciò che gli studenti possono apportare alle aziende in cui lavorano. Per questo, non solo rappresenterà un vantaggio competitivo per lo studente stesso, dotandolo di maggiore occupabilità, ma anche per le imprese, nelle quali potrà apportare tutto il suo valore e la sua conoscenza.



“

*Dovrai fornire alle aziende in cui lavori un nuovo modello di direzione e gestione nell'area della sostenibilità, scommettendo su un lavoro più rispettoso dell'ambiente"*

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 dell'azienda stessa.

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 in 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 della Sostenibilità Aziendale 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 **Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

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

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

Titolo: **Master Specialistico in Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale**

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 della Sostenibilità Aziendale

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

# Master Specialistico

## Alta Direzione della Sostenibilità Aziendale

