

Master Specialistico

MBA in Direzione di Produzione

G M M B A D P



tech università
tecnologica

Master Specialistico MBA in Direzione di Produzione

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-mba-direzione-produzione

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. 74

11

Benefici per la tua azienda

pag. 78

12

Titolo

pag. 82

01 Benvenuto

In un'azienda, ricoprire una posizione in Direzione di Produzione comporta vantaggi chiave che incidono sullo sviluppo professionale e sul successo organizzativo. Da un punto di vista professionale, offre l'opportunità di prendere decisioni strategiche che ottimizzano le risorse e migliorano le procedure, contribuendo alla crescita personale e al riconoscimento all'interno dell'azienda. Inoltre, avere una visione olistica della catena di produzione incoraggia il lavoro di squadra e promuove l'innovazione, aspetti fondamentali per mantenere la competitività nel mercato. E tutto questo, con il miglior programma sul mercato, sia per i contenuti che per la qualità del suo personale docente, e in un formato 100% online che renderà molto più facile lo studio.



Master Specialistico MBA in Direzione di Produzione
TECH Università Tecnologica



“

Avrai l'opportunità di guidare e coordinare in modo efficiente i processi produttivi, ottimizzando le risorse e garantendo la qualità dei prodotti o servizi"

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

L'obiettivo principale di questo Master Specialistico sarà quello di fornire ai professionisti le competenze e le conoscenze necessarie per gestire efficacemente i processi produttivi all'interno di un'azienda. Con questo programma, gli studenti comprenderanno le strategie e le tecniche di gestione della produzione, nonché i principi di ottimizzazione di risorse, qualità e miglioramento continuo. Inoltre, saranno sviluppate competenze in leadership, processo decisionale e risoluzione di problemi specifici del settore manifatturiero o dei servizi.



“

Preparati ad affrontare le sfide emergenti in un ambiente aziendale, promuovendo l'eccellenza operativa per raggiungere gli obiettivi organizzativi in modo efficiente e sostenibile"

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

Il MBA in Direzione di Produzione specializza lo studente per:

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

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

07

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

10

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

11

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

12

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

13

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

14

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

15

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti



16

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

18

Identificare eventuali sprechi nei processi aziendali



19

Individuare eventuali sprechi nei processi aziendali

17

Analizzare e saper distinguere la filosofia lean da altri approcci al miglioramento delle operazioni

20

Distinguere i diversi tipi di flusso in un contesto operativo

21

Identificare i tipi di domanda che la nostra industria deve soddisfare

22

Sviluppo degli strumenti e delle tecniche utilizzati nella gestione della qualità nella *Lean Manufacturing*

23

Analizzare i metodi statistici di controllo dei processi e di analisi delle cause

24

Stabilire le chiavi per implementare e sostenere una cultura Kaizen in azienda



25

Valutare di i sistemi organizzativi, operativi e gestionali, sulla base delle dinamiche dell'Eccellenza Operativa e delle Alte Prestazioni: *Lean*

26

Identificare i problemi di efficienza delle apparecchiature di produzione

27

Analizzare le chiavi per implementare la filosofia *Lean Manufacturing* in un'azienda

28

Approfondire le migliori pratiche per un'implementazione di successo della *Lean Manufacturing* in un'organizzazione



05

Competenze

Questo programma universitario promuoverà lo sviluppo di competenze complete, fondamentali per guidare efficacemente i processi produttivi in un'azienda. Così, i professionisti saranno dotati di competenze avanzate nella gestione delle operazioni, tra cui la pianificazione e la programmazione della produzione, l'ottimizzazione delle risorse, la gestione della catena di approvvigionamento e l'implementazione dei sistemi di qualità. Inoltre, avranno una solida conoscenza dei principi di miglioramento continuo e *Lean Manufacturing*, che consentirà loro di identificare opportunità di efficienza e riduzione dei costi.



A grayscale photograph of a hand pointing at a document. The document features a bar chart with three bars of increasing height and a pie chart. The text 'profit trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

*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

Sviluppare un piano di miglioramento attraverso l'analisi della mappatura del flusso del valore

16

Valutare e diagnosticare il processo attraverso il VSM attuale

18

Integrare altri strumenti lean nel nuovo sistema "pull"

19

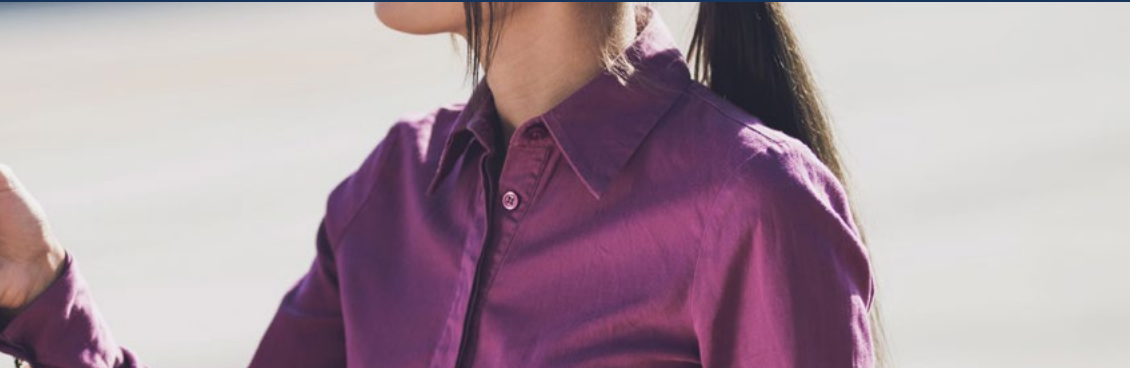
Integrare le tecnologie dell'industria 4.0 o della quarta rivoluzione industriale come IoT o *Blockchain* nella gestione della qualità nella *Lean Manufacturing*

17

Applicare il principio di creazione del flusso per materiali, macchine, informazioni e persone

20

Applicare strumenti come "*Standard Work*", "*Jidoka*", "*Andon*", "*PokaYoke*" e "*Visual Management*" nella gestione della qualità nella *Lean Manufacturing*



21

Applicare il ciclo PDCA/PDSA e il metodo 6M per identificare le opportunità di miglioramento e risolvere i problemi

22

Valutare la struttura e i vantaggi delle Cella di lavoro (*Work Cells*) e il loro impatto sull'efficienza e sul miglioramento continuo





23

Misurare la *Overall Equipment Effectiveness* (OEE) dei team in qualsiasi azienda

24

Sviluppare le competenze per identificare, selezionare e distribuire il team di implementazione

06

Struttura e contenuti

Il piano di studi di un Master Specialistico MBA in Direzione di Produzione comprende molti contenuti progettati per aiutare gli studenti a comprendere gli aspetti chiave della gestione della produzione. Tra questi contenuti, spiccano la pianificazione e il controllo della produzione, la gestione della supply chain, l'ottimizzazione dei processi, la gestione della qualità, le tecnologie di produzione avanzate, la logistica e la distribuzione, e temi relativi alla sostenibilità e alla responsabilità sociale delle imprese.



“

Affronterai il processo decisionale in ambienti globali, l'innovazione di prodotti e processi e la gestione del cambiamento organizzativo. Cosa aspetti ad iscriverti?"

Piano di studi

Il Master Specialistico MBA in Direzione di Produzione di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali, 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.

In 3.600 ore di studio, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale, ottenendo un apprendimento di alta qualità che può essere applicato successivamente alla sua pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni reali di business.

Questo programma tratta in profondità i principali fondamenti della gestione della produzione 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 nel campo della gestione della produzione di qualsiasi organizzazione. Un programma che capisce le loro 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 svolge nell'arco di 24 mesi ed è suddiviso in 20 moduli:

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

Modulo 11	<i>Lean Manufacturing</i> . Principi e Contesto
Modulo 12	Valore e spreco (<i>Muda</i>): Identificazione ed eliminazione delle attività che non aggiungono valore
Modulo 13	Mappatura del Flusso di Valore: Analisi e Mappatura del flusso di materiali, informazioni e attività in un processo Ottimizzazione dei flussi
Modulo 14	Flusso Continuo: Progettazione del processo per un flusso di lavoro fluido e continuo
Modulo 15	<i>Pull System</i> : implementazione di un sistema di produzione demand pull per controllare la produzione e ridurre al minimo le scorte
Modulo 16	Gestione della Qualità nella <i>lean</i>
Modulo 17	Miglioramento continuo, Kaizen
Modulo 18	Evoluzione dell'organizzazione della produzione in un sistema <i>Lean</i>
Modulo 19	TPM (<i>Total Productive Maintenance</i>), OEE (<i>Overall Equipment Effectiveness</i>)
Modulo 20	Implementazione <i>Lean</i> : Strategie e best practice per l'implementazione della <i>Lean Manufacturing</i> in un'organizzazione

Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Master Specialistico MBA in Direzione di Produzione in modalità completamente online. Durante i 24 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, permettendogli di gestire autonomamente il suo tempo di studio.

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

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

1.1. Globalizzazione e Governance

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

1.2. Leadership

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

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributi alla Conoscenza delle Culture 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 RSC
- 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* nelle Risorse Umane
- 3.12.2. *Personal Branding* per il personale delle Risorse Umane

3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 3.13.1. Los team ad alte prestazioni: I team autogestite
- 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

<p>3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.17.1 Negoziazione 3.17.2 Gestione dei Conflitti 3.17.3 Gestione delle Crisi 	<p>3.18. Comunicazione direttiva</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>3.19. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.19.1. Gestione delle risorse umane e dei team 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro 	<p>3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.20.1. La produttività 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento
<p>3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>3.22. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale II</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>3.23. Gestione della conoscenza e del talento</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza 	<p>3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.24.1. Il contesto socioeconomico 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale 3.24.3. Nuove metodologie

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

<p>4.1. Contesto Economico</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>4.2. Il finanziamento dell'azienda</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.2.1. Fonti di finanziamento 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento 	<p>4.3. Contabilità direttiva</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi</p> <ul style="list-style-type: none"> 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
<p>4.5. Sistemi di informazione e Business Intelligence</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>4.6. Bilancio di previsione e controllo di gestione</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>4.7. Gestione della tesoreria</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di di Manovra Necessario 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi 4.7.3. Credit management 	<p>4.8. Responsabilità fiscali delle imprese</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 magazzinaggio

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

5.7. Gestione strategica degli acquisti

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

5.8. Tipologie della Catena di Approvvigionamento (SCM)

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

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 SCM: 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 <i>Outsourcing</i> 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 <i>Deming</i>	

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Ambienti tecnologici

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

6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione in azienda

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

6.3. Strategia aziendale e tecnologica

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

6.4. Direzione dei Sistemi 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 *dashboards* 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 di 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 ed 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
- 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. Quadro 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 dei portavoce

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

10.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 10.5.1. Comunicazione interpersonale
- 10.5.2. Strumenti 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. Lean Manufacturing. Principi e Contesto

11.1. Lean Manufacturing

- 11.1.1. *Lean Manufacturing: Origine*
- 11.1.2. *Principi di Lean Manufacturing*
- 11.1.3. *Benefici della Metodologia Lean Manufacturing*

11.2. Toyota Production System (TPS). La filosofia di Produzione della fabbrica Toyota

- 11.2.1. *Sistema di Produzione Toyota (TPS)*
- 11.2.2. *Principi fondamentali del TPS*
- 11.2.3. *I pilastri del TPS*

11.3. I precursori della Lean Manufacturing

- 11.3.1. *Kiichiro Toyoda, Taiichi Ohno e Shigeo Shingo*
- 11.3.2. *Edwards Deming*
- 11.3.3. *James Womack, Daniel Jones y Michael George*

11.4. Il concetto "Lean" e la sua Applicazione alla Produzione

- 11.4.1. *Identificazione del Valore e Mappatura del Flusso di Valore*
- 11.4.2. *Creazione di un flusso continuo e creazione di una produzione Pull*
- 11.4.3. *Ricerca della Perfezione*

11.5. Lean Manufacturing e Total Quality Management

- 11.5.1. *Lean Manufacturing e Total Quality Management*
- 11.5.2. *Punti in comune tra Lean Manufacturing e Total Quality Management*
- 11.5.3. *Differenze tra Lean Manufacturing e Total Quality Management*

11.6. Lean Manufacturing e 6 Sigma

- 11.6.1. *Lean Manufacturing e 6 Sigma*
- 11.6.2. *Punti in comune tra Lean Manufacturing e 6 Sigma*
- 11.6.3. *Differenze tra Lean Manufacturing e 6 Sigma*

11.7. Lean Manufacturing e reingegnerizzazione dei processi

- 11.7.1. *Lean Manufacturing e reingegnerizzazione dei processi*
- 11.7.2. *Punti in comune tra Lean Manufacturing e reingegnerizzazione dei processi*
- 11.7.3. *Differenze tra Lean Manufacturing e reingegnerizzazione dei processi*

11.8. Lean Manufacturing e Theory of Constraints (TOC)

- 11.8.1. *Lean Manufacturing e Theory of Constraints (TOC)*
- 11.8.2. *Punti in comune tra Lean Manufacturing e Theory of Constraints (TOC)*
- 11.8.3. *Differenze tra Lean Manufacturing e Theory of Constraints (TOC)*

11.9. Lean Manufacturing. Integrazione con l'Industria 4.0

- 11.9.1. *Evoluzione della Lean Manufacturing nell'era dell'Industria 4.0*
- 11.9.2. *Integrazione della Lean Manufacturing nell'era dell'Industria 4.0*
- 11.9.3. *Futuro della Lean Manufacturing nell'era dell'Industria 4.0*

11.10. Applicazioni della filosofia Lean in altri settori: Lean Logistics, Lean Office, Lean Service

- 11.10.1. *Lean Logistics, Lean Office, Lean Service: Applicazioni*
- 11.10.2. *Applicazione in Lean Logistics*
- 11.10.3. *Applicazione in Lean Logistics*
- 11.10.4. *Lean Service*

Modulo 12. Valore e Spreco (*Muda*): Identificazione ed eliminazione delle attività che non aggiungono valore

12.1. Concetto di "valore" dal punto di vista del cliente

- 12.1.1. Soddisfazione delle esigenze dei clienti
- 12.1.2. Valore percepito vs. valore tangibile
- 12.1.3. Rapporto valore/prezzo

12.2. *Quality Function Deployment*

- 12.2.1. *Quality Function Deployment*: Concetto e definizione
- 12.2.2. Tecniche di identificazione dei bisogni del cliente
- 12.2.3. Distribuzione della qualità

12.3. Mura nella *Lean Manufacturing*

- 12.3.1. Variabilità della Domanda
- 12.3.2. Variabilità della Produzione
- 12.3.3. Variabilità dell'Offerta

12.4. Muri nella *Lean Manufacturing*

- 12.4.1. Sovraccarico delle attrezzature
- 12.4.2. Sovraccarico di persone
- 12.4.3. Sovraccarico dei sistemi

12.5. *Muda* relativa alla produzione

- 12.5.1. Sovrapproduzione
- 12.5.2. Tipi e cause della sovrapproduzione
- 12.5.3. Trasformazione non necessaria

12.6. *Muda* relativa alla qualità

- 12.6.1. Difetti di qualità per rilavorazioni o scarti
- 12.6.2. Cause dei difetti di qualità
- 12.6.3. Scarto vs. rilavorazione

12.7. *Muda* relativa al trasporto

- 12.7.1. Trasporto non necessario
- 12.7.2. Cause dei tempi di attesa
- 12.7.3. Strategie per evitare/minimizzare i tempi di attesa

12.8. *Muda* relativa all'eccesso di Inventario

- 12.8.1. Eccesso di scorte di PM
- 12.8.2. Eccesso di Inventari in corso di lavorazione
- 12.8.3. Eccesso di inventario di prodotti finiti

12.9. *Muda* relativa ai Tempi di attesa/ Inattività

- 12.9.1. Tipi di tempi di attesa
- 12.9.2. Cause dei tempi di attesa
- 12.9.3. Strategie per evitare/minimizzare i tempi di attesa

12.10. Nuovi *Muda* definiti

- 12.10.1. Mancanza di Formazione del Personale
- 12.10.2. Sottoutilizzo delle Capacità e Competenze del Personale
- 12.10.3. Risorse dedicate a Processi non strategici o prioritari

Modulo 13. Mappatura del flusso di valore: Analisi e mappatura del flusso di materiali, informazioni e attività in un processo. Ottimizzazione del flusso

13.1. Mappe dei flussi di valore: Value Stream Mapping(VSM)

- 13.1.1. Flusso di valore
- 13.1.2. Mappa del flusso di valore
- 13.1.3. Selezione di una famiglia di prodotti

13.2. Connessione, strategia e tattica con il VSM

- 13.2.1. *The Quality Cost Delivery* (QCD): Il cliente decide
- 13.2.2. Il *Hoshin Kanri*, dalla visione alla tattica
- 13.2.3. La Gestione Visiva come meccanismo di prioritizzazione e allineamento

13.3. La mappatura del flusso del valore nello stato attuale

- 13.3.1. Mappatura del flusso di valore
- 13.3.2. Simboli utilizzati nella progettazione della mappa del flusso di valore
- 13.3.3. Raccolta di dati

13.4. I tempi di una mappa del flusso di valore (VSM)

- 13.4.1. *Takt Time*, il ritmo stabilito dal cliente
- 13.4.2. Tempo di ciclo
- 13.4.3. *Lead Time*, il tempo richiesto *end-to-end*

13.5. La catena di valore Lean

- 13.5.1. Problema dello zaino
- 13.5.2. Caratteristiche di una catena del valore *Lean*
- 13.5.3. Creare un flusso continuo per creare processi *Lean*

13.6. La mappatura del Flusso del valore nello Stato Futuro

- 13.6.1. Mappatura del flusso di valore
- 13.6.2. Simboli utilizzati per la progettazione futura
- 13.6.3. Dalla mappa del futuro al piano di lavoro

13.7. Pianificazione e miglioramento della catena del valore

- 13.7.1. Pianificazione dell'implementazione
- 13.7.2. Priorità delle attività
- 13.7.3. Collegare la VSM alla strategia

13.8. Value Supply Chain Management

- 13.8.1. Mappare lo stato attuale della Supply Chain
- 13.8.2. Simboli utilizzati per la progettazione
- 13.8.3. Progettazione della catena di approvvigionamento Futures

13.9. Gestione dei progetti del flusso di valore, il progetto Lean

- 13.9.1. Particolarità di un progetto vs. un processo
- 13.9.2. Il flusso di valore del progetto
- 13.9.3. Analisi dello stato attuale e progettazione futura

13.10. Yokoten

- 13.10.1. *Yokoten*. Fondamenti
- 13.10.2. Le 3 fasi dello *Yokoten*
- 13.10.3. *Standard Solution Cycle*

Modulo 14. Flusso Continuo: Progettazione del processo per un flusso di lavoro fluido e continuo

14.1. Flusso continuo:

- 14.1.1. La Creazione del Flusso nel *Toyota Production System*
- 14.1.2. I quattordici principi della cultura del *Toyota Way*
- 14.1.3. *Total Flow Management*, l'unione di Creazione del flusso e il *Pull Flow System*

14.2. Processi

- 14.2.1. Tipologia di processi industriali
- 14.2.2. Dipartimenti vs. processi vs. flussi
- 14.2.3. Integrazione dei processi

14.3. Flussi

- 14.3.1. I diversi tipi di flussi: Materiali, Attrezzature, Persone e Informazioni
- 14.3.2. *Job-shop* vs. *Flow-shop*
- 14.3.3. Flusso turbolento vs. Flussi lineari

14.4. Macchine, attrezzature e linee

- 14.4.1. L'affidabilità dell'hardware come elemento essenziale per la creazione del flusso
- 14.4.2. La filosofia *Jidoka* come elemento essenziale per la creazione del flusso
- 14.4.3. Macchina monumento vs. macchina *Lean*

14.5. Materiali

- 14.5.1. Distribuzione tradizionale vs. distribuzione *Lean*
- 14.5.2. PFEP (*Plan-For-Each-Part*)
- 14.5.3. Produzione in lotti vs. flusso continuo (*One-piece-flow*)

14.6. Persone

- 14.6.1. Il cliente interno, un concetto in un ambiente *lean*
- 14.6.2. Il ruolo di un manager *lean*
- 14.6.3. Il ruolo di un operatore *lean*

14.7. Informazioni

- 14.7.1. Sistema di pianificazione delle risorse aziendali (ERP)
- 14.7.2. Sistemi di Informazione dell'Ambiente Industriale Concreto
- 14.7.3. Cruscotto, come elemento del *Daily Management System*

14.8. *Lean Flow System*

- 14.8.1. Espulsione del Muda nel processo produttivo
- 14.8.2. La cellula autonoma come paradigma *lean*
- 14.8.3. Strumenti di supporto Lean: 5S, Visual Management, SMED

14.9. Esempi di applicazione di Creazione di flusso

- 14.9.1. Esempio di implementazione nel settore automobilistico
- 14.9.2. Esempio di implementazione nel settore metallurgico
- 14.9.3. Esempio di utilizzo nel settore alimentare

14.10. Creazione di flussi: Progettazione, Implementazione e Miglioramento dei Processi Produttivi Applicazione pratica

- 14.10.1. Progettazione per la creazione di flussi
- 14.10.2. Implementazione del flusso continuo
- 14.10.3. Miglioramento dei processi produttivi

Modulo 15. Pull System: implementazione di un sistema di produzione demand pull per controllare la produzione e ridurre al minimo le scorte

15.1. Pull System. Fondamenti

- 15.1.1. *Pull Flow System*: Il quarto principio del *Lean Thinking*
- 15.1.2. Processi *Push* vs. processi *Pull*
- 15.1.3. Stabilità, Flessibilità, Sincronizzazione, Concentrazione.

15.2. Domanda

- 15.2.1. Tipologie di domanda
- 15.2.2. *Takt Time, Production Time, Lead Time*
- 15.2.3. Contratto Produzione + Logistica

15.3. Flussi

- 15.3.1. *End-to-End*: Da fornitori a clienti
- 15.3.2. Connessione logistica + produzione
- 15.3.3. Percorsi di approvvigionamento

15.4. Macchine, attrezzature e linee

- 15.4.1. Treno logistico
- 15.4.2. Contenitori
- 15.4.3. Scaffalatura

15.5. Materiali

- 15.5.1. Stoccaggio
- 15.5.2. Supermercati
- 15.5.3. Area produzione

15.6. Persone

- 15.6.1. Gestori del sistema *Pull Flow*
- 15.6.2. Addetti alla logistica e alla produzione
- 15.6.3. Il "*Mizusumashi*" ("*Water spider*")

15.7. Informazioni

- 15.7.1. *Heijunka* (livellamento): Cassetta di livellamento + Cassetta logistica
- 15.7.2. *Kanban*
- 15.7.3. Assemblatore di lotti + Sequenziatore

15.8. Lean Pull Flow System

- 15.8.1. Equilibrato (bilanciato)
- 15.8.2. Sequenziamento online
- 15.8.3. Strumenti di supporto *Lean*: VSM, OEE, Standard Work, One-point-lesson, Andon

15.9. Esempi di applicazione del Pull Flow System

- 15.9.1. Esempio di implementazione nel settore automobilistico
- 15.9.2. Esempio di implementazione nel settore metallurgico
- 15.9.3. Esempio di utilizzo nel settore alimentare

15.10. Sistemi Pull Progettazione, Implementazione e Miglioramento dei Processi Produttivi Applicazione pratica

- 15.10.1. Progettazione di un sistema *Pull*
- 15.10.2. Implementazione del sistema *Pull Flow System*
- 15.10.3. Miglioramento delle informazioni nei dei

processi produttivi

Modulo 16. Gestione della Qualità nella *Lean*

16.1. Gestione della Qualità nel *Lean Manufacturing*

- 16.1.1. Qualità definita come soddisfazione del cliente
- 16.1.2. Qualità della produzione: Regolarità e conformità
- 16.1.3. Specifiche di qualità e costi

16.2. Misurazione di qualità: Indicatori di qualità

- 16.2.1. Definizione degli indicatori
- 16.2.2. Costruzione degli indicatori
- 16.2.3. Esempi di una scheda di controllo della qualità

16.3. Sistemi di qualità e visione della qualità *Lean*

- 16.3.1. Sistemi di qualità e normative
- 16.3.2. Compatibilità di ISO - TS con *Lean Manufacturing*
- 16.3.3. Compatibilità di EFQM e *Lean Manufacturing*

16.4. Concetto di "*Genchi Genbutsu*" (*Gemba*) e Gestione della Qualità Rilevanza

- 16.4.1. Concetto di "*Genchi Genbutsu*" (*Gemba*)
- 16.4.2. Applicazione del concetto nella pratica. Esempio nel settore automobilistico
- 16.4.3. Applicazione del concetto nella pratica. Esempio dal settore dei beni strumentali

16.5. Standardizzazione e semplificazione nella gestione della qualità utilizzando *Standard Work*

- 16.5.1. *Standard Work*: Concetto e benefici
- 16.5.2. Applicazioni dello *Standard Work* nell'industria
- 16.5.3. Esempio dell'applicazione di *Standard Work* in un processo

16.6. La filosofia *Jidoka* per la rilevazione precoce dei problemi di qualità

- 16.6.1. Rilevazione dei problemi di qualità alla fonte
- 16.6.2. Arresto della linea di produzione
- 16.6.3. Esempi dell'applicazione della filosofia *Jidoka* nell'industria

16.7. Andon come strumento nella Gestione della Qualità

- 16.7.1. Definizione, origine e benefici di Andon
- 16.7.2. Tipi di Andon e esempi
- 16.7.3. Implementazione del sistema Andon

16.8. "PokaYoke" Tecnica di Qualità

- 16.8.1. *Poka-Yoke*: Tipi e cause di errori che evitano
- 16.8.2. Processo di progettazione di un *Poka-Yoke*
- 16.8.3. Esempi di *Poka-Yoke*

16.9. Gestione visiva

- 16.9.1. Visualizzazione dei processi
- 16.9.2. Segnalazione visiva
- 16.9.3. Registri visivi

16.10. Gestione della qualità *Lean* e IOT e *Blockchain*

- 16.10.1. Benefici della combinazione di IoT e gestione della qualità *lean*
 - 16.10.1.1. Sensorizzazione per il monitoraggio dei processi
 - 16.10.1.2. Sistemi di tracciabilità in tempo reale e analisi dei dati per la gestione della qualità
- 16.10.2. Vantaggi della combinazione di *Lean* e *Blockchain* nella gestione della qualità
 - 16.10.2.1. Implementazione di contratti intelligenti per l'assicurazione della qualità e la conformità normativa
 - 16.10.2.2. Progettazione e implementazione di un'infrastruttura di *Blockchain* sicura ed espandibile per la gestione della qualità

Modulo 17. Miglioramento continuo, Kaizen

17.1. Il miglioramento continuo e il Kaizen in Lean Manufacturing

- 17.1.1. Miglioramento continuo e Kaizen
- 17.1.2. Il ciclo PDCA/PDSA. Confronto tra metodi di risoluzione dei problemi
- 17.1.3. Incentivazione della partecipazione di tutta l'organizzazione al Kaizen

17.2. Implementazione del ciclo PDCA/PDSA

- 17.2.1. Piano
- 17.2.2. *Do*
- 17.2.3. Check/Study
- 17.2.4. *Act*
- 17.2.5. Esempi di applicazione

17.3. Implementazione della 6 M per identificare le opportunità di miglioramento

- 17.3.1. Analisi del metodo
- 17.3.2. Analisi delle macchine
- 17.3.3. Analisi dei materiali
- 17.3.4. Analisi del Sistema di misurazione
- 17.3.5. Analisi dell'ambiente esterno
- 17.3.6. Analisi dei problemi generati da persone?

17.4. Metodi statistici per il controllo dei processi

- 17.4.1. Controllo dei processi e metodi statistici nel controllo dei processi
- 17.4.2. Statistiche per il controllo dei processi
- 17.4.3. Metodi statistici comuni nel controllo di processo

17.5. Analisi delle cause: Strumenti

- 17.5.1. Diagramma di Ishikawa
- 17.5.2. 5 motivi
- 17.5.3. Altre tecniche di analisi delle cause

17.6. Applicazione delle 5 S nel miglioramento continuo

- 17.6.1. *Seiri* (classificazione): Eliminazione di Elementi Inutili
- 17.6.2. *Seiton* (Ordine): Organizzazione del luogo di lavoro
- 17.6.3. *Seiso* (Pulizia): Mantenimento di un Ambiente di Lavoro Pulito e Ordinato
- 17.6.4. *Seiketsu* (Standardizzazione): Stabilire standard e procedure
- 17.6.5. *Shitsuke* (Disciplina): Mantenimento degli standard e miglioramento continuo

17.7. Miglioramento continuo e IoT

- 17.7.1. Raccolta dati in tempo reale per l'analisi del processo
- 17.7.2. Automatizzazione dei processi per ridurre la variabilità e migliorare la qualità
- 17.7.3. Miglioramento dell'efficienza e riduzione dei costi tramite il monitoraggio remoto dei processi

17.8. Sostenimento della cultura Kaizen a lungo termine

- 17.8.1. Impegno a lungo termine del senior management
- 17.8.2. Integrazione del Kaizen come parte della cultura aziendale e non come qualcosa di aggiuntivo/accessorio
- 17.8.3. Misurazione dei risultati e incentivi a lungo termine per miglioramenti, adattati al contesto organizzativo

17.9. Esempi pratici di miglioramento continuo in diverse industrie

- 17.9.1. Esempio nel settore automobilistico
- 17.9.2. Esempio nell'industria alimentare
- 17.9.3. Esempio nel settore delle forniture per l'edilizia

17.10. Tendenze future del miglioramento continuo

- 17.10.1. Sviluppo di strumenti e piattaforme digitali per il miglioramento continuo
- 17.10.2. Integrazione di nuovi approcci alla gestione dei progetti: Progettazione centrata sull'utente e sviluppo basato sull'evidenza
- 17.10.3. Incorporare l'intelligenza emotiva nel miglioramento continuo

Modulo 18. Evoluzione dell'organizzazione della produzione in un sistema *Lean*

18.1. Evoluzione dell'organizzazione della produzione in un sistema *Lean*

- 18.1.1. Organizzazione della produzione: Concetti chiave
- 18.1.2. Struttura e organizzativa dell'azienda
- 18.1.3. Sistemi di produzione e organizzazione del lavoro

18.2. Differenze organizzative tra un sistema di produzione tradizionale e un sistema *Lean*

- 18.2.1. Tipi di struttura organizzativa
- 18.2.2. Differenze organizzative tra un sistema tradizionale e un sistema *Lean*
- 18.2.3. Vantaggi organizzativi del sistema *Lean*

18.3. Concetto di "Cellule di Lavoro" (*Work Cells*) e suo impatto sull'efficienza e sul miglioramento continuo

- 18.3.1. Vantaggi delle "Celle di lavoro"
- 18.3.2. Struttura/Tipi delle "Cellule di lavoro"
- 18.3.3. Routine di gestione "Cellule di lavoro" per incidere sull'efficienza e sul miglioramento continuo

18.4. Implementazione di "*Kaizen Teams*" per garantire l'attenzione al miglioramento continuo e alla risoluzione dei problemi

- 18.4.1. Incorporazione del Concept *Kaizen Teams* nell'organizzazione
- 18.4.2. Attività e metodologia
- 18.4.3. Ruoli e responsabilità dei *Team Kaizen*

18.5. Importanza di "Autonomia e Responsabilità" nell'evoluzione verso un sistema *Lean* e il miglioramento dell'efficienza e della qualità

- 18.5.1. Team agili e autogestiti come chiave per l'evoluzione organizzativa
- 18.5.2. Lo sviluppo delle persone come valore aggiunto all'organizzazione *Lean*
- 18.5.3. Struttura per guidare "Autonomia e

responsabilità" verso un sistema *Lean*
18.6. Utilizzo di Standard Work per standardizzare i processi e incoraggiare il miglioramento continuo.

- 18.6.1. Standard Work: Elementi chiave
- 18.6.2. Benefici del Standard Work come oggetto di miglioramento continuo
- 18.6.3. Implementare del Standard Work nelle organizzazioni

18.7. Sistemi di promozione della polivalenza e della preparazione nelle organizzazioni *Lean*: la matrice di polivalenza

- 18.7.1. Sistemi di promozione della polivalenza e della preparazione nelle organizzazioni *Lean*: La matrice di polivalenza
- 18.7.2. Vantaggi di un sistema di polivalenza
- 18.7.3. Attuazione del sistema di promozione polivalenza

18.8. Evoluzione dell'organizzazione della produzione attraverso l'eliminazione degli sprechi e il miglioramento continuo

- 18.8.1. Analisi delle attività non a valore aggiunto come pratica fondamentale del *Lean*
- 18.8.2. Strategia per l'eliminazione/riduzione degli sprechi
- 18.8.3. Implementazione di un modello di eliminazione/riduzione degli sprechi.

18.9. Implementazione di Cellule di Lavoro e gruppi di miglioramento continuo in diversi settori: Esempi pratici

- 18.9.1. Implementazione delle Cellule di Lavoro nel settore automobilistico
- 18.9.2. Implementazione delle Cellule di lavoro nel settore Tessile
- 18.9.3. Implementazione delle cellule di lavoro nel settore alimentare

18.10. Importanza dell'evoluzione dell'organizzazione produttiva verso un sistema *Lean*

- 18.10.1. Aspetti principali nell'evoluzione verso un sistema *Lean*
- 18.10.2. Migliorare la produttività e l'organizzazione della produzione
- 18.10.3. Utilità del sistema *Lean* per l'evoluzione dell'organizzazione produttiva

Modulo 19. TPM (Total Productive Maintenance), OEE (Overall Equipment Effectiveness)

19.1. TPM Total Productive Maintenance

- 19.1.1. TPM Total Productive Maintenance. Fondamenti
- 19.1.2. Nascita, obiettivi e benefici
- 19.1.3. Pilastri della TPM

19.2. Miglioramento dell'efficienza della macchine OEE: Tecniche di identificazione e Risoluzione dei Problemi

- 19.2.1. Identificazione dei problemi di efficienza
- 19.2.2. Risolvere i problemi di efficienza
- 19.2.3. Monitoraggio dell'efficienza delle macchine

19.3. Tecniche per la riduzione dei tempi di inattività nel processo produttivo, pianificazione e programmazione della manutenzione

- 19.3.1. Pianificazione della produzione e della manutenzione
- 19.3.2. Manutenzione autonoma
- 19.3.3. SMED

19.4. Gestione della manutenzione degli impianti e degli acquisti: Criteri decisionali

- 19.4.1. Necessità e specifiche tecniche
- 19.4.2. Costi e investimenti
- 19.4.3. Valutazione dei fornitori: Criteri

**19.5. Manutenzione preventiva
Prevenzione dei guasti alle strumentazioni**

- 19.5.1. Installazione delle apparecchiature: Criteri di manutenibilità
- 19.5.2. Manutenzione preventiva
- 19.5.3. Esempio di piano di manutenzione preventiva nel settore ferroviario

19.6. Manutenzione predittiva: Previsione dei guasti alle strumentazioni

- 19.6.1. Manutenzione predittiva
- 19.6.2. Sensorizzazione delle apparecchiature
- 19.6.3. Sviluppo degli algoritmi con IA

19.7. Tecniche di miglioramento della Sicurezza nel Processo Produttivo, Identificazione ed Eliminazione dei Pericoli sul posto di lavoro

- 19.7.1. Identificazione dei pericoli sul luogo di lavoro
- 19.7.2. Valutazione del rischio e misure di protezione
- 19.7.3. Piani di emergenza

19.8. Guida all'Implementazione della TPM nell'organizzazione, pianificazione, formazione e implementazione dei sistemi di manutenzione

- 19.8.1. Le 14 fasi dell'implementazione della TPM
- 19.8.2. Pianificazione dell'attuazione
- 19.8.3. Formazione e manutenzione TPM

19.9. Migliorare l'efficienza energetica: Come ottimizzare l'uso dell'energia e ridurre i costi attraverso l'implementazione della TPM

- 19.9.1. Efficienza energetica delle apparecchiature
- 19.9.2. Misurazione dei consumi e dell'efficienza
- 19.9.3. Individuazione ed eliminazione delle perdite di energia e miglioramento

19.10. Esempi di implementazione della TPM

- 19.10.1. Esempio di applicazione nel settore ferroviario
- 19.10.2. Esempi nel settore farmaceutico
- 19.10.3. Esempio di applicazioni del settore

Modulo 20. Implementazione *Lean*: Strategie e best practice per l'implementazione *Lean Manufacturing* in un'organizzazione

20.1. Implementazione Lean: Avvio del progetto

- 20.1.1. Visione e ragioni del cambiamento
- 20.1.2. Definizione del quadro politico e degli obiettivi
- 20.1.3. La scelta del personale iniziale promotore del progetto
- 20.1.4. Definizione della *Project Charter*

20.2. Analisi dello stato attuale dei processi aziendali: Valutazione e identificazione delle aree di miglioramento e delle opportunità nell'implementazione della filosofia Lean

- 20.2.1. Identificazione dei processi chiave
- 20.2.2. Analisi dello stato attuale dell'organizzazione e dei processi
- 20.2.3. Analisi Tecnica/Cultura attuale e i principali sistemi di gestione

20.3. Selezione di un team di lavoro multidisciplinare per guidare il progetto di implementazione della filosofia Lean in azienda

- 20.3.1. Identificazione delle capacità e delle competenze necessarie
- 20.3.2. Selezione del personale
- 20.3.3. Formazione del team *Kaizen Teams*

20.4. Definizione e definizione di obiettivi chiari e misurabili per l'implementazione della filosofia Lean in azienda

- 20.4.1. Definizione degli indicatori
- 20.4.2. Misurazione degli indicatori
- 20.4.3. Definizione degli obiettivi da raggiungere a diversi orizzonti

20.5. Pianificazione e sviluppo del progetto di implementazione della filosofia Lean in azienda: Assegnazione delle risorse e delle scadenze

- 20.5.1. Definizione del campo di applicazione
- 20.5.2. Definizione delle azioni da svolgere e delle risorse necessarie
- 20.5.3. Definizione di orario

20.6. Formazione del team di lavoro: Preparazione sulla metodologia Lean per il team di lavoro selezionato e per gli altri dipendenti dell'azienda

- 20.6.1. Valutazione delle conoscenze/capacità del team di implementazione
- 20.6.2. Progetto di un piano educativo
- 20.6.3. Sviluppo del piano di educazione

20.7. Selezione dei piloti da sviluppare all'inizio

- 20.7.1. Criteri per la selezione degli ambiti pilota
- 20.7.2. Criteri di selezione delle persone da coinvolgere che non fanno parte del personale promotore
- 20.7.3. Valutazione iniziale prima dell'avvio dei piloti

20.8. Sviluppo e implementazione dei progetti pilota e dei *Quick Wins*

- 20.8.1. Sviluppo di un piano dettagliato per implementare il *Lean* nei processi pilota selezionati
- 20.8.2. Implementazione dei *Quick Wins*: Identificazione ed Esecuzione dei *Quick Wins*: Miglioramenti da implementare a breve termine nei processi pilota
- 20.8.3. Monitoraggio e adeguamento continuo dei piloti per misurare i risultati e apportare le modifiche necessarie

20.9. Definizione di indicatori di performance globali: definizione di indicatori e chiave di prestazione (KPI) per misurare il successo dell'implementazione della filosofia Lean.

- 20.9.1. Definizione di obiettivi SMART a medio e lungo termine
- 20.9.2. Definizione degli indicatori chiave a continuare a
- 20.9.3. Monitoraggio e comunicazione di sviluppi

20.10. Sviluppare il piano per estendere la filosofia Lean al resto dell'organizzazione

- 20.10.1. Identificazione delle aree da estendere: Criteri
- 20.10.2. Definizione del piano di estensione: Ritmo e ricorsi
- 20.10.3. Attuazione del progetto, monitoraggio e comunicazione



“

Perfezionerai le tue capacità di leadership e lavoro di squadra, per guidare e motivare team multidisciplinari verso il successo degli obiettivi organizzativi”

06

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

Gli studenti TECH sono professionisti appassionati e orientati ai risultati, con una solida formazione accademica ed esperienza lavorativa in settori relativi alla gestione delle operazioni, della produzione o dell'ingegneria. Inoltre, hanno un profondo interesse a comprendere i processi produttivi e sviluppare capacità manageriali per ottimizzarli e garantirne l'efficienza. Inoltre, valorizzano l'innovazione e il miglioramento continuo, cercando costantemente nuovi modi per migliorare le prestazioni e la competitività delle aziende per cui lavorano.





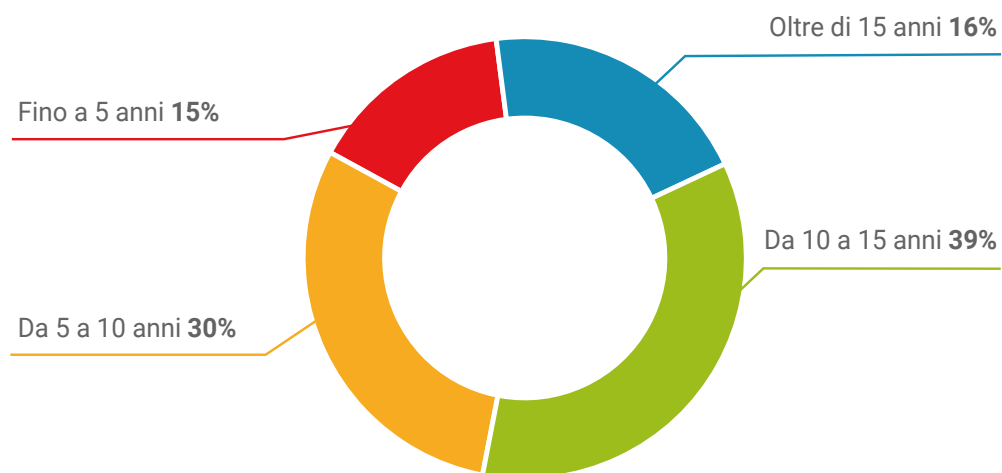
“

Questo programma è rivolto a persone interessate a migliorare la loro occupabilità e che aspirano a guidare team multidisciplinari e apportare valore alle loro organizzazioni”

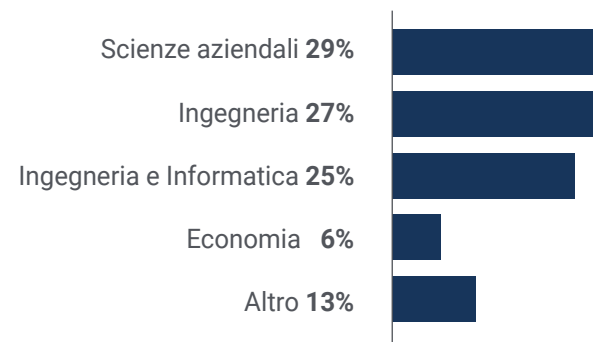
Età media

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

Anni di esperienza



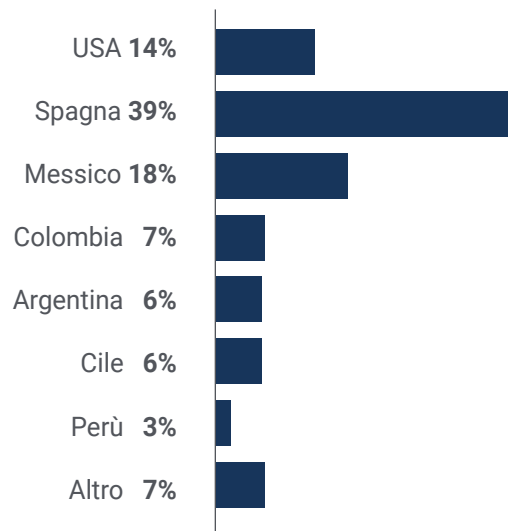
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Laura Rodríguez Salamanca

Responsabile di Produzione

"Che viaggio è stato questo Master Specialistico! Ho perfezionato le mie conoscenze in materia di supply chain, padroneggiando senza problemi strategie di produzione efficienti, cosa che mi è risultata molto utile nella mia attuale posizione. Ma la cosa migliore è stata sicuramente il contatto con professionisti appassionati e mentori ispiratori, che hanno ampliato la mia visione e mi hanno spinto a raggiungere nuovi traguardi. Sono entusiasta di applicare tutto ciò che ho imparato nel mondo reale e continuare a crescere nella mia carriera!"

09

Direzione del corso

Il personale docente è composto da professionisti qualificati e con una grande esperienza nella gestione della produzione e delle operazioni. Provenienti da diversi settori e industrie, questi mentori combinano solide conoscenze teoriche con una vasta esperienza pratica, consentendo loro di fornire agli studenti un insegnamento pertinente e aggiornato. Infatti, il suo impegno per l'eccellenza educativa si riflette nel suo approccio incentrato sullo studente, promuovendo il dibattito, la riflessione critica e l'apprendimento collaborativo.



“

*I migliori docenti sono nella migliore università!
Questi mentori saranno fondamentali per formare un
leader aziendale, in grado di affrontare il mondo della
produzione con successo e visione strategica"*

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

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere al fianco dei
migliori professionisti del
mondo”*

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi 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'occasione per conoscere
gli ultimi sviluppi in questo
campo e 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**, ecc.

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 di 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 **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 in 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 Luminate 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 MBA avrai accesso a una vasta libreria di risorse multimediali, elaborate da docenti riconosciuti di rilevanza internazionale"

Direttore Ospite Internazionale

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

La sua leadership è stata cruciale nel guidare 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 MBA 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. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ Specialista in Business Internazionale e Consulenza Legale per le imprese
- ♦ Responsabile dell'Area Internazionale del Trasporto Interurbano di Tenerife SA
- ♦ Consulente Legale presso il Trasporto Interurbano di Tenerife SA
- ♦ Legal Manager presso AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ Formatore di corsi orientati alla Protezione dei Dati
- ♦ Dottorato in Sviluppo Regionale presso l'Università di La Laguna
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di La Laguna
- ♦ Laurea in Project Management presso l'Università Rey Juan Carlos
- ♦ MBA in Business Administration e Management presso l'Università Europea delle Canarie



Dott. Jover Miravittles, Luis

- ◆ Presidente e Socio Fondatore di Grupo Quarck, S.L. Senior Partner
- ◆ Senior Partner presso LOGIXS
- ◆ Vicepresidente di €-Corp. S.L
- ◆ Direttore dell'Educazione Esecutiva IQS
- ◆ Professore Associato presso l'IE Business School
- ◆ Coordinatore del Master in Dirección Integral de Negocios presso l'Università Iberoamericana di Città del Messico
- ◆ Consulente per l'associazione imprenditoriale Cecot
- ◆ Ingegnere Chimico presso l'Istituto Chimico di Sarria (IQS)
- ◆ Master in Business Administration MBA presso l'IESE
- ◆ Membro del comitato organizzatore di Hispack

Personale docente

Dott. Antoni Aguilar, Josep

- ♦ Fondatore e Presidente di Actio Crealor Consulting
- ♦ Country Manager di Kaizen Institute
- ♦ Consulente per operazioni & SCM
- ♦ Direttore di produzione presso Magna International
- ♦ IQS Executive Education
- ♦ Professore presso la EUNCET Business School
- ♦ Laurea in Business Administration presso l'University of Lincoln

Dott. Moya García, Sergio

- ♦ Consulente e direttore. Lean & Agile. Operations & Strategy Management Consultant
- ♦ Consulente per operazioni e ristrutturazioni presso Adoria Consulting
- ♦ Ingegnere dei processi e miglioramento continuo presso Kostal Eléctrica
- ♦ Professore di Lean Management presso LaSalle BCN
- ♦ Operations & Supply Chain professor en el IQS Executive Education
- ♦ Associate Operations Consultant & Professor en Cambra de Comerç de Sabadell
- ♦ Laurea in Ingegneria Industriale, specializzazione in organizzazione e gestione aziendale conseguita presso l'Università Politecnica della Catalogna

Dott. Gambarte Montiel, Rubén

- ♦ Consulente industriale
- ♦ Consulente e Advisor in trasformazione digitale industriale presso Bestplant
- ♦ Consulente associato in Lean Management y Lean Six Sigma en BPR goup SRL, Actio Global, AYO Consulting
- ♦ Quality Assurance Manager
- ♦ Operations Manager e Lean Manager in Solfer Componenti SRL
- ♦ Laureato in Ingegneria Chimica presso l'Università di Cantabria
- ♦ Master Executive Lean Supply Chain Management, Operations Management della Fondazione Università Politecnica della Catalogna
- ♦ Master in Lean Six Sigma in Green Belt e Black Belt di Festo Academy

Dott. Vitriago Pérez, Gustavo

- ♦ Project Manager presso Euroports
- ♦ *Software Implementation Consultant* in Software Tecnic Tecnocim
- ♦ Consulente Senior presso ACTIO Consulting Group
- ♦ Consulente Lean Six Sigma
- ♦ Consulente Senior presso Business Performance Consulting
- ♦ Continuous Improvement Specialist & Auditor en Esteban Ikeda/JC
- ♦ Laurea in Scienze Navali - Amministrazione e Logistica Navale
- ♦ Master in Logistica Integrata presso Johnson Controls International
- ♦ Master in Produzione Automatizzata e Robotica presso l'Universitat Politècnica de Catalunya
- ♦ Certificazione Black Belt Six Sigma - Kanban University

Dott.ssa Díaz Pizarro, Cristina

- ◆ Vice direttrice di filiale presso il Banco Santander
- ◆ Doppia Laurea in in Economia Aziendale e in Gestione del Turismo presso l'Università di Estremadura
- ◆ Certificazione MIFID II in Consulenza Finanziaria
- ◆ Specialista in Neuromarketing presso la INEAF Business School
- ◆ Esperta in Marketing Digitale IAB Spagna

Dott. Núñez Mejías, José María

- ◆ Capo redattore e Sceneggiatore di articoli in Diritto Virtuale
- ◆ Master in Giurisprudenza presso l'Università di Cáceres
- ◆ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Cáceres

Dott. González Peña, Alexis José

- ◆ Esperto di finanza e revisione contabile
- ◆ Direttore dell'area finanziaria di CajaSiete Caja Rural
- ◆ Revisore interno senior presso Bankia
- ◆ Revisore interno senior presso Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Auditor senior experience presso Deloitte
- ◆ Laurea in Direzione e Amministrazione d'Impresa conseguita presso l'Università di Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Master in Fiscalità e Consulenza Fiscale presso il Centro di Studi Finanziari
- ◆ Executive Master in Direzione finanziaria e Finanza Avanzata conseguito presso l'Istituto Superiore di Tecnica e Prassi Bancaria
- ◆ Esperto in Pianificazione Finanziaria e Controllo di Gestione nel Settore Bancario svolto presso Analisti Finanziari Internazionali
- ◆ Esperto Universitario in Sviluppo Esecutivo in Gestione di Portafogli svolto presso l'AFI

Dott. Moya García, Sergio

- ◆ Specialista in qualità e Lean Manufacturing
- ◆ Tecnico della qualità ISO 9001 presso Smurfit Kappa
- ◆ Manager del lavoro e della leadership per la scuola Vision and Value
- ◆ Master in Lean Manufacturing presso l'Università di Burgos
- ◆ Master in Community Management presso l'Università Nazionale di Educazione a Distanza
- ◆ Tecnico Superiore di Telecomunicazioni e Sistemi Informatici dal Centro San José Artesano

Dott. Galindo García, Carlos Agustín

- ◆ Consulente specializzato in prevenzione dei rischi sul lavoro e Lean Manufacturing
- ◆ Coordinatore QEHS presso ALGECO Construcciones Modulares S.L.U.
- ◆ Capo Servizio 360° presso ALGECO Construcciones Modulares S.L.U.
- ◆ Master in Ambiente e Qualità dall'Università Camilo José Cela
- ◆ Master in Prevenzione dei Rischi Professionali con specializzazione in igiene dalla Fondazione Università Impresa della Regione di Murcia
- ◆ Master in Prevenzione dei Rischi Professionali con specializzazione in sicure ed ergonomiche quando dalla Fondazione Università Impresa della Regione di Murcia
- ◆ Laurea in Pedagogia presso l'Università di Murcia D. Panaggio, Marcos Andrés
- ◆ Operations Manager indipendente e accademico
- ◆ Direttore delle operazioni e responsabile della filiale di Malvinas Transports
- ◆ Direttore delle operazioni di Supertrans
- ◆ Direttore Aziendale di Eccellenza Operativa in InterCement - Camargo Corrêa
- ◆ Master in Educazione e sviluppo digitale pedagogico dall'Istituto Europeo di Laurea

- ♦ Master Logistic and Supply Chain Management presso l'Università di Barcellona
- ♦ Diploma di Analista Tecnico Finanziario e Borsistico dall'Università Tecnologia Nazionale
- ♦ Diploma del Programma di Sviluppo per la Leadership Universitaria di San Andrés
- ♦ Ingegnere meccanica l'Università Nazionale di Mar del Plata
- ♦ Maestro Maggiore di Opere dalla Scuola Nazionale di Educazione Tecnica

Dott. Panaggio, Marcos Andrés

- ♦ Operations Manager indipendente e accademico
- ♦ Direttore delle operazioni e responsabile della filiale di Malvinas Transports
- ♦ Direttore delle operazioni di Supertrans
- ♦ Direttore Aziendale di Eccellenza Operativa in InterCement - Camargo Corrêa
- ♦ Master in Educazione e sviluppo digitale pedagogico dall'Istituto europeo di Laurea
- ♦ Master Logistic and Supply Chain Management presso l'Università di Barcellona
- ♦ Diploma di Analista Tecnico Finanziario e Borsistico dall'Università Tecnologia Nazionale
- ♦ Diploma del Programma di Sviluppo per la Leadership Universitaria di San Andrés
- ♦ Ingegnere meccanica l'Università Nazionale di Mar del Plata
- ♦ Maestro Maggiore di Opere dalla Scuola Nazionale di Educazione Tecnica

Dott. Moleiro Nava, Pablo

- ♦ Direttore Miglioramento Continuo presso il Wallbox Chargers SL
- ♦ Direttore Lean Manufacturing Academy di Alstom Transport
- ♦ Consulente per il miglioramento continuo e la gestione e l'industrializzazione dei progetti
- ♦ Master in Ingegneria e Gestione delle Telecomunicazioni presso la Scuola Politecnica Superiore di Castelldefel





- ♦ Ingegnere Superiore di Telecomunicazioni presso la Scuola Politecnica Superiore di CastelldefelsD. Corvillo Diaz, Rafael
- ♦ Avvocato presso CORVILLO ABOGADOS, S.L.P.
- ♦ Creatore dello strumento Ius Pro-Health®
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Estremadura
- ♦ Master Universitario in Diritto Sanitario presso l'Università CEU San Pablo
- ♦ Mediatore Civile e Commerciale per UEX

Dott. Corvillo Diaz, Rafael

- ♦ Avvocato presso CORVILLO ABOGADOS, S.L.P.
- ♦ Creatore dello strumento Ius Pro-Health®
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Estremadura
- ♦ Master Universitario in Diritto Sanitario presso l'Università CEU San Pablo
- ♦ Mediatore Civile e Commerciale per UEX

Dott. Pedrera Rosado, Alejandro

- ♦ Consulente specializzato in Digital Transformation del Diritto
- ♦ Cofondatore e Direttore legale di Hesperian Wares LLC
- ♦ Rappresentante di Partnerships in Factorial
- ♦ Esperto di Digitalizzazione del Diritto
- ♦ Master di Accesso all'Avvocatura presso l'Università di Estremadura
- ♦ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Estremadura

10

Impatto sulla tua carriera

Questo programma di TECH sarà indispensabile per i professionisti del settore che desiderano dare una svolta alla loro carriera. Questa specializzazione ti fornirà una combinazione unica di competenze tecniche e manageriali, che sono altamente apprezzate nel mercato del lavoro attuale. Ottenendo una conoscenza approfondita della gestione della produzione, nonché competenze in settori quali la pianificazione strategica, la gestione della supply chain e il miglioramento continuo, gli studenti saranno meglio posizionati per assumere ruoli di leadership in aziende manifatturiere e di servizi.



“

*Aprirai nuove opportunità di carriera,
tra cui ruoli di consulenza specialistica,
imprenditorialità produttiva e persino
leadership in organizzazioni no profit"*

Attraverso casi di studio, acquisirai le competenze e le conoscenze necessarie per affrontare le complesse sfide che comporta la gestione efficace della produzione nel mondo aziendale di oggi.

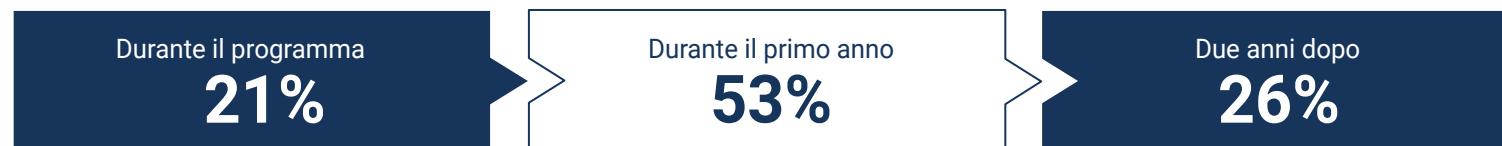
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Master Specialistico MBA in Direzione di Produzione di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali, a livello internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. E di aiutarti a raggiungere il successo.

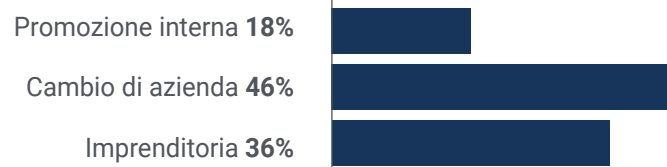
Per questo, chi vuole superare se stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e relazionarsi con i migliori, troverà il suo posto in TECH.

Questo programma 100% online ti darà un vantaggio competitivo nel mercato del lavoro, oltre a offrirti una strada chiara verso la crescita professionale e personale.

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

Questa formazione fornirà ai professionisti le competenze e le conoscenze per guidare efficacemente i processi di produzione, che possono portare a un significativo miglioramento dell'efficienza operativa, della qualità del prodotto e dell'ottimizzazione delle risorse. In questo modo, saranno meglio preparati a identificare e affrontare le sfide specifiche della gestione della produzione, nonché ad attuare pratiche innovative e strategie di miglioramento continuo. In questo senso, le aziende trarranno vantaggio dall'avere questi laureati tra i loro dipendenti, poiché saranno un bene inestimabile per migliorare le prestazioni operative e raggiungere obiettivi di crescita a lungo termine.





“

Sarai in grado di prendere decisioni strategiche informate e guidare team multidisciplinari, contribuendo a promuovere la crescita e la competitività di qualsiasi impresa”

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

L'MBA in Direzione di Produzione garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **MBA in Direzione di Produzione** 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 MBA in Direzione di Produzione**

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 MBA in Direzione di Produzione

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

Master Specialistico

MBA in Direzione di Produzione