

Master Especializado Senior Purchasing Management

M S S P M



Master Specialistico Senior Purchasing Management

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-senior-purchasing-management

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. 28

07

Metodologia

pag. 40

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 48

09

Direzione del corso

pag. 52

10

Prospettive di carriera

pag. 56

11

Benefici per la tua azienda

pag. 60

12

Titolo

pag. 64

01 Benvenuto

L'approvvigionamento di un'azienda è un'area fondamentale, in quanto la corretta gestione degli acquisti permetterà all'azienda di essere più competitiva e di ottenere maggiori profitti. Per questo motivo, la specializzazione dei responsabili di quest'area è di grande importanza. Con questo Master Specialistico potrai ampliare le tue conoscenze sulle strategie più appropriate per la negoziazione con i fornitori e la gestione degli acquisti, che ti permetteranno di effettuare una gestione più realistica ed efficace.



Master Specialistico in Senior Purchasing
Management TECH Università Tecnologica



“

Specializzati nella gestione degli acquisti e acquisisci la preparazione necessaria per migliorare il tuo lavoro quotidiano e raggiungere i massimi benefici per la tua azienda”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. 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 formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'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 multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 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.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 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 più di 200 nazioni differenti.

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



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

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 in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

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.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di 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 aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, 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, considerando le diverse aree dell'azienda.

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

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

Questo programma è progettato per rafforzare le capacità di gestione e di leadership, così come per sviluppare nuove competenze e abilità che saranno essenziali nel tuo sviluppo professionale. Al termine del programma, sarai in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.



“

Scopri come gestire strategicamente gli acquisti della tua azienda e dai una spinta alla tua carriera"

I tuoi obiettivi sono anche i nostri.

Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management ti preparerà a:

01

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

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

Sviluppare le principali competenze di leadership che devono definire i professionisti in attivo



03

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

05

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

06

Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

08

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

09

Acquisire le competenze comunicative necessarie a un leader aziendale per favorire l'ascolto e la comprensione del suo messaggio tra i membri della sua comunità

07

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

10

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



11

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

14

Realizzare la strategia di marketing che ci permette di far conoscere il nostro prodotto ai nostri potenziali clienti e di generare un'immagine adeguata della nostra azienda

12

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



13

Essere in grado di applicare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione alle diverse aree dell'azienda

15

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

16

Creare strategie innovative in linea con i nostri progetti

18

Definire le politiche, le pratiche e le leve che modellano la gestione degli acquisti, così come le relazioni cliente-fornitore

19

Utilizzare gli strumenti di acquisto più appropriati per la selezione e la valutazione dei migliori fornitori

17

Definire le politiche di acquisto e di approvvigionamento nel quadro della logistica integrata

20

Strutturare le necessità nell'ambito degli acquisti



21

Implementare un piano di miglioramento della produttività e di riduzione dei costi

22

Valutare e misurare i risultati attraverso l'identificazione delle chiavi

23

Sviluppare strategie di negoziazione che generano relazioni stabili e positive con i fornitori





24

Elaborare il piano strategico del dipartimento di approvvigionamento

25

Definire le implicazioni finanziarie della gestione degli acquisti sulla redditività dell'azienda

26

Acquisire capacità di leadership che permetteranno di sviluppare il proprio lavoro professionale con maggiore scioltezza

05

Competenze

Dopo aver superato le valutazioni del Master Specialistico in Senior Purchasing Management, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per una pratica di qualità e aggiornata, basata sulla metodologia didattica più innovativa.



“

*Sviluppa le competenze necessarie
per migliorare la propria carriera"*

01

Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo tale che gli obiettivi dell'azienda siano raggiunti

02

Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda

03

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

04

Gestire correttamente il team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda

05

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



06

Controllo dei processi di logistica, acquisti e approvvigionamento dell'azienda

08

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



09

Elaborare e condurre piani di marketing

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

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

11

Condurre i diversi progetti dell'azienda

14

Condurre un'analisi di mercato per capire la situazione dell'azienda e dei suoi concorrenti

12

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

15

Migliorare i processi di acquisto e approvvigionamento

13

Effettuare la diagnosi finanziaria dell'azienda

16

Comprendere l'importanza delle revisioni nel processo di acquisto e di approvvigionamento dell'azienda

17

Comprendere l'azienda e il processo logistico da una visione strategica internazionale

20

Cercare e selezionare i fornitori più adatti all'azienda

18

Ottenere conoscenze di diritto commerciale, del lavoro e fiscale relative all'azienda

21

Avere una pianificazione logistica internazionale per migliorare i profitti dell'azienda

19

Eseguire e gestire le prestazioni e la revisione contabile

22

Applicare i più alti standard di qualità in tutti i processi e progetti

06

Struttura e contenuti

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management è un programma su misura che viene impartito in un formato 100% online in modo che tu possa scegliere il tempo e il luogo che meglio si adattano alla tua disponibilità, ai tuoi orari e interessi. Un programma con una durata di 24 mesi che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante che getta le basi per il tuo successo professionale come dirigente e imprenditore.



“

*Ti offriamo un programma completo
per ampliare la tua preparazione
nella gestione degli acquisti”*

Piano di studi

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Durante le 3000 ore di studio verrà analizzata una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Master Specialistico in Senior Purchasing Management affronta approfonditamente le principali aree dell'azienda, ed è progettato affinché i dirigenti comprendano la gestione dell'approvvigionamento da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano progettato per te, focalizzato sul tuo miglioramento professionale e che ti prepara per raggiungere l'eccellenza nell'ambito direttivo e della gestione aziendale. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze. Un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha la durata di 24 mesi e si divide in 18 moduli:

| | |
|-------------------|--|
| Modulo 1. | Leadership, etica e CSR (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 di sistemi informativi |
| Modulo 7. | Direzione commerciale, marketing e comunicazione corporativa |
| Modulo 8. | Innovazione e direzione di progetti |
| Modulo 9. | <i>Management</i> e leadership |
| Modulo 10. | Logistica e gestione economica |
| Modulo 11. | Ricerche di mercato |
| Modulo 12. | Gestione di progetti e della qualità per gli acquirenti |
| Modulo 13. | Funzione degli acquisti e approvvigionamento |
| Modulo 14. | Gestione strategica degli acquisti |
| Modulo 15. | <i>Supplier relationship management</i> |
| Modulo 16. | Impatto socio-ecologico |
| Modulo 17. | <i>Global sourcing</i> |
| Modulo 18. | <i>Performance</i> e audit |



Dove, quando e come si realizza?

TECH ti offre la possibilità di realizzare questo programma completamente online. Durante i 24 mesi di specializzazione, potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento. Questo ti consentirà di autogestire il tuo tempo di studio.

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

Modulo 1. Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)

1.1. Globalizzazione e Amministrazione

- 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: internazionalizzazione dei mercati
- 1.1.2. Contesto economico e Governance Aziendale
- 1.1.3. Accountability o Rendicontazione

1.2. Leadership

- 1.2.1. Contesto interculturale
- 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa
- 1.2.2. Ruoli e responsabilità direttive

1.3. Etica d'impresa

- 1.3.1. Etica e integrità
- 1.3.2. Comportamento etico aziendale
- 1.3.3. Deontologia, codici etici e condotta
- 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione

1.4. Sostenibilità

- 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile
- 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico
- 1.4.3. Agenda 2030 e ODS

1.5. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.5.1. Responsabilità Sociale delle Imprese
- 1.5.2. Ruoli e responsabilità
- 1.5.3. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

Modulo 2. Direzione strategica e *management* direzionale

2.1. Analisi e design organizzativo

- 2.1.1. Cultura organizzativa
- 2.1.2. Analisi organizzativa
- 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa

2.2. Strategia Aziendale

- 2.2.1. Strategia di livello aziendale
- 2.2.2. Tipologie di strategie di livello aziendale
- 2.2.3. Determinazione della strategia aziendale
- 2.2.4. Strategia aziendale e immagine di prestigio

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Pensieri strategici
- 2.3.2. Formulazione e Pianificazione strategica
- 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Aziendale

2.4. Modelli e Schemi Strategici

- 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
- 2.4.2. Strategia aziendale: metodologie
- 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia aziendale

2.5. Direzione strategica

- 2.5.1. Missione, visione e valori strategici
- 2.5.2. Balanced Scorecard/Scheda di valutazione
- 2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della strategia corporativa
- 2.5.4. Direzione strategica e *reporting*

2.6. Introduzione ed esecuzione strategica

- 2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e impatti
- 2.6.2. Supervisione e allineamento strategico
- 2.6.3. Approccio di miglioramento continuo

2.7. Management Direttivo

- 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 2.7.2. Politica di Gestione e Processi
- 2.7.3. Knowledge Management

2.8. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 2.8.2. Metodo Casistico
- 2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

Modulo 3. Direzione di persone e gestione del talento**3.1. Comportamento organizzativo**

- 3.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 3.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 3.1.3. Strategie corporative, tipologie e gestione della conoscenza

3.2. Direzione strategica del personale

- 3.2.1. Progettazione del posto di lavoro, assunzione e selezione
- 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione e attuazione
- 3.2.3. Analisi del posto di lavoro; progettazione e selezione del personale
- 3.2.4. Formazione e crescita professionale

3.3. Sviluppo direttivo e leadership

- 3.3.1. Capacità manageriali: competenze e abilità del XXI secolo
- 3.3.2. Abilità non manageriali
- 3.3.3. Mappa delle competenze e abilità
- 3.3.4. Leadership e direzione del personale

3.4. Gestione del cambiamento

- 3.4.1. Analisi del rendimento
- 3.4.2. Approccio strategico
- 3.4.3. Gestione del cambiamento: fattori chiave, progettazione e gestione dei processi
- 3.4.4. Approccio di miglioramento continuo

3.5. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 3.5.1. Obiettivi della negoziazione: elementi distintivi
- 3.5.2. Tecniche di negoziazione efficace
- 3.5.3. Conflitti: fattori e tipologie
- 3.5.4. Gestione efficiente dei conflitti: negoziazione e comunicazione

3.6. Comunicazione direttiva

- 3.6.1. Analisi del rendimento
- 3.6.2. Dirigere il cambiamento. Resistenza al cambiamento
- 3.6.3. Gestione dei processi di cambiamento
- 3.6.4. Gestione di team multiculturali

3.7. Gestione di team e svolgimento del personale

- 3.7.1. Contesto multiculturale e multidisciplinare
- 3.7.2. Gestione di team e svolgimento del personale
- 3.7.3. *Coaching* e prestazione del personale
- 3.7.4. Riunioni di gestione: pianificazione e gestione del tempo

3.8. Gestione della conoscenza e del talento

- 3.8.1. Identificazione della conoscenza e talento delle organizzazioni
- 3.8.2. Modelli corporativi di gestione della conoscenza e del talento
- 3.8.3. Creatività e innovazione

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

- 4.1.1. Teoria delle organizzazioni
- 4.1.2. Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 4.1.3. Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza

4.2. Contabilità Direttiva

- 4.2.1. Quadro contabile internazionale
- 4.2.2. Introduzione al ciclo contabile
- 4.2.3. Bilanci d'esercizio delle imprese
- 4.2.4. Analisi dei Bilanci D'esercizio: presa di decisioni

4.3. Bilancio di previsione e Controllo di Gestione

- 4.3.1. Pianificazione di bilancio di previsione
- 4.3.2. Controllo di Gestione: progetto e obiettivi
- 4.3.3. Supervisione e reporting

4.4. Responsabilità Sociale delle imprese

- 4.4.1. Responsabilità fiscale aziendale
- 4.4.2. Procedura fiscale: un approccio caso per caso

4.5. Sistemi di controllo delle imprese

- 4.5.1. Tipologie di Controllo
- 4.5.2. Adempimento Normativo/*Compliance*
- 4.5.3. Revisione interna
- 4.5.4. Revisione Esterna

4.6. Direzione Finanziaria

- 4.6.1. Introduzione alla Direzione Finanziaria
- 4.6.2. Direzione Finanziaria e strategia aziendale
- 4.6.3. Direttore finanziario o Chief Financial Officer (CFO): competenze manageriali

4.7. Pianificazione Finanziaria

- 4.7.1. Modelli di business e necessità di finanziamento
- 4.7.2. Strumenti di analisi finanziaria
- 4.7.3. Pianificazione Finanziaria a corto termine
- 4.7.4. Pianificazione Finanziaria a lungo termine

4.8. Strategia Finanziaria Aziendale

- 4.8.1. Investimenti Finanziari Aziendali
- 4.8.2. Crescita strategica: tipologie

4.9. Contesto Macroeconomico

- 4.9.1. Analisi Macroeconomica
- 4.9.2. Indicatori di congiuntura
- 4.9.3. Ciclo economico

4.10. Finanziamento Strategico

- 4.10.1. Attività bancaria: ambiente attuale
- 4.10.2. Analisi e gestione del rischio

4.11. Mercati monetari e di capitali

- 4.11.1. Mercato a Rendita Fissa
- 4.11.2. Mercato a Rendita Variabile
- 4.11.3. Valutazione di imprese

4.12. Analisi e risoluzione di casi/problemi

- 4.12.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi
- 4.12.2. Metodo Casistico

Modulo 5. Direzione di operazioni e logistica

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>5.1. Direzione delle operazioni</p> <p>5.1.1. Definire la strategia delle operazioni</p> <p>5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di approvvigionamento</p> <p>5.1.3. Sistema di indicatori</p> | <p>5.2. Direzione di acquisti</p> <p>5.2.1. Gestione di Stock</p> <p>5.2.2. Gestione magazzini</p> <p>5.2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento</p> | <p>5.3. Supply chain management I</p> <p>5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni</p> <p>5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda</p> <p>5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni</p> | <p>5.4. Supply chain management II Esecuzione</p> <p>5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking</p> <p>5.4.2. Direzione Logistica</p> <p>5.4.3. Acquisti</p> |
| <p>5.5. Processi logistici</p> <p>5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi</p> <p>5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione</p> <p>5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti</p> <p>5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita</p> | <p>5.6. Logistica e clienti</p> <p>5.6.1. Analisi della domanda e previsione</p> <p>5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite</p> <p>5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement</p> | <p>5.7. Logistica internazionale</p> <p>5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione</p> <p>5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale</p> <p>5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale</p> | <p>5.8. Competere dalle operazioni</p> <p>5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda</p> <p>5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti</p> <p>5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni</p> |

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>6.1. Direzione di sistemi informativi</p> <p>6.1.1. Sistemi di informazione aziendale</p> <p>6.1.2. Decisioni strategiche</p> <p>6.1.3. Ruolo del CIO</p> | <p>6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale</p> <p>6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali</p> <p>6.2.2. Modelli di business basati su Internet</p> <p>6.2.3. Il valore della IT nell'azienda</p> | <p>6.3. Pianificazione strategica di SI</p> <p>6.3.1. Il processo di pianificazione strategica</p> <p>6.3.2. Formulazione della strategia di SI</p> <p>6.3.3. Piano di introduzione della strategia</p> | <p>6.4. Sistemi informativi e business intelligence</p> <p>6.4.1. CRM e Business Intelligence</p> <p>6.4.2. Gestione di Progetti di Business Intelligence</p> <p>6.4.3. Architettura di Business Intelligence</p> |
| <p>6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC</p> <p>6.5.1. Modelli di business di base tecnologica</p> <p>6.5.2. Capacità per innovare</p> <p>6.5.3. Ridisegno dei processi della catena di valore</p> | <p>6.6. E-commerce</p> <p>6.6.1. Piano Strategico di E-commerce</p> <p>6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce</p> <p>6.6.3. E-commerce come opportunità di internazionalizzazione</p> | <p>6.7. Strategie di e-business</p> <p>6.7.1. Strategie sui Social Media</p> <p>6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente</p> <p>6.7.3. Regolazione digitale</p> | <p>6.8. Digital business</p> <p>6.8.1. Mobile e-Commerce</p> <p>6.8.2. Progettazione e fruibilità</p> <p>6.8.3. Operazioni dell'e-commerce</p> |

Modulo 7. Direzione commerciale, marketing e comunicazione aziendale

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>7.1. Direzione Commerciale</p> <p>7.1.1. Direzione di vendite</p> <p>7.1.2. Strategia commerciale</p> <p>7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione</p> <p>7.1.4. Direzione di team di vendite</p> | <p>7.2. Marketing</p> <p>7.2.1. Marketing e impatto aziendale</p> <p>7.2.2. Variabili base del Marketing</p> <p>7.2.3. Piano di Marketing</p> | <p>7.3. Gestione strategica di Marketing</p> <p>7.3.1. Fonti di innovazione</p> <p>7.3.2. Tendenze attuali nel Marketing</p> <p>7.3.3. Strumenti di Marketing</p> <p>7.3.4. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti</p> | <p>7.4. Strategia di Marketing Online</p> <p>7.4.1. Approccio al Marketing Online</p> <p>7.4.2. Strumenti di Marketing Online</p> <p>7.4.3. Inbound marketing ed evoluzione del marketing digitale</p> |
| <p>7.5. Strategia di vendita e comunicazione</p> <p>7.5.1. Posizionamento e promozione</p> <p>7.5.2. Pubbliche relazioni</p> <p>7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione</p> | <p>7.6. Comunicazione Aziendale</p> <p>7.6.1. Comunicazione interna ed esterna</p> <p>7.6.2. Dipartimento di Comunicazione</p> <p>7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali</p> | <p>7.7. Strategia di Comunicazione Aziendale</p> <p>7.7.1. Strategia Aziendale di Comunicazione</p> <p>7.7.2. Piano di Comunicazione</p> <p>7.7.3. Redazione di comunicati stampa/Clipping / Publicity</p> | |

Modulo 8. Innovazione e direzione di progetti**8.1. Innovazione**

- 8.1.1. Macro Concetto di innovazione
- 8.1.2. Tipologie di innovazione
- 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
- 8.1.4. Formazione e Innovazione

8.2. Strategia di Innovazione

- 8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
- 8.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
- 8.2.3. Seminari di innovazione

8.3. Progettazione e verifica del modello di business

- 8.3.1. Metodologia *Lean Startup*
- 8.3.2. Iniziativa di business innovatore: fasi
- 8.3.3. Modalità di finanziamento
- 8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello *canvas* e metriche
- 8.3.5. Crescita e fidelizzazione

8.4. Direzione e Gestione di Progetti

- 8.4.1. Opportunità di innovazione
- 8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
- 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
- 8.4.4. Esecuzione dei Progetti
- 8.4.5. Chiusura dei Progetti

Modulo 9. Management leadership**9.1. General management**

- 9.1.1. Integrazione di strategie funzionali nelle strategie globali di business
- 9.1.2. Politica di Gestione e Processi
- 9.1.3. *Society and Enterprise*

9.2. Strategia competitiva

- 9.2.1. Analisi del mercato
- 9.2.2. Vantaggi competitivi sostenibili
- 9.2.3. Ricompensa dell'investimento

9.3. Pianificazione e strategia

- 9.3.1. Rilevanza della direzione strategica nel processo di controllo di gestione
- 9.3.2. Analisi del contesto e dell'organizzazione
- 9.3.3. *Lean Management*

9.4. Gestione del talento

- 9.4.1. Gestione del Capitale Umano
- 9.4.2. Contesto, strategia e metrica
- 9.4.3. Innovazione nella gestione del personale

9.5. Negoziazione

- 9.5.1. Negoziazione interculturale
- 9.5.2. Approcci alla negoziazione
- 9.5.3. Tecniche di negoziazione efficace
- 9.5.4. Ristrutturazione

Modulo 10. Logistica e gestione economica**10.1. Diagnostico finanziario**

- 10.1.1. Indicatori per l'analisi degli stati finanziari
- 10.1.2. Analisi di rendimento
- 10.1.3. Rendimento economico e finanziario di un'impresa

10.2. Analisi economica delle decisioni

- 10.2.1. Controllo di Budget
- 10.2.2. Analisi della concorrenza. Analisi comparativa
- 10.2.3. Processo decisionale. Investimento o disinvestimento imprenditoriale

10.3. Valutazione di investimenti e portfolio management

- 10.3.1. Rendita dei progetti di investimento e creazione di valore
- 10.3.2. Modelli per la valutazione di progetti di investimento
- 10.3.3. Analisi di sensibilità, elaborazione di scenari e strutture decisionali

10.4. Gestione finanziaria per la gestione degli acquisti

- 10.4.1. Effetto moltiplicatore degli acquisti sui profitti
- 10.4.2. Costo-efficacia e riduzione dei costi
- 10.4.3. Costo-opportunità delle attività

10.5. Controllo economico degli acquisti

- 10.5.1. KPI, indicatori chiave di gestione degli acquisti
- 10.5.2. Impatto sui costi totali di una corretta gestione dei KPI
- 10.5.3. Scheda di valutazione economica e di controllo degli acquisti

10.6. Gestione del magazzino, dello stock e della logistica

- 10.6.1. Direzione di logistica di acquisti
- 10.6.2. Gestione di *Stock*
- 10.6.3. Gestione magazzini

Modulo 11. Ricerche di mercato

11.1. Nuovo contesto competitivo

- 11.1.1. Innovazione tecnologica e impatto economico
- 11.1.2. Società della conoscenza
- 11.1.3. Il nuovo profilo del consumatore

11.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

- 11.2.1. Variabili e scale di misura
- 11.2.2. Fonti di Informazione
- 11.2.3. Tecniche di campionatura
- 11.2.4. Trattamento e analisi dei dati

11.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

- 11.3.1. Tecniche dirette: *focus group*
- 11.3.2. Tecnologie antropologiche
- 11.3.3. Tecniche indirette
- 11.3.4. *Two face mirror* e metodo *Delphi*

11.4. Segmentazione dei mercati

- 11.4.1. Tipologia di mercato
- 11.4.2. Concetto e analisi della domanda
- 11.4.3. Segmentazione e criteri
- 11.4.4. Definizione di pubblico obiettivo

11.5. Tipi di comportamento di acquisto

- 11.5.1. Comportamento complesso
- 11.5.2. Comportamento riduttivo di discordanza
- 11.5.3. Comportamento di ricerca varia
- 11.5.4. Comportamento abituale di acquisto

11.6. Sistemi informativi di marketing

- 11.6.1. Approcci concettuali dei sistemi informativi di marketing
- 11.6.2. *Data Warehouse and Datamining*
- 11.6.3. Sistemi informativi geografici

11.7. Gestione di progetti di ricerca

- 11.7.1. Strumenti di analisi informative
- 11.7.2. Sviluppo del piano di gestione di prospettive
- 11.7.3. Valutazione di affidabilità dei progetti

11.8. *Marketing intelligence*

- 11.8.1. *Big Data*
- 11.8.2. Esperienza dell'utente
- 11.8.3. Applicazione di tecniche

Modulo 12. Gestione di progetti e della qualità per gli acquirenti

12.1. *Lean Management*

- 12.1.1. Principi base del *Lean Management*
- 12.1.2. Gruppi di miglioramento e problem solving
- 12.1.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità

12.2. Strumenti Lean per la gestione dei progetti

- 12.2.1. Strumenti per il miglioramento della qualità
- 12.2.2. Strumenti di miglioramento dei costi
- 12.2.3. Strumenti per migliorare le scadenze
- 12.2.4. Strumenti per migliorare il coinvolgimento del personale

12.3. Applicazione pratica della gestione *Lean*: principi e regole di base

- 12.3.1. Identificare gli sprechi negli Acquisti e *Procurement*
- 12.3.2. Applicazione pratica delle 4 regole *Lean*
- 12.3.3. Definizione unica dei sottoprocessi tramite SIPOC

12.4. *Lean six-sigma* nei processi di acquisto

- 12.4.1. Massimizzare il valore attraverso l'approccio di miglioramento DMAIC
- 12.4.2. Diagnosi della capacità del processo e del potenziale di miglioramento
- 12.4.3. Uso delle metriche di processo e di risultato nel *Procurement*

12.5. Gestione della qualità nei progetti

- 12.5.1. Pianificazione di progetti basata su requisiti e specifiche
- 12.5.2. Requisiti del cliente e valutazione della concorrenza
- 12.5.3. Obiettivi, relazioni e correlazioni
- 12.5.4. Analisi modale degli errori e degli effetti

12.6. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti

- 12.6.1. *Total Quality Management*
- 12.6.2. *Six Sigma* come sistema globale di gestione aziendale
- 12.6.3. Modello EFQM

12.7. Mappa della catena del valore nei processi di approvvigionamento

- 12.7.1. Identificazione di obiettivi concreti di miglioramento
- 12.7.2. Regolazione e bilanciamento dei processi per ridurre il tempo non sfruttato e ottimizzare le risorse

Modulo 13. Funzione degli acquisti e approvvigionamento

13.1. Acquisti e catena del valore

- 13.1.1. Missione, obiettivo e struttura del dipartimento acquisti e approvvigionamento
- 13.1.2. Componenti principali del dipartimento acquisti
- 13.1.3. Acquisti e flusso logistico dell'azienda
- 13.1.4. Gestione degli indicatori, scheda di valutazione

13.2. Sviluppo della Strategia di Approvvigionamento

- 13.2.1. Condizioni di acquisto e di vendita
- 13.2.2. Gestione di ricevute, ordini e bolle di consegna
- 13.2.3. Gestione di problematiche e dell'inventario

13.3. Analisi del prezzo, del costo e del valore d'acquisto

- 13.3.1. *Category Management*
- 13.3.2. Sistemi RFP e RFQ
- 13.3.3. Indici internazionali per il fissaggio dei prezzi
- 13.3.4. Fissaggio dinamico dei prezzi

13.4. Gestione del rischio negli acquisti

- 13.4.1. Natura del rischio
- 13.4.2. Rischi nel mercato delle forniture
- 13.4.3. Assicurazioni
- 13.4.4. Rischi di prezzo, volatilità

13.5. e-Procurement

- 13.5.1. E-business ed e-sourcing
- 13.5.2. Aste e aste inverse
- 13.5.3. Costi di applicazione e sistemi più comunemente usati
- 13.5.4. E-purchasing

13.6. Acquisti in diverse industrie e settori

- 13.6.1. Acquisto di servizi
- 13.6.2. Acquisto di beni strumentali
- 13.6.3. Acquisti di *merchandising*, marketing, pubblicità
- 13.6.4. IT, trasporti e altri settori
- 13.6.5. Appalti nel settore pubblico

Modulo 14. Gestione strategica degli acquisti

14.1. Gestione strategica degli acquisti

- 14.1.1. Nuove sfide nell'acquisto, nel *sourcing* e nell'approvvigionamento
- 14.1.2. Funzione di acquisto nell'azienda e nella catena di approvvigionamento
- 14.1.3. Funzione di approvvigionamento come fornitore di risorse
- 14.1.4. Aspetti legali della funzione di approvvigionamento

14.2. *Lean management* nei processi di acquisto

- 14.2.1. *Lean Buying*
- 14.2.2. *Outsourcing* nella SCM
- 14.2.3. *Lean Supplying*

14.3. Progetto della strategia di acquisti

- 14.3.1. Esternalizzazione
- 14.3.2. Subcontrattazione dei processi
- 14.3.3. Globalizzazione
- 14.3.4. Delocalizzazione

14.4. *Outsourcing-insourcing*

- 14.4.1. Modelli e processi di acquisto
- 14.4.2. Modelli di segmentazione
- 14.4.3. Ruolo dell'*e-Procurement*

14.5. Approvvigionamento strategico

- 14.5.1. Selezione dei fornitori e strategia
- 14.5.2. Generazione dei valori dall'approvvigionamento strategico
- 14.5.3. Operatori logistici e approvvigionamento

14.6. Progettazione e gestione del magazzino

- 14.6.1. Progettazione avanzata dei magazzini
- 14.6.2. *Picking e Sorting*
- 14.6.3. Controllo del flusso di materiali

14.7. *Lean Warehouse*

- 14.7.1. Fondamenti di *Lean Warehousing*
- 14.7.2. Sistemi di gestione dell'inventario
- 14.7.3. Radiofrequenza nel design del magazzino

14.8. Gestione del trasporto e della distribuzione

- 14.8.1. Coordinazione tra trasporto e immagazzinaggio
- 14.8.2. Zone di attività logistica, ZAL
- 14.8.3. Normative e accordi per il trasporto aereo e terrestre di merce

14.9. Logistica interna

- 14.9.1. Calcolo dei bisogni
- 14.9.2. Tipologia di magazzini in un sistema JIT
- 14.9.3. Forniture *DOUKI SEISAN*
- 14.9.4. *Lean materials handling*

Modulo 15. Supplier relationship management

15.1. Pianificazione della ricerca di fornitori

- 15.1.1. Processo di offerta e sviluppo di criteri
- 15.1.2. Identificazione dei potenziali fornitori
- 15.1.3. Selezione dei fornitori

15.2. Criteri di selezione dei fornitori

- 15.2.1. Criteri economici
- 15.2.2. Criteri di qualità
- 15.2.3. Altri criteri

15.3. Gestione delle relazioni con i fornitori

- 15.3.1. Etica delle relazioni
- 15.3.2. Pianificazione del reclutamento
- 15.3.3. Acquisizione di servizi

15.4. Integrazione dei fornitori nella catena di valore

- 15.4.1. Fasi del processo di integrazione
- 15.4.2. Rischi e parametri di controllo
- 15.4.3. Monitoraggio
- 15.4.4. Interruzione dell'integrazione

15.5. Diritto commerciale

- 15.5.1. Il contratto di compravendita
- 15.5.2. Pagamenti e morosità
- 15.5.3. Garanzie di rendimento
- 15.5.4. Responsabilità per danni causati da prodotti difettosi
- 15.5.5. Contratti di affitto

15.6. Diritto del lavoro

- 15.6.1. Appalto edilizio e servizi
- 15.6.2. Responsabilità solidale sul lavoro
- 15.6.3. Responsabilità sussidiaria per la sicurezza sociale
- 15.6.4. Prevenzione dei rischi sul lavoro

15.7. Diritto fiscale

- 15.7.1. Responsabilità fiscali nel subappalto
- 15.7.2. Ripercussioni fiscali degli acquisti

15.8. Gestione e amministrazione dei contratti

- 15.8.1. Negoziazione e attuazione
- 15.8.2. Monitoraggio e controllo dei risultati
- 15.8.3. Chiusura del contratto

Modulo 16. Impatto socio-ecologico

16.1. Responsabilità sociale corporativa

- 16.1.1. Visione strategica della Responsabilità Sociale Aziendale
- 16.1.2. Sistemi e modelli per l'implementazione di CSR
- 16.1.3. Organizzazione della CSR
- 16.1.4. Ruoli e responsabilità

16.2. SCM e corporate responsibility

- 16.2.1. Creazione di valore in un'economia di beni immateriali
- 16.2.2. CSR: impegno imprenditoriale
- 16.2.3. Impatto sociale, ambientale ed economico

16.3. Finanza e investimenti responsabili

- 16.3.1. Trasparenza dell'informazione
- 16.3.2. Finanziamenti e investimenti responsabili
- 16.3.3. Economia sociale, cooperativismo e responsabilità sociale delle imprese

16.4. Impresa e medio ambiente

- 16.4.1. Sviluppo sostenibile
- 16.4.2. Sviluppi legislativi nella responsabilità ambientale
- 16.4.3. Risposta delle imprese alle problematiche ambientali
- 16.4.4. Rifiuti ed emissioni

16.5. Sistemi e strumenti di gestione responsabili

- 16.5.1. Sistemi di gestione della responsabilità sociale
- 16.5.2. Sistemi di gestione della qualità, dell'ambiente e della salute e sicurezza sul lavoro
- 16.5.3. Revisioni

16.6. Etica d'impresa

- 16.6.1. Comportamento etico aziendale
- 16.6.2. Deontologia e codice etico
- 16.6.3. Frode e conflitto d'interessi

Modulo 17. Global sourcing**17.1. Contesto economico globale**

- 17.1.1. Fondamenti dell'economia globale
- 17.1.2. La globalizzazione dell'azienda e i mercati finanziari
- 17.1.3. *Growth & development in emerging markets*
- 17.1.4. Sistema monetario internazionale

17.2. Adattamento degli acquisti al *Global sourcing*

- 17.2.1. Struttura degli acquisti
- 17.2.2. Necessità di nuove competenze
- 17.2.3. Intermediari

17.3. Gestione delle importazioni

- 17.3.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 17.3.2. Istituzioni e accordi di commercio internazionale
- 17.3.3. Legislatura doganale
- 17.3.4. Gestione degli impianti e acquisti internazionali

17.4. Distribuzione logistica internazionale

- 17.4.1. Piattaforme logistiche a livello internazionale
- 17.4.2. Operatore di trasporto internazionale
- 17.4.3. *Hub* e distribuzione

17.5. Incoterms e gestione dei documenti internazionali

- 17.5.1. Esportazione o impianto
- 17.5.2. Il contratto di agenzia, distribuzione e compravendita internazionale
- 17.5.3. La proprietà industriale e intellettuale
- 17.5.4. Classificazione tariffaria

17.6. Modi e mezzi di pagamento internazionale

- 17.6.1. La decisione del mezzo di pagamento
- 17.6.2. Il credito documentario
- 17.6.3. Garanzia bancaria e credito documentario

17.7. *Lean logistics Internazionale*

- 17.7.1. Fondamenti *Lean* con applicazione nella logistica internazionale
- 17.7.2. Principali implicazioni e requisiti
- 17.7.3. Altre metodologie di miglioramento dei processi

Modulo 18. Performance e Audit**18.1. Aspetti generali degli indicatori di performance aziendale**

- 18.1.1. Funzioni degli indicatori di gestione
- 18.1.2. Pannello di indicatori e *Balance Score Card*
- 18.1.3. Indicatori logistici

18.2. Indicatori di acquisti di materiali di partenza

- 18.2.1. Indicatori di efficacia
- 18.2.2. Indicatori economici
- 18.2.3. Indicatori di relazione con il cliente interno
- 18.2.4. Indicatori dell'efficacia degli acquisti
- 18.2.5. Indicatori di efficienza degli acquisti
- 18.2.6. Obiettivi di approvvigionamento

18.3. Indicatori di approvvigionamento di servizi

- 18.3.1. Indicatori economici
- 18.3.2. Indicatori dell'efficacia degli acquisti
- 18.3.3. Indicatori di efficacia
- 18.3.4. Indicatori di relazione
- 18.3.5. Indicatori di relazione con il cliente interno

18.4. Altri indicatori

- 18.4.1. Indicatori di performance
- 18.4.2. Indicatori di produttività del team di acquisto

18.5. Audit di approvvigionamento

- 18.5.1. Politica generale di controllo
- 18.5.2. Obiettivi di controllo
- 18.5.3. Ambito della revisione sui controlli degli acquisti
- 18.5.4. Controllo interno, formazione, politiche e procedure del contraente

18.6. Benchmarking nella gestione degli acquisti

- 18.6.1. Tipi di *benchmarking*
- 18.6.2. Realizzare un *benchmark* nel mercato
- 18.6.3. Risultati e vantaggi dell'applicazione del *benchmarking* in un dipartimento acquisti
- 18.6.4. La misura della valutazione comparativa

07

Metodologia

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



Stage di competenze manageriali

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



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management di TECH è un programma rivolto a professionisti con esperienza che vogliono aggiornare le loro conoscenze e avanzare nella loro carriera professionale. La diversità dei partecipanti, con diversi profili accademici e di diverse nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.





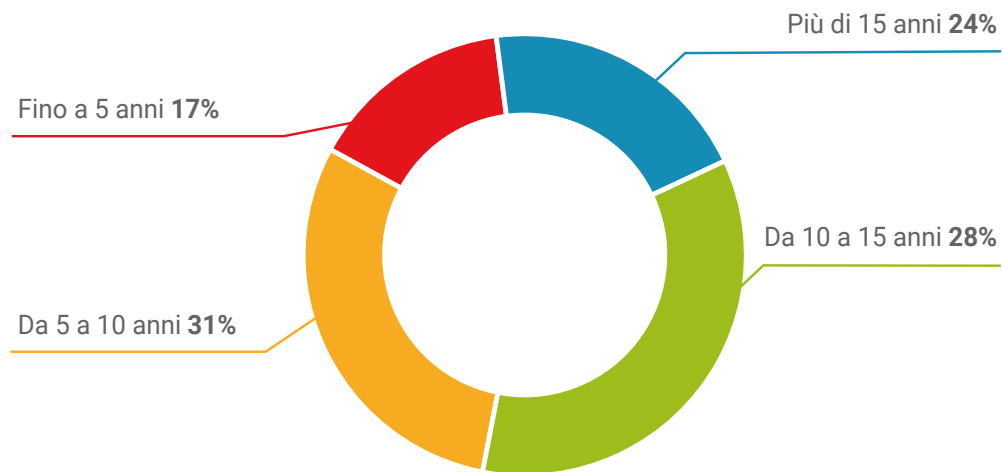
“

Un programma di alto livello che aiuta i professionisti alla ricerca d'eccellenza”

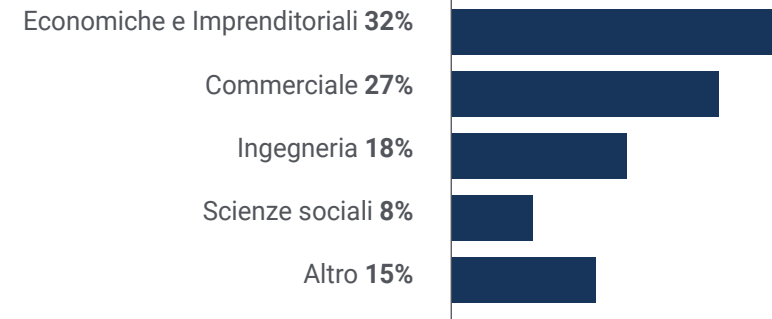
Età media

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

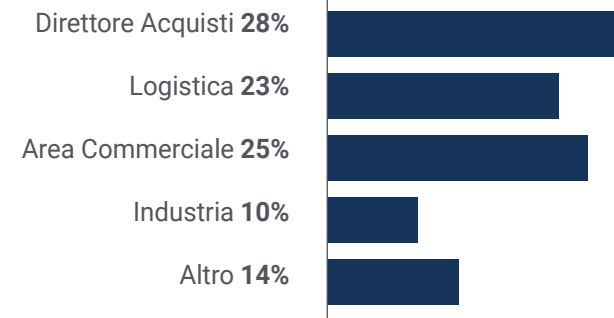
Anni di esperienza



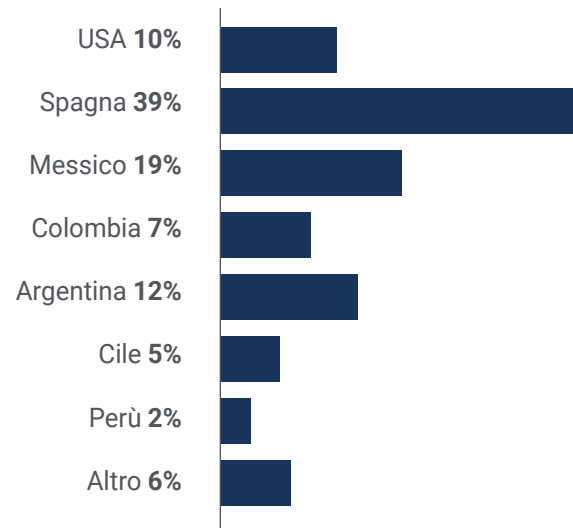
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Margarita Pisaca

Direttrice di acquisti in una multinazionale

"Il completamento di questo Master Specialistico di TECH è stata un'esperienza unica a livello accademico, grazie alla qualità dei suoi contenuti e, naturalmente, alla sua modalità online, essenziale per poterlo combinare con il resto dei miei impegni. Grazie ad esso, ho potuto aggiornare le mie conoscenze in un settore in cui lavoro da anni, ma in cui sentivo di dover approfondire ulteriormente."

09

Direzione del corso

Questo programma accademico dispone del personale docente più specializzato dell'attuale mercato educativo. Si tratta di specialisti selezionati da TECH per sviluppare l'intero percorso educativo. In questo modo, basandosi sulla propria esperienza e sulle ultime evidenze, hanno progettato i contenuti più aggiornati che offrono garanzia di qualità in una materia così rilevante.



“

TECH mette a tua disposizione il personale docente più specializzato nell'area di studio. Iscriviti subito e approfitta della qualità che ti meriti”

Direttore ospite internazionale

Manuel Arens è un professionista esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre la posizione di responsabile acquisti globali nella divisione Infrastruttura Tecnica e Centro Dati di Google, dove ha trascorso la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operative del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati anagrafici, l'aggiornamento dei dati dei fornitori e la definizione delle priorità dei fornitori. Ha guidato la pianificazione della catena di approvvigionamento dei data center e la valutazione del rischio dei fornitori, generando miglioramenti nei processi e nella gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro nella fornitura di soluzioni digitali e di leadership per aziende di diversi settori, ha maturato una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui marketing, media analytics, misurazione e attribuzione. Per il suo lavoro ha ricevuto diversi premi, tra cui il BIM Leadership Award, il Search Leadership Award, l'Export Lead Generation Programme Award e l'EMEA Best Sales Model Award.

Arens ha anche ricoperto il ruolo di Sales Manager a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha creato un team di 4-14 persone nell'arco di tre anni e ha guidato il team di vendita a raggiungere risultati e a collaborare bene tra loro e con i team interfunzionali. Inoltre ha ricoperto il ruolo di Analista Senior del Settore, con sede ad Amburgo, in Germania, creando storyline per oltre 150 clienti e utilizzando strumenti interni e di terze parti a supporto dell'analisi. Ha sviluppato e scritto rapporti approfonditi per dimostrare la sua padronanza della materia, compresa la comprensione dei fattori macroeconomici e politico-normativi che influenzano l'adozione e la diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team di aziende come Eaton, Airbus e Siemens, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della catena di fornitura. È particolarmente noto per aver superato continuamente le aspettative costruendo relazioni preziose con i clienti e lavorando senza problemi con le persone a tutti i livelli di un'organizzazione, compresi gli stakeholder, il management, i membri del team e i clienti. Il suo approccio orientato ai dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader di spicco nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Senior B2B Analytics and Technology Manager presso Google, Stati Uniti
- Direttore vendite presso Google, Irlanda
- Analista Industrial Senior presso Google, Germania
- Account Manager presso Google, Irlanda
- Accounts Payable presso Eaton, Regno Unito
- Responsabile della catena di approvvigionamento presso Airbus, Germania

“

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

10

Prospettive di carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo dovrebbe essere la crescita professionale. È per questo che mettiamo tutti i nostri strumenti a disposizione affinché tu possa acquisire le competenze e le abilità necessarie che ti permetteranno di realizzare questo cambiamento.





“

In TECH ci impegniamo pienamente ad aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che meriti”

Immergiti nello studio di questo Master Specialistico e ottieni la promozione che tanto desideravi.

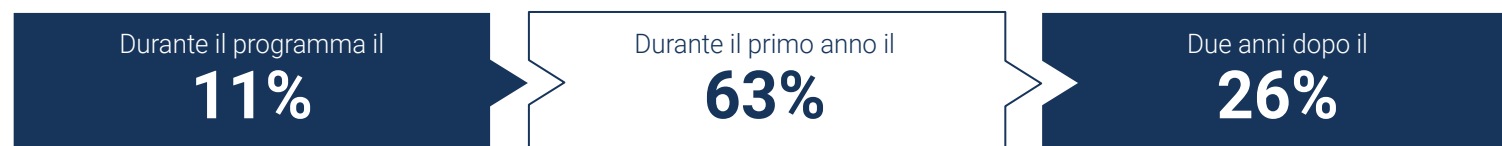
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutandoti a raggiungere il successo.

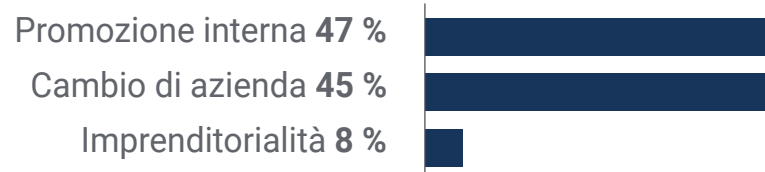
Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto che fa per te.

Se sei interessato al miglioramento professionale, non esitare a specializzarti con TECH. Abbiamo il miglior programma accademico del mercato.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



11

Benefici per la tua azienda

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico ti farà migliorare non solo a livello personale, ma, soprattutto, a livello professionale, aumentando la preparazione del professionista e migliorando le capacità manageriali. Inoltre, unirsi alla comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti e fornitori.



“

Al completamento di questo Master Specialistico conferirai una nuova visione di business alla tua azienda”

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista porterà 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 manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda

03

Creare agenti di cambiamento

Il professionista sarà 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 potrà 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 agli studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e dare un impulso all'organizzazione

12 Titolo

Il Master Specialistico in Senior Purchasing Management ti 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 il tuo titolo universitario senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Specialistico in Senior Purchasing Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

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

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

Titolo: **Master Specialistico in Senior Purchasing Management**

N.° Ore Ufficiali: **3.000 O.**



*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 Senior Purchasing Management

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

Master Especialístico

Senior Purchasing Management

