

Master Specialistico

Senior Strategy Management

M S S S M





tech università
tecnologica

Master Specialistico Senior Strategy Management

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-senior-strategy-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. 42

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 50

09

Direzione del corso

pag. 54

10

Impacto sulla tua carriera

pag. 60

11

Benefici per la tua azienda

pag. 64

12

Titolo

pag. 68

01 Benvenuto

Raggiungere gli obiettivi fissati a livello aziendale dovrebbe essere lo scopo dei manager dell'azienda, ma per farlo, è necessario avere una strategia aziendale appropriata per dirigere i movimenti della ditta verso il raggiungimento degli obiettivi. TECH si propone di dare allo studente le chiavi per diventare un manager di successo con questo Master Specialistico che combina i migliori contenuti sulla gestione aziendale con i concetti più specifici della direzione strategica d'impresa.



Master Specialistico in Senior Strategy Management
TECH - Università Tecnologica



“

La società di oggi richiede manager con un nuovo profilo, molto più in linea con le nuove tendenze e che si distinguono per essere tecnologicamente esperti, ascoltando attivamente i loro lavoratori e facendo autocritica sul loro lavoro”

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 offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea più riconosciuta a livello internazionale) con i "casi di studio" della Harvard Business School. 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. 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.



Grazie a TECH potrai disporre dei casi di studio proposti dalla Harvard Business School

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 Master 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. Dopo il programma, sarai in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale.



“

Uno dei nostri obiettivi chiave è quello di aiutarti a sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente il tuo business”

I tuoi obiettivi sono anche i nostri.

Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management preparerà gli studenti 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: progettazione, piano di fattibilità, esecuzione, monitoraggio

16

Definire gli elementi della strategia come fondamento principale della gestione strategica

18

Analizzare il comportamento strategico di un'organizzazione a diversi livelli

19

Sviluppare e implementare la strategia più appropriata per raggiungere gli obiettivi dell'azienda

17

Conoscere i diversi tipi di strategia che possono essere implementati in un'azienda

20

Descrivere la logica del processo di gestione strategica e il significato di ciascuna delle sue fasi



21

Definire le relazioni di base dell'azienda con il suo ambiente

24

Applicare la conoscenza teorica a situazioni di vita reale attraverso studi di casi

22

Analizzare l'influenza degli stakeholder o dei soggetti interessati sull'azienda



23

Identificare i diversi percorsi di crescita che le aziende possono scegliere

25

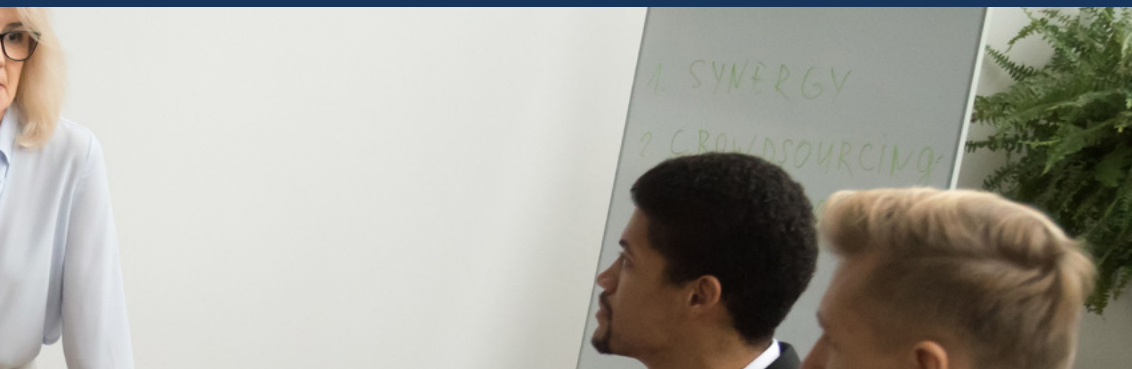
Descrivere le caratteristiche, i problemi e le implicazioni umane, economiche, politico-giuridiche e organizzative delle diverse modalità di sviluppo strategico

26

Sviluppare strategie e metodologie per realizzare processi decisionali in situazioni critiche o decisive

28

Applicare tecniche di marketing che promuovano la conoscenza dell'azienda



29

Corretta gestione degli acquisti e della catena di distribuzione

27

Sviluppare le capacità di leadership per ottenere la motivazione del team

30

Comprendere l'ambiente globalizzato in cui opera l'azienda e sviluppare strategie che favoriscano l'internazionalizzazione dell'azienda

05

Competenze

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





“

*Sviluppa le competenze necessarie
per portare avanti con successo la
gestione strategica della tua azienda”*

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

Realizzare una corretta gestione del team per migliorare la produttività e, quindi, i profitti dell'azienda

05

Realizzare il controllo economico e finanziario dell'azienda



06

Controllare i processi di logistica, acquisto 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

Scommettere sull'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda

11

Condurre i diversi progetti dell'azienda

14

Effettuare la gestione finanziaria di un'azienda

12

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

15

Progettare e realizzare una pianificazione strategica che soddisfi gli obiettivi dell'azienda e gli attuali criteri di sostenibilità

13

Esplorare nuove opportunità di business e concentrarsi sull'innovazione e l'imprenditorialità

16

Condurre analisi strategiche interne ed esterne

17

Sviluppare strategie per la prevenzione e il controllo dei rischi

20

Implementare una strategia internazionale per migliorare i profitti dell'azienda

18

Sviluppare le capacità manageriali necessarie per gestire tutti i dipartimenti dell'azienda

21

Progettare una strategia di acquisto e approvvigionamento per migliorare la redditività dell'azienda

19

Analizzare i dati della strategia aziendale

22

Applicare tecniche di *coaching* e di intelligenza emotiva per gestire e promuovere le prestazioni dei dipendenti

06

Struttura e contenuti

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management è un Master su misura che viene insegnato al 100% online in modo che gli studenti possano essere liberi di scegliere il tempo e il luogo che meglio si adattano alla loro disponibilità, ai loro orari e ai loro interessi. Un Master che si svolge nell'arco di 24 mesi e che vuole essere un'esperienza unica e coinvolgente per porre le basi del tuo successo come manager e imprenditore.



“

*Un piano di studi strategicamente concepito
per favorire il vostro apprendimento”*

Piano di studi

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management di TECH Università Tecnologica è un Master 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 3.000 ore di studio, una moltitudine di casi di studio sarà analizzata attraverso un lavoro individuale, permettendo un apprendimento intensivo che sarà di grande utilità per la tua pratica quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Master Specialistico in Senior Strategy Management approfondisce le principali aree di business, ed è pensato affinché i manager comprendano la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un progetto incentrato sul tuo miglioramento professionale e che prepara il professionista a raggiungere l'eccellenza nel campo del management e della gestione aziendale. Un Master che comprende le esigenze dei suoi studenti e della sua azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, e sostenuti dalla migliore metodologia educativa e da un corpo docente eccezionale, che fornirà loro le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Master a una durata di 24 mesi e si divide in 17 moduli:

Modulo 1	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)
Modulo 2	Direzione strategica e management direzionale
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 and strategy</i>
Modulo 10	Modalità di sviluppo strategico
Modulo 11	Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria
Modulo 12	Comportamento organizzativo
Modulo 13	Direzione strategica del personale
Modulo 14	Abilità direttive
Modulo 15	<i>Strategy in Marketing management</i>
Modulo 16	Strategia aziendale e strategia operativa
Modulo 17	<i>Business & international strategy</i>



Dove, quando e come si comunica?

TECH offre la possibilità di realizzare questo Master completamente online. Durante i 24 mesi di studio, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo Master in qualsiasi momento, consentendogli di autogestire il tempo di studio.

Un'esperienza formativa 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 governance

- 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: Internazionalizzazione dei mercati
- 1.1.2. Contesto economico e Amministrazione Corporativa
- 1.1.3. Accountability o Responsabilità di render conto delle risorse finanziarie impiegate

1.2. Leadership

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

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. Attuazione della Responsabilità Sociale Corporativa

Modulo 2. Direzione strategica e *management* esecutivo

2.1. Analisi e design organizzativo

- 2.1.1. Cultura organizzativa
- 2.1.2. Analisi organizzativa
- 2.1.3. Creazione della struttura aziendale

2.2. Strategia Corporativa

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

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

- 2.3.1. Pensieri strategici
- 2.3.2. Sviluppo e Pianificazione strategica
- 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Corporativa

2.4. Modelli e Schemi Strategici

- 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero dell'investimento
- 2.4.2. Strategia Corporativa: metodologia
- 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia corporativa

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. Metodo 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 delle 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, reclutamento e selezione del lavoro
- 3.2.2. Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione e attuazione
- 3.2.3. Analisi del lavoro; progettazione e selezione del personale
- 3.2.4. Formazione e crescita professionale

3.3. Sviluppo direttivo e leadership

- 3.3.1. Capacità direttive: Competenze e abilità del XXI secolo
- 3.3.2. Abilità non direttive
- 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 del processo
- 3.4.4. Metodo 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 del personale
- 3.7.3. Coaching e performance 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 corporative, 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 corporativa
- 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 corporativa
- 4.6.3. Direttivo finanziario o *Chief Financial Officer (CFO)*: competenze direttive

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 Corporativa

- 4.8.1. Investimenti Finanziari Corporativi
- 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

5.1. Direzione delle operazioni

- 5.1.1. Definire la strategia delle operazioni
- 5.1.2. Pianificazione e controllo della catena di distribuzione
- 5.1.3. Sistema di indicatori

5.2. Direzione di acquisti

- 5.2.1. Gestione di Stock
- 5.2.2. Gestione magazzini
- 5.2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento

5.3. Supply chain management (I)

- 5.3.1. Costi ed efficienza della catena di operazioni
- 5.3.2. Cambiamento nei modelli della domanda
- 5.3.3. Cambiamento nella strategia delle operazioni

5.4. Supply chain management (II) Esecuzione

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Direzione Logistica
- 5.4.3. Acquisti

5.5. Processi logistici

- 5.5.1. Organizzazione e gestione mediante processi
- 5.5.2. Fornitura, produzione, distribuzione
- 5.5.3. Qualità, costi di qualità e strumenti
- 5.5.4. Servizio di assistenza post-vendita

5.6. Logistica e clienti

- 5.6.1. Analisi della domanda e previsione
- 5.6.2. Previsione e pianificazione di vendite
- 5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement

5.7. Logistica internazionale

- 5.7.1. Dogane, processi di esportazione e importazione
- 5.7.2. Modi e mezzi di pagamento internazionale
- 5.7.3. Piattaforme logistiche a livello internazionale

5.8. Competere dalle operazioni

- 5.8.1. L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda
- 5.8.2. Tecnologie e scienze emergenti
- 5.8.3. Sistemi informativi nelle operazioni

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Direzione di sistemi informativi

- 6.1.1. Sistemi di informazione aziendale
- 6.1.2. Decisioni strategiche
- 6.1.3. Ruolo del CIO

6.2. Tecnologie dell'informazione e strategia aziendale

- 6.2.1. Analisi aziendale e settori industriali
- 6.2.2. Modelli di business basati su Internet
- 6.2.3. Il valore del reparto IT nell'azienda

6.3. Pianificazione strategica di SI

- 6.3.1. Il processo di pianificazione strategica
- 6.3.2. Formulazione della strategia del SI
- 6.3.3. Piano di introduzione della strategia

6.4. Sistemi informativi e business intelligence

- 6.4.1. CRM e Business Intelligence
- 6.4.2. Gestione di Progetti di Business Intelligence
- 6.4.3. Architettura di Business Intelligence

6.5. Nuovi modelli di business basati sulla TIC

- 6.5.1. Modelli di business di basa tecnologica
- 6.5.2. Capacità per innovare
- 6.5.3. Riprogettazione dei processi della catena del valore

6.6. E-commerce

- 6.6.1. Piano Strategico di E-commerce.
- 6.6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce.
- 6.6.3. E-commerce come opportunità di Internazionalizzazione

6.7. Strategie di E-Business

- 6.7.1. Strategie nei social media
- 6.7.2. Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente
- 6.7.3. Regolazione digitale

6.8. Digital business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Progettazione e fruibilità
- 6.8.3. Operazioni dell'e-commerce

Modulo 7. Direzione commerciale, marketing e comunicazione corporativa

7.1. Direzione Commerciale

- 7.1.1. Direzione di vendite
- 7.1.2. Strategia commerciale
- 7.1.3. Tecniche di vendita e di negoziazione
- 7.1.4. Direzione di team di vendite

7.2. Marketing

- 7.2.1. Marketing e impatto aziendale
- 7.2.2. Variabili base del Marketing
- 7.2.3. Piano di Marketing

7.3. Gestione strategica di Marketing

- 7.3.1. Fonti di innovazione
- 7.3.2. Tendenze attuali nel Marketing
- 7.3.3. Strumenti di Marketing
- 7.3.4. Strategia di Marketing e comunicazione con i clienti

7.4. Strategia di Marketing Online

- 7.4.1. Approccio al Marketing Online
- 7.4.2. Strumenti di Marketing Online
- 7.4.3. Inbound Marketing ed evoluzione del Marketing Online

7.5. Strategia di vendita e comunicazione

- 7.5.1. Posizionamento e promozione
- 7.5.2. Pubbliche relazioni
- 7.5.3. Strategia di vendita e comunicazione

7.6. Comunicazione corporativa

- 7.6.1. Comunicazione interna ed esterna
- 7.6.2. Dipartimento di Comunicazione
- 7.6.3. Responsabili della comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità manageriali

7.7. Strategia di Comunicazione Corporativa

- 7.7.1. Strategia Corporativa di Comunicazione
- 7.7.2. Piano di Comunicazione
- 7.7.3. Redazione di Comunicati Stampa/Clipping/Publicity

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 corporativa
- 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 and strategy

9.1. Pensieri strategici

- 9.1.1. La strategia e il suo scopo
- 9.1.2. *Strategic Thinking and Strategist Skills*
- 9.1.3. Pensiero laterale e strategia degli oceani blu
- 9.1.4. Neuroscienze applicate alla strategia

9.2. Decisioni e decisori strategici

- 9.2.1. Governo d'impresa
- 9.2.2. Team dirigenziale
- 9.2.3. Creazione di valore

9.3. Strategia competitiva

- 9.3.1. Analisi del mercato
- 9.3.2. Vantaggi competitivi sostenibili
- 9.3.3. Ricompensa dell'investimento

9.4. Strategia Corporativa

- 9.4.1. *Driving corporate strategy*
- 9.4.2. *Pacing corporate strategy*
- 9.4.3. *Framing corporate strategy*

9.5. Pianificazione e strategia

- 9.5.1. Rilevanza della direzione strategica nel processo di controllo di gestione
- 9.5.2. Analisi del contesto e dell'organizzazione

9.6. Attuazione della strategia

- 9.6.1. Sistema di indicatori e approccio per processi
- 9.6.2. Mappa strategica
- 9.6.3. Distinzione e allineamento

9.7. Modelli di analisi strategica

- 9.7.1. Analisi interna
- 9.7.2. Analisi esterna
- 9.7.3. Fonti di vantaggio competitivo nel settore
- 9.7.4. Vantaggi, svantaggi ed efficacia dell'analisi strategica

9.8. Gestione totale della qualità e gestione avanzata dei progetti

- 9.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 9.8.2. Sei Sigma e Six Sigma come sistema di gestione aziendale
- 9.8.3. Modello EFQM

9.9. Lean Management

- 9.9.1. Principi base del *Lean Management*
- 9.9.2. Gruppi di miglioramento e problem-solving
- 9.9.3. Le nuove forme di gestione di manutenzione e qualità

9.10. Etica e strategic management

- 9.10.1. Integrare etica e strategia
- 9.10.2. Motivazione umana ed etica
- 9.10.3. Qualità etica delle organizzazioni

Modulo 10. Modalità di sviluppo strategico

10.1. Alleanze strategiche

- 10.1.1. *Joint Ventures*
- 10.1.2. Consorzi di esportazione
- 10.1.3. Centri di acquisto
- 10.1.4. Altri tipi di cooperazione

10.2. Imprenditoria aziendale

- 10.2.1. Esplorare nuove opportunità di business
- 10.2.2. Creazione di prototipi e sviluppo interno
- 10.2.3. Agenti di cambiamento interni
- 10.2.4. Progetti emergenti e sconvolgimenti

10.3. Innovazione strategica

- 10.3.1. Innovazione aperta e tripla elica
- 10.3.2. Fattori di successo e fallimento dell'innovazione
- 10.3.3. Impatto della gestione dell'innovazione sulla performance aziendale
- 10.3.4. Pensiero creativo e *Design Thinking*

10.4. Politiche di investimento

- 10.4.1. Metodi di valutazione aziendale
- 10.4.2. Strategia e controllo dei rischi
- 10.4.3. Fonti di finanziamento

10.5. Fusioni e acquisizioni

- 10.5.1. Implicazioni finanziarie e organizzative di fusioni e acquisizioni
- 10.5.2. Analisi e valutazione delle sinergie
- 10.5.3. Tecniche e Approccio di negoziazione

10.6. Strategie di diversificazione

- 10.6.1. Specializzazione vs. Diversificazione
- 10.6.2. Scegliere la modalità di entrata nella diversificazione
- 10.6.3. Diversificazione del business e performance
- 10.6.4. Strategie di riorganizzazione del portafoglio aziendale

Modulo 11. Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria**11.1. Controllo di Gestione**

- 11.1.1. Politica finanziaria e crescita
- 11.1.2. L'informazione come strumento del controllo di gestione
- 11.1.3. Controllo di gestione come sistema di pianificazione e direzione
- 11.1.4. Funzioni del *controller*
- 11.1.5. Ambito di applicazione del controllo di Gestione

11.2. Informazione finanziaria e decisioni della gestione

- 11.2.1. Contabilità finanziaria o legale
- 11.2.2. Contabilità analitica o dei costi
- 11.2.3. Contabilità di controllo

11.3. Gestione della tesoreria

- 11.3.1. Fondo di manovra contabile e fondo di di manovra necessario
- 11.3.2. Calcolo dei bisogni operativi dei fondi
- 11.3.3. *Credit management*
- 11.3.4. Gestione dei fondi, patrimoni e *family offices*

11.4. Cash management

- 11.4.1. Finanziamento bancario del circolante
- 11.4.2. Organizzazione del dipartimento di tesoreria
- 11.4.3. Gestione centralizzata della tesoreria

11.5. Pianificazione e controllo dei centri di responsabilità

- 11.5.1. Progettazione di un sistema di controllo di gestione
- 11.5.2. Variazioni nel controllo di gestione

11.6. Il processo di formulazione e pianificazione strategica

- 11.6.1. Formulazione e contenuto del piano strategico
- 11.6.2. *Balanced scorecard*
- 11.6.3. Terminologia e concetti base

11.7. Pianificazione organizzativa

- 11.7.1. Business Unit e prezzi di cessione
- 11.7.2. Centri di fabbricazione, produzione, supporto e vendite
- 11.7.3. Funzioni e responsabilità della Direzione Finanziaria

11.8. Indicatori come strumento di controllo

- 11.8.1. Scheda di valutazione
- 11.8.2. Numero e formato degli indicatori
- 11.8.3. Pianificazione strategica

Modulo 12. Comportamento organizzativo**12.1. Comportamento organizzativo**

- 12.1.1. Le organizzazioni
- 12.1.2. Teoria delle Organizzazioni
- 12.1.3. Le imprese, il personale e la società
- 12.1.4. Evoluzione storica del comportamento aziendale

12.2. Cultura organizzativa

- 12.2.1. Valori e cultura organizzativa
- 12.2.2. Elementi chiave per il cambiamento nelle organizzazioni
- 12.2.3. Evoluzione del pensiero scientifico e dell'organizzazione come sistema
- 12.2.4. Cultura e trasformazione

12.3. Direzione dell'organizzazione

- 12.3.1. Livelli e qualità manageriali
- 12.3.2. Funzione di pianificazione e organizzazione
- 12.3.3. Funzione di gestione e controllo
- 12.3.4. Il nuovo ruolo del diretto di H R

12.4. Gestione della conoscenza

- 12.4.1. Intelligenza collettiva vs. Gestione della conoscenza
- 12.4.2. Prospettive e strumenti per la gestione della conoscenza
- 12.4.3. Ambienti collaborativi e comunità di apprendimento

12.5. Le persone nelle organizzazioni

- 12.5.1. Qualità di vita professionale e benessere psicologico
- 12.5.2. Team di lavoro e conduzione di riunioni
- 12.5.3. *Coaching e gestione di team*

12.6. Struttura dell'organizzazione

- 12.6.1. Principali meccanismi di coordinazione
- 12.6.2. Dipartimenti e organigramma
- 12.6.3. Autorità e responsabilità
- 12.6.4. *L'empowerment*

Modulo 13. Direzione strategica del personale

13.1. Leadership strategica per l'economia di beni immateriali

- 13.1.1. Strategie allineamento culturale
- 13.1.2. Leadership corporativa e differenziale
- 13.1.3. Agente di cambio e trasformazione

13.2. Pensiero strategico e sistema

- 13.2.1. L'azienda come sistema
- 13.2.2. Pensiero strategico derivato dalla cultura aziendale
- 13.2.3. L'approccio strategico della gestione delle persone
- 13.2.4. Progettazione e implementazione di politiche e pratiche per il personale

13.3. Progettazione organizzativa strategica

- 13.3.1. Modello di *business partners*
- 13.3.2. *Share Services*
- 13.3.3. *Outsourcing*

13.4. Analisi HR

- 13.4.1. *Big Data* e *Business Intelligence*. (BI)
- 13.4.2. Analisi dei dati HR e modellazione
- 13.4.3. Progettazione e sviluppo di metriche HR

13.5. Leadership strategica

- 13.5.1. Modelli di leadership
- 13.5.2. *Coaching*
- 13.5.3. *Mentoring*
- 13.5.4. Leadership di trasformazione

13.6. Revisione e controllo strategico nella gestione del personale

- 13.6.1. Motivi della revisione
- 13.6.2. Strumenti di raccolta e analisi dei dati
- 13.6.3. Il rapporto di revisione

Modulo 14. Abilità direttive

14.1. Discorso pubblico e formazione di portavoce

- 14.1.1. Comunicazione interpersonale
- 14.1.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 14.1.3. Barriere della comunicazione

14.2. Comunicazione e leadership

- 14.2.1. Leadership e stile di leadership
- 14.2.2. Motivazione
- 14.2.3. Capacità e abilità di leader 2.0

14.3. Branding personale

- 14.3.1. Strategie per sviluppare la marca personale
- 14.3.2. Leggi del *branding* personale
- 14.3.3. Strumenti per la costruzione di marche personali

14.4. Gestione delle squadre

- 14.4.1. Team di lavoro e conduzione di riunioni
- 14.4.2. Gestione dei processi di cambiamento
- 14.4.3. Gestione di team multiculturali
- 14.4.4. *Coaching*

14.5. Negoziazione e risoluzione di conflitti

- 14.5.1. Tecniche di negoziazione efficace
- 14.5.3. Conflitti interpersonali
- 14.5.3. Negoziazione interculturale

14.6. Intelligenza emotiva

- 14.6.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 14.6.2. Autoaffermazione, empatia e ascolto attivo
- 14.6.3. Autostima e linguaggio emozionale

14.7. Capitale relazionale: *Coworking*

- 14.7.1. Gestione del Capitale Umano
- 14.7.2. Analisi del rendimento
- 14.7.3. Gestione dell'uguaglianza e della diversità
- 14.7.4. Innovazione nella gestione del personale

14.8. Gestione del tempo

- 14.8.1. Pianificazione, organizzazione e controllo
- 14.8.2. Metodologia della gestione del tempo
- 14.8.3. Piani d'azione
- 14.8.4. Strumenti per la gestione efficace del tempo

Modulo 15. Strategy in Marketing management

15.1. Marketing management

- 15.1.1. *Positioning and Value Creation*
- 15.1.2. Orientamento e posizionamento dell'azienda nel marketing
- 15.1.3. Marketing strategico vs. Marketing operativo
- 15.1.4. Obiettivi di marketing management
- 15.1.5. Comunicazioni di marketing integrate

15.2. Funzione di marketing strategico

- 15.2.1. Principali strategie di marketing
- 15.2.2. Segmentazione, *targeting* e posizionamento
- 15.2.3. Gestione del marketing strategico

15.3. Dimensioni della strategia di marketing

- 15.3.1. Risorse e investimenti necessari
- 15.3.2. Fondamenti del vantaggio competitivo
- 15.3.3. Comportamento competitivo dell'azienda
- 15.3.4. *Focus Marketing*

15.4 Strategie di sviluppo di nuovi prodotti

- 15.4.1. Creatività e innovazione nel marketing
- 15.4.2. Generazione e filtraggio di idee
- 15.4.3. Analisi di viabilità commerciale
- 15.4.4. Sviluppo, test di mercato e commercializzazione

15.5. Politiche di determinazione dei prezzi

- 15.5.1. Obiettivi a breve e lungo termine
- 15.5.2. Tipologie di determinazione dei prezzi
- 15.5.3. Fattori che influenzano la determinazione del prezzo

15.6. Strategie di promozione e merchandising

- 15.6.1. Gestione della Pubblicità
- 15.6.2. Piano di comunicazione e mezzi
- 15.6.3. Il *merchandising* come tecnica di marketing
- 15.6.4. *Visual merchandising*

15.7. Strategie di distribuzione, espansione e intermediazione

- 15.7.1. Outsourcing della forza di vendita e del servizio clienti
- 15.7.2. La logistica commerciale nella gestione delle vendite di prodotti e servizi
- 15.7.3. Gestione del ciclo di vendite

15.8. Sviluppo del piano di marketing

- 15.8.1. Analisi e diagnosi
- 15.8.2. Decisioni strategiche
- 15.8.3. Decisioni operative

Modulo 16. Strategia aziendale e strategia operativa

16.1. Nuovi scenari nel management della catena di approvvigionamento

- 16.1.1. Gestione in ambienti multiculturali
- 16.1.2. Innovazione in SCM
- 16.1.3. Orientamento alla domanda attraverso operazioni flessibili
- 16.1.4. Filosofie e tecniche usate in Giappone

16.2. Visione globale del management della catena di approvvigionamento

- 16.2.1. Opportunità e minacce del SCM
- 16.2.2. Progettazione strategica della *Supply Chain*
- 16.2.3. Tendenze

16.3. La strategia delle operazioni

- 16.3.1. Introduzione alla strategia e ai livelli strategici
- 16.3.2. Gestione per processi
- 16.3.3. Gestione di Stock

16.4. Il processo decisionale nella logistica

- 16.4.1. Analisi decisionale
- 16.4.2. Gestione e pianificazione delle operazioni globali
- 16.4.3. Gestione del rischio in SC
- 16.4.4. Processo decisionale *hard e Soft*

16.5. Lean operations strategy

- 16.5.1. Sinergie strategiche con le aree funzionali
- 16.5.2. Operatori logistici
- 16.5.3. Matrice processo-prodotto

16.6. Gestione strategica degli acquisti

- 16.6.1. Nuove sfide nella gestione degli acquisti, *sourcing* e delle forniture
- 16.6.2. Funzione di acquisto nell'azienda e nella catena di distribuzione
- 16.6.3. Funzione di acquisto come fornitore di risorse
- 16.6.4. Aspetti legali della funzione di acquisto

16.7. Approvvigionamento strategico

- 16.7.1. Selezione e sviluppo dei fornitori
- 16.7.2. Generazione dei valori dall'approvvigionamento strategico
- 16.7.3. Operatori logistici e approvvigionamento

16.8. Progetto della strategia di acquisti

- 16.8.1. Esternalizzazione
- 16.8.2. Subappalto dei processi
- 16.8.3. Globalizzazione
- 16.8.4. Delocalizzazione

Modulo 17. Business & international strategy

17.1. Business & international strategy

- 17.1.1. Internazionalizzazione
- 17.1.2. *Growth & development in emerging markets*
- 17.1.3. Sistema monetario internazionale

17.2. Gestione strategica del business internazionale

- 17.2.1. L'internazionalizzazione nel nuovo ordine mondiale
- 17.2.2. L'influenza della cultura sul business internazionale
- 17.2.3. La selezione dei mercati e dei paesi
- 17.2.4. Delocalizzazione e *Offshoring*

17.3. Strategie di internazionalizzazione

- 17.3.1. Motivi e requisiti per entrare nei mercati esteri
- 17.3.2. Alleanze strategiche nel processo di espansione internazionale
- 17.3.3. Modi per entrare in nuovi mercati internazionali

17.4. Decisioni di internazionalizzazione

- 17.4.1. Studi dei Mercati e processo decisionale
- 17.4.2. Scelta del luogo e del modo di funzionamento
- 17.4.3. Scegliere la giusta forma giuridica

17.5. Fasi del processo di Internazionalizzazione

- 17.5.1. Analisi della domanda internazionale
- 17.5.2. Diagnóstico del potencial de exportación
- 17.5.3. Pianificazione della Internazionalizzazione
- 17.5.4. Fasi dell'esportazione

17.6. Internazionalizzazione in funzione del tipo di Impresa

- 17.6.1. Aziende di prodotti e servizi
- 17.6.2. Aziende internazionalizzate e multinazionali
- 17.6.3. Le PMI e il loro modello di internazionalizzazione

17.7. Ostacoli all'internazionalizzazione

- 17.7.1. Restrizioni legali
- 17.7.2. Ostacoli logistici, finanziari e commerciali
- 17.7.3. Ostacoli agli investimenti diretti

17.8. Cross-cultural management

- 17.8.1. Dimensione culturale della gestione internazionale
- 17.8.2. La globalizzazione nella gestione imprenditoriale
- 17.8.3. Leadership interculturale



*Un Master di alto livello
in cui troverai le ultime
informazioni sul mercato"*



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”

In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

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

“

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo”



Siamo la prima Università online che combina lo studio di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione.



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 intensivo della Business School di TECH Università Tecnologica prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i *casi di studio* di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.

“ *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 solo la legge sulla base del contenuto teorico, il Metodo Casistico consisteva nel presentare situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giudicare 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 reali. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

La nostra Università è la prima al mondo a coniugare lo *studio di casi clinici* di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

TECH perfeziona il *metodo casistico* di Harvard con la migliore metodologia di insegnamento del momento, 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 disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a 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 Business School è l'unica scuola di lingua spagnola 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 spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, 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 contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socioeconomico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, 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 prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

La denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Pratica di competenze manageriali

Realizzerai 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 formazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti dell'alta direzione in America Latina.



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 formazione 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 di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

Il nostro Master Specialistico in Senior Strategy Management è rivolto a professionisti esperti 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.





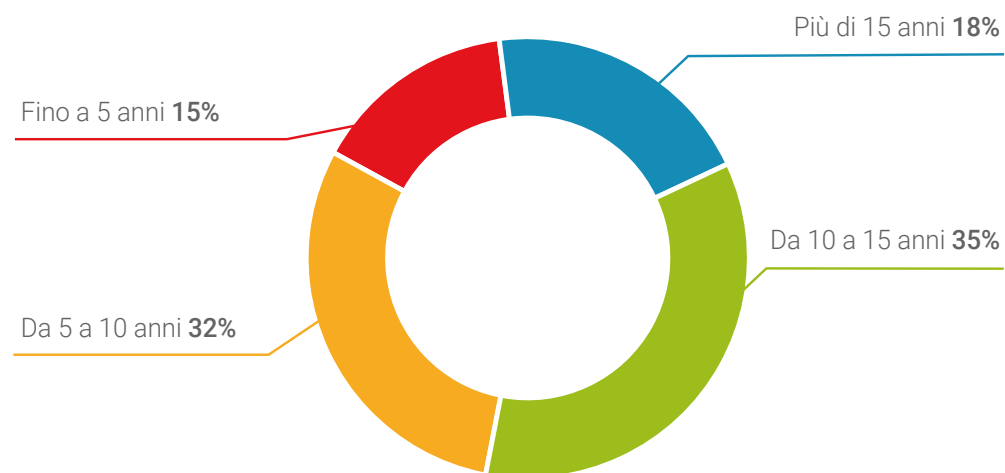
“

Cerchiamo professionisti con una grande esperienza che vogliono specializzarsi in un settore indispensabile a livello aziendale”

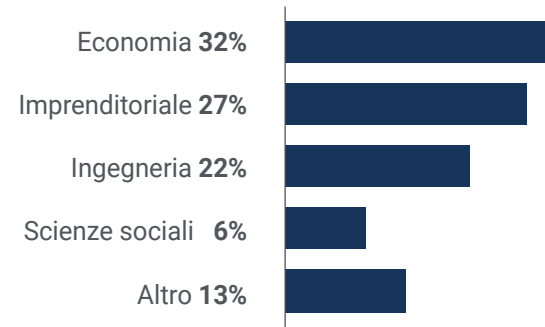
Età media

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

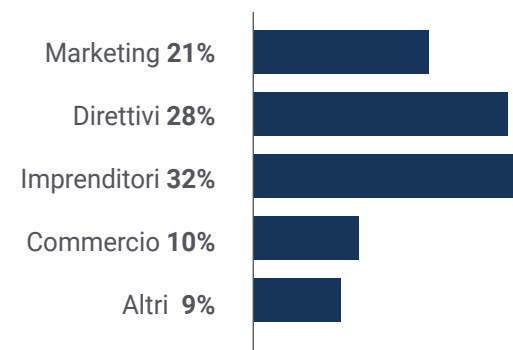
Anni di esperienza



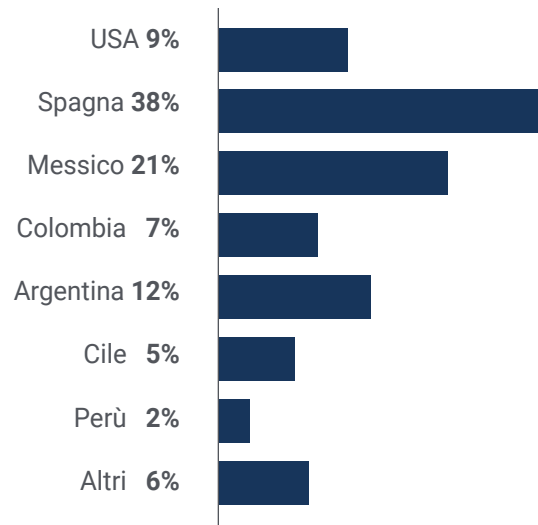
Formazione



Profilo Accademico



Distribuzione geografica



Manuel Megolla

Direttore di una multinazionale

"Intraprendere questo Master di TECH è stato indispensabile per migliorare le mie competenze e quindi la fiducia nel mio sviluppo professionale. All'inizio pensavo che sarebbe stato impossibile conciliare questo Master Specialistico con il mio lavoro e la mia vita privata. Ma il suo formato 100% online mi ha aiutato a raggiungere questo obiettivo. Consiglierei sicuramente questo programma a chiunque voglia specializzarsi nella gestione strategica del business"

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

Ilias Jumadilov è un importante professionista internazionale con una vasta esperienza in Europa, Asia e Americhe. In effetti, la sua carriera si è concentrata sulla Gestione, la Strategia e lo Sviluppo del Business, ottenendo notevoli successi in diverse regioni.

Ha ricoperto il ruolo di Corporate Strategy Manager presso Schneider Electric, dove ha guidato il processo e la piattaforma strategica globale. In questo senso, il suo approccio innovativo ha permesso di identificare oltre 100 miliardi di euro in nuove opportunità di crescita ed è stato fondamentale, sia nella costruzione di modelli di previsione, sia nella fornitura di conoscenze strategiche, che ha rafforzato la posizione concorrenziale dell'impresa.

Ha inoltre ricoperto il ruolo di Direttore delle Vendite Internazionali ed Europee presso la stessa istituzione, dove ha guidato la trasformazione commerciale in diversi Paesi, istituendo organizzazioni di eccellenza nelle vendite che hanno aumentato significativamente l'efficienza e la produttività. Vale la pena notare che oltre 10.000 rappresentanti di vendita in tutto il mondo hanno adottato la loro capacità di implementare processi di vendita chiave e la loro attenzione alla segmentazione del portafoglio clienti, consolidando la loro reputazione come leader nelle vendite e nella trasformazione digitale.

Oltre alla sua carriera in Schneider Electric, Ilias Jumadilov ha fornito consulenza alle startup su temi chiave come l'intelligenza artificiale, il metaverso e il business internazionale, fornendo le proprie conoscenze approfondite nelle applicazioni aziendali di IA e la capacità di orientare strategie competitive. Allo stesso modo, la sua esperienza in Blockchain lo ha portato a co-fondare la Blockchain Network dell'Asia centrale e a contribuire in modo significativo alla legislazione sulla valuta digitale in Kirghizistan. A questo si aggiunge il suo lavoro per il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (UNDP) e altre organizzazioni, che si è distinto per il suo impatto e rilevanza in campo tecnologico ed economico.



Dott. Jumadilov, Ilias

- ♦ Direttore della strategia aziendale presso Schneider Electric, Boston e Hong Kong
- ♦ Consulente per le startup in intelligenza artificiale, metaverses e business internazionale
- ♦ Direttore delle vendite internazionali ed europee presso Schneider Electric, Barcelona e Almaty
- ♦ Product Manager e Marketing presso Schneider Electric, Grenoble
- ♦ Co-fondatore dell'Associazione Blockchain Network dell'Asia Centrale
- ♦ Master in scienze economiche presso l'Università Grenoble Alpes, Francia
- ♦ Corso Universitario in tecnologia imprenditoriale presso l'Università di Stanford, Stati Uniti
- ♦ Laurea in economia e gestione presso l'Università nazionale statale del Kirghizistan

“

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

Direzione



Dott. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ Esperto in Business Internazionale e Consulenza Legale per le aziende
- ♦ Responsabile dell'Area Internazionale presso Transporte Interurbanos de Tenerife S
- ♦ Consulente Legale presso Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Legal Manager presso AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ Formatore in 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
- ♦ Diploma in Project Management presso l'Università Rey Juan Carlos
- ♦ MBA in Amministrazione e Gestione Aziendale presso l'Università Europea delle Isole Canarie



Dott. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- ♦ Ricercatore presso il CIIC
- ♦ Professore di Filosofia e coordinatore del Dipartimento di Scienze Sociali presso la Scuola San Gabriel
- ♦ Insegnante presso la Fondazione HÔRREUM
- ♦ Dottorato in Filosofia presso l'Università Complutense di Madrid
- ♦ Laurea in Filosofia presso l'Università di Barcellona
- ♦ Certificato di Attitudine Pedagogica presso l'Università di Barcellona
- ♦ Ricercatore presso l'UPV/EHU

Personale docente

Dott. González Peña, Alexis José

- ◆ Direttore dell'Area Finanziaria presso CajaSiete Caja Rural
- ◆ Revisore interno senior presso Bankia
- ◆ Revisore interno senior presso la Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Revisore senior experience presso Deloitte
- ◆ Laurea in Gestione e Amministrazione Aziendale presso l'Università di Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Master in Fiscalità e Consulenza Fiscale presso il Centro de Estudios Financieros
- ◆ Executive Master in Gestione Finanziaria e Finanza Avanzata presso l'Istituto
- ◆ Superior en Técnicas y Prácticas Bancarias
- ◆ Esperto in Pianificazione Finanziaria e Controllo di Gestione nel Settore Bancario presso Analistas Financieros Internacionales
- ◆ Esperto in Sviluppo Esecutivo nella Gestione di Portafoglio presso
- ◆ Analistas Financieros Internacionales



10

Impatto sulla tua 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.

Per questo motivo, TECH mette tutto il suo impegno e gli strumenti a disposizione dello studente, in modo che possa acquisire le competenze e le abilità necessarie per realizzare questo cambiamento.



“

Mettiamo tutte le nostre risorse accademiche a portata di mano per aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che desideri”

La specializzazione superiore è indispensabile per la promozione sul posto di lavoro. Consapevoli di questo, a TECH abbiamo creato questo programma di alta qualità per aiutarti a ottenere un lavoro migliore.

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

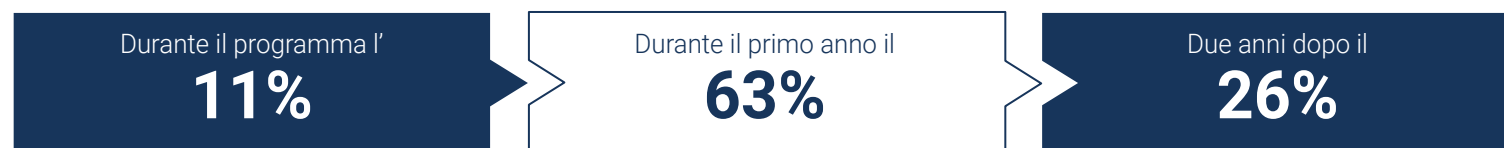
Il Master Specialistico in Senior Strategy Management di TECH Università Tecnologica è un Master intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nazionali e internazionali. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

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

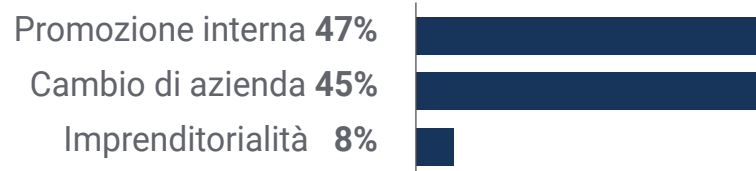
Non perdere l'opportunità di studiare in TECH. Troverai un'opportunità unica per migliorare la tua possibilità di occupazione.

Creare un cambiamento positivo

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 Strategy Management aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Per questo motivo, partecipare a questo Master accademico ti permetterà di migliorare non solo a livello personale ma, soprattutto, a livello professionale, aumentando la preparazione e migliorando le capacità di management. Inoltre, entrare nella comunità educativa TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

Dopo aver completato questo Master Specialistico porterai una nuova visione del business all'azienda"

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Lo studente porterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti rilevanti 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

Lo studente 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 a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Lo studente sarà in grado di lavorare su un progetto reale o di sviluppare nuovi progetti nel campo della R&S o del Business Development della propria azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai nostri studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.

12 Titolo

Il Master Specialistico in Senior Strategy Management garantisce, oltre alla formazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso al Master Specialistico rilasciato dalla TECH Università Tecnologica.





“

*Completa con successo questo programma
e riceverai il tuo diploma universitario senza
spostamenti o fastidiosi tramite”*

Questo **Master Specialistico in Senior Strategy Management** possiede il programma più completo e aggiornato presente sul mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, il suo corrispondente titolo **Master Specialistico** rilasciato da **TECH Università Tecnologica**.

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

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

CFU: 120

N.º: Ore Ufficiali: 3.000 O.



Corso	Insegnamento	CFU	Codice	Corso	Insegnamento	CFU	Codice
1º	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale D'impresa)	8	OB	2º	Modalità di sviluppo strategico	6	OB
1º	Direzione strategica e management esecutivo	8	OB	2º	Pianificazione strategica e controllo della gestione finanziaria	6	OB
1º	Direzione di persone e gestione del talento	8	OB	2º	Comportamento organizzativo	6	OB
1º	Direzione economico-finanziaria	8	OB	2º	Direzione strategica del personale	6	OB
1º	Direzione di operazioni e logistica	8	OB	2º	Abilità direttive	6	OB
1º	Direzione di sistemi informativi	8	OB	2º	Strategy in Marketing management	6	OB
1º	Direzione commerciale, marketing e comunicazione corporativa	8	OB	2º	Strategia aziendale e strategia operativa	6	OB
1º	Innovazione e direzione di progetti	8	OB	2º	Business & international strategy	6	OB
1º	Management and strategy	8	OB				

*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 Senior Strategy Management

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

Master Specialistico

Senior Strategy Management



The image shows two men in business attire looking at a tablet. The tablet displays a table with financial data across five sectors. The man on the right is pointing at the tablet with a pen.

Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5
\$ 31 555,00	\$ 82 710,00	\$ 38 338,00	\$ 4 132,00	\$ 3 453,00
\$ 56 032,00	\$ 43 685,00	\$ 37 128,00	\$ 14 003,00	\$ 6 995,00
\$ 68 728,00	\$ 34 549,00	\$ 52 101,00	\$ 19 226,00	\$ 22 756,00
\$ 27 862,00	\$ 15 001,00	\$ 7 307,00	\$ 28 764,00	\$ 80 780,00
\$ 21 764,00	\$ 9 822,00	\$ 60 496,00	\$ 38 825,00	\$ 36 000,00
\$ 53 225,00	\$ 30 359,00	\$ 29 905,00	\$ 12 281,00	\$ 68 415,00
\$ 16 477,00	\$ 27 176,00	\$ 92 545,00	\$ 58 929,00	\$ 49 100,00
\$ 47 572,00	\$ 19 118,00	\$ 42 796,00	\$ 79 164,00	\$ 78 919,00
\$ 41 374,00	\$ 38 200,00	\$ 11 922,00	\$ 82 933,00	\$ 73 526,00