

Master Specialistico MBA in Intelligenza Artificiale nel Design

G M M B A I A D



tech università
tecnologica

Master Specialistico MBA in Intelligenza Artificiale nel Design

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/mba-intelligenza-artificiale-design

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 22

06

Struttura e contenuti

pag. 30

07

Metodologia

pag. 64

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 72

09

Direzione del corso

pag. 76

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 96

11

Benefici per la tua azienda

pag. 100

12

Titolo

pag. 104

01 Benvenuto

Il campo del Graphic Design sta vivendo una vera rivoluzione grazie ai progressi che sono stati fatti nell'Intelligenza Artificiale. I loro strumenti sono utilizzati per una varietà di applicazioni, che vanno dalla generazione automatica di contenuti alla personalizzazione dei prodotti alle esigenze individuali degli utenti. Di fronte ai suoi molteplici vantaggi, sempre più professionisti decidono di aggiornare le loro conoscenze in questo campo per incorporare nella loro pratica quotidiana le tecniche più innovative in aspetti come Reti Neurali Profonde, Deep Learning o Informatica Bionspirata. Per aiutarli in questo lavoro, TECH ha sviluppato un corso universitario che permetterà loro di ottenere le strategie più efficaci per implementare l'Intelligenza Artificiale nei loro processi di progettazione. Inoltre, viene insegnato in un comodo formato 100% online.



MBA in Intelligenza Artificiale nel Design
TECH Università Tecnologica



“

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

02

Perché studiare in TECH?

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



“

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

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

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

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



Massima esigenza

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

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

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

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

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

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

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

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



Contesto Multiculturale

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

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

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



Analisi

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



Eccellenza accademica

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



Economia di scala

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



Impara con i migliori

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

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



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

03

Perchè scegliere il nostro programma?

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

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



“

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

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

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

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

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

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

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

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

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

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

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

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

05

Accesso a un'importante rete di contatti

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

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

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

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

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

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

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

04 Obiettivi

Questo titolo universitario fornirà agli studenti un approccio globale all'uso dell'Intelligenza Artificiale nel Design. Gli studenti acquisiranno a loro volta competenze per padroneggiare strumenti come la Computer Vision, il *Deep Learning* o l'elaborazione del linguaggio naturale. Grazie a questo, gli esperti utilizzeranno questi sistemi intelligenti nei loro progetti per ottimizzare i processi di progettazione. In questo modo gli specialisti aumenteranno la loro creatività e daranno impulso alla competitività sul mercato.



“

Utilizzerai strumenti avanzati di Intelligenza Artificiale per comprendere meglio gli utenti, identificare le tendenze e prendere decisioni informate sul design"

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

L'MBA in Intelligenza Artificiale nel Design prepara lo studente a:

01

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

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

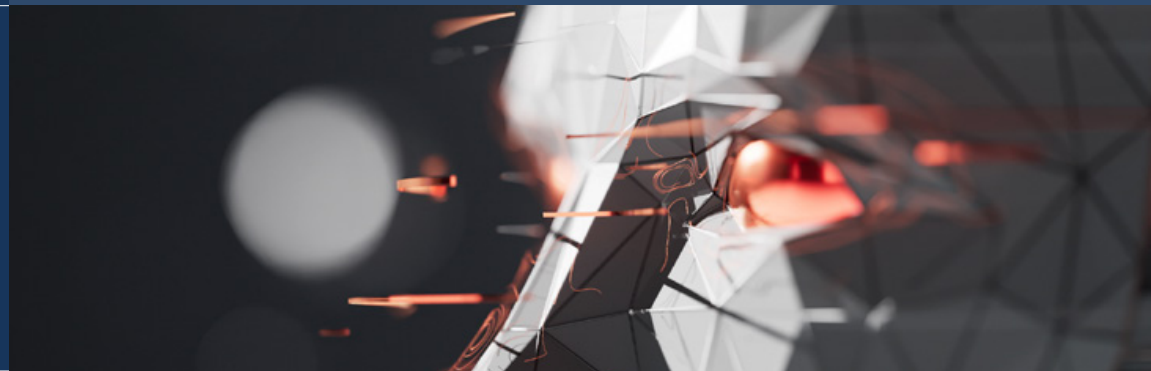
Sviluppare le principali competenze di leadership che devono possedere i professionisti in attività

03

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

05

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



06

Differenziare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale

08

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

09

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

07

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

10

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

11

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

12

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

13

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

14

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

15

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti



16

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

18

Comprendere le basi teoriche dell'Intelligenza Artificiale

19

Studiare i diversi tipi di dati e comprendere il ciclo di vita dei dati

17

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

20

Valutare il ruolo cruciale dei dati nello sviluppo e nell'implementazione di soluzioni di Intelligenza Artificiale

21

Approfondire la comprensione degli algoritmi e della complessità per la risoluzione di problemi specifici

22

Esplorare le basi teoriche delle reti neurali per lo sviluppo del *Deep Learning*

23

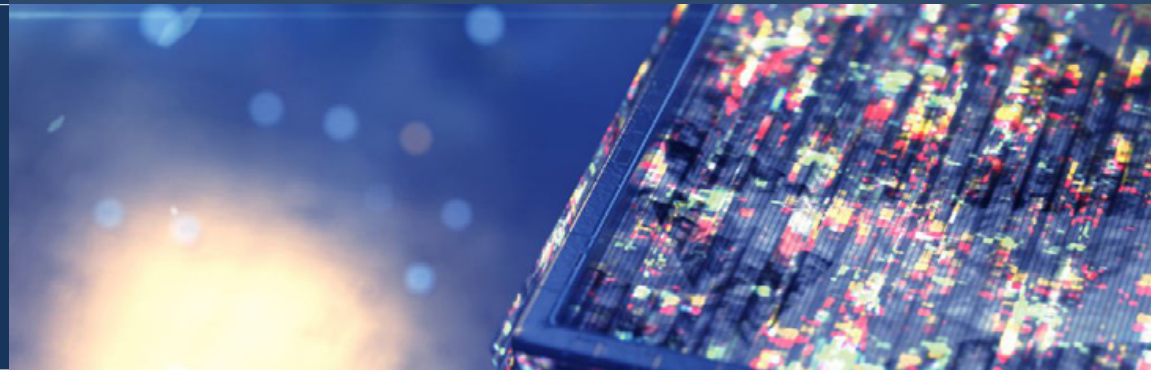
Analizzare il calcolo bioispirato e la sua rilevanza nello sviluppo di sistemi intelligenti

24

Analizzare le attuali strategie di Intelligenza Artificiale in vari campi, identificando opportunità e sfide

25

Sviluppare le capacità di implementare strumenti di intelligenza artificiale nei progetti di design, compresa la generazione automatica di contenuti, ottimizzazione del design e riconoscimento dei modelli



26

Applicare strumenti di collaborazione, sfruttando l'Intelligenza Artificiale per migliorare la comunicazione e l'efficienza dei team di design

28

Sviluppare competenze nella progettazione adattiva, tenendo conto del comportamento degli utenti e applicando strumenti avanzati di Intelligenza Artificiale

29

Analizzare criticamente le sfide e le opportunità nell'implementazione del design personalizzato nell'industria utilizzando l'Intelligenza Artificiale

27

Comprendere la simbiosi tra design interattivo e Intelligenza Artificiale per ottimizzare l'esperienza dell'utente

30

Comprendere il ruolo trasformativo dell'Intelligenza Artificiale nell'innovazione dei processi di progettazione e produzione

05

Competenze

Attraverso questo Master Specialistico, gli studenti svilupperanno competenze pratiche nell'uso di strumenti di Intelligenza Artificiale, tra cui gli algoritmi di Apprendimento Automatico. In questo modo, i professionisti integreranno con successo questi strumenti nel processo di progettazione e riusciranno a migliorare la qualità nella progettazione di beni o servizi. In sintonia con questo, gli studenti acquisiranno competenze nell'analisi dei dati, per estrarre informazioni preziose e usarle per prendere decisioni più informate.



“

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

01

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori

02

Applicare le metodologie di gestione Lean

03

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

04

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

05

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



06

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

08

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

09

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

07

Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi

10

Elaborare e condurre piani di marketing



11

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

12

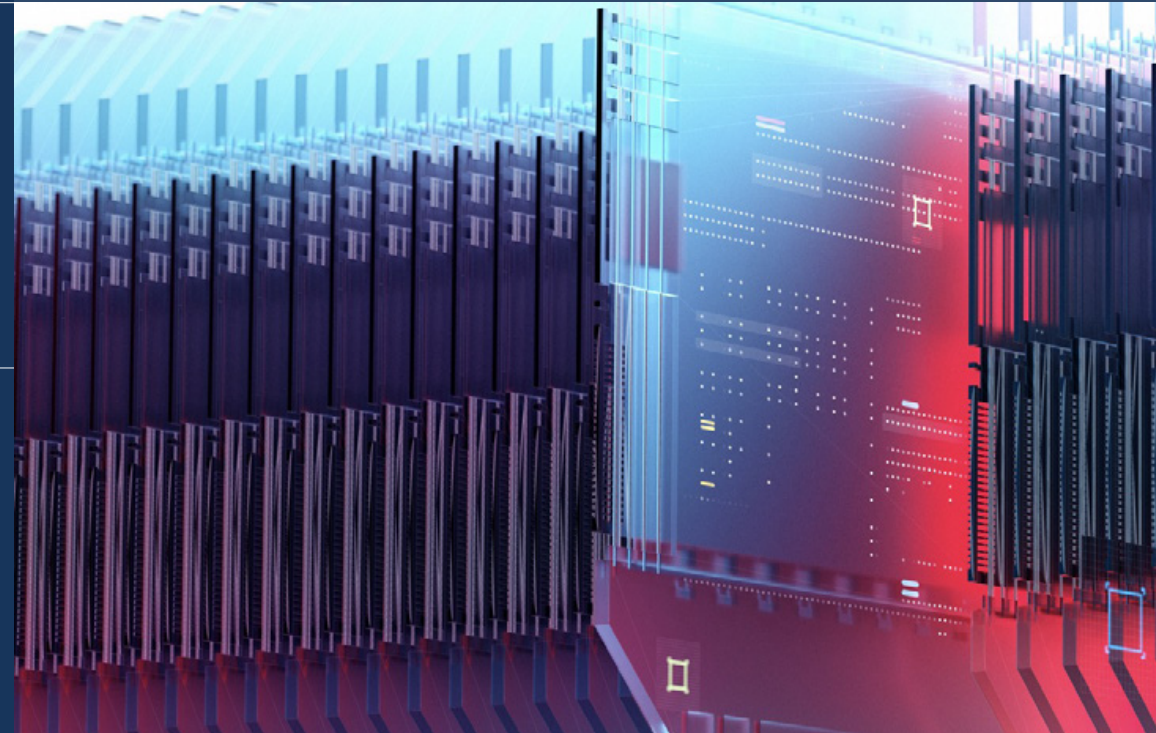
Impegnarsi per l'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda

13

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

14

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



15

Padroneggiare le tecniche di data mining, tra cui la selezione, la pre-elaborazione e la trasformazione di dati complessi

16

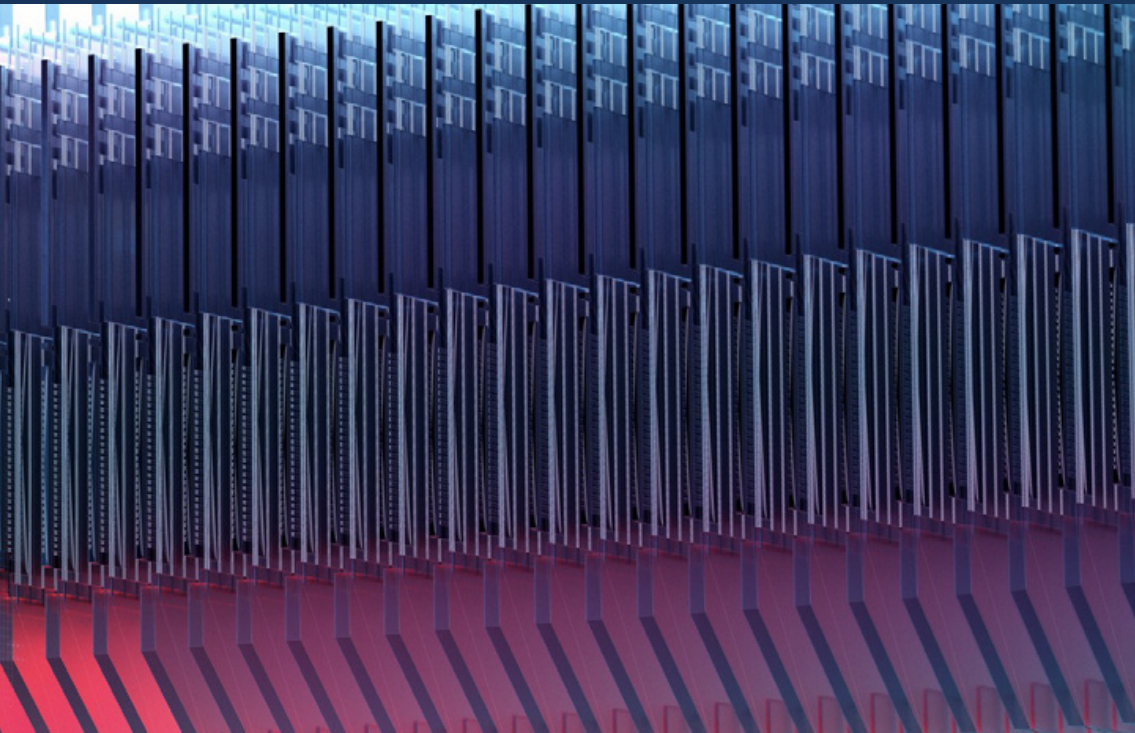
Progettare e sviluppare sistemi intelligenti in grado di apprendere e adattarsi ad ambienti mutevoli

17

Controllare gli strumenti di apprendimento automatico e la loro applicazione nel data mining per il processo decisionale

18

Utilizzare *Autoencoder*, *GAN* e modelli di diffusione per risolvere sfide specifiche di Intelligenza Artificiale



19

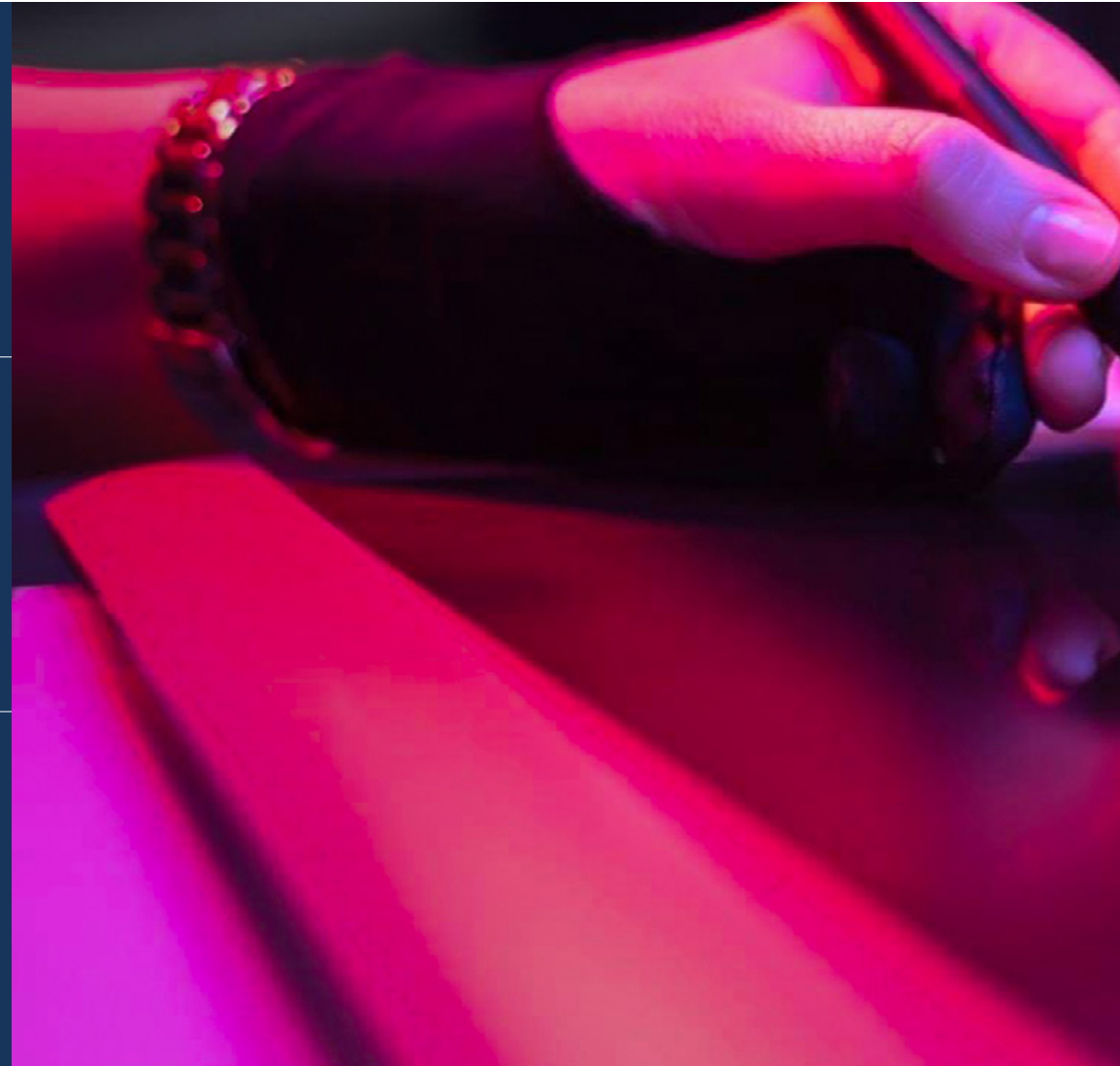
Implementare una rete encoder-decoder per la traduzione automatica neurale

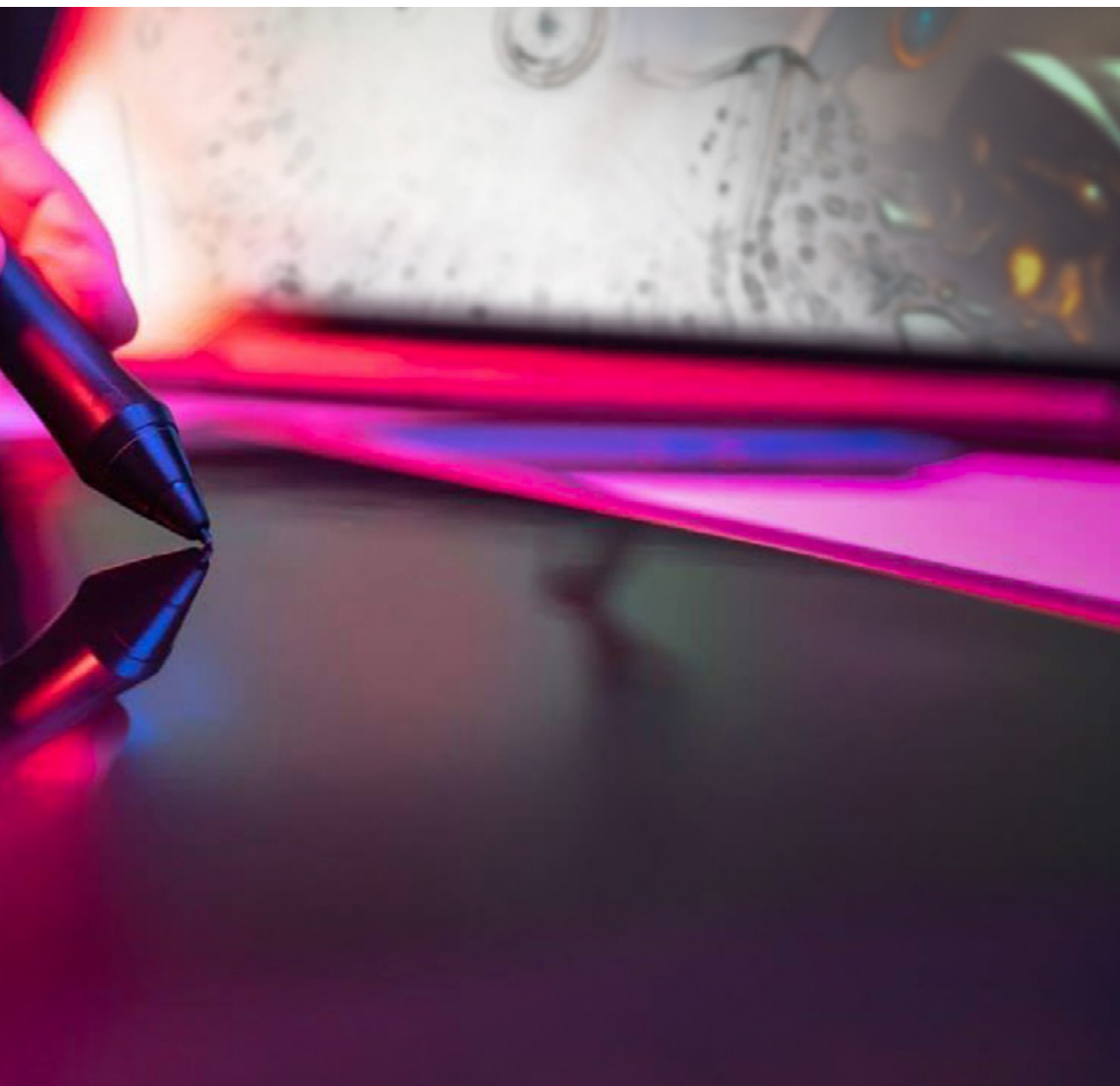
20

Applicare i principi fondamentali delle reti neurali per risolvere problemi specifici

21

Utilizzare strumenti, piattaforme e tecniche di IA, dall'analisi dei dati all'applicazione delle reti neurali e della modellazione predittiva





22

Concepire e realizzare progetti che utilizzano tecniche generative, comprendendo la loro applicazione in ambienti industriali e artistici

23

Utilizzare algoritmi di intelligenza artificiale predittiva per anticipare le interazioni degli utenti, consentendo risposte proattive ed efficienti nel disegno

24

Applicare tecniche di intelligenza artificiale per ridurre al minimo gli sprechi nel processo di progettazione, contribuendo a pratiche più sostenibili

06

Struttura e contenuti

Attraverso 30 moduli, gli studenti acquisiranno le competenze necessarie per integrare efficacemente l'Intelligenza Artificiale in tutte le fasi del processo di progettazione. Il piano di studi esaminerà questioni che vanno dalla Data Science o all'Algoritmia al Machine Learning. Inoltre, l'argomento approfondirà la costruzione di Reti Neurali, che servono agli studenti per risolvere problemi complessi di analisi dei dati o elaborazione delle immagini. Inoltre, i materiali didattici approfondiranno il Computer Bioispirato, offrendo agli studenti tecniche innovative come gli Algoritmi Generici o le Colonie di Formiche.



“

Un programma di alto livello che passa in rassegna le ultime ipotesi scientifiche nel Training of Deep Neural Networks"

Piano di studi

L'MBA in Intelligenza Artificiale nel Design di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il suo contenuto è pensato per favorire lo sviluppo delle competenze direttive che consentono un processo decisionale più rigoroso in contesti incerti.

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

Questo programma tratta in profondità le principali aree dell'Intelligenza Artificiale ed è progettato per consentire ai Designer di comprendere le sue applicazioni da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa

Un piano pensato per gli studenti, incentrato sul loro miglioramento professionale e che li prepara a raggiungere l'eccellenza nel campo del Design. Un programma che capisce le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso contenuti innovativi basati sulle ultime tendenze, supportati dalla migliore metodologia educativa e da un clastro eccezionale, che conferirà loro competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Modulo 1	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 2	Direzione strategica e <i>Management</i> Direttivo
Modulo 3	Direzione di persone e gestione del talento
Modulo 4	Direzione economico-finanziaria
Modulo 5.	Direzione di operazioni e logistica
Modulo 6	Direzione dei sistemi informativi
Modulo 7	Gestione Commerciale, Marketing Strategico e Comunicazione Aziendale
Modulo 8	Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale
Modulo 9	Innovazione e Direzione di Progetti
Modulo 10	<i>Management</i> Direttivo
Modulo 11	Fondamenti dell'Intelligenza Artificiale
Modulo 12	Tipi e cicli di vita del dato
Modulo 13	Il dato nell'Intelligenza Artificiale
Modulo 14	Data Mining Selezione, pre-elaborazione e trasformazione
Modulo 15	Algoritmi e complessità nell'Intelligenza Artificiale

Modulo 16	Sistemi Intelligenti
Modulo 17	Apprendimento automatico e Data Mining
Modulo 18	Le reti neurali, base del <i>Deep Learning</i>
Modulo 19	Addestramento di reti neurali profonde
Modulo 20	Personalizzazione di Modelli e addestramento con <i>TensorFlow</i>
Modulo 21	<i>Deep Computer Vision</i> con Reti Neurali Convoluzionali
Modulo 22	Elaborazione del Linguaggio Naturale (NLP) con Reti Neurali Ricorrenti (RNN) e Assistenza
Modulo 23	<i>Autoencoders, GANs</i> e modelli di diffusione
Modulo 24	Informatica Bio-ispirata
Modulo 25	Intelligenza Artificiale: strategie e applicazioni
Modulo 26	Applicazioni Pratiche dell'Intelligenza Artificiale nel Design
Modulo 27	Interazione Design-Utente e IA
Modulo 28	Innovazione del processo di Design e IA
Modulo 29	Tecnologie applicate al Design e IA
Modulo 30	Etica e ambiente nel Design e IA

Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo MBA in Intelligenza Artificiale nel Design in modalità completamente online. Durante i 24 mesi di specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti del programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

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

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

1.1. Globalizzazione e Governance

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

1.2. Leadership

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

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributi alla Conoscenza delle Culture Nazionali
- 1.3.3. Gestione della Diversità

1.4. Sviluppo manageriale e leadership

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

1.5. Etica d'impresa

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

1.6. Sostenibilità

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

1.7. Responsabilità Sociale d'Impresa

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

1.8. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

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

1.9. Multinazionali e diritti umani

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

1.10. Ambiente legale e Corporate Governance

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

Modulo 2. Direzione strategica e Management Direttivo

2.1. Analisi e progettazione organizzativa

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

2.2. Strategia corporativa

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

2.3. Pianificazione e Formulazione Strategica

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

2.4. Pensieri strategici

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

2.5. Diagnosi finanziaria

- 2.5.1. Concetto di diagnosi finanziaria
- 2.5.2. Fasi della diagnosi finanziaria
- 2.5.3. Metodi di Valutazione per la Diagnosi Finanziaria

2.6. Pianificazione e Strategia

- 2.6.1. Il piano strategico
- 2.6.2. Posizionamento strategico
- 2.6.3. La Strategia nell'Impresa

2.7. Modelli e schemi strategici

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

2.8. Strategia Competitiva

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

2.9. Direzione strategica

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

2.10. Implementazione della Strategia

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

2.11. Executive Management

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

2.12. Comunicazione Strategica

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

Modulo 3. Direzione del personale e gestione del talento

3.1. Comportamento Organizzativo

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

3.2. Il personale nelle organizzazioni

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

3.3. Direzione Strategica di persone

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

3.4. Evoluzione delle Risorse: Una visione d'insieme

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

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

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

3.6. Gestione delle Risorse Umane basata sulle competenze

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

3.7. Valutazione e gestione delle prestazioni

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

3.8. Gestione della formazione

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

3.9. Gestione del talento

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

3.10. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale

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

3.11. Motivazione

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

3.12. Employer Branding

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

3.13. Sviluppo di team ad alte prestazioni

- 3.13.1. Le squadre ad alte prestazioni: le squadre autogestite
- 3.13.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni

3.14. Sviluppo delle competenze manageriali

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

3.15. Gestione del tempo

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

3.16. Gestione del cambiamento

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

<p>3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti 3.17.1 Negoziazione 3.17.2 Gestione dei Conflitti 3.17.3 Gestione delle Crisi</p>	<p>3.18. Comunicazione direttiva 3.18.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese 3.18.2. Dipartimento di comunicazione 3.18.3. Il responsabile di comunicazione di azienda. Il profilo del Dircom</p>	<p>3.19. Gestione delle Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali 3.19.1. Gestione delle risorse umane e strumentazione 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro</p>	<p>3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento 3.20.1. La produttività 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento</p>
<p>3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria 3.21.1. Compensazione monetaria vs. non monetaria 3.21.2. Modelli di categorie salariali 3.21.3. Modelli di compensazione non monetaria 3.21.4. Modelli di lavoro 3.21.5. Comunità aziendale 3.21.6. Immagine dell'impresa 3.21.7. Retribuzione emotiva</p>	<p>3.22. Innovazione nella gestione dei talenti e del personale II 3.22.1. Innovazione nelle Organizzazioni 3.22.2. Nuove sfide del dipartimento di Risorse Umane 3.22.3. Gestione dell'innovazione 3.22.4. Strumenti per l'Innovazione</p>	<p>3.23. Gestione della conoscenza e del talento 3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza</p>	<p>3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale 3.24.1. Il contesto socioeconomico 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale 3.24.3. Nuove metodologie</p>

Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

<p>4.1. Contesto Economico 4.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario nazionale 4.1.2. Istituti finanziari 4.1.3. Mercati finanziari 4.1.4. Attivi finanziari 4.1.5. Altri enti del settore finanziario</p>	<p>4.2. Il finanziamento dell'azienda 4.2.1. Fonti di finanziamento 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento</p>	<p>4.3. Contabilità direttiva 4.3.1. Concetti di base 4.3.2. L'Attivo aziendale 4.3.3. Il Passivo aziendale 4.3.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda 4.3.5. Il Conto Economico</p>	<p>4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi 4.4.1. Elementi di calcolo dei costi 4.4.2. Le spese nella contabilità generale e nella contabilità dei costi 4.4.3. Classificazione dei costi</p>
<p>4.5. Sistemi di informazione e Business Intelligence 4.5.1. Concetto e classificazione 4.5.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi 4.5.3. Scelta del centro di costi ed effetti</p>	<p>4.6. Bilancio di previsione e controllo di gestione 4.6.1. Il modello di bilancio 4.6.2. Bilancio di Capitale 4.6.3. Bilancio di Gestione 4.6.4. Bilancio del Tesoro 4.6.5. Controllo del bilancio</p>	<p>4.7. Gestione della tesoreria 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di di Manovra Necessario 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi 4.7.3. <i>Credit management</i></p>	<p>4.8. Responsabilità fiscali delle imprese 4.8.1. Nozioni fiscali di base 4.8.2. L'imposta sulle società 4.8.3. L'imposta sul valore aggiunto 4.8.4. Altre imposte connesse con l'attività commerciale 4.8.5. L'impresa come facilitatore del lavoro di Stato</p>

4.9. Sistemi di controllo delle imprese

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

4.10. Direzione finanziaria

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

4.11. Pianificazione Finanziaria

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

4.12. Strategia Finanziaria d'Impresa

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

4.13. Contesto Macroeconomico

- 4.13.1. Contesto macroeconomico
- 4.13.2. Indicatori economici rilevanti
- 4.13.3. Meccanismi di monitoraggio delle grandezze macroeconomiche
- 4.13.4. Cicli economici

4.14. Finanziamento strategico

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

4.15. Mercati monetari e di capitali

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

4.16. Analisi e pianificazione finanziaria

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

4.17. Analisi e risoluzione di casi/ problemi

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

Modulo 5. Gestione di operazioni e logistica

5.1. Direzione e Gestione Operazioni

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

5.2. Organizzazione industriale e logistica

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

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

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

5.4. Struttura e tipi di approvvigionamento

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

5.5. Controllo economico degli acquisti

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

5.6. Controllo delle operazioni di magazzinaggio

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

5.7. Gestione strategica degli acquisti

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

5.8. Tipologie della Catena di Approvvigionamento (SCM)

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

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

Modulo 6. Direzione di sistemi informativi

6.1. Ambienti tecnologici

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

6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione in azienda

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

6.3. Strategia aziendale e tecnologica

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

6.4. Direzione dei Sistemi Informativi

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

6.5. Pianificazione strategica dei sistemi di informazione

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

6.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale

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

6.7. Esplorando le informazioni

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

6.8. *Business Intelligence* Aziendale

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

6.9. Nuovo concetto aziendale

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

6.10. Strumenti e soluzioni di BI

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

6.11. Pianificazione e direzione di un Progetto BI

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

6.12. Applicazioni di gestione aziendale

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

6.13. Trasformazione Digitale

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

6.14. Tecnologie e tendenze

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

6.15. *Outsourcing* di TI

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

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

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

7.2. Marketing

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

7.3. Gestione strategica del Marketing

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

7.4. Marketing online ed e-commerce

- 7.4.1. Obiettivi del Digital Marketing ed e-commerce
- 7.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi
- 7.4.3. E-commerce: Contesto generale
- 7.4.4. Categorie dell'e-commerce
- 7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell' *E-commerce* rispetto al commercio tradizionale

7.5. Managing digital business

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

7.6. Marketing digitale per rafforzare il marchio

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

7.7. Strategia di Marketing Digitale

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

7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti

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

7.9. Gestione delle campagne digitali

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

7.10. Piano di marketing online

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

7.11. Blended marketing

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

7.12. Strategie di vendita

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

7.13. Comunicazione aziendale

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

7.14. Strategia di Comunicazione Aziendale

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

7.15. Comunicazione e reputazione online

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

Modulo 8. Ricerche di mercato, pubblicità e direzione commerciale

8.1. Ricerche di Mercato

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

8.2. Metodi e tecniche di ricerca quantitativa

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

8.3. Metodi e tecniche di ricerca qualitativa

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

8.4. Segmentazione dei mercati

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

8.5. Gestione di progetti di ricerca

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

8.6. La ricerca di mercati internazionali

- 8.6.1. Ricerca di Mercati Internazionali
- 8.6.2. Processo di Ricerca di Mercati Internazionali
- 8.6.3. L'importanza delle fonti secondarie nelle Ricerche di Mercato internazionale

8.7. Studi di fattibilità

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

8.8. Pubblicità

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

8.9. Sviluppo del piano di marketing

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

8.10. Strategie di promozione e Merchandising

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

8.11. Pianificazione dei media

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

8.12. Fondamenti di direzione commerciale

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

8.13. Negoziazione commerciale

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

8.14. Processo decisionale nella gestione commerciale

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

8.15. Direzione e gestione della rete di vendite

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

8.16. Attuazione della funzione commerciale

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

8.17. Gestione dei conti chiave

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

8.18. Gestione finanziaria e di budget

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

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

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

9.2. Strategia di innovazione

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

9.3. Project Management nelle Startup

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

9.4. Pianificazione e verifica del modello di business

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

9.5. Direzione e Gestione di Progetti

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

9.6. Gestione del cambiamento nei progetti: gestione della formazione

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

9.7. Gestione della comunicazione di progetti

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

9.8. Metodologie tradizionali e innovative

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

9.9. Creazione di una startup

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

9.10. Pianificazione della gestione dei rischi nei progetti

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

Modulo 10. Management Direttivo

10.1. General Management

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

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

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

10.3. Direzione di operazioni

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

10.4. Oratoria e preparazione dei portavoce

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

10.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

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

10.6. Comunicazione in situazioni di crisi

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

10.7. Preparazione di un piano di crisi

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

10.8. Intelligenza emotiva

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

10.9. Branding personale

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

10.10. Leadership e gestione di team

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

Modulo 11. Fondamenti dell'Intelligenza Artificiale

11.1. Storia dell'Intelligenza Artificiale

- 11.1.1. Quando si è cominciato a parlare di Intelligenza Artificiale?
- 11.1.2. Riferimenti nel cinema
- 11.1.3. Importanza dell'Intelligenza Artificiale
- 11.1.4. Tecnologie che favoriscono e supportano l'Intelligenza Artificiale

11.2. Intelligenza artificiale nei giochi

- 11.2.1. Teoria dei giochi
- 11.2.2. *Minimax* e potatura Alfa-Beta
- 11.2.3. Simulazione: Monte Carlo

11.3. Reti neurali

- 11.3.1. Basi biologiche
- 11.3.2. Modello computazionale
- 11.3.3. Reti neurali supervisionate e non
- 11.3.4. Percettrone semplice
- 11.3.5. Percettrone multistrato

11.4. Algoritmi genetici

- 11.4.1. Storia
- 11.4.2. Base biologica
- 11.4.3. Codifica dei problemi
- 11.4.4. Generazione della popolazione iniziale
- 11.4.5. Algoritmo principale e operatori genetici
- 11.4.6. Valutazione degli individui: Fitness

11.5. Thesauri, vocabolari, tassonomie

- 11.5.1. Vocabolari
- 11.5.2. Tassonomie
- 11.5.3. Thesauri
- 11.5.4. Ontologie
- 11.5.5. Rappresentazione della conoscenza: Web semantico

11.6. Web semantico

- 11.6.1. Specifiche: RDF, RDFS e OWL
- 11.6.2. Inferenza/ragionamento
- 11.6.3. *Linked Data*

11.7. Sistemi esperti e DSS

- 11.7.1. Sistemi esperti
- 11.7.2. Sistemi di supporto decisionale

11.8. Chatbots e Assistenti Virtuali

- 11.8.1. Tipologie di assistenti: Assistenti per voce e per testo
- 11.8.2. Parti fondamentali per lo sviluppo di un assistente: Intent, entità e flusso di dialogo
- 11.8.3. Integrazione: Web, *Slack*, Whatsapp, Facebook
- 11.8.4. Strumenti per lo sviluppo di un assistente: *Dialog Flow*, *Watson Assistant*

11.9. Strategia di implementazione dell'IA

11.10. Futuro dell'Intelligenza Artificiale

- 11.10.1. Comprendiamo come identificare emozioni tramite algoritmi
- 11.10.2. Creazione della personalità: Linguaggio, espressioni e contenuti
- 11.10.3. Tendenze dell'Intelligenza Artificiale
- 11.10.4. Riflessioni

Modulo 12. Tipi e cicli di vita del dato

12.1. La statistica

- 12.1.1. Statistica: Statistica descrittiva e deduzioni statistiche
- 12.1.2. Popolazione, campione, individuo
- 12.1.3. Variabili: Definizione, scale di misurazione

12.2. Tipi di dati statistici

- 12.2.1. Secondo la tipologia
 - 12.2.1.1. Quantitativi: Dati continui e dati discreti
 - 12.2.1.2. Qualitativi: Dati binominali, nominali e ordinali
- 12.2.2. Secondo la forma
 - 12.2.2.1. Numerici
 - 12.2.2.2. Testuali
 - 12.2.2.3. Logici
- 12.2.3. Secondo la fonte
 - 12.2.3.1. Primari
 - 12.2.3.2. Secondari

12.3. Ciclo di vita dei dati

- 12.3.1. Fasi del ciclo
- 12.3.2. Tappe del ciclo
- 12.3.3. Principi FAIR

12.4. Fasi iniziali del ciclo

- 12.4.1. Definizione delle mete
- 12.4.2. Determinazione delle risorse necessarie
- 12.4.3. Diagramma di Gantt
- 12.4.4. Struttura dei dati

12.5. Raccolta di dati

- 12.5.1. Metodologia di raccolta
- 12.5.2. Strumenti di raccolta
- 12.5.3. Canali di raccolta

12.6. Pulizia del dato

- 12.6.1. Fasi di pulizia dei dati
- 12.6.2. Qualità del dato
- 12.6.3. Elaborazione dei dati (con R)

12.7. Analisi dei dati, interpretazione e valutazione dei risultati

- 12.7.1. Misure statistiche
- 12.7.2. Indici di relazione
- 12.7.3. Data Mining

12.8. Archiviazione dei dati (Datawarehouse)

- 12.8.1. Elementi che lo integrano
- 12.8.2. Design
- 12.8.3. Aspetti da considerare

12.9. Disponibilità del dato

- 12.9.1. Accesso
- 12.9.2. Utilità
- 12.9.3. Sicurezza

12.10. Aspetti normativi

- 12.10.1. Legge di protezione dei dati
- 12.10.2. Pratiche corrette
- 12.10.3. Altri aspetti normativi

Modulo 13. Il dato nell'Intelligenza Artificiale**13.1. Data Science**

- 13.1.1. Data Science
- 13.1.2. Strumenti avanzati per i data scientist

13.2. Dati, informazioni e conoscenza

- 13.2.1. Dati, informazioni e conoscenza
- 13.2.2. Tipi di dati
- 13.2.3. Fonti di dati

13.3. Dai dati all'informazione

- 13.3.1. Analisi dei dati
- 13.3.2. Tipi di analisi
- 13.3.3. Estrazione di informazioni da un *Dataset*

13.4. Estrazione di informazioni tramite visualizzazione

- 13.4.1. La visualizzazione come strumento di analisi
- 13.4.2. Metodi di visualizzazione
- 13.4.3. Visualizzazione di un insieme di dati

13.5. Qualità dei dati

- 13.5.1. Dati di qualità
- 13.5.2. Pulizia di dati
- 13.5.3. Pre-elaborazione base dei dati

13.6. Dataset

- 13.6.1. Arricchimento del *Dataset*
- 13.6.2. La maledizione della dimensionalità
- 13.6.3. Modifica di un insieme di dati

13.7. Squilibrio

- 13.7.1. Squilibrio di classe
- 13.7.2. Tecniche di mitigazione dello squilibrio
- 13.7.3. Equilibrio di un *Dataset*

13.8. Modelli non supervisionati

- 13.8.1. Modelli non controllati
- 13.8.2. Metodi
- 13.8.3. Classificazione con modelli non controllati

13.9. Modelli supervisionati

- 13.9.1. Modelli controllati
- 13.9.2. Metodi
- 13.9.3. Classificazione con modelli controllati

13.10. Strumenti e buone pratiche

- 13.10.1. Buone pratiche per i data scientist
- 13.10.2. Il modello migliore
- 13.10.3. Strumenti utili

Modulo 14. Data Mining: Selezione, pre-elaborazione e trasformazione**14.1. Inferenza statistica**

- 14.1.1. Statistica descrittiva e Inferenza statistica
- 14.1.2. Procedure parametriche
- 14.1.3. Procedure non parametriche

14.2. Analisi esplorativa

- 14.2.1. Analisi descrittiva
- 14.2.2. Visualizzazione
- 14.2.3. Preparazione dei dati

14.3. Preparazione dei dati

- 14.3.1. Integrazione e pulizia di dati
- 14.3.2. Standardizzazione dei dati
- 14.3.3. Trasformazione degli attributi

14.4. I valori mancanti

- 14.4.1. Trattamenti dei valori mancanti
- 14.4.2. Metodi di imputazione a massima verosimiglianza
- 14.4.3. Imputazione di valori mancanti mediante apprendimento automatico

14.5. Rumore nei dati

- 14.5.1. Classi di rumore e attributi
- 14.5.2. Filtraggio del rumore
- 14.5.3. Effetto del rumore

14.6. La maledizione della dimensionalità

- 14.6.1. *Oversampling*
- 14.6.2. *Undersampling*
- 14.6.3. Riduzione dei dati multidimensionali

14.7. Da attributi continui a discreti

- 14.7.1. Dati continui vs discreti
- 14.7.2. Processo di discretizzazione

14.8. I dati

- 14.8.1. Selezione dei dati
- 14.8.2. Prospettiva e criteri di selezione
- 14.8.3. Metodi di selezione

14.9. Selezione di istanze

- 14.9.1. Metodi per la selezione di istanze
- 14.9.2. Selezione di prototipi
- 14.9.3. Metodi avanzati per la selezione di istanze

14.10. Pre-elaborazione dei Dati negli ambienti *Big Data*

Modulo 15. Algoritmi e complessità nell'Intelligenza Artificiale

15.1. Introduzione alle strategie di progettazione di algoritmi

- 15.1.1. Risorse
- 15.1.2. Dividi e conquista
- 15.1.3. Altre strategie

15.2. Efficienza e analisi degli algoritmi

- 15.2.1. Misure di efficienza
- 15.2.2. Misurare l'ingresso di input
- 15.2.3. Misurare il tempo di esecuzione
- 15.2.4. Caso peggiore, migliore e medio
- 15.2.5. Notazione asintotica
- 15.2.6. Criteri di Analisi matematica per algoritmi non ricorsivi
- 15.2.7. Analisi matematica per algoritmi ricorsivi
- 15.2.8. Analisi empirica degli algoritmi

15.3. Algoritmi di ordinamento

- 15.3.1. Concetto di ordinamento
- 15.3.2. Ordinamento delle bolle
- 15.3.3. Ordinamento per selezione
- 15.3.4. Ordinamento per inserimento
- 15.3.5. Ordinamento per fusione (*Merge_Sort*)
- 15.3.6. Ordinamento rapido (*Quick_Sort*)

15.4. Algoritmi con alberi

- 15.4.1. Concetto di albero
- 15.4.2. Alberi binari
- 15.4.3. Percorsi degli alberi
- 15.4.4. Rappresentare le espressioni
- 15.4.5. Alberi binari ordinati
- 15.4.6. Alberi binari bilanciati

15.5. Algoritmi con *Heaps*

- 15.5.1. Gli *Heaps*
- 15.5.2. L'algoritmo *Heapsort*
- 15.5.3. Code prioritarie

15.6. Algoritmi con grafi

- 15.6.1. Rappresentazione
- 15.6.2. Percorso in larghezza
- 15.6.3. Percorso in profondità
- 15.6.4. Ordinamento topologico

15.7. Algoritmi *Greedy*

- 15.7.1. La strategia *Greedy*
- 15.7.2. Elementi della strategia *Greedy*
- 15.7.3. Cambio valuta
- 15.7.4. Il problema del viaggiatore
- 15.7.5. Problema dello zaino

15.8. Ricerca del percorso minimo

- 15.8.1. Il problema del percorso minimo
- 15.8.2. Archi e cicli negativi
- 15.8.3. Algoritmo di Dijkstra

15.9. Algoritmi *Greedy* sui grafi

- 15.9.1. L'albero a sovrapposizione minima
- 15.9.2. Algoritmo di Prim
- 15.9.3. Algoritmo di Kruskal
- 15.9.4. Analisi della complessità

15.10. *Backtracking*

- 15.10.1. Il *Backtracking*
- 15.10.2. Tecniche alternative

Modulo 16. Sistemi intelligenti

16.1. Teoria degli agenti

- 16.1.1. Storia del concetto
- 16.1.2. Definizione di agente
- 16.1.3. Agenti nell'intelligenza artificiale
- 16.1.4. Agenti nell'ingegneria dei software

16.2. Architetture di agenti

- 16.2.1. Il processo di ragionamento dell'agente
- 16.2.2. Agenti reattivi
- 16.2.3. Agenti deduttivi
- 16.2.4. Agenti ibridi
- 16.2.5. Confronto

16.3. Informazione e conoscenza

- 16.3.1. Distinzione tra dati, informazioni e conoscenza
- 16.3.2. Valutazione della qualità dei dati
- 16.3.3. Metodi di raccolta dei dati
- 16.3.4. Metodi di acquisizione dei dati
- 16.3.5. Metodi di acquisizione della conoscenza

16.4. Rappresentazione della conoscenza

- 16.4.1. L'importanza della rappresentazione della conoscenza
- 16.4.2. Definire la rappresentazione della conoscenza attraverso i suoi ruoli
- 16.4.3. Caratteristiche di una rappresentazione della conoscenza

16.5. Ontologie

- 16.5.1. Introduzione ai metadati
- 16.5.2. Concetto filosofico di ontologia
- 16.5.3. Concetto informatico di ontologia
- 16.5.4. Ontologie di dominio ed ontologie di livello superiore
- 16.5.5. Come costruire un'ontologia?

16.6. Linguaggi ontologici e Software per la creazione di ontologie

- 16.6.1. Triple RDF, *Turtle* e *N*
- 16.6.2. Schema *RDF*
- 16.6.3. *OWL*
- 16.6.4. *SPARQL*
- 16.6.5. Introduzione ai diversi strumenti per la creazione di ontologie
- 16.6.6. Installazione e utilizzo di *Protégé*

16.7. Sito web semantico

- 16.7.1. Lo stato attuale e il futuro del web semantico
- 16.7.2. Applicazioni del web semantico

16.8. Altri modelli di rappresentazione della conoscenza

- 16.8.1. Vocabolari
- 16.8.2. Panoramica
- 16.8.3. Tassonomie
- 16.8.4. Thesauri
- 16.8.5. Folksonomie
- 16.8.6. Confronto
- 16.8.7. Mappe mentali

16.9. Valutazione e integrazione delle rappresentazioni della conoscenza

- 16.9.1. Logica dell'ordine zero
- 16.9.2. Logica di prim'ordine
- 16.9.3. Logica descrittiva
- 16.9.4. Relazione tra i diversi tipi di logica
- 16.9.5. *Prolog*: Programmazione basata sulla logica del primo ordine

16.10. Ragionatori semantici, sistemi basati sulla conoscenza e sistemi esperti

- 16.10.1. Concetto di ragionatore
- 16.10.2. Applicazioni di un ragionatore
- 16.10.3. Sistemi basati sulla conoscenza
- 16.10.4. *MYCIN*, storia dei sistemi esperti
- 16.10.5. Elementi e Architettura dei Sistemi Esperti
- 16.10.6. Creazione di sistemi esperti

Modulo 17. Apprendimento automatico e data mining

17.1. Introduzione ai processi di scoperta della conoscenza e ai concetti di base dell'apprendimento automatico

- 17.1.1. Concetti chiave dei processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.2. Prospettiva storica sui processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.3. Fasi dei processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.4. Tecniche utilizzate nei processi di scoperta della conoscenza
- 17.1.5. Caratteristiche dei buoni modelli di apprendimento automatico
- 17.1.6. Tipi di informazioni sull'apprendimento automatico
- 17.1.7. Concetti di base dell'apprendimento
- 17.1.8. Concetti di base dell'apprendimento non supervisionato

17.2. Analisi e pre-elaborazione dei dati

- 17.2.1. Elaborazione dei dati
- 17.2.2. Trattamento dei dati nel flusso di analisi dei dati
- 17.2.3. Tipi di dati
- 17.2.4. Trasformazione dei dati
- 17.2.5. Visualizzazione ed esplorazione di variabili continue
- 17.2.6. Visualizzazione ed esplorazione di variabili categoriche
- 17.2.7. Misure di correlazione
- 17.2.8. Rappresentazioni grafiche più comuni
- 17.2.9. Introduzione all'analisi multivariata e alla riduzione delle dimensioni

17.3. Alberi decisionali

- 17.3.1. Algoritmo ID
- 17.3.2. Algoritmo C
- 17.3.3. Sovrallenamento e potatura
- 17.3.4. Analisi dei risultati

17.4. Valutazione dei classificatori

- 17.4.1. Matrici di confusione
- 17.4.2. Matrici di valutazione numerica
- 17.4.3. Statistica Kappa
- 17.4.4. La curva ROC

17.5. Regole di classificazione

- 17.5.1. Misure di valutazione delle regole
- 17.5.2. Introduzione alla rappresentazione grafica
- 17.5.3. Algoritmo di sovrapposizione sequenziale

17.6. Reti neurali

- 17.6.1. Concetti di base
- 17.6.2. Reti neurali semplici
- 17.6.3. Algoritmo di *Backpropagation*
- 17.6.4. Introduzione alle reti neurali ricorrenti

17.7. Metodi bayesiani

- 17.7.1. Concetti di base della probabilità
- 17.7.2. Teorema di Bayes
- 17.7.3. Naive Bayes
- 17.7.4. Introduzione alle reti bayesiane

17.8. Modelli di regressione e di risposta continua

- 17.8.1. Regressione lineare semplice
- 17.8.2. Regressione lineare multipla
- 17.8.3. Regressione logistica
- 17.8.4. Alberi di regressione
- 17.8.5. Introduzione alle macchine a vettori di supporto (SVM)
- 17.8.6. Misure di bontà di adattamento

17.9. Clustering

- 17.9.1. Concetti di base
- 17.9.2. *Clustering* gerarchico
- 17.9.3. Metodi probabilistici
- 17.9.4. Algoritmo EM
- 17.9.5. Metodo *B-Cubed*
- 17.9.6. Metodi impliciti

17.10. Estrazione di testi ed elaborazione del linguaggio naturale (NLP)

- 17.10.1. Concetti di base
- 17.10.2. Creazione del corpus
- 17.10.3. Analisi descrittiva
- 17.10.4. Introduzione alla sentiment analysis

Modulo 18. Le reti neurali, base del *Deep Learning*

18.1. Deep Learning

- 18.1.1. Tipi di Deep Learning
- 18.1.2. Applicazioni del Deep Learning
- 18.1.3. Vantaggi e svantaggi del Deep Learning

18.2. Operazioni

- 18.2.1. Somma
- 18.2.2. Prodotto
- 18.2.3. Trasporto

18.3. Livelli

- 18.3.1. Livello di input
- 18.3.2. Livello nascosto
- 18.3.3. Livello di output

18.4. Unione di livelli e operazioni

- 18.4.1. Progettazione dell'architettura
- 18.4.2. Connessione tra i livelli
- 18.4.3. Propagazione in avanti

18.5. Costruzione della prima rete neurale

- 18.5.1. Progettazione della rete
- 18.5.2. Impostare i pesi
- 18.5.3. Addestramento della rete

18.6. Trainer e ottimizzatore

- 18.6.1. Selezione dell'ottimizzatore
- 18.6.2. Ristabilire una funzione di perdita
- 18.6.3. Ristabilire una metrica

18.7. Applicazione dei Principi delle Reti Neurali

- 18.7.1. Funzioni di attivazione
- 18.7.2. Propagazione all'indietro
- 18.7.3. Regolazioni dei parametri

18.8. Dai neuroni biologici a quelli artificiali

- 18.8.1. Funzionamento di un neurone biologico
- 18.8.2. Trasferimento della conoscenza ai neuroni artificiali
- 18.8.3. Stabilire relazioni tra di essi

18.9. Implementazione di MLP (Perceptron multistrato) con Keras

- 18.9.1. Definizione della struttura di reti
- 18.9.2. Creazione del modello
- 18.9.3. Training del modello

18.10. Iperparametri di *Fine tuning* di Reti Neurali

- 18.10.1. Selezione della funzione di attivazione
- 18.10.2. Stabilire il *learning rate*
- 18.10.3. Regolazioni dei pesi

Modulo 19. Addestramento delle reti neurali profonde

19.1. Problemi di Gradiente

- 19.1.1. Tecniche di ottimizzazione gradiente
- 19.1.2. Gradienti stocastici
- 19.1.3. Tecniche di inizializzazione dei pesi

19.2. Riutilizzo di strati pre-addestrati

- 19.2.1. Addestramento per il trasferimento dell'apprendimento
- 19.2.2. Estrazione delle caratteristiche
- 19.2.3. Deep Learning

19.3. Ottimizzatori

- 19.3.1. Ottimizzatori a discesa stocastica del gradiente
- 19.3.2. Ottimizzatori Adam e *RMSprop*
- 19.3.3. Ottimizzatori di momento

19.4. Programmazione del tasso di apprendimento

- 19.4.1. Controllo automatico del tasso di apprendimento
- 19.4.2. Cicli di apprendimento
- 19.4.3. Termini di lisciatura

19.5. Overfitting

- 19.5.1. Convalida incrociata
- 19.5.2. Regolarizzazione
- 19.5.3. Metriche di valutazione

19.6. Linee guida pratiche

- 19.6.1. Progettazione dei modelli
- 19.6.2. Selezione delle metriche e dei parametri di valutazione
- 19.6.3. Verifica delle ipotesi

19.7. Transfer Learning

- 19.7.1. Addestramento per il trasferimento dell'apprendimento
- 19.7.2. Estrazione delle caratteristiche
- 19.7.3. Deep Learning

19.8. Aumento dei dati

- 19.8.1. Trasformazioni dell'immagine
- 19.8.2. Generazione di dati sintetici
- 19.8.3. Trasformazione del testo

19.9. Applicazione Pratica del *Transfer Learning*

- 19.9.1. Addestramento per il trasferimento dell'apprendimento
- 19.9.2. Estrazione delle caratteristiche
- 19.9.3. Deep Learning

19.10. Regolarizzazione

- 19.10.1. L e L
- 19.10.2. Regolarizzazione a entropia massima
- 19.10.3. *Dropout*

Modulo 20. Personalizzazione di Modelli e addestramento con *TensorFlow*

20.1. TensorFlow

- 20.1.1. Utilizzo della libreria *TensorFlow*
- 20.1.2. Addestramento dei modelli con *TensorFlow*
- 2.1.3. Operazioni grafiche su *TensorFlow*

20.2. TensorFlow e NumPy

- 20.2.1. Ambiente computazionale NumPy per *TensorFlow*
- 20.2.2. Utilizzo degli array NumPy con *TensorFlow*
- 20.2.3. Operazioni NumPy per i grafici di *TensorFlow*

20.3. Personalizzazione di modelli e algoritmi di addestramento

- 20.3.1. Costruire modelli personalizzati con *TensorFlow*
- 20.3.2. Gestione dei parametri di addestramento
- 20.3.3. Utilizzo di tecniche di ottimizzazione per l'addestramento

20.4. Funzioni e grafica di TensorFlow

- 20.4.1. Funzioni con *TensorFlow*
- 20.4.2. Utilizzo di grafici per l'addestramento dei modelli
- 20.4.3. Ottimizzazione dei grafici con le operazioni di *TensorFlow*

20.5. Caricamento e pre-elaborazione dei dati con TensorFlow

- 20.5.1. Caricamento di insiemi di dati con *TensorFlow*
- 20.5.2. Pre-elaborazione dei dati con *TensorFlow*
- 20.5.3. Utilizzo di strumenti di *TensorFlow* per la manipolazione dei dati

20.6. La API tfdata

- 20.6.1. Utilizzo dell'API *tfdata* per il trattamento dei dati
- 20.6.2. Costruzione di flussi di dati con *tfdata*
- 20.6.3. Uso dell'API *tfdata* per il training dei modelli

20.7. Il formato TFRecord

- 20.7.1. Utilizzo dell'API *TFRecord* per la serialità dei dati
- 20.7.2. Caricamento di file *TFRecord* con *TensorFlow*
- 20.7.3. Utilizzo di file *TFRecord* per l'addestramento dei modelli

20.8. Livelli di pre-elaborazione di Keras

- 20.8.1. Utilizzo dell'API di pre-elaborazione di Keras
- 20.8.2. Costruzione di *pipeline* di pre-elaborazione con Keras
- 20.8.3. Uso dell'API nella pre-elaborazione di Keras per il training dei modelli

20.9. Il progetto TensorFlow Datasets

- 20.9.1. Utilizzo di *TensorFlow Datasets* per la serialità dei dati
- 20.9.2. Pre-elaborazione dei dati con *TensorFlow Datasets*
- 20.9.3. Uso di *TensorFlow Datasets* per l'addestramento dei modelli

20.10. Costruire un'applicazione di Deep Learning con TensorFlow

- 20.10.1. Applicazione pratica
- 20.10.2. Costruire un'applicazione di *Deep Learning* con *TensorFlow*
- 20.10.3. Addestramento dei modelli con *TensorFlow*
- 20.10.4. Utilizzo dell'applicazione per la previsione dei risultati

Modulo 21. Deep Computer Vision con Reti Neurali Convoluzionali

21.1. L'architettura *Visual Cortex*

- 21.1.1. Funzioni della corteccia visiva
- 21.1.2. Teoria della visione computazionale
- 21.1.3. Modelli di elaborazione delle immagini

21.2. Layer convoluzionali

- 21.2.1. Riutilizzo dei pesi nella convoluzione
- 21.2.2. Convoluzione D
- 21.2.3. Funzioni di attivazione

21.3. Livelli di raggruppamento e distribuzione dei livelli di raggruppamento con Keras

- 21.3.1. *Pooling* e *Striding*
- 21.3.2. *Flattening*
- 21.3.3. Tipi di *Pooling*

21.4. Architetture CNN

- 21.4.1. Architettura VGG
- 21.4.2. Architettura *AlexNet*
- 21.4.3. Architettura *ResNet*

21.5. Implementazione di una CNN *ResNet* utilizzando Keras

- 21.5.1. Inizializzazione dei pesi
- 21.5.2. Definizione del livello di input
- 21.5.3. Definizione di output

21.6. Uso di modelli pre-training di Keras

- 21.6.1. Caratteristiche dei modelli pre-addestramento
- 21.6.2. Usi dei modelli pre-addestramento
- 21.6.3. Vantaggi dei modelli pre-addestramento

21.7. Modelli pre-addestramento per l'apprendimento tramite trasferimento

- 21.7.1. L'apprendimento attraverso il trasferimento
- 21.7.2. Processo di apprendimento per trasferimento
- 21.7.3. Vantaggi dell'apprendimento per trasferimento

21.8. Classificazione e localizzazione in *Deep Computer Vision*

- 21.8.1. Classificazione di immagini
- 21.8.2. Localizzazione di oggetti nelle immagini
- 21.8.3. Rilevamento di oggetti

21.9. Rilevamento di oggetti e tracciamento degli oggetti

- 21.9.1. Metodi di rilevamento degli oggetti
- 21.9.2. Algoritmi di tracciamento degli oggetti
- 21.9.3. Tecniche di tracciamento e localizzazione

21.10. Segmentazione semantica

- 21.10.1. Deep Learning con segmentazione semantica
- 21.10.2. Rilevamento dei bordi
- 21.10.3. Metodi di segmentazione basati su regole

Modulo 22. Elaborazione del Linguaggio Naturale (NLP) con Reti Neurali Ricorrenti (RNN) e Assistenza

22.1. Generazione di testo utilizzando RNN

- 22.1.1. Addestramento di una RNN per la generazione di testo
- 22.1.2. Generazione di linguaggio naturale con RNN
- 22.1.3. Applicazioni di generazione di testo con RNN

22.2. Creazione del set di dati di addestramento

- 22.2.1. Preparazione dei dati per l'addestramento di una RNN
- 22.2.2. Conservazione del set di dati di training
- 22.2.3. Pulizia e trasformazione dei dati
- 22.2.4. Analisi del Sentimento

22.3. Classificazione delle opinioni con RNN

- 22.3.1. Rilevamento degli argomenti nei commenti
- 22.3.2. Analisi del Sentiment con algoritmi di deep learning

22.4. Rete encoder-decoder per eseguire la traduzione automatica neurale

- 22.4.1. Addestramento di una RNN per eseguire la traduzione automatica
- 22.4.2. Utilizzo di una rete *encoder-decoder* per la traduzione automatica
- 22.4.3. Migliore precisione della traduzione automatica con RNN

22.5. Meccanismi di assistenza

- 22.5.1. Attuazione di meccanismi di assistenza in RNN
- 22.5.2. Utilizzo di meccanismi di assistenza per migliorare la precisione dei modelli
- 22.5.3. Vantaggi dei meccanismi di assistenza nelle reti neurali

22.6. Modelli *Transformers*

- 22.6.1. Utilizzo dei modelli *Transformers* per l'elaborazione del linguaggio naturale
- 22.6.2. Applicazione dei modelli *Transformers* per visione
- 22.6.3. Vantaggi dei modelli *Transformers*

22.7. *Transformers* per la visione

- 22.7.1. Uso dei modelli *Transformers* per la visione
- 22.7.2. Elaborazione dei dati di immagine
- 22.7.3. Addestramento dei modelli *Transformers* per la visione

22.8. Libreria di *Transformers* di *Hugging Face*

- 22.8.1. Uso della libreria di *Transformers* di *Hugging Face*
- 22.8.2. Applicazione della libreria *Transformers* di *Hugging Face*
- 22.8.3. Vantaggi della libreria di *Transformers* di *Hugging Face*

22.9. Altre Librerie di *Transformers*. Confronto

- 22.9.1. Confronto tra le diverse librerie di *Transformers*
- 22.9.2. Uso di altre librerie di *Transformers*
- 22.9.3. Vantaggi delle altre librerie di *Transformers*

22.10. Sviluppo di un'applicazione NLP con RNN e Assistenza: Applicazione pratica

- 22.10.1. Sviluppare di un'applicazione di elaborazione di linguaggio naturale con RNN e attenzione
- 22.10.2. Utilizzo di RNN, meccanismi di assistenza e modelli *Transformers* nell'applicazione
- 22.10.3. Valutazione dell'attuazione pratica

Modulo 23. Autoencoder, GANs e modelli di diffusione

23.1. Rappresentazione dei dati efficienti

- 23.1.1. Riduzione della dimensionalità
- 23.1.2. Deep Learning
- 23.1.3. Rappresentazioni compatte

23.2. Realizzazione di PCA con un encoder automatico lineare incompleto

- 23.2.1. Processo di addestramento
- 23.2.2. Implementazione in Python
- 23.2.3. Uso dei dati di prova

23.3. Codificatori automatici raggruppati

- 23.3.1. Reti neurali profonde
- 23.3.2. Costruzione di architetture di codifica
- 23.3.3. Uso della regolarizzazione

23.4. Autocodificatori convoluzionali

- 23.4.1. Progettazione di modelli convoluzionali
- 23.4.2. Addestramento di modelli convoluzionali
- 23.4.3. Valutazione dei risultati

23.5. Eliminazione del rumore dei codificatori automatici

- 23.5.1. Applicare filtro
- 23.5.2. Progettazione di modelli di codificazione
- 23.5.3. Uso di tecniche di regolarizzazione

23.6. Codificatori automatici dispersi

- 23.6.1. Aumentare l'efficienza della codifica
- 23.6.2. Ridurre al minimo il numero di parametri
- 23.6.3. Uso di tecniche di regolarizzazione

23.7. Codificatori automatici variazionali

- 23.7.1. Utilizzo dell'ottimizzazione variazionale
- 23.7.2. Deep learning non supervisionato
- 23.7.3. Rappresentazioni latenti profonde

23.8. Creazione di immagini MNIST di moda

- 23.8.1. Riconoscimento di pattern
- 23.8.2. Creazione di immagini
- 23.8.3. Addestramento delle reti neurali profonde

23.9. Reti generative avversarie e modelli di diffusione

- 23.9.1. Generazione di contenuti da immagini
- 23.9.2. Modello di distribuzione dei dati
- 23.9.3. Uso di reti avversarie

23.10. L'implementazione dei Modelli

- 23.10.1. Applicazione Pratica
- 23.10.2. L'implementazione dei modelli
- 23.10.3. Utilizzo dei dati di prova
- 23.10.4. Valutazione dei risultati

Modulo 24. Elaborazione del Linguaggio Naturale (NLP) con Reti Neurali Ricorrenti (RNN) e Assistenza

24.1. Introduzione al bio-inspired computing

24.1.1. Introduzione all'informatica bio-ispirata

24.2. Algoritmi di adattamento sociale

24.2.1. Informatica Bio-ispirata basata su colonie di formiche
 24.2.2. Varianti degli algoritmi di colonia di formiche
 24.2.3. Elaborazione particellare basata su cloud

24.3. Algoritmi genetici

24.3.1. Struttura generale
 24.3.2. Implementazioni dei principali operatori

24.4. Strategie spaziali di esplorazione-sfruttamento per algoritmi genetici

24.4.1. Algoritmo CHC
 24.4.2. Problemi multimodali

24.5. Modelli di calcolo evolutivo (I)

24.5.1. Strategie evolutive
 24.5.2. Programmazione evolutiva
 24.5.3. Algoritmi basati sull'evoluzione differenziale

24.6. Modelli di calcolo evolutivo (II)

24.6.1. Modelli evolutivi basati sulla stima delle distribuzioni (EDA)
 24.6.2. Programmazione genetica

24.7. Programmazione evolutiva applicata ai problemi di apprendimento

24.7.1. Apprendimento basato sulle regole
 24.7.2. Metodi evolutivi nei problemi di selezione delle istanze

24.8. Problemi multi-obiettivo

24.8.1. Concetto di dominanza
 24.8.2. Applicazione degli algoritmi evolutivi a problemi multi-obiettivo

24.9. Reti neurali (I)

24.9.1. Introduzione alle reti neurali
 24.9.2. Esempio pratico con le reti neurali

24.10. Reti neurali (II)

24.10.1. Casi di utilizzo delle reti neurali nella ricerca medica
 24.10.2. Casi di utilizzo delle reti neurali in economia
 24.10.3. Casi di utilizzo delle reti neurali nella visione artificiale

Modulo 25. Intelligenza Artificiale: Strategie e applicazioni

25.1. Servizi finanziari

- 25.1.1. Le implicazioni dell'Intelligenza Artificiale (IA) nei servizi finanziari: Opportunità e sfide
- 25.1.2. Casi d'uso
- 25.1.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.1.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.2. Implicazioni dell'Intelligenza Artificiale nel servizio sanitario

- 25.2.1. Implicazioni dell'IA nel settore sanitario: Opportunità e sfide
- 25.2.2. Casi d'uso

25.3. Rischi legati all'uso dell'IA nel servizio sanitario

- 25.3.1. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.3.2. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.4. Retail

- 25.4.1. Implicazioni dell'IA nel Retail: Opportunità e sfide
- 25.4.2. Casi d'uso
- 25.4.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.4.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.5. Industria

- 25.5.1. Implicazioni dell'IA nell'Industria: Opportunità e sfide
- 25.5.2. Casi d'uso

25.6. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA nell'Industria

- 25.6.1. Casi d'uso
- 25.6.2. Potenziali rischi legati all'utilizzo di IA
- 25.6.3. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.7. Pubblica Amministrazione

- 25.7.1. Implicazioni dell'IA nella Pubblica Amministrazione: Opportunità e sfide
- 25.7.2. Casi d'uso
- 25.7.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.7.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.8. Educazione

- 25.8.1. Implicazioni dell'IA nell'Educazione: Opportunità e sfide
- 25.8.2. Casi d'uso
- 25.8.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.8.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.9. Silvicoltura e agricoltura

- 25.9.1. Implicazioni dell'IA nella silvicoltura e nell'agricoltura: Opportunità e sfide
- 25.9.2. Casi d'uso
- 25.9.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.9.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

25.10. Risorse Umane

- 25.10.1. Implicazioni dell'IA nelle Risorse Umane: Opportunità e sfide
- 25.10.2. Casi d'uso
- 25.10.3. Potenziali rischi legati all'uso dell'IA
- 25.10.4. Potenziali sviluppi/utilizzi futuri dell'IA

Modulo 26. Applicazioni Pratiche dell'Intelligenza Artificiale nel Design

26.1. Generazione automatica di immagini nel design grafico con Wall-e, Adobe Firefly e Stable Diffusion

- 26.1.1. Concetti fondamentali della generazione di immagini
- 26.1.2. Strumenti e frameworks per la generazione grafica automatica
- 26.1.3. Impatto sociale e culturale del design generativo
- 26.1.4. Tendenze attuali del settore e sviluppi e applicazioni future

26.2. Personalizzazione dinamica delle interfacce utente grazie all'IA

- 26.2.1. Principi di personalizzazione UI/UX
- 26.2.2. Algoritmi di raccomandazione nella personalizzazione delle interfacce
- 26.2.3. Esperienza utente e feedback continuo
- 26.2.4. Implementazione pratica in applicazioni reali

26.3. Design generativo: Applicazioni nell'industria e nell'arte

- 26.3.1. Fondamenti del design generativo
- 26.3.2. Design generativo nell'industria
- 26.3.3. Design generativo nell'arte contemporanea
- 26.3.4. Sfide e sviluppi futuri del design generativo

26.4. Creazione automatica di Layout: case editrici con algoritmi

- 26.4.1. Principi di Layout: pubblicazione automatica
- 26.4.2. Algoritmi di distribuzione dei contenuti
- 26.4.3. Ottimizzazione degli spazi e delle proporzioni nella progettazione editoriale
- 26.4.4. Automazione del processo di revisione e adeguamento

26.5. Generazione procedurale di videogiochi con PCG

- 26.5.1. Introduzione alla generazione procedurale nei videogiochi
- 26.5.2. Algoritmi per la creazione automatica di livelli e ambienti
- 26.5.3. Narrazione procedurale e ramificazione nei videogiochi
- 26.5.4. Impatto della generazione procedurale sull'esperienza del giocatore

26.6. Riconoscimento di pattern in loghi con Machine Learning

- 26.6.1. Nozioni di base sul riconoscimento dei modelli nel design grafico
- 26.6.2. Implementazione dei modelli di Machine Learning per l'identificazione del logo
- 26.6.3. Applicazioni pratiche nella progettazione grafica
- 26.6.4. Considerazioni legali ed etiche nel riconoscimento dei loghi

26.7. Ottimizzazione dei colori e delle composizioni con l'IA

- 26.7.1. Psicologia del colore e composizione visiva
- 26.7.2. Algoritmi per l'ottimizzazione dei colori nel design grafico con Adobe Color Wheel e Colors
- 26.7.3. Composizione automatica degli elementi visivi tramite Framer, Canva e RunwayML
- 26.7.4. Valutazione dell'impatto dell'ottimizzazione automatica sulla percezione dell'utente

26.8. Analisi predittiva delle tendenze visive nel design

- 26.8.1. Raccolta dei dati e tendenze attuali
- 26.8.2. Modelli di Machine Learning per la previsione delle tendenze
- 26.8.3. Implementazione di strategie proattive di design
- 26.8.4. Principi di utilizzo dei dati e delle previsioni nel design

26.9. Collaborazione assistita da IA in team di progettazione

- 26.9.1. Collaborazione uomo-IA nei progetti di design
- 26.9.2. Piattaforme e strumenti per la collaborazione assistita da IA (Adobe Creative Cloud y Sketch2React)
- 26.9.3. Migliori pratiche di integrazione delle tecnologie assistite dall'IA
- 26.9.4. Prospettive future della collaborazione tra uomo e IA nel design

26.10. Strategie per il successo dell'integrazione dell'IA nel design

- 26.10.1. Identificazione delle esigenze di progettazione risolvibili con l'IA
- 26.10.2. Valutazione delle piattaforme e degli strumenti disponibili
- 26.10.3. Integrazione efficace nei progetti di design
- 26.10.4. Ottimizzazione continua e adattabilità

Modulo 27. Interazione Design-Utente e IA

27.1. Suggerimenti per il design comportamentale contestuale

- 27.1.1. Comprendere il comportamento dell'utente nel design
- 27.1.2. Sistemi di suggerimenti contestuali basati sull'IA
- 27.1.3. Strategie per garantire la trasparenza e il consenso degli utenti
- 27.1.4. Tendenze e possibili miglioramenti nella personalizzazione comportamentale

27.2. Analisi predittiva delle interazioni degli utenti

- 27.2.1. Importanza dell'analisi predittiva nelle interazioni tra utente e progetto
- 27.2.2. Modelli di *Machine Learning* per la previsione delle comportamenti degli utenti
- 27.2.3. Integrare l'analisi predittiva nel design dell'interfaccia utente
- 27.2.4. Sfide e dilemmi nell'analisi predittiva

27.3. Design adattivo a diversi dispositivi con IA

- 27.3.1. Principi di design adattivo dei dispositivi
- 27.3.2. Algoritmi di adattamento dei contenuti
- 27.3.3. Ottimizzazione dell'interfaccia per esperienze mobili e desktop
- 27.3.4. Sviluppi futuri del design adattivo con le tecnologie emergenti

27.4. Generazione automatica di personaggi e nemici nei videogiochi

- 27.4.1. La necessità della generazione automatica nello sviluppo di videogiochi
- 27.4.2. Algoritmi per la generazione di personaggi e nemici
- 27.4.3. Personalizzazione e adattabilità dei personaggi generati automaticamente
- 27.4.4. Esperienze di sviluppo: Sfide e lezioni apprese

27.5. Migliorare la IA dei personaggi di gioco

- 27.5.1. Importanza dell'intelligenza artificiale nei personaggi dei videogiochi
- 27.5.2. Algoritmi per migliorare il comportamento dei personaggi
- 27.5.3. Adattamento e apprendimento continuo dell'IA nei giochi
- 27.5.4. Sfide tecniche e creative nel miglioramento dell'IA dei personaggi

27.6. Design personalizzato nell'industria: Sfide e opportunità

- 27.6.1. Trasformare il design industriale con la personalizzazione
- 27.6.2. Tecnologie abilitanti per il design personalizzato
- 27.6.3. Sfide nell'attuazione del design personalizzato su scala
- 27.6.4. Opportunità di innovazione e differenziazione competitiva

27.7. Design per la sostenibilità attraverso l'IA

- 27.7.1. Analisi del ciclo di vita e tracciabilità con l'intelligenza artificiale
- 27.7.2. Ottimizzazione dei materiali riciclabili
- 27.7.3. Miglioramento dei processi sostenibili
- 27.7.4. Sviluppo di strategie e progetti pratici

27.8. Integrazione degli assistenti virtuali nelle interfacce di design con Adobe, Microsoft Bot Framework e Rasa

- 27.8.1. Ruolo degli assistenti virtuali nel design interattivo
- 27.8.2. Sviluppo di assistenti virtuali specializzati nel design
- 27.8.3. Interazione naturale con gli assistenti virtuali nei progetti di design
- 27.8.4. Sfide di implementazione e miglioramento continuo

27.9. Analisi continua dell'esperienza utente per il miglioramento

- 27.9.1. Ciclo di miglioramento continuo nel design dell'interazione
- 27.9.2. Strumenti e metriche per l'analisi continua
- 27.9.3. Iterazione e adattamento nell'esperienza utente
- 27.9.4. Garantire la privacy e la trasparenza nel trattamento dei dati sensibili

27.10. Applicazione di tecniche di IA per il miglioramento dell'usabilità

- 27.10.1. Intersezione tra IA e usabilità
- 27.10.2. Analisi del sentiment ed esperienza dell'utente (UX)
- 27.10.3. Personalizzazione dinamica dell'interfaccia
- 27.10.4. Ottimizzazione del flusso di lavoro e navigazione

Modulo 28. Innovazione del processo di Design e IA

28.1. Ottimizzazione dei processi produttivi con simulazioni IA

- 28.1.1. Introduzione all'ottimizzazione dei processi produttivi
- 28.1.2. Simulazioni di IA per l'ottimizzazione della produzione
- 28.1.3. Sfide tecniche e operative nell'implementazione delle simulazioni di IA
- 28.1.4. Prospettive future: I progressi nell'ottimizzazione dei processi con l'IA

28.2. Creazione di prototipi virtuali: Sfide e benefici

- 28.2.1. Importanza della prototipazione virtuale nel design
- 28.2.2. Strumenti e tecnologie per la prototipazione virtuale
- 28.2.3. Sfide nella prototipazione virtuale e strategie di superamento
- 28.2.4. Impatto sull'innovazione e sull'agilità del design

28.3. Design generativo: Applicazioni nell'industria e nella creazione artistica

- 28.3.1. Architettura e pianificazione urbana
- 28.3.2. Design della moda e dei tessuti
- 28.3.3. Design di materiali e texture
- 28.3.4. Automazione nel design grafico

28.4. Analisi dei materiali e delle prestazioni mediante intelligenza artificiale

- 28.4.1. Importanza dell'analisi dei materiali e delle prestazioni nel design
- 28.4.2. Algoritmi di intelligenza artificiale per l'analisi dei materiali
- 28.4.3. Impatto sull'efficienza e sulla sostenibilità del design
- 28.4.4. Sfide di implementazione e applicazioni future

28.5. Personalizzazione di massa nella produzione industriale

- 28.5.1. Trasformazione della produzione attraverso la personalizzazione di massa
- 28.5.2. Tecnologie abilitanti per la personalizzazione di massa
- 28.5.3. Sfide logistiche e di scala nella personalizzazione di massa
- 28.5.4. Impatto economico e opportunità di innovazione

28.6. Strumenti di progettazione assistita da intelligenza artificiale (Deep Dream Generator, Fotor e Snappa)

- 28.6.1. Design assistito dalla generazione GAN (reti generative avversarie)
- 28.6.2. Generazione collettiva di idee
- 28.6.3. Generazione consapevole del contesto
- 28.6.4. Esplorazione di dimensioni creative non lineari

28.7. Design collaborativo uomo-robot in progetti innovativi

- 28.7.1. Integrazione di robot in progetti di design innovativi
- 28.7.2. Strumenti e piattaforme per la collaborazione uomo-robot (ROS, OpenAI Gym e Azure Robotics)
- 28.7.3. Sfide nell'integrazione dei robot nei progetti creativi
- 28.7.4. Prospettive future nel design collaborativo con le tecnologie emergenti

28.8. Manutenzione predittiva dei prodotti: Approccio IA

- 28.8.1. Importanza della manutenzione predittiva per estendere la durata di vita dei prodotti
- 28.8.2. Modelli di *Machine Learning* per la manutenzione predittiva
- 28.8.3. Applicazione pratica in vari settori industriali
- 28.8.4. Valutazione dell'accuratezza e dell'efficienza di questi modelli in contesti industriali

28.9. Generazione automatica di caratteri tipografici e stili visivi

- 28.9.1. Fondamenti della generazione automatica nella progettazione di caratteri tipografici
- 28.9.2. Applicazioni pratiche nella progettazione grafica e nella comunicazione visiva
- 28.9.3. Design collaborativo assistito dall'IA nella creazione di caratteri tipografici
- 28.9.4. Esplorazione di stili e tendenze automatiche

28.10. Integrazione IoT per il monitoraggio dei prodotti in tempo reale

- 28.10.1. Trasformazione con l'integrazione dell'IoT nel design del prodotto
- 28.10.2. Sensori e dispositivi IoT per il monitoraggio in tempo reale
- 28.10.3. Analisi dei dati e processo decisionale basato sull'IoT
- 28.10.4. Sfide nell'implementazione e applicazioni future dell'IoT nel design

Modulo 29. Tecnologie applicate al Design e IA

29.1. Integrazione degli assistenti virtuali nelle interfacce di design con Dialogflow, Microsoft Bot Framework e Rasa

- 29.1.1. Ruolo degli assistenti virtuali nel design interattivo
- 29.1.2. Sviluppo di assistenti virtuali specializzati nel design
- 29.1.3. Interazione naturale con gli assistenti virtuali nei progetti di design
- 29.1.4. Sfide di implementazione e miglioramento continuo

29.2. Rilevamento e correzione automatica degli errori visivi con IA

- 29.2.1. Importanza del rilevamento e della correzione automatica degli errori visivi
- 29.2.2. Algoritmi e modelli per il rilevamento degli errori visivi
- 29.2.3. Strumenti di correzione automatica nel design visivo
- 29.2.4. Sfide nel rilevamento e nella correzione automatica e strategie per superarle

29.3. Strumenti di IA per la valutazione dell'usabilità del design delle interfacce (EyeQuant, Lookback y Mouseflow)

- 29.3.1. Analisi dei dati di interazione con modelli di apprendimento automatico
- 29.3.2. Generazione automatica di rapporti e raccomandazioni
- 29.3.3. Simulazioni di utenti virtuali per test di usabilità tramite Bootpress, Botium e Rasa
- 29.3.4. Interfaccia conversazionale per il feedback degli utenti

29.4. Ottimizzazione dei flussi di lavoro editoriali con algoritmi con Chat GPT, Bing, WriteSonic e Jasper

- 29.4.1. Importanza dell'ottimizzazione dei flussi di lavoro editoriali
- 29.4.2. Algoritmi per l'automazione e l'ottimizzazione editoriale
- 29.4.3. Strumenti e tecnologie per l'ottimizzazione editoriale
- 29.4.4. Sfide di implementazione e miglioramento continuo dei flussi di lavoro editoriali

29.5. Simulazioni realistiche nel design dei videogiochi con TextureLab y Leonardo

- 29.5.1. Importanza delle simulazioni realistiche nell'industria dei videogiochi
- 29.5.2. Modellazione e simulazione di elementi realistici nei videogiochi
- 29.5.3. Tecnologie e strumenti per le simulazioni realistiche nei videogiochi
- 29.5.4. Sfide tecniche e creative nelle simulazioni realistiche nei videogiochi

29.6. Generazione automatica di contenuti multimediali nel design editoriale

- 29.6.1. Trasformazione con generazione automatica di contenuti multimediali
- 29.6.2. Algoritmi e modelli per la generazione automatica di contenuti multimediali
- 29.6.3. Applicazioni pratiche nei progetti editoriali
- 29.6.4. Sfide e tendenze future nella generazione automatica di contenuti multimediali

29.7. Design adattivo e predittivo basato sui dati dell'utente

- 29.7.1. Importanza del design adattivo e predittivo nell'esperienza dell'utente
- 29.7.2. Raccolta e analisi dei dati degli utenti per il design adattivo
- 29.7.3. Algoritmi per il design adattivo e predittivo
- 29.7.4. Integrazione del design adattivo in piattaforme e applicazioni

29.8. Integrazione di algoritmi per migliorare l'usabilità

- 29.8.1. Segmentazione e modelli comportamentali
- 29.8.2. Rilevamento dei problemi di usabilità
- 29.8.3. Adattabilità ai cambiamenti delle preferenze degli utenti
- 29.8.4. Test a/b automatizzati e analisi dei risultati

29.9. Analisi continua dell'esperienza utente per un miglioramento iterativo

- 29.9.1. Importanza del feedback continuo nell'evoluzione di prodotti e servizi
- 29.9.2. Strumenti e metriche per l'analisi continua
- 29.9.3. Casi di studio che dimostrano i miglioramenti sostanziali ottenuti con questo approccio
- 29.9.4. Gestione dei dati sensibili

29.10. Collaborazione assistita dall'IA nei team editoriali

- 29.10.1. Trasformazione della collaborazione assistita dall'IA nei team editoriali
- 29.10.2. Strumenti e piattaforme per la collaborazione assistita da IA (Grammarly, Yoast SEO e Quillionz)
- 29.10.3. Sviluppo di assistenti virtuali specializzati per l'editing
- 29.10.4. Sfide nell'implementazione e applicazioni future della collaborazione assistita dall'IA

Modulo 30. Etica e ambiente nel Design e IA

30.1. Impatto ambientale nel design industriale: Approccio etico

- 30.1.1. Coscienza ambientale nel design industriale
- 30.1.2. Valutazione del ciclo di vita e design sostenibile
- 30.1.3. Sfide etiche nelle decisioni di design con impatto ambientale
- 30.1.4. Innovazioni sostenibili e tendenze future

30.2. Migliorare l'accessibilità visiva nel design grafico responsivo

- 30.2.1. L'accessibilità visiva come priorità etica nel design grafico
- 30.2.2. Strumenti e pratiche per migliorare l'accessibilità visiva (Google LightHouse e Microsoft Accessibility Insights)
- 30.2.3. Sfide etiche nell'implementazione dell'accessibilità visiva
- 30.2.4. Responsabilità professionale e miglioramenti futuri dell'accessibilità visiva

30.3. Riduzione dei rifiuti nel processo di design: Sfide sostenibili

- 30.3.1. Importanza della riduzione dei rifiuti nel design
- 30.3.2. Strategie per la riduzione dei rifiuti nelle diverse fasi di design
- 30.3.3. Sfide etiche nell'implementazione delle pratiche di riduzione dei rifiuti
- 30.3.4. Impegni aziendali e certificazioni sostenibili

30.4. Analisi del sentimento nella creazione di contenuti editoriali: Considerazioni etiche

- 30.4.1. Sentiment analysis ed etica nei contenuti editoriali
- 30.4.2. Algoritmi di sentiment analysis e decisioni etiche
- 30.4.3. Impatto sull'opinione pubblica
- 30.4.4. Sfide dell'analisi del sentimento e implicazioni future

30.5. Integrazione del riconoscimento delle emozioni per esperienze immersive

- 30.5.1. Etica nell'integrazione del riconoscimento delle emozioni nelle esperienze immersive
- 30.5.2. Tecnologie di Riconoscimento delle Emozioni
- 30.5.3. Sfide etiche nella creazione di esperienze immersive consapevoli delle emozioni
- 30.5.4. Prospettive future ed etica nello sviluppo di esperienze immersive

30.6. Etica nel Design dei Videogiochi: Implicazioni e decisioni

- 30.6.1. Etica e responsabilità nel design dei videogiochi
- 30.6.2. Inclusione e diversità nei videogiochi: Decisioni etiche
- 30.6.3. Microtransazioni e monetizzazione etica nei videogiochi
- 30.6.4. Sfide etiche nello sviluppo di narrazioni e personaggi nei videogiochi

30.7. Design responsabile: Considerazioni etiche e ambientali nell'industria

- 30.7.1. Approccio etico al design responsabile
- 30.7.2. Strumenti e metodi per il design responsabile
- 30.7.3. Sfide etiche e ambientali nell'industria del design
- 30.7.4. Impegni aziendali e certificazioni di design responsabile

30.8. Etica nell'integrazione dell'IA nelle interfacce utente

- 30.8.1. Esplorazione del modo in cui l'intelligenza artificiale nelle interfacce utente solleva sfide etiche
- 30.8.2. Trasparenza e spiegabilità nei sistemi di interfaccia utente con l'IA
- 30.8.3. Sfide etiche nella raccolta e nell'uso dei dati delle interfacce utente
- 30.8.4. Prospettive future sull'etica delle interfacce utente di IA

30.9. Sostenibilità nell'innovazione del processo di Design

- 30.9.1. Riconoscimento dell'importanza della sostenibilità nell'innovazione del processo di design
- 30.9.2. Sviluppo di processi sostenibili e processi decisionali etici
- 30.9.3. Sfide etiche nell'adozione di tecnologie innovative
- 30.9.4. Impegni aziendali e certificazioni di sostenibilità nei processi di design

30.10. Aspetti etici nell'applicazione delle tecnologie nel design

- 30.10.1. Decisioni etiche nella selezione e nell'applicazione delle tecnologie di design
- 30.10.2. Etica nel design di esperienze utente con tecnologie avanzate
- 30.10.3. Intersezioni tra etica e tecnologie nel design
- 30.10.4. Tendenze emergenti e ruolo dell'etica nella direzione futura del design con le tecnologie avanzate

07

Metodologia

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

“

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



Stage di competenze manageriali

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



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

Il profilo degli studenti che scelgono di entrare in questo grado universitario è vario. Tuttavia, include professionisti con una combinazione di competenze nel design, tecnologia e business. Inoltre, questi studenti sono uniti dalla passione per l'innovazione, quindi vogliono incorporare nella loro pratica gli strumenti più sofisticati dell'Intelligenza Artificiale per sviluppare progetti all'avanguardia.



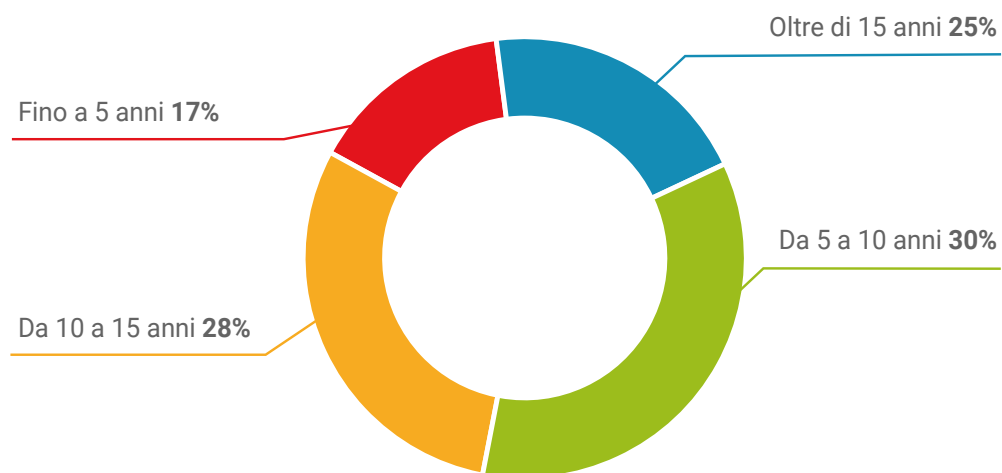


Questo programma è rivolto a professionisti che vogliono esplorare nuovi modi per combinare il Design e l'Intelligenza Artificiale per creare progetti altamente innovativi"

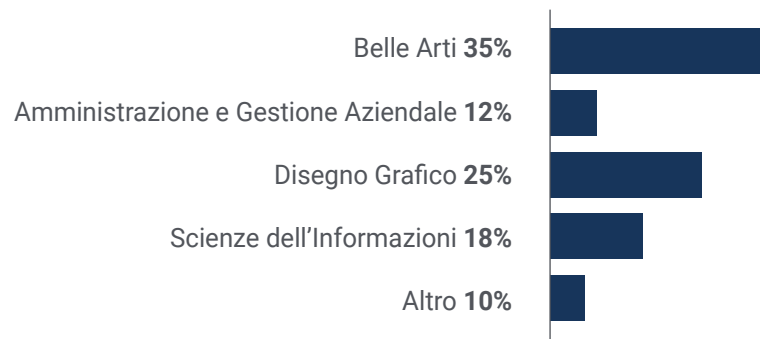
Età media

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

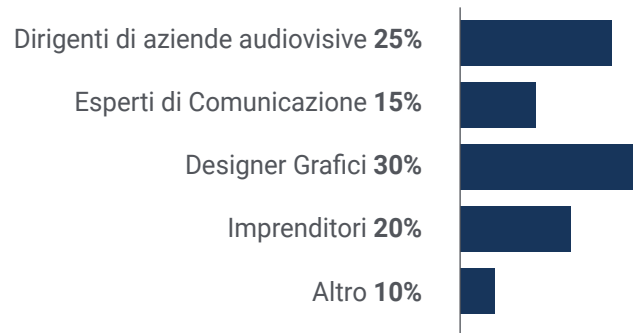
Anni di esperienza



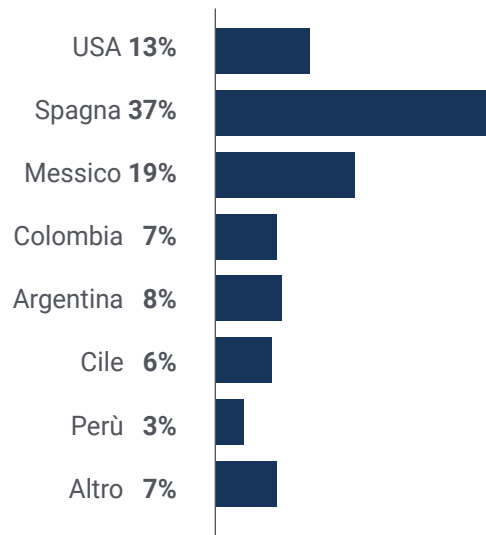
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Carlos Rodríguez

Designer

"Questo programma è stata un'esperienza davvero trasformativa che ha ampliato la mia comprensione di come l'intelligenza artificiale può essere applicata in modo efficace nella progettazione di prodotti e servizi innovativi. Vorrei esprimere il mio sincero ringraziamento a tutti i docenti e al personale coinvolto in questo programma, il cui impegno e dedizione sono stati fondamentali per il mio successo professionale."

09

Direzione del corso

In linea con la sua filosofia di offrire esperienze educative di primo livello, TECH ha raccolto i migliori esperti di Intelligenza Artificiale per questo Master Specialistico. In questo modo, questi professionisti mettono nei materiali didattici sia la loro profonda conoscenza della materia che i loro anni di esperienza lavorativa in questo settore. Gli studenti potranno quindi godere di un'esperienza di apprendimento immersiva che permetterà loro di sperimentare un salto di qualità nel loro percorso professionale come Designer.



“

Gli insegnanti di questo programma metteranno a tua disposizione le tecniche più innovative per la Rilevazione e Correzione Automatica degli errori visivi con l'Intelligenza Artificiale"

Direttrice Ospite Internazionale

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

In qualità di **Vice Presidentessa per l'Acquisizione dei Talenti** presso **Mastercard**, è responsabile della supervisione della strategia e dell'esecuzione del processo di assunzione dei talenti, collaborare con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, il suo obiettivo è **creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attrarre e trattenere i migliori professionisti da tutto il mondo. Inoltre, si occupa di **promuovere il marchio del datore** di lavoro e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso pubblicazioni, eventi e social media.

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

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



Dott.ssa Dove, Jennifer

- Vice presidentessa per l'Acquisizione di Talenti alla Mastercard, New York, Stati Uniti
- Direttrice Acquisizione di Talenti in NBCUniversal, New York, Stati Uniti
- Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- Direttrice del Reclutamento presso Rite Hire Advisory
- Vice Presidentessa Esecutiva della Divisione Vendite di Ardor NY Real Estate
- Direttrice del Personale presso Valerie August & Associates
- Responsabile dei Conti presso BNC
- Responsabile dei Conti presso Vault
- Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. Il suo percorso in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

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



Dott. Gauthier, Rick

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

“

Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questo campo e applicarlo alla tua pratica quotidiana”

Direttore Ospite Internazionale

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

Le strategie ideate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di **migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti**. Il successo di questo esperto è misurabile attraverso metriche tangibili come **CSAT, l'impegno dei dipendenti** presso le istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'**indicatore finanziario EBITDA** in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e **guidato team ad alte prestazioni che hanno anche ricevuto riconoscimenti** per il loro **potenziale di trasformazione**. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse **richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici**. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione dei processi, Dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale**, argomento in cui ha conseguito un master presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze in **IoT e Salesforce**.



Dott. Arman, Romi

- Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso la Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti alla Shell Energy Corporation
- Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti IMD

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing, analisi dei media, misurazione e attribuzione**. Ha ricevuto diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **Premio per la leadership BIM**, il **Leadership Search Award**, il **Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione** e **Best Sales Model EMEA**.

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

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton, Airbus e Siemens**, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo impegno a superare continuamente le aspettative **costruendo relazioni preziose con i clienti** e lavorando senza problemi con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, **compresi gli stakeholder, la gestione**, i membri del team e i clienti. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato progetti per promuovere la **struttura, lo sviluppo** e la **commercializzazione di diverse collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di **creare calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione i **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

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



Dott. La Sala, Andrea

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree **quali vendite, distribuzione, marketing e supply chain operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API di Walmart Luminare per gli insight di Buyer e Channel.

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



Dott. Gram, Mick

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

“

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

Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

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



Dott. Stevenson, Scott

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

“

Raggiungi i tuoi obiettivi accademici e professionali con gli esperti più qualificati del mondo! I docenti di questo MBA ti guideranno attraverso l'intero processo di apprendistato"

Direttore Ospite Internazionale

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

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

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

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



Dott. Nyquist, Eric

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

“

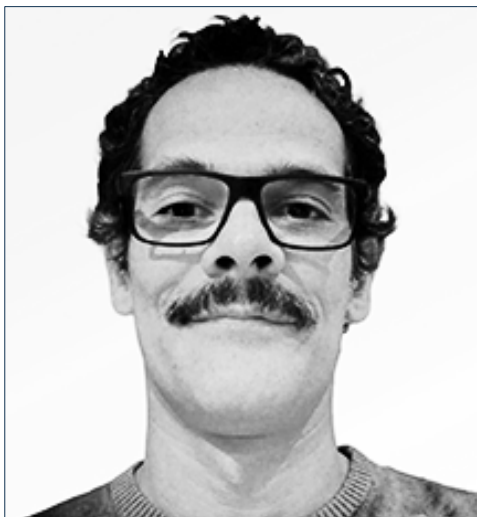
Grazie a questo titolo universitario, 100% online, potrai conciliare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, insieme ai maggiori esperti internazionali nel campo che ti interessa. Iscriviti subito!”

Direzione



Dott. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO e CTO presso Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO presso Korporate Technologies
- ♦ CTO presso AI Shephers GmbH
- ♦ Consulente e Assessore Aziendale Strategico presso Alliance Medical
- ♦ Direttore di Design e Sviluppo presso DocPath
- ♦ Dottorato in Ingegneria Informatica presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Dottorato in Economia Aziendale e Finanza conseguito presso l'Università Camilo José Cela
- ♦ Dottorato in Psicologia presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Master in Executive MBA presso l'Università Isabel I
- ♦ Master in Direzione Commerciale e Marketing presso l'Università Isabel I
- ♦ Master in Big Data presso la Formación Hadoop
- ♦ Master in Tecnologie Informatiche Avanzate presso l'Università di Castiglia-La Mancha
- ♦ Membro di: Gruppo di Ricerca SMILE



Dott. Maldonado Pardo, Chema

- ♦ Designer grafico presso DocPath Document Solutions S.L.
- ♦ Socio fondatore e responsabile del dipartimento di design e pubblicità di D.C.M. Diffusione Integrale di Idee, C.B.
- ♦ Responsabile del Dipartimento di Design e Stampa Digitale di Ofipaper, La Mancha S.L.
- ♦ Designer Grafico presso Ático, Estudio Gráfico
- ♦ Designer Grafico e Stampatore Artigiano presso Lozano Artes Gráficas
- ♦ Impaginatore e Designer Grafico presso Gráficas Lozano
- ♦ ETSI Telecomunicazioni dell'Università Politecnica di Madrid
- ♦ ETS di Sistemi Informatici conseguito presso l'Università di Castiglia-La Mancha

Personale docente

Dott.ssa Parreño Rodríguez, Adelaida

- ♦ *Sviluppatore tecnico & comunità energetiche Ingegnere in progetti PHOENIX e FLEXUM*
- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* presso l'Università di Murcia
- ♦ *Manager in Research & Innovation in European Projects* presso l'Università di Murcia
- ♦ Creatrice di contenuti presso Global UC3M Challenge
- ♦ Premio Ginés Huertas Martínez (2023)
- ♦ Master in Energie Rinnovabili presso l'Università Politecnica di Cartagine
- ♦ Laurea in Ingegneria Elettrica (bilingue) presso l'Università Carlos III di Madrid

10

Impatto sulla tua carriera

Questo programma di TECH consentirà agli studenti di integrare efficacemente l'Intelligenza Artificiale nel processo di progettazione di prodotti e servizi. In questo modo, gli studenti acquisiranno padronanza dei sistemi come algoritmi per la personalizzazione, creando così esperienze utente più soddisfacenti. A sua volta, gli studenti acquisiranno competenze nell'analisi dei dati per estrarre informazioni preziose che li aiuteranno a prendere decisioni informate e identificare le tendenze. Tutto ciò porterà gli orizzonti professionali degli esperti a un livello superiore.





“

Gestirai algoritmi di Apprendimento Automatico per ottimizzare i tuoi progetti, ottenendo così una maggiore efficienza”

Questa formazione ti offre l'opportunità di aggiornare le tue conoscenze in un ambiente reale, con il massimo rigore scientifico di un'istituzione all'avanguardia tecnologica.

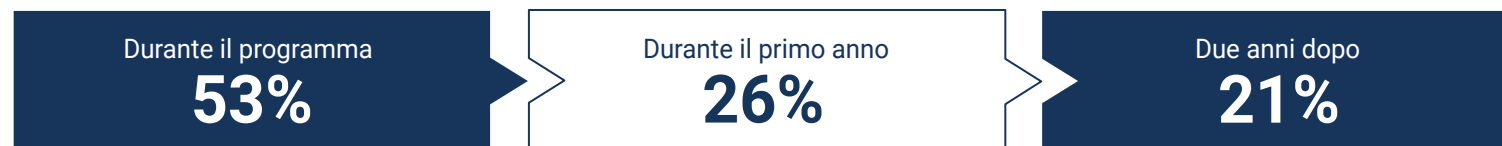
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

L'MBA in Intelligenza Artificiale nel Design di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni aziendali, sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. E di aiutarti a raggiungere il successo.

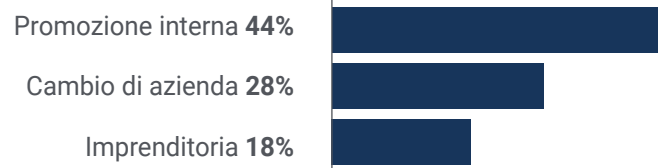
Per questo, chi vuole superare se stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e relazionarsi con i migliori, troverà il suo posto al TECH.

Avrai la possibilità di accedere ad un'ampia gamma di risorse didattiche, accessibile 24 ore al giorno, 7 giorni su 7.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

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



11

Benefici per la tua azienda

Sebbene questo programma universitario sia progettato principalmente per aggiornare le conoscenze degli studenti, si concentra anche su quegli aspetti che gli studenti apporteranno alle loro istituzioni. I professionisti integreranno l'Intelligenza Artificiale nei loro processi di progettazione di beni o servizi, sviluppando progetti innovativi e tecnologicamente avanzati che si distinguono sul mercato. In questo modo, le aziende acquisiranno un vantaggio competitivo offrendo prodotti più personalizzati che soddisfano le esigenze dei clienti.



“

Doterai le aziende delle competenze necessarie per sviluppare prodotti che incorporino tecnologie emergenti come la Realtà Virtuale e garantirai la loro competitività sul mercato"

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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

05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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



12 Titolo

Il Master Specialistico in MBA in Intelligenza Artificiale nel Design garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **MBA in Intelligenza Artificiale nel Design** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

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

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

Titolo: **Master Specialistico MBA in Intelligenza Artificiale nel Design**

Modalità: **online**

Durata: **2 anni**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Master Specialistico MBA in Intelligenza Artificiale nel Design

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

Master Specialistico

MBA in Intelligenza Artificiale nel Design