

# Executive Master

## Executive MBA

(CEO, Chief Executive Officer)

**M B A C E O**



## Executive Master Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati e diplomati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle qualifiche nel campo delle scienze amministrative e aziendali

Accesso al sito web: [www.techtitude.com/it/business-school/master/master-executive-mba-ceo-chief-executive-officer](http://www.techtitude.com/it/business-school/master/master-executive-mba-ceo-chief-executive-officer)

# 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. 20*

06

Struttura e contenuti

---

*pag. 26*

07

Metodologia

---

*pag. 42*

08

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 50*

09

Direzione del corso

---

*pag. 54*

10

Impatto sulla tua carriera

---

*pag. 58*

11

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 62*

12

Titolo

---

*pag. 66*

# 01 Benvenuto

La figura del CEO rappresenta il timone di un'azienda, essendo la forza trainante dietro la visione, la strategia e il successo organizzativo. L'importanza di questi alti dirigenti risiede nella loro capacità di bilanciare la stabilità a breve termine con la visione a lungo termine, adattandosi agli ambienti aziendali in evoluzione e sfidando costantemente lo status quo, per raggiungere nuovi orizzonti di sviluppo e di successo sostenibile. Questo programma di TECH offrirà una prospettiva completa e aggiornata di strategie aziendali, gestione della leadership e capacità decisionali. Inoltre, consentirà ai dirigenti di acquisire strumenti per affrontare sfide aziendali complesse e promuovere l'innovazione nella sua organizzazione.



Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)  
TECH Università Tecnologica



“

*Questo programma consentirà al CEO di guidare con visione, adattabilità e approccio strategico in un ambiente aziendale dinamico e competitivo”*

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

Questa qualifica accademica ha l'obiettivo principale di fornire una formazione completa sulla gestione aziendale, che consente ai leader di sviluppare competenze strategiche avanzate. Si cercherà quindi di ampliare la comprensione di questi sulle sfide contemporanee che le organizzazioni devono affrontare. Al tempo stesso, disporranno di strumenti all'avanguardia per il processo decisionale basato sui dati, una leadership efficace e la gestione di team multidisciplinari. Inoltre, promuoverà la visione globale e la capacità di affrontare la complessità aziendale, preparando il CEO a navigare in un ambiente competitivo con sicurezza, adattabilità e innovazione. Consolida la tua leadership



“

*Grazie a TECH svilupperai le competenze  
essenziali per gestire strategicamente la  
tua azienda”*

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

L'Executive MBA (Chief Executive Officer) preparerà lo studente per:

01

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

04

Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile

02

Sviluppare le principali competenze di leadership che devono 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



07

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

09

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

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

14

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

12

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



13

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

15

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

16

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

18

Creare strategie innovative in linea con diversi progetti

19

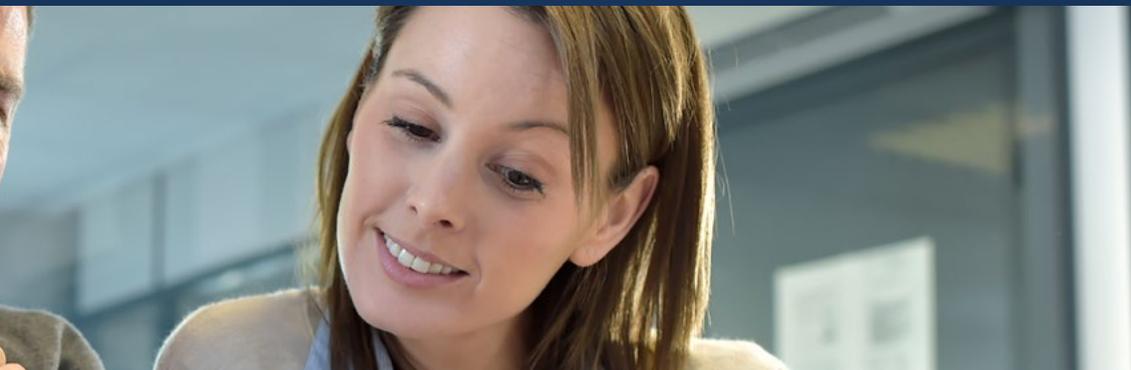
Stabilire le linee guida appropriate per l'adattamento dell'azienda ai cambiamenti della società

17

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

20

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



# 05

# Competenze

Questo programma universitario fornirà al CEO, o agli aspiranti Chief Executive Officers, una gamma diversificata di competenze chiave, necessarie per guidare con successo nel mondo degli affari di oggi. Quindi, queste abilità teorico-pratiche spaziano dalle competenze dalla leadership strategica, alla gestione finanziaria avanzata, all'analisi dei dati e al processo decisionale basato sull'evidenza, fino alla capacità di comprendere e adattarsi a complessi ambienti aziendali globali. Inoltre, verranno acquisite solide metodologie interpersonali, come una comunicazione efficace, la negoziazione e la costruzione di team, nonché lo sviluppo di una mentalità innovativa per affrontare le sfide con creatività e visione a lungo termine.



“

*Svilupperai le competenze necessarie per guidare, innovare e prendere decisioni strategiche che favoriscano la crescita e il successo sostenibile delle tue organizzazioni”*

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 logistici e di acquisto e approvvigionamento della società

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 di informazione

10

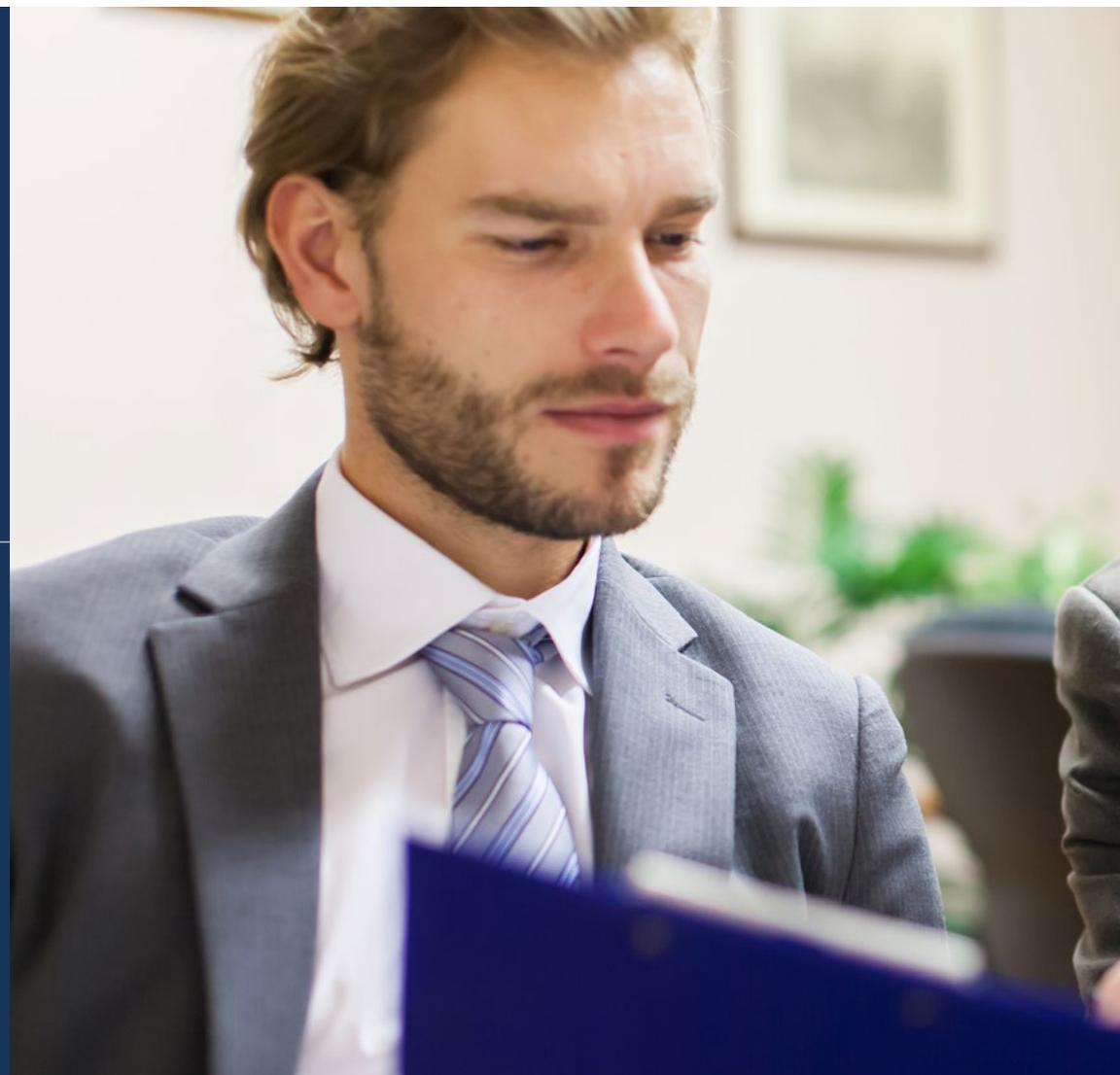
Elaborare e condurre piani di marketing

11

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

12

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





13

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

14

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

06

# Struttura e contenuti

L'Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) è un programma esclusivo insegnato in formato 100% online. In questo modo, è possibile scegliere in modo personalizzato il momento e il luogo che meglio si adatta a diversi orari, disponibilità o interessi. Un programma che si sviluppa su 12 mesi e che intende essere un'esperienza unica e stimolante che pone le basi del successo professionale.



“

*Sarai in grado di implementare le strategie aziendali più attuali, come Driving Corporate Strategy, Pacing Corporate Strategy e Framing Corporate Strategy”*

## Piano di studi

Questo programma offre una struttura robusta e diversificata, che comprende dieci moduli fondamentali per lo sviluppo esecutivo. Durante le 1.500 ore di preparazione, lo studente analizzerà una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta, pertanto, di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

In primo luogo, si analizzerà il ruolo cruciale della leadership etica e della responsabilità aziendale nel processo decisionale strategico, per poi addentrarsi nella formulazione e nell'attuazione di strategie aziendali efficaci, per mantenere la competitività e la crescita sostenibile. Si approfondirà anche l'importanza di guidare i team, incoraggiare la motivazione e potenziare il capitale umano come motore fondamentale per il successo organizzativo.

Inoltre, gli studenti riceveranno strumenti e conoscenze per una gestione efficace delle risorse finanziarie, esaminando l'ottimizzazione dei processi e della supply chain. Ti immergerai anche nella gestione tecnologica, nella strategia commerciale, nel marketing, nella comunicazione aziendale e nella ricerca di mercato. Infine, verrà rafforzato l'approccio del management manager, sintetizzando le capacità decisionali strategiche in ambienti aziendali impegnativi e dinamici.

Si tratta di uno schema progettato su misura per gli obiettivi di carriera degli studenti, orientato allo sviluppo e alla formazione per eccellere nel campo della gestione e direzione aziendale. Il programma si adatterà alle esigenze degli imprenditori e delle loro aziende, offrendo un contenuto innovativo che si basa sulle ultime correnti, supportato da una metodologia educativa di prim'ordine, il Relearning, e un personale docente eccezionale.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in 10 moduli:

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



### **Dove, quando e come si svolge?**

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo Executive Master in Executive MBA (Chief Executive Officer) in modalità completamente online. Durante i 12 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 delle Imprese

### 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 struttura 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 strategie in azienda

**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. Management Direttivo**

- 2.11.1. Quadro concettuale del management direttivo
- 2.11.2. *Management* Direttivo. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

**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. Management strategico del personale**

- 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 delle 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 del rendimento lavorativo**

- 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 e coinvolgimento nell'impresa
- 3.9.2. Origine concettuale del talento
- 3.9.3. Mappa dei talenti nell'organizzazione
- 3.9.4. Costo e valore aggiunto

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

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

**3.11. Motivazione**

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

**3.12. Employer Branding**

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

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

- 3.13.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
- 3.13.2. Metodologie per la gestione di team ad alte prestazioni autogestiti
- 3.13.3. Scuola di *Coaching*
- 3.13.4. Azione e limiti del *coaching* esecutivo

**3.14. Sviluppo delle competenze manageriali**

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

**3.15. Gestione del tempo**

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

**3.16. Gestione del cambiamento**

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

**3.17. Negoziazione e gestione dei conflitti**

- 3.17.1. Negoziazione
- 3.17.2. Gestione dei Conflitti
- 3.17.3. Gestione delle Crisi

**3.18. Comunicazione direttiva**

- 3.18.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 3.18.2. Dipartimento di comunicazione
- 3.18.3. Il responsabile di comunicazione di azienda. Il profilo del Dircom

**3.19. Gestione di Risorse Umane e team di Prevenzione dei Rischi Professionali**

- 3.19.1. Gestione delle risorse umane e strumentazione
- 3.19.2. Prevenzione dei rischi sul lavoro

**3.20. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento**

- 3.20.1. La produttività
- 3.20.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

**3.21. Compensazione monetaria vs. Non monetaria**

- 3.21.1. Compensazione monetaria vs. non monetaria
- 3.21.2. Modelli di categorie salariali
- 3.21.3. Modelli di compensazione non monetaria
- 3.21.4. Modelli di lavoro
- 3.21.5. Comunità aziendale
- 3.21.6. Immagine dell'impresa
- 3.21.7. Retribuzione emotiva

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

- 3.22.1. Innovazione nelle Aziende
- 3.22.2. Nuove sfide del dipartimento di Risorse Umane
- 3.22.3. Gestione dell'innovazione
- 3.22.4. Strumenti per l'Innovazione

**3.23. Gestione della conoscenza e del talento**

- 3.23.1. Gestione della conoscenza e del talento
- 3.23.2. Implementazione della gestione della conoscenza

**3.24. Trasformazione delle risorse umane nell'era digitale**

- 3.24.1. Il contesto socioeconomico
- 3.24.2. Nuove forme di organizzazione aziendale
- 3.24.3. Nuove metodologie

## Modulo 4. Direzione economico-finanziaria

### 4.1. Contesto Economico

- 4.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario nazionale
- 4.1.2. Istituti finanziari
- 4.1.3. Mercati finanziari
- 4.1.4. Attivi finanziari
- 4.1.5. Altri enti del settore finanziario

### 4.2. Il finanziamento dell'azienda

- 4.2.1. Fonti di finanziamento
- 4.2.2. Tassi di costo del finanziamento

### 4.3. Contabilità direttiva

- 4.3.1. Concetti di base
- 4.3.2. L'Attivo aziendale
- 4.3.3. Il Passivo aziendale
- 4.3.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 4.3.5. Il Conto Economico

### 4.4. Dalla contabilità generale alla contabilità dei costi

- 4.4.1. Elementi di calcolo dei costi
- 4.4.2. Le spese nella contabilità generale e nella contabilità dei costi
- 4.4.3. Classificazione dei costi

### 4.5. Sistemi informativi e Business Intelligence

- 4.5.1. Concetto e classificazione
- 4.5.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 4.5.3. Scelta del centro di costi ed effetti

### 4.6. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 4.6.1. Il modello di bilancio
- 4.6.2. Bilancio del Capitale
- 4.6.3. Bilancio di Gestione
- 4.6.5. Bilancio del Tesoro
- 4.6.6. Controllo del bilancio

### 4.7. Gestione della tesoreria

- 4.7.1. Fondo di Manovra Contabile e Fondo di di Manovra Necessario
- 4.7.2. Calcolo dei Bisogni Operativi dei Fondi
- 4.7.3. *Credit management*

### 4.8. Responsabilità fiscale delle imprese

- 4.8.1. Nozioni fiscali di base
- 4.8.2. L'imposta sulle società
- 4.8.3. L'imposta sul valore aggiunto
- 4.8.4. Altre imposte connesse con l'attività commerciale
- 4.8.5. L'impresa come facilitatore del lavoro di Stato

### 4.9. Sistemi di controllo delle imprese

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

### 4.10. Direzione finanziaria

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

### 4.11. Pianificazione finanziaria

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

### 4.12. Strategia finanziaria corporativa

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

### 4.13. Contesto Macroeconomico

- 4.13.1. Contesto macroeconomico
- 4.13.2. Indicatori economici rilevanti
- 4.13.3. Meccanismi per il controllo di 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 nella catena di approvvigionamento

**5.9. Supply Chain Management**

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

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

- 5.10.1. Interazione della catena di approvvigionamento
- 5.10.2. Interazione della catena di approvvigionamento. Integrazione per parti
- 5.10.3. Problemi di integrazione della catena di approvvigionamento
- 5.10.4. Catena di approvvigionamento 4.0

**5.11. Costi della Logistica**

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

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

- 5.12.1. Catena logistica
- 5.12.2. Redditività ed efficacia delle catene logistiche
- 5.12.3. Indici di redditività ed efficacia delle catene logistiche

**5.13. Gestione dei processi**

- 5.13.1. La gestione dei processi
- 5.13.2. Approccio basato sui processi: mappa dei processi
- 5.13.3. Miglioramenti nella gestione dei processi

**5.14. Distribuzione e logistica di trasporto**

- 5.14.1. Distribuzione della catena di approvvigionamento
- 5.14.2. Logistica dei Trasporti
- 5.14.3. Sistemi di informazione geografica a supporto della logistica

**5.15. Logistica e clienti**

- 5.15.1. Analisi della domanda
- 5.15.2. Previsione della domanda e delle vendite
- 5.15.3. Pianificazione delle vendite e delle operazioni
- 5.15.4. Pianificazione partecipativa, previsione e rifornimento (CPFR)

**5.16. Logistica internazionale**

- 5.16.1. Processi di esportazione e importazione
- 5.16.2. Dogana
- 5.16.3. Modalità e Metodi di Pagamento Internazionali
- 5.16.4. Piattaforme logistiche a livello internazionale

**5.17. Outsourcing delle operazioni**

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

**5.18. Competitività nelle operazioni**

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

**5.19. Gestione della qualità**

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

**Modulo 6.** Direzione di sistemi informativi

**6.1. Ambienti tecnologici**

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

**6.2. Sistemi e tecnologie dell'informazione in azienda**

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

**6.3. Strategia aziendale e tecnologica**

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

**6.4. Direzione dei Sistemi di Informazione**

- 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 di informazione

**6.6. Sistemi di informazione per il processo decisionale**

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

**6.7. Esplorando le informazioni**

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

**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. Struttura concettuale di outsourcing
- 6.15.2. *Outsourcing* di TI e il suo impatto nel business
- 6.15.3. Le chiavi per implementare progetti di *outsourcing* di TI

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

<p><b>7.1. Direzione commerciale</b></p> <p>7.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale</p> <p>7.1.2. Strategia e pianificazione aziendale</p> <p>7.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali</p>	<p><b>7.2. Marketing</b></p> <p>7.2.1. Concetto di Marketing</p> <p>7.2.2. Elementi base del marketing</p> <p>7.2.3. Attività di marketing aziendale</p>	<p><b>7.3. Gestione strategica del Marketing</b></p> <p>7.3.1. Concetto di Marketing strategico</p> <p>7.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing</p> <p>7.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di marketing</p>	<p><b>7.4. Marketing online ed e-commerce</b></p> <p>7.4.1. Realizzare strategie di Marketing Digitale e di e-commerce</p> <p>7.4.2. Marketing digitale e media che utilizzi</p> <p>7.4.3. E-commerce: Contesto generale</p> <p>7.4.4. Categorie dell'e-commerce</p> <p>7.4.5. Vantaggi e svantaggi dell'E-commerce rispetto al commercio tradizionale</p>
<p><b>7.5. Managing digital business</b></p> <p>7.5.1. Strategia competitiva di fronte alla crescente digitalizzazione dei media</p> <p>7.5.2. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale</p> <p>7.5.3. Analisi del ROI in un piano di Marketing Digitale</p>	<p><b>7.6. Marketing Digitale per rafforzare il marchio</b></p> <p>7.6.1. Strategie online per migliorare la reputazione del tuo marchio</p> <p>7.6.2. <i>Branded Content &amp; Storytelling</i></p>	<p><b>7.7. Strategia di Marketing Digitale</b></p> <p>7.7.1. Definire la strategia del Marketing Digitale</p> <p>7.7.2. Creazione di una strategia di Marketing Digitale</p>	<p><b>7.8. Marketing Digitale per captare e fidelizzare clienti</b></p> <p>7.8.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet</p> <p>7.8.2. <i>Visitor Relationship Management</i></p> <p>7.8.3. Ipersegmentazione</p>
<p><b>7.9. Gestione delle campagne digitali</b></p> <p>7.9.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?</p> <p>7.9.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online</p> <p>7.9.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali</p>	<p><b>7.10. Piano di Marketing Online</b></p> <p>7.10.1. Che cos'è un piano di Marketing online?</p> <p>7.10.2. Step per creare un piano di Marketing online</p> <p>7.10.3. Vantaggio di un piano di Marketing online</p>	<p><b>7.11. Blended marketing</b></p> <p>7.11.1. Cos'è il <i>Blended Marketing</i>?</p> <p>7.11.2. Differenze tra Marketing Online e Offline</p> <p>7.11.3. Aspetti da considerare nella strategia di <i>Blended Marketing</i></p> <p>7.11.4. Caratteristiche di una strategia di <i>Blended Marketing</i></p> <p>7.11.5. Raccomandazioni in <i>Blended Marketing</i></p> <p>7.11.6. Vantaggi del <i>Blended Marketing</i></p>	<p><b>7.12. Strategie di vendita</b></p> <p>7.12.1. Strategie di vendita</p> <p>7.12.2. Metodi di vendite</p>
<p><b>7.13. Comunicazione corporativa</b></p> <p>7.13.1. Concetto</p> <p>7.13.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione</p> <p>7.13.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione</p> <p>7.13.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione</p> <p>7.13.5. Elementi della comunicazione</p> <p>7.13.6. Problemi di comunicazione</p> <p>7.13.7. Scenari di comunicazione</p>	<p><b>7.14. Strategia di comunicazione corporativa</b></p> <p>7.14.1. Programmi di motivazione, azione sociale, partecipazione e allenamento con Risorse Umane</p> <p>7.14.2. Strumenti e aiuti di comunicazione interna</p> <p>7.14.3. Il piano di comunicazione interna</p>	<p><b>7.15. Comunicazione e reputazione online</b></p> <p>7.15.1. La reputazione online</p> <p>7.15.2. Come misurare la reputazione digitale?</p> <p>7.15.3. Strumenti di reputazione online</p> <p>7.15.4. Rapporto sulla reputazione online</p> <p>7.15.5. <i>Branding</i> online</p>	

**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 nella ricerca di mercati internazionali

**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. *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. Il bilancio di vendita: 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 Start-up**

- 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 preparazione**

- 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**

- 9.3.1. Creazione di una *startup*
- 9.3.2. Organizzazione e cultura
- 9.3.3. I dieci principali motivi per cui falliscono le *startup*
- 9.3.4. 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 General Management
- 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 della 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. Personal Branding**

- 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

06

# Metodologia

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

“

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

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

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

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

## Metodologia Relearning

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



#### Materiali di studio

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

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



#### Master class

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

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



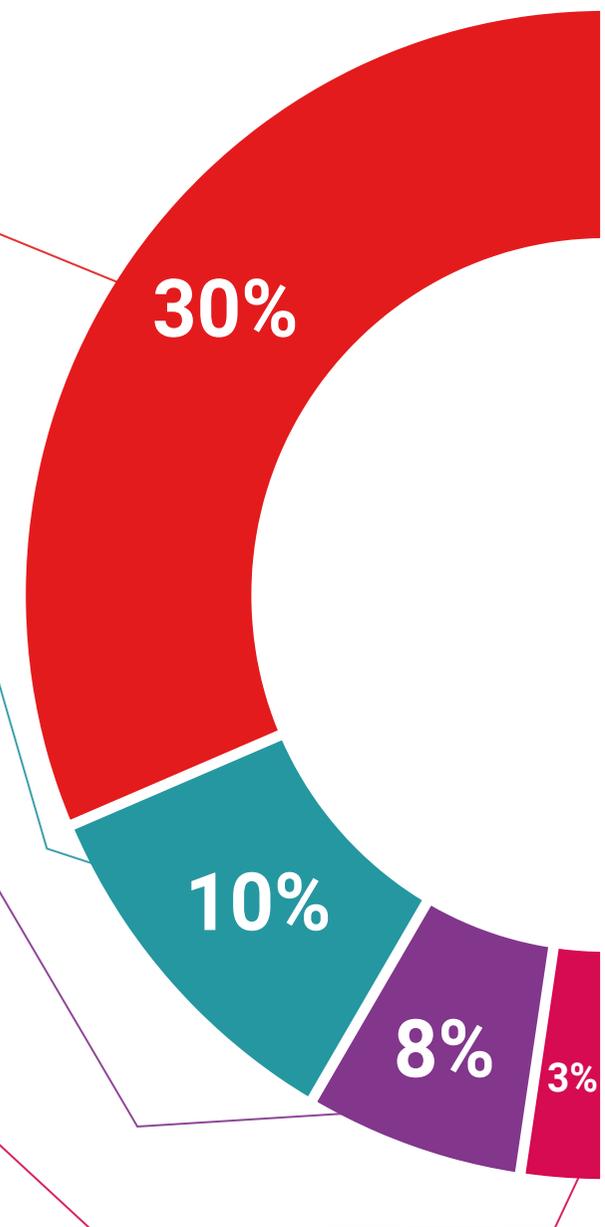
#### Stage di competenze manageriali

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



#### Letture complementari

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





### Casi di Studio

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



### Riepiloghi interattivi

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

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profilo dei nostri studenti

L'Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) è orientato a Laureati e Diplomati che hanno precedentemente studiato una qualsiasi delle seguenti lauree nel campo delle Scienze Amministrative ed Economiche.

La diversità dei partecipanti, con vari profili accademici e di differenti nazionalità, rende veramente multidisciplinare l'approccio di questo programma.

Potranno realizzare questo programma anche i professionisti che, in possesso di titoli universitari di aree diverse, abbiano esperienza lavorativa di almeno due anni nel campo del Chief Executive Officer.





“

*Se hai esperienza come Chief Executive Officer e cerchi di migliorare la tua carriera, questo è il tuo programma”*

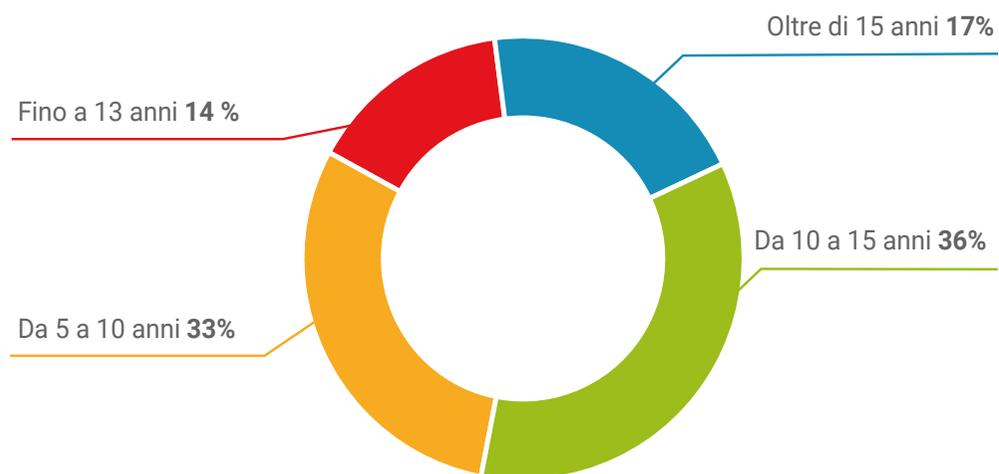
### Età media

---

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

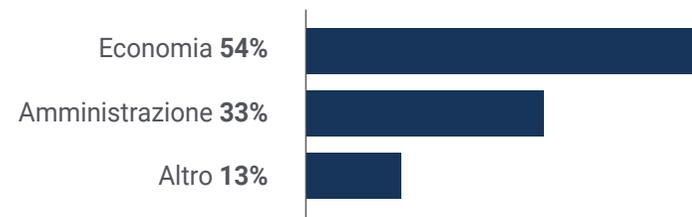
### Anni di esperienza

---



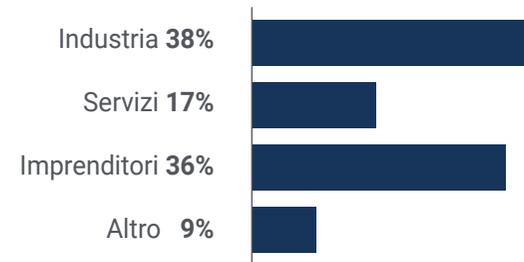
### Educazione

---



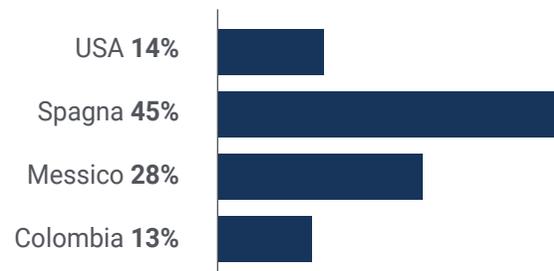
### Profilo accademico

---



## Distribuzione geografica

---



## Ignacio Fernández

---

CEO

*"La mia esperienza in questo Executive Master è stata trasformativa. Prima di iscrivermi al programma, ho ricoperto una posizione di leadership nella mia azienda, ma sentivo che mi mancava qualcosa per portare la mia visione al livello successivo. Il programma ha ampliato la mia comprensione delle aree critiche del business, come strategia, finanza e leadership. Inoltre, l'accesso a risorse esclusive è stato inestimabile. Oggi, come CEO, posso affermare che l'MBA non solo ha dato impulso alla mia carriera, ma ha anche avuto un impatto positivo sulla nostra azienda. Consiglierei questo programma a chiunque aspiri a una crescita professionale significativa."*

09

# Direzione del corso

Il personale docente di questo Executive Master (CEO, Chief Executive Officer) è composto da professionisti altamente qualificati ed esperti in vari campi aziendali. I membri di questo chiostro possiedono non solo una solida formazione accademica, ma anche una vasta esperienza pratica nel mondo degli affari, spesso proveniente da ruoli esecutivi o consulenza aziendale. Inoltre, il suo approccio non si basa solo sulla teoria, ma sull'applicazione pratica dei concetti aziendali, fornendo agli studenti una formazione completa e applicabile direttamente all'ambiente aziendale di oggi.





“

*Appoggiati a un docente con esperienza nell'alta direzione aziendale, con temi dedicati a strategie aziendali, tendenze globali, innovazione e leadership efficace”*

## Direzione



### **Dott. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña**

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



## Personale docente

### **Dott. González Peña, Alexis José**

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

10

# Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e naturalmente, personale.

L'obiettivo finale di questo grande sforzo deve essere la crescita professionale.





“

*Permetterti di migliorare a livello professionale: questo è il nostro obiettivo. Ci impegnamo al massimo per aiutarti a ottenerlo”*

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

L'Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) di TECH è un programma intensivo che prepara lo studente ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali nell'ambito del CEO. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

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

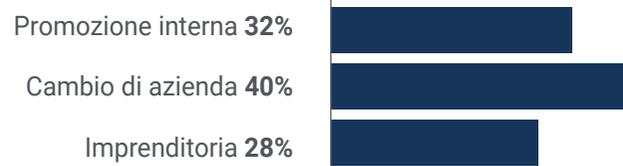
*Non perdere questa opportunità unica e iscriviti ora a questo Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) e promuovi la tua carriera.*

*Avrai a tua disposizione un'ampia libreria con le risorse multimediali più innovative! In TECH troverai tutto ciò che cerchi per migliorarti.*

### Momento del cambiamento



### Tipo di cambiamento



## Miglioramento salariale

---

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **26,24%**



11

# Benefici per la tua azienda

Questo programma contribuisce a elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la didattica di leader di alto livello.

Inoltre, partecipare a questo programma è un'opportunità unica per accedere a una rete di contatti dove si possono trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.



“

*Nell'era digitale, i manager devono integrare nuovi processi e strategie che comportano cambiamenti significativi e uno sviluppo organizzativo. Questo è possibile solo attraverso la formazione e l'aggiornamento universitario"*

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.

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 a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.

05

### Sviluppo di progetti propri

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

---

06

### Aumento della competitività

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

# 12 Titolo

L'Executive Master in Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

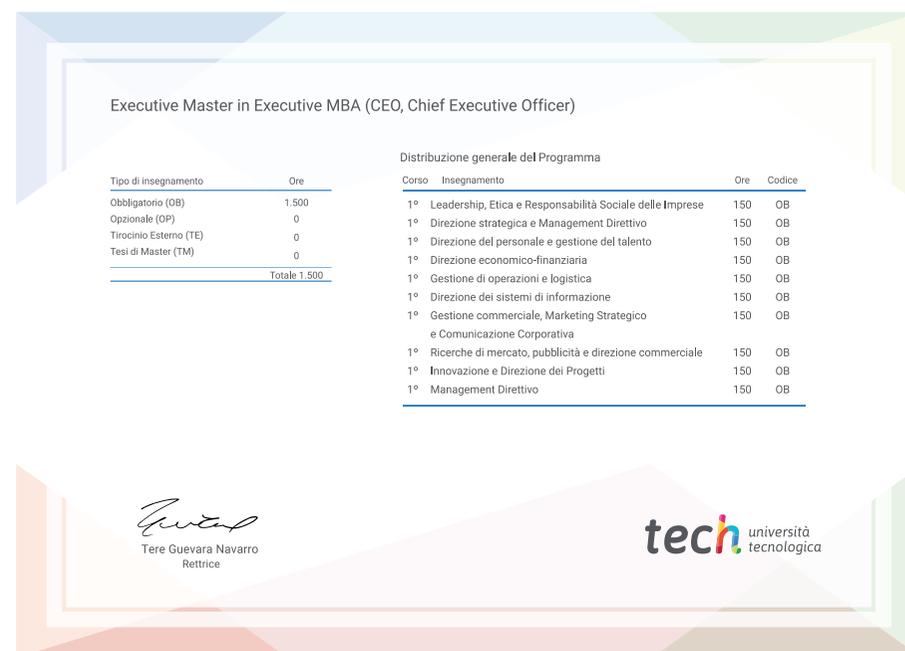
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Executive Master in Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



\*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.



**Executive Master**  
Executive MBA  
(CEO, Chief Executive Officer)

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Orario: **a tua scelta**
- » Esami: **online**

Executive Master  
Executive MBA  
(CEO, Chief Executive Officer)

