

Executive Master

MBA in Accounting Management
(CAO, Chief Accounting Officer)

M B A A M C A O





Executive Master MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer)

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati e studenti che vogliono approfondire e aggiornarsi in contabilità con l'ultima normativa approvata e con una visione internazionale e complessa dei rendiconti contabili

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/business-school/master/master-mba-accounting-management-cao-chief-accounting-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. 24

07

Metodologia

pag. 44

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 52

09

Direzione del corso

pag. 56

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 78

11

Benefici per la tua azienda

pag. 82

12

Titolo

pag. 86

01 Benvenuto

La contabilità è un settore complesso che richiede la competenza di professionisti specializzati in diversi ambiti. Un Chief Accounting Office è un manager operativo incaricato di tenere la contabilità di un'organizzazione, di supervisionare le funzioni contabili e di garantire che la rendicontazione sia accurata e conforme alle norme stabilite. Questa posizione richiede una specializzazione eccellente. Il programma si propone di specializzare esperti del settore con conoscenze aggiornate, necessarie per lo sviluppo di competenze contabili in tutte le aree aziendali, sia a livello nazionale che internazionale, consentendo allo studente di accedere a posti di lavoro di responsabilità media o superiore. Il programma comprende gli aspetti della contabilità finanziaria, della gestione e dell'analisi. È suddiviso da moduli che consentiranno ai professionisti di affrontare le sfide gestionali e decisionali oltre il campo della gestione contabile, mediante la pianificazione e valutazione aziendale.



Executive Master MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer).
TECH Università Tecnologica



“

Specializza in Accounting Management con questo programma che ti permetterà di realizzare le strategie più adeguate a livello aziendale. Così potrai posizionarti con successo come Chief Accounting Officer”

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 programma è progettato per potenziare le tue capacità manageriali e di leadership nella gestione della contabilità, nonché per sviluppare nuove competenze e abilità che saranno essenziali per tua crescita professionale. Al termine del programma, lo studente sarà in grado di prendere decisioni globali con una prospettiva innovativa e una visione internazionale. Questo ti preparerà a diventare un Chief Accounting Officer di successo.



“

TECH aiuta ad acquisire le competenze essenziali per una gestione strategica della contabilità. Se vuoi diventare Chief Accounting Officer allora benvenuto, questo è il tuo posto”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) prepara lo studente a:

01

Conoscere dettagliatamente gli stati finanziari e la capacità di analizzarli, nonché sviluppo di operazioni complesse con impatto sugli stessi

02

Svolgere in modo competente tutte le funzioni della contabilità di un'azienda, a tutti i livelli, da quello di base a quello manageriale e decisionale

03

Avere una conoscenza approfondita delle operazioni contabili e fiscali che riguardano un'azienda e acquisire la capacità di svolgerle con solvibilità e consapevolezza

04

Analizzare e applicare gli standard nazionali e internazionali attraverso l'apprendimento degli IAS

05

Analizzare i problemi che si presentano e acquisire la capacità di risolverli



06

Acquisire le capacità decisionali necessarie

08

Comprendere e applicare le tecniche di revisione e di campionamento nella supervisione della contabilità

09

Conoscere il quadro normativo in materia di contabilità e in particolare il Piano di contabilità generale per poterlo utilizzare in modo appropriato

07

Sviluppare le capacità organizzative, di pianificazione e di controllo

10

Utilizzare i requisiti di rendicontazione, i principi contabili, i criteri di registrazione e di valutazione per garantire una visione veritiera e corretta delle attività e delle passività dell'azienda



11

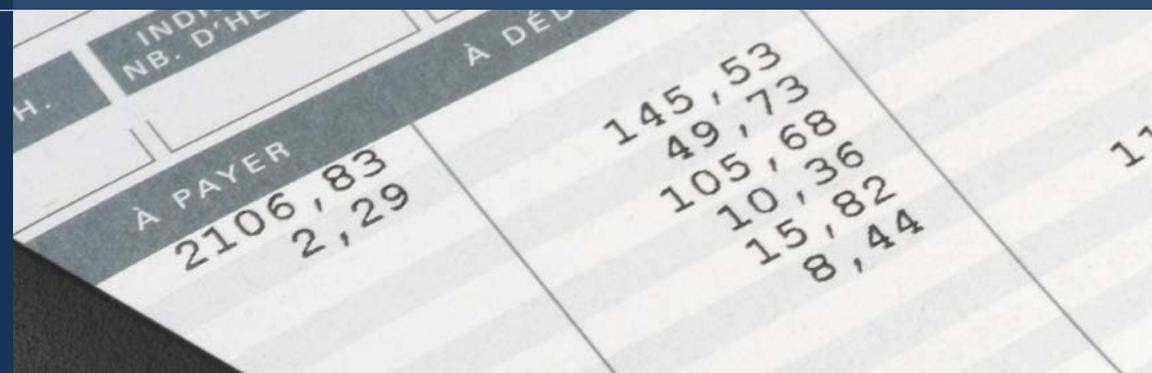
Conoscere la natura dell'Imposta sulle Società e identificarne gli elementi, con l'intento di considerarla nello sviluppo dell'attività economico-finanziaria dell'azienda

14

Conoscere, analizzare e applicare i prodotti di investimento disponibili sul mercato

12

Conoscere la natura dell'Imposta sul Reddito delle Persone Fisiche e identificarne gli elementi, al fine di considerarla nello sviluppo dell'attività economico-finanziaria dell'azienda



13

Comprendere tutti gli elementi che compongono i bilanci delle aziende e analizzare in dettaglio le transazioni complesse di rilevanza economica per le organizzazioni relative alle operazioni di copertura e ai loro effetti sul bilancio

15

Avere una visione d'insieme del ruolo del sistema finanziario nell'allocazione delle risorse finanziarie e conoscere le funzioni, le caratteristiche e la classificazione delle attività, degli intermediari e dei mercati finanziari

16

Analizzare e selezionare tra i diversi prodotti finanziari offerti dai mercati, gli stessi che consentono una strategia di investimento di successo e migliorano la redditività delle eccedenze di cassa

18

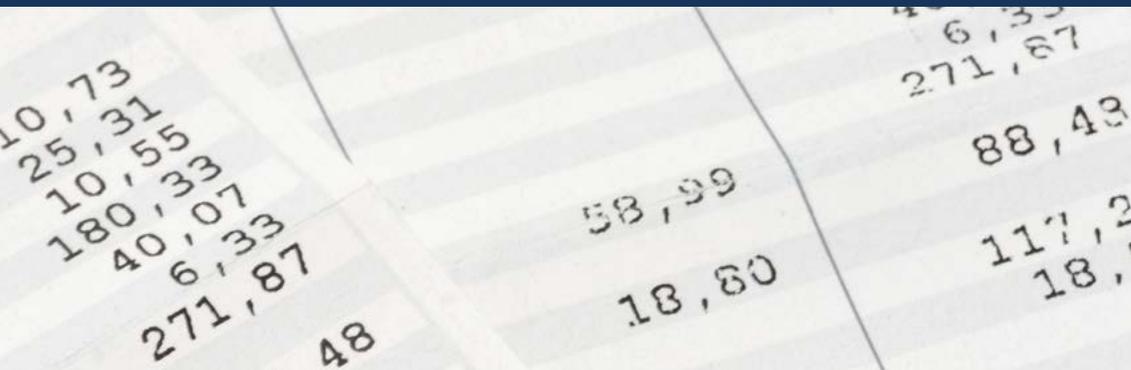
Identificare e adottare le norme applicabili al gruppo di società nella preparazione del bilancio d'esercizio

19

Condurre un'analisi sulla conduzione di una strategia di pianificazione e controllo di successo

17

Analizzare i diversi tipi di rischio a cui l'azienda è soggetta e conoscere gli strumenti e i meccanismi utilizzati e conoscere gli strumenti e i meccanismi utilizzati nelle direzioni aziendali per misurarli, valutarli e coprirli grazie all'uso di attività derivate



05

Competenze

Dopo aver superato le valutazioni dell'MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer), il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per un esercizio professionale di qualità e aggiornato in base alla metodologia didattica più innovativa. Grazie alle conoscenze acquisite durante il corso, lo studente sarà in grado di intraprendere posizioni dirigenziali.



“

Aumenta le tue competenze e raggiungi i tuoi obiettivi. Grazie all'innovativo sistema pedagogico di TECH, il successo come manager in area contabile è assicurato”

01

Valutare le informazioni contabili esterne, individuando quali siano quelle più rilevanti

02

Svolgere compiti specifici di revisione e controllo interno per garantire una visione veritiera e corretta della situazione economica e finanziaria dell'azienda

03

Eseguire la pianificazione finanziaria a breve e a lungo termine e conciliare gli obiettivi finanziari a breve termine dell'azienda con quelli a lungo termine

04

Analizzare le operazioni aziendali per prendere decisioni e misurare le prestazioni

05

Misurare i rischi del portafoglio e proporre coperture per mitigarli

06

Distinguere i diversi tipi di imposte dirette e indirette, per il corretto adempimento degli obblighi fiscali dell'azienda

07

Identificare gli aspetti contabili delle principali transazioni commerciali, di immobilizzazioni, finanziarie e di strumenti finanziari per poterli interpretare

10

Analizzare e valutare le informazioni contabili analitiche di un'azienda industriale, commerciale e/o di servizi

08

Registrare le transazioni e preparare i bilanci secondo i Principi Contabili Internazionali

11

Risolvere casi pratici di contabilità analitica e la contabilità gestionale

09

Comprendere e interpretare le informazioni economico-finanziarie pubblicate dalle aziende

12

Applicare le regole di rilevazione e valutazione del Piano dei Conti Generale a varie transazioni complesse

06

Struttura e contenuti

Il Executive Master MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) possiede un programma disegnato su misura e 100% online. In questo modo, tu stesso potrai decidere il momento e il luogo che meglio si adattano alla tua disponibilità, ai tuoi orari e ai tuoi interessi, ottenendo un apprendimento più efficace.

Un programma con una durata di 12 mesi che si propone di essere un'esperienza unica e stimolante che getta le basi per il tuo successo professionale come gestore contabile.



“

Il nostro programma di studi è progettato per fornire un'esperienza di apprendimento contestuale di tutte le situazioni che si possono affrontare nella pratica quotidiana"

Piano di studi

LMBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali a livello contabile, sia a livello nazionale che internazionale. Il contenuto del programma è progettato per incoraggiare lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti. Grazie a questo programma, lo studente sarà preparato per esercitare con successo come Chief Accounting Officer.

Durante le 2.700 ore di studio, gli studenti analizzeranno un susseguirsi di casi pratici mediante un lavoro individuale, ottenendo un apprendimento approfondito che sarà utile per il tuo lavoro quotidiano. Si tratta, dunque, di un apprendimento in contesti aziendali reali.

Questo programma affronta in modo approfondito diverse aree di business ed è progettato per specializzare i manager che comprendono la gestione della contabilità da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

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

Questo Executive Master ha una durata di 12 mesi ed è suddiviso in 15 moduli:

Modulo 1	Contabilità avanzata I
Modulo 2	Contabilità di gestione per il processo decisionale
Modulo 3	Contabilità avanzata II
Modulo 4	Contabilità e fiscalità
Modulo 5	Analisi dei bilanci economici e finanziari
Modulo 6	Normativa internazionale
Modulo 7	Analisi e gestione degli strumenti finanziari
Modulo 8	Aggregazioni aziendali e valutazione delle imprese
Modulo 9	Consolidamento dei bilanci
Modulo 10	Pianificazione contabile-finanziaria per il processo decisionale aziendale
Modulo 11	Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
Modulo 12	Direzione del personale e gestione del talento
Modulo 13	Gestione Economico-Finanziaria
Modulo 14	Direzione Commerciale e Marketing Strategico
Modulo 15	<i>Management Direttivo</i>



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di sviluppare questo MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) in modo completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

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

Modulo 1. Contabilità avanzata I

1.1. Costituzione di società

- 1.1.1. Introduzione alla contabilità di società
- 1.1.2. Capitale sociale
 - 1.1.2.1. Contributi monetari
 - 1.1.2.2. Contributi non in denaro
- 1.1.3. Costituzione di società per azioni
 - 1.1.3.1. Incorporazione per fondazione simultanea o per accordo
 - 1.1.3.2. Incorporazione per fondazione successiva o per pubblica sottoscrizione

1.2. Azioni proprie

- 1.2.1. Concetto di azioni proprie
- 1.2.2. Forme di acquisizione di azioni proprie
- 1.2.3. Cessione di azioni proprie
- 1.2.4. Ammortamento di azioni proprie

1.3. Immobilizzazioni materiali

- 1.3.1. Introduzione alle immobilizzazioni materiali
- 1.3.2. Valutazione iniziale delle immobilizzazioni materiali
 - 1.3.2.1. Prezzo di acquisizione
 - 1.3.2.2. Costi di produzione
 - 1.3.2.3. Permute
 - 1.3.2.4. Contributi non in denaro
- 1.3.3. Valutazione posteriore delle immobilizzazioni materiali
 - 1.3.3.1. Ammortamento
 - 1.3.3.2. Deterioramento
- 1.3.4. Cessione di immobilizzazioni materiali

1.4. Imposta sul valore aggiunto-IVA (I)

- 1.4.1. L'imposta sul valore aggiunto e i suoi conti
- 1.4.2. IVA a credito
- 1.4.3. IVA in uscita
- 1.4.4. La contabilizzazione dell'imposta sul valore aggiunto su acquisti e spese
- 1.4.5. La contabilizzazione dell'imposta sul valore aggiunto su vendita e prestazione di servizi

1.5. Imposta sul valore aggiunto-IVA (II)

- 1.5.1. Regola della pro-rata
 - 1.5.1.1. Pro-rata generale
 - 1.5.1.2. Pro-rata speciale
 - 1.5.1.3. Regola del pro-rata per i beni di investimento
- 1.5.2. I regimi speciali
- 1.5.3. Acquisti intracomunitari, importazioni ed esportazioni di merci

1.6. Imposta sulle Società - IS (I)

- 1.6.1. L'imposta sul reddito delle Società e i suoi conti
- 1.6.2. Attività e passività fiscali correnti
- 1.6.3. Attività e passività fiscali differite
- 1.6.4. Valutazione delle imposte correnti e delle imposte differite attive e passive

1.7. Imposta sulle Società - IS (II)

- 1.7.1. Basi imponibili negative
- 1.7.2. Rettifiche dell'Imposta sul reddito delle Società
 - 1.7.2.1. Differenze permanenti
 - 1.7.2.2. Differenze temporanee

1.8. Finanziamento I

- 1.8.1. Introduzione al finanziamento delle società
- 1.8.2. Riserve
 - 1.8.2.1. Conto 110: premio di emissione
 - 1.8.2.2. Conto 111: riserva legale
 - 1.8.2.3. Conto 113: riserva volontaria
 - 1.8.2.4. Conto 114: riserve speciali
 - 1.8.2.5. Conto 118: contributi di soci o proprietari
- 1.8.3. Risultati da implementare
 - 1.8.3.1. Conto 120: saldo restante
 - 1.8.3.2. Conto 121: perdite di esercizi precedenti
 - 1.8.3.3. Conto 129: utile o perdita dell'esercizio
- 1.8.4. Contributi in conto capitale nelle imprese

1.9. Finanziamento II

- 1.9.1. Disposizioni
- 1.9.2. Debiti a lungo termine
 - 1.9.2.1. Debiti a lungo termine con caratteristiche speciali
 - 1.9.2.2. Debiti a lungo termine con parti correlate
 - 1.9.2.3. Debiti a lungo termine da prestiti ricevuti, prestiti e altre voci

1.9.3. Depositi

- 1.9.3.1. Conto 180: depositi a lungo termine ricevuti
- 1.9.3.2. Conto 181: anticipi ricevuti per vendite o servizi resi a lungo termine
- 1.9.3.3. Conto 189: garanzie finanziarie a lungo termine
- 1.9.4. Situazioni di finanziamento transitorio

1.10. Contabilità Finanziaria I

- 1.10.1. Prestiti, debiti con caratteristiche speciali e altre emissioni simili a breve termine
- 1.10.2. Debiti a breve termine con parti correlate
- 1.10.3. Debiti a breve termine per prestiti ricevuti e altri concetti
- 1.10.4. Investimenti finanziari a breve termine con parti correlate

Modulo 2. Contabilità di gestione per il processo decisionale

2.1. Fondamenti concettuali

- 2.1.1. La contabilità analitica: concetto, evoluzione e ambito di studio
- 2.1.2. Obiettivi e utenti della stessa
- 2.1.3. Relazioni e differenze tra contabilità dei costi e contabilità finanziaria

2.2. Il costo: concetti di base

- 2.2.1. Concetto di costo e suoi elementi costitutivi
- 2.2.2. Relatività dei dati di costo
- 2.2.3. Il percorso della contabilità dei costi: la connessione costi-attività-risultati
- 2.2.4. Il concetto di spesa e la sua relazione con il concetto di costo

2.3. Modello base di competenza dei costi e dei profitti

- 2.3.1. Il flusso contabile dei costi: identificazione, competenza, classificazione e localizzazione delle componenti
- 2.3.2. L'analisi delle attività come base per la determinazione dei costi
- 2.3.3. La relazione costi-attività-produzione: La questione dei costi indiretti
- 2.3.4. Struttura del modello di accumulazione di base: l'analisi basata sulle funzioni

- 2.3.5. Concetto e Obiettivi della Classificazione dei Costi in base alla Funzione
 - 2.3.5.1. Principali funzioni che compongono l'attività operativa della Società e criteri per la delimitazione e l'allocazione dei suoi costi
 - 2.3.5.2. L'allocazione dei costi al costo industriale pieno
- 2.3.6. Conto economico funzionale: concetto e struttura

2.4. Valutazione del Magazzino

- 2.4.1. Inventario
- 2.4.2. Metodi di valutazione

2.5. La produzione in corso e persa

- 2.5.1. Valutazione delle scorte finali di produzione in corso
- 2.5.2. Valutazione delle scorte iniziali di produzione in corso
- 2.5.3. Valutazione della produzione persa

2.6. Sistema di Produzione Multifase

- 2.6.1. Introduzione
- 2.6.2. Prodotti semilavorati
- 2.6.3. Modelli di Produzione Multifase
- 2.6.4. Produzione seriale multifase
- 2.6.5. Produzione parallela multifase

2.7. Modello a Costi Variabili

- 2.7.1. Fondamenti concettuali
- 2.7.2. Rateizzazione dei costi e Struttura del Conto Economico
- 2.7.3. Il Margine di Contribuzione come strumento per l'analisi della redditività e il processo decisionale

- 2.7.4. Localizzazione e Analisi dei Costi dei Centri nel quadro del Modello a costi variabili
- 2.7.5. «Direct Costing» e Analisi Costi-Volumi-Profitto: modello di base dell'Analisi Costi-Volumi-Profitto
- 2.7.6. Determinazione della Soglia di Redditività
- 2.7.7. Limiti del modello a Costi Variabili

2.8. Processo decisionale a costi variabili

- 2.8.1. Attività e capacità, Concetti di base per l'analisi e il controllo di gestione
- 2.8.2. Comportamento dei costi e variazioni del livello di attività: costi fissi e costi variabili
- 2.8.3. Applicazioni del «Direct Costing» alle

- decisioni su prezzi e prodotti
- 2.8.4. L'utilizzo della capacità come quadro condizionante per le decisioni aziendali: criteri decisionali in situazioni di bassa occupazione
- 2.8.5. Decisioni relative a produzione, subappalti e acquisti

- 2.8.6. Decisione di trasformare ulteriormente il prodotto o di venderlo a un grado di lavorazione inferiore
- 2.8.7. Decisioni relative all'accettazione o al rifiuto di ordini speciali

2.9. Modello a Costi Standard

- 2.9.1. Variazioni
 - 2.9.1.1. Variazioni dei costi diretti
 - 2.9.1.2. Variazioni dei costi indiretti

2.10. Modello di costo basato sull'allocazione razionale

- 2.10.1. Utilizzo della capacità installata come fattore di efficienza: utilizzo della capacità e capacità inutilizzata: il loro impatto sui costi
- 2.10.2. Costi di sottoutilizzo

- 2.10.3. Il metodo di allocazione razionale dei costi
 - 2.10.3.1. Fondamenti concettuali
 - 2.10.3.2. Imputazione dei costi
 - 2.10.3.3. Struttura del conto economico
- 2.10.4. Contributi del metodo per l'Analisi e il Controllo di Gestione

Modulo 3. Contabilità avanzata II

3.1. Contabilità Finanziaria II

- 3.1.1. Altri investimenti finanziari a breve termine
- 3.1.2. Altri conti non bancari
- 3.1.3. Garanzie e Depositi Ricevuti e Costituiti a breve termine e Ratei e Risconti
- 3.1.4. Tesoreria
- 3.1.5. Attività non correnti possedute per la vendita e attività e passività associate
- 3.1.6. Riduzione di valore degli investimenti finanziari a breve termine

3.2. Aggregazioni aziendali (I)

- 3.2.1. Introduzione alle aggregazioni aziendali
- 3.2.2. Classificazione delle aggregazioni aziendali
- 3.2.3. Il metodo di acquisizione
 - 3.2.3.1. Determinazione della società acquirente
 - 3.2.3.2. Identificazione della Data di Acquisizione

3.2.3.3. Costi delle aggregazioni aziendali

- 3.2.3.4. Riconoscimento del Fondo Commerciale o Differenza Negativa
- 3.2.4. Contabilità Provvisoria
- 3.2.5. Aggregazioni aziendali realizzate per fasi

3.3. Aggregazioni aziendali (II)

- 3.3.1. Concetto di Fusione di Società e i suoi tipi
- 3.3.2. Il progetto di Fusione
- 3.3.3. Il Bilancio di Fusione
- 3.3.4. L'approvazione della Fusione
- 3.3.5. Formalizzazione e registrazione della Fusione
- 3.3.6. Effetti della Fusione

3.3.7. Tipi di fusione

- 3.3.7.1. Fusione Diretta
- 3.3.7.2. Fusione Indiretta
- 3.3.7.3. Fusione a tappe
- 3.3.7.4. Fusione gemellare
- 3.3.7.5. Fusione inversa

3.4. Aggregazioni aziendali (III)

- 3.4.1. Concetto di scissione di società
- 3.4.2. Regime Giuridico della Scissione
- 3.4.3. Effetti della Scissione
- 3.4.4. Tipi di Scissione
 - 3.4.4.1. Scissione Totale
 - 3.4.4.2. Scissione Parziale

3.5. Aggregazioni aziendali (IV)

- 3.5.1. Concetto di Scissione di Società
- 3.5.2. Scissione parziale

3.6. Procedure di insolvenza

- 3.6.1. Concetto di concordato preventivo
- 3.6.2. Tipi di procedure di insolvenza
- 3.6.3. L'amministrazione fallimentare
- 3.6.4. Conseguenze della dichiarazione di fallimento
- 3.6.5. Schema contabile

3.7. Introduzione alla revisione dei conti annuali

- 3.7.1. Il bilancio annuale
- 3.7.2. Concetto di revisione
- 3.7.3. Obiettivi della Revisione dei Conti Annuali
- 3.7.4. Principi contabili ed etici fondamentali
- 3.7.5. Quadro normativo
 - 3.7.5.1. Quadro normativo per la presentazione corretta dell'informativa

finanziaria

- 3.7.5.2. Quadro normativo per l'informativa finanziaria sulla conformità
- 3.7.5.3. Quadro normativo adeguato per l'informativa finanziaria
- 3.7.5.4. Quadro normativo per l'informativa finanziaria inadeguato
- 3.7.5.5. Quadro normativo sull'informativa finanziaria applicabile alle società in

liquidazione

- 3.7.6. Standard normativi nazionali e internazionali
 - 3.7.6.1. Principi di revisione internazionali adottati dall'Unione europea (ISA)
 - 3.7.6.2. Principi di revisione tecnica (TAS)
 - 3.7.6.3. Usanze e prassi

3.8. Soggetti coinvolti nella revisione dei conti annuali

- 3.8.1. Enti obbligati a sottoporsi a Audit dei conti annuali
- 3.8.2. Revisori della contabilità
 - 3.8.2.1. Requisiti per l'esercizio dell'Audit
 - 3.8.2.2. Responsabilità dei revisori

3.8.2.3. Doveri dei revisori

- 3.8.2.3.1. Doveri di indipendenza
- 3.8.2.3.2. Obbligo di conservazione e custodia
- 3.8.2.3.3. Obbligo di segretezza
- 3.8.2.3.4. Doveri dello scetticismo e giudizio professionale

3.9. Relazione della Revisione dei Conti Annuali

- 3.9.1. Struttura della relazione
 - 3.9.1.1. Elementi di base del rapporto della revisione dei conti annuali
- 3.9.2. Altri aspetti
- 3.9.3. Modelli di rapporti di audit

Modulo 4. Contabilità e fiscalità

4.1. Piano generale della contabilità

- 4.1.1. Quadro normativo
- 4.1.2. Struttura del PGC
- 4.1.3. Quadro concettuale per la contabilità
 - 4.1.3.1. Bilancio d'esercizio e rappresentazione veritiera e corretta
 - 4.1.3.2. Requisiti per l'informativa sui conti annuali
 - 4.1.3.3. Principi contabili

- 4.1.3.4. Elementi del bilancio d'esercizio
- 4.1.3.5. Criteri per la registrazione o la rilevazione delle voci nei conti annuali
- 4.1.3.6. Criteri di valutazione
- 4.1.3.7. Principi e standard contabili generalmente accettati
- 4.1.4. Regole di registrazione e valutazione
- 4.1.5. Conti annuali

4.2. Trattamento Contabile degli Acquisti e delle Vendite di Scorte

- 4.2.1. Norme di registrazione e valutazione delle scorte
- 4.2.2. Metodi di assegnazione di valore delle scorte
- 4.2.3. Conti dei proventi e degli oneri legati alle azioni
- 4.2.4. Valutazione delle scorte e rettifiche di valore
- 4.2.5. IVA sugli acquisti e sulle vendite

4.3. Trattamento Contabile dei Debiti e dei Crediti Commerciali

- 4.3.1. Norme di registrazione e valutazione degli strumenti finanziari
- 4.3.2. Operazioni Correnti
- 4.3.3. Operazioni commerciali a interesse differito: *Factoring*
- 4.3.4. Operazioni in Valuta Estera
- 4.3.5. Conti del personale e della Pubblica Amministrazione
- 4.3.6. Ratei e risconti
- 4.3.7. Rettifiche di valore

4.4. Trattamento contabile delle immobilizzazioni non finanziarie

- 4.4.1. Norme di registrazione e valutazione dei beni non finanziari
- 4.4.2. Beni Immobili in fase di creazione
- 4.4.3. Investimenti immobiliari
- 4.4.4. Beni intangibili
- 4.4.5. Rettifiche di valore
- 4.4.6. Attività detenute per la vendita
- 4.4.7. Leasing finanziario

4.5. Trattamento Contabile degli Strumenti Finanziari

- 4.5.1. Norme di registrazione e valutazione degli strumenti finanziari
- 4.5.2. Classificazione degli strumenti finanziari
 - 4.5.2.1. Investimenti detenuti fino a scadenza
 - 4.5.2.2. Attività finanziarie detenute per la business
 - 4.5.2.3. Attività finanziarie disponibili per la vendita

4.5.2.4. Investimenti azionari di Gruppo, Multigruppo e Associati

- 4.5.2.5. Crediti non commerciali
- 4.5.2.6. Crediti, Prestiti e altri Debiti
- 4.5.2.7. Prestiti e altre emissioni simili
- 4.5.2.8. Passiva finanziarie detenute per la negoziazione
- 4.5.3. Obbligazioni, depositi e altri conti non bancari
- 4.5.4. Ratei e risconti

4.6. Trattamento contabile di fondi propri, contributi e riserve

- 4.6.1. Fonti di Finanziamento Privato
- 4.6.2. Strumenti azionari
- 4.6.3. Sovvenzioni, donazioni e lasciti
- 4.6.4. Accantonamenti e pagamenti basati su strumenti di capitale

4.7. Trattamento contabile delle spese, dei ricavi e delle operazioni derivanti dalla chiusura dell'esercizio finanziario

- 4.7.1. Trattamento Contabile delle Spese
 - 4.7.1.1. Acquisti di scorte
 - 4.7.1.2. Servizi Esterni

- 4.7.1.3. Tasse
- 4.7.1.4. Spese per il personale
- 4.7.1.5. Altre Spese Amministrative
- 4.7.1.6. Pagamenti in ritardo
- 4.7.1.7. Perdite su attività non correnti e oneri eccezionali

- 4.7.2. Trattamento Contabile del Reddito
 - 4.7.2.1. Vendite di azioni

- 4.7.2.2. Lavoro svolto per l'azienda
- 4.7.2.3. Sovvenzioni, donazioni e lasciti
- 4.7.2.4. Altri proventi amministrativi
- 4.7.2.5. Entrate finanziarie
- 4.7.2.6. Benefici provenienti da attività non correnti e dai ricavi

- 4.7.3. Operazioni derivanti dalla chiusura dell'esercizio finanziario

- 4.7.3.1. Variazione delle scorte
- 4.7.3.2. Ammortamenti
- 4.7.3.3. Perdite di valore e altre disposizioni
- 4.7.3.4. Ripristino di valore e accantonamenti in eccesso

4.8. Tassa sulle società

- 4.8.1. Normativa applicabile
- 4.8.2. Differenze tra risultato contabile e fiscale
 - 4.8.2.1. Ammortamenti
 - 4.8.2.2. Locazioni finanziarie
 - 4.8.2.3. Rettifiche di valore per deterioramento e accantonamenti
 - 4.8.2.4. Spese non deducibili
- 4.8.3. Passività fiscali: Detrazioni e indennità
- 4.8.4. Ritenute e acconti
- 4.8.5. Incentivi fiscali di piccola entità

4.9. Imposta sul reddito delle persone fisiche

- 4.9.1. Normativa applicabile
- 4.9.2. Concetti generali
 - 4.9.2.1. Tipi di reddito
 - 4.9.2.2. Redditi non tassati ed esenti
- 4.9.3. Tipi di reddito
 - 4.9.3.1. Reddito da lavoro
 - 4.9.3.2. Reddito da capitale immobiliare
 - 4.9.3.3. Reddito da capitale immobiliare

- 4.9.3.4. Reddito da attività economiche
- 4.9.3.5. Guadagni e perdite in conto capitale
- 4.9.3.6. Imputazione del reddito
- 4.9.3.7. Valutazione delle imposte
 - 4.9.3.7.1. Base netta
 - 4.9.3.7.2. Minimo personale e familiare
 - 4.9.3.7.3. Importo imponibile totale
 - 4.9.3.7.4. Quota liquida
 - 4.9.3.7.5. Quota differenziale

Modulo 5. Analisi dei bilanci economici e finanziari

5.1. Le informazioni contabili contenute nei bilanci

- 5.1.1. Obiettivi generali dell'informazione contabile
- 5.1.2. Il bilancio: natura, significato e componenti
- 5.1.3. Il conto economico: natura, significato e componenti

5.1.4. Il prospetto delle variazioni del patrimonio netto: significato e componenti

5.1.5. Il Rendiconto finanziario: significato e componenti

5.2. Le tecniche di analisi economico-finanziaria

- 5.2.1. Obiettivi dell'analisi economico-finanziaria
- 5.2.2. Metodi di analisi
- 5.2.3. Analisi economica e analisi finanziaria
- 5.2.4. Classificazione finanziaria dello stato patrimoniale
- 5.2.5. Struttura del conto economico

5.3. Analisi della posizione finanziaria a breve termine (I)

- 5.3.1. Equilibrio a breve termine
- 5.3.2. Capitale circolante o capitale di esercizio
- 5.3.3. Il Periodo Medio di Scadenza o il Ciclo Operativo
- 5.3.4. Il Fondo di Manovra Necessario

5.4. Analisi della posizione finanziaria a breve termine (II)

- 5.4.1. Ratio: concetto e significato
- 5.4.2. Principali indici utilizzati nell'analisi di bilancio: Solvibilità e Liquidità
- 5.4.3. Rapporti di rotazione delle componenti del capitale circolante

5.5. Analisi della posizione finanziaria a lungo termine (I)

- 5.5.1. Struttura economico-finanziaria: attività, passività e patrimonio netto
- 5.5.2. Rapporto tra Passività e Patrimonio Netto
- 5.5.3. Garanzia e indebitamento
- 5.5.4. L'effetto leva

5.6. Analisi della posizione finanziaria a lungo termine (II)

- 5.6.1. Analisi della generazione di profitto
- 5.6.2. Analisi della Generazione di Fondi

5.7. Analisi della situazione economica: redditività

- 5.7.1. Il ritorno sull'investimento (ROI) e le sue componenti
- 5.7.2. Rendimento finanziario del capitale (ROE)
- 5.7.3. Rendimento degli azionisti

5.8. Applicazione dei concetti di ROA e ROE: il costo medio ponderato del capitale

- 5.8.1. Il costo medio ponderato del capitale
- 5.8.2. Fattori che determinano il costo medio ponderato di capitale
- 5.8.3. Il calcolo del costo del capitale
- 5.8.4. La determinazione del costo di ogni fonte finanziaria

5.9. Quantificare gli effetti finanziari ed economici delle decisioni di investimento e finanziamento

- 5.9.1. Sollevare il problema attraverso un esempio
- 5.9.2. Leva finanziaria
- 5.9.3. Struttura finanziaria

5.10. Analisi completa dei bilanci: caso di studio

Modulo 6. Normativa internazionale**6.1. Architettura contabile internazionale: Quadro concettuale**

- 6.1.1. Caratteristiche generali
- 6.1.2. Obiettivo dell'informazione finanziaria con proposito generale
- 6.1.3. Caratteristiche qualitative dell'informazione finanziaria
- 6.1.4. Elementi di bilancio

6.2. Presentazione del bilancio (IAS 1, IFRS 1)

- 6.2.1. Introduzione: obiettivo, campo di applicazione
- 6.2.2. Definizioni
- 6.2.3. Bilanci
- 6.2.4. Struttura e contenuti

6.3. Rendiconto finanziario (IAS 7)

- 6.3.1. Introduzione: obiettivo, campo di applicazione
- 6.3.2. Presentazione del rendiconto finanziario
- 6.3.3. Informazioni sul flusso di cassa da attività operative
- 6.3.4. Informazioni sul flusso di cassa da attività di investimento e finanziamento

6.4. Inventari (NIC 2)

- 6.4.1. Introduzione: obiettivo, campo di applicazione
- 6.4.2. Definizioni
- 6.4.3. Misurazione dell'inventario
- 6.4.4. Riconoscimento come spesa

6.5. Immobili, impianti e macchinari (IAS 16)

- 6.5.1. Obiettivo
- 6.5.2. Raggiungimento
- 6.5.3. Definizioni
- 6.5.4. Riconoscimento
- 6.5.5. Valutazione al momento del riconoscimento
- 6.5.6. Valutazione successiva al riconoscimento
- 6.5.7. Cancellazione

6.6. Investimenti immobiliari (NIC 40)

- 6.6.1. Classificazione degli immobili come investimenti immobiliari
- 6.6.2. Valutazione al momento del riconoscimento
- 6.6.3. Valutazione successiva al riconoscimento
- 6.6.4. Cancellazione

6.7. Beni Intangibili (NIC 38)

- 6.7.1. Riconoscimento come spesa
- 6.7.2. Valutazione successiva al riconoscimento
- 6.7.3. Vita utile
- 6.7.4. Beni Intangibili con Vita Utile Finita
- 6.7.5. Beni Intangibili con Vita Utile Indefinita

6.8. Costi dei Prestiti (interessi) (NIC 23)

- 6.8.1. Costi dei Prestiti Suscettibili di Capitalizzazione
- 6.8.2. Inizio della capitalizzazione
- 6.8.3. Sospensione della capitalizzazione

6.9. Riduzione di valore degli attivi (NIC 36)

- 6.9.1. Identificazione di un attivo che potrebbe aver subito una riduzione di valore
- 6.9.2. Misurazione del valore recuperabile
- 6.9.3. Rilevazione e valutazione delle perdite di valore
- 6.9.4. Unità generatrici di cassa
- 6.9.5. Ripristino delle perdite di valore

6.10. Settori operativi (NIIF 8)

- 6.10.1. Principi di base
- 6.10.2. Raggiungimento
- 6.10.3. Segmenti operativi
- 6.10.4. Segmenti su cui bisogna informarsi

Modulo 7. Analisi e gestione degli strumenti finanziari

7.1. Introduzione al sistema finanziario e alle sue istituzioni

- 7.1.1. Aspetti generali
- 7.1.2. L'organizzazione del sistema finanziario
- 7.1.3. Istituti finanziari
- 7.1.4. Mercati finanziari
- 7.1.5. Attivi finanziari

7.2. Debito pubblico a breve termine

- 7.2.1. Introduzione
- 7.2.2. Buoni del Tesoro: definizione e caratteristiche
- 7.2.3. Buoni del Tesoro: forma di emissione
- 7.2.4. Mercato secondario dei Buoni del Tesoro

7.3. Debito pubblico a lungo termine

- 7.3.1. Introduzione
- 7.3.2. Titoli e obbligazioni societarie: definizione e caratteristiche
- 7.3.3. Obbligazioni e titoli: Forme di Emissione
- 7.3.4. Mercati secondari dei titoli di Stato

7.4. Debito Aziendale a breve termine

- 7.4.1. Introduzione
- 7.4.2. Cambiali e altre attività aziendali a breve termine: definizione e caratteristiche
- 7.4.3. Cambiali d'impresa: forma di emissione
- 7.4.4. Mercati secondari per le cambiali

7.5. Debito societario a lungo termine

- 7.5.1. Introduzione
- 7.5.2. Titoli e obbligazioni societarie: definizione e caratteristiche
- 7.5.3. Obbligazioni e titoli Corporativa: Forme di Emissione
- 7.5.4. Mercati Secondari del Debito Societario

7.6. Reddito variabile: azioni

- 7.6.1. Introduzione
- 7.6.2. Cosa sono le azioni?
- 7.6.3. Valutazione delle opzioni
- 7.6.4. Sorveglianza e supervisione ufficiale del mercato
- 7.6.5. Società di servizi di investimento
- 7.6.6. Offerte pubbliche di azioni: OPA, OPE, OPS e OPV
- 7.6.7. Operazioni di credito al mercato

7.7. Valuta estera

- 7.7.1. Introduzione alle valute
- 7.7.2. Tipo di cambiamento
- 7.7.3. Fattori che influenzano il tasso di cambio
- 7.7.4. Operazioni con valute
- 7.7.5. Caratteristiche del mercato delle valute

7.8. Strumenti Derivati: forward e futures

- 7.8.1. Introduzione ai Derivati
- 7.8.3. I *forwards*: Definizione e strategie
- 7.8.4. I *futures*: Definizione e strategie
- 7.8.5. Esempi di Operazioni con *Forwards* e *Futures*

7.9. Strumenti Derivati: Opzioni

- 7.9.1. Introduzione alle Opzioni
- 7.9.2. Posizioni di base con le Opzioni
- 7.9.3. Valore intrinseco e valore temporale nelle Opzioni
- 7.9.4. Esempi di Operazioni con Opzioni

7.10. Strumenti Derivati: SWAPS

- 7.10.1. Introduzione agli SWAPS
- 7.10.2. Caratteristiche delle operazioni SWAP
- 7.10.3. Tipologie di SWAPS
- 7.10.4. Esempi di Operazioni con SWAPS

Modulo 8. Aggregazioni aziendali e valutazione delle imprese

<p>8.1. Motivazione strategica per l'Acquisizione e la Valutazione di un'Azienda</p> <p>8.1.1. Motivi di valutazione di un'azienda: il processo di acquisizione come strumento di crescita</p> <p>8.1.2. Finanza a leva: Capitale di rischio (<i>Venture capital, private equity, family offices</i>)</p>	<p>8.1.3. Tipi di operazioni, <i>buy out</i>: LBO, MBO, MBI e BIMBO</p> <p>8.1.4. Aspetti fondamentali nei processi di fusione e acquisizione</p> <p>8.1.5. Nuove forme di Investimento in Fondi Privati, il <i>Crowdfunding</i></p>	<p>8.2. Metodologie di valutazione del Mercato</p> <p>8.2.1. Valutazione per multipli di Aziende Quotate</p> <p>8.2.2. Valutazione per multipli di transazioni private rispetto ai mercati quotati: il premio di illiquidità</p> <p>8.2.3. Formule Analitiche dei Multipli</p> <p>8.2.4. Casi pratici</p>	<p>8.3. Metodologia dello Sconto del Flusso di Cassa</p> <p>8.3.1. Metodologia del flusso di cassa libero</p> <p>8.3.2. Il flusso di cassa libero</p> <p>8.3.3. Il tasso di investimento netto (NIR)</p> <p>8.3.4. Il valore residuale</p> <p>8.3.5. Il tasso di sconto, il costo medio ponderato del capitale o WACC</p> <p>8.3.6. Il valore dell'azienda</p>
<p>8.3.7. Calcolo dell'indebitamento finanziario netto, passività potenziali e valore di azioni</p> <p>8.3.8. Casi pratici</p> <p>8.4. Approfondimento: modellare l'azienda da valutare</p>	<p>8.4.1. Analisi delle informazioni contabili, calcolo delle tendenze. Tac e media: identificazione dei "value drivers"</p> <p>8.4.2. Proiezioni dei ricavi per linea di Business, costi diretti e indiretti</p> <p>8.4.3. Proiezioni dell'Ebitda, basate su dati storici, tendenze di mercato e piano strategico</p>	<p>dell'azienda</p> <p>8.4.4. Ipotesi di ammortamento e fabbisogno di investimenti</p> <p>8.4.5. Calcolo del periodo medio storico di scadenza</p> <p>8.4.6. Calcolo del Fondo di Manovra Necessario</p> <p>8.4.7. Flusso di cassa libero, flusso di cassa da</p>	<p>debito e flusso di cassa degli azionisti</p> <p>8.4.8. Proiezioni di bilancio</p> <p>8.5. Analisi e Inclusione del Rischio in una Compravendita</p> <p>8.5.1. Una visione più completa del Costo medio ponderato del capitale</p>
<p>8.5.2. Costo delle Risorse Esterne</p> <p>8.5.3. Il Costo del Capitale Proprio, la Metodologia dei Dividendi</p> <p>8.5.4. Il CAPM per il calcolo del costo del capitale delle società quotate in borsa</p> <p>8.5.5. Calcolo del Beta per le società non quotate in borsa a partire dai dati delle società quotate</p>	<p>8.5.6. Il CAPM per le società non quotate: premi di dimensione e premi di illiquidità</p> <p>8.5.7. Casi pratici</p> <p>8.6. Incertezza e rischio, l'inclusione della casualità</p> <p>8.6.1. Creazione di scenari, calcolo e utilizzo della</p>	<p>volatilità per creare intervalli di valore</p> <p>8.6.2. Simulazione Monte Carlo</p> <p>8.6.3. Analisi di sensibilità</p> <p>8.6.4. Prezzo vs. Valore: il valore delle sinergie. Riduzione del rischio attraverso la forma di pagamento</p>	<p>8.6.5. Casi pratici</p> <p>8.7. Soluzione di due casi di studio integrati</p> <p>8.7.1. Valutazione di un'azienda del settore dei</p>
<p>servizi</p> <p>8.7.2. Valutazione di una società di produzione</p> <p>8.8. Altre metodologie di valutazione</p> <p>8.8.1. Metodologia "Equity"</p> <p>8.8.2. Metodologia EVA</p>	<p>8.9. Aggregazioni aziendali nel Bilancio</p> <p>8.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38</p> <p>8.9.2. Lavviamento</p>	<p>8.9.3. Riconoscimento di altri Attivi Intangibili</p> <p>8.10. Valutazione dei beni Intangibili</p> <p>8.10.1. Il Marchio come principale bene intangibile, il resto dei beni intangibili che costituiscono il valore di un'impresa: il Metodo di Eccesso</p>	<p>del Beneficio in Periodi Multipli</p> <p>8.10.2. Metodi di calcolo del valore del Marchio</p> <p>8.10.2.1. Metodo <i>Royalty</i></p> <p>8.10.2.2. Metodo <i>Interbrand</i></p>

Modulo 9. Consolidamento dei bilanci

9.1. Il Consolidamento Contabile: Introduzione

- 9.1.1. Introduzione
 - 9.1.1.1. Concetto di Consolidamento
 - 9.1.1.2. Normativa per la Formulazione dei Bilanci Annuali Consolidati
- 9.1.2. Soggetti del Consolidamento
- 9.1.3. Obbligo di Consolidamento
- 9.1.4. Metodi di consolidamento

9.2. Metodo di Integrazione Globale. Parte I

- 9.2.1. Introduzione
- 9.2.2. Omogeneizzazioni
- 9.2.3. Aggregazioni e metodo di acquisizione
- 9.2.4. Eliminazioni

9.3. Metodo di Integrazione Globale. Parte II

- 9.3.1. Introduzione
- 9.3.2. Scenario 1: Variazione dell'investimento senza variazione della quota di partecipazione. Variazione della partecipazione

- 9.3.3. Scenario 2: Variazione della percentuale di partecipazione senza perdita di controllo
 - 9.3.3.1. Aumento della percentuale di partecipazione senza perdita di controllo
 - 9.3.3.2. Diminuzione della percentuale di proprietà senza perdita di controllo
- 9.3.4. Scenario 3: diminuzione del percentuale di partecipazione senza perdita di controllo
- 9.3.5. Casi speciali ed eccezioni al metodo di acquisizione

9.4. Metodo di Integrazione Globale. Parte III

- 9.4.1. Introduzione
- 9.4.2. Casi particolari
 - 9.4.2.1. Partecipazione indirette
 - 9.4.2.2. Acquisizioni Inverse
 - 9.4.2.3. Altre acquisizioni

9.5. Metodo di Integrazione Globale. Parte IV

- 9.5.1. Introduzione
- 9.5.2. Eliminazione di partite infragruppo e di risultati
- 9.5.3. Operazioni infragruppo non finanziarie

9.6. Metodo di Integrazione Globale. Parte V

- 9.6.1. Introduzione
- 9.6.2. Eliminazioni non patrimoniali
- 9.6.3. Operazioni finanziarie infragruppo

9.7. Metodo del patrimonio netto

- 9.7.1. Introduzione: Descrizione della procedura
- 9.7.2. Valutazione negli esercizi successivi con il metodo del patrimonio netto
- 9.7.3. Operazioni infragruppo tra società contabilizzate con il metodo del patrimonio netto e società del gruppo
- 9.7.4. Modifica della partecipazione
- 9.7.5. Perdite di valore e perdite di status di entità a controllo congiunto

9.8. Metodo di Integrazione proporzionale

- 9.8.1. Definizione e criteri applicabili
- 9.8.2. Contributi non in denaro
- 9.8.3. Joint venture destinate alla vendita
- 9.8.4. Altri
- 9.8.5. Investimenti e disinvestimenti in entità a controllo congiunto
- 9.8.6. Partecipazioni prima di essere considerate entità a controllo congiunto
- 9.8.7. Perdita dello status di entità a controllo congiunto
- 9.8.8. Cessazione del controllo congiunto

9.9. Altre regole applicabili al consolidamento

- 9.9.1. Introduzione
- 9.9.3. Altre regole applicabili al consolidamento

9.10. Conti annuali consolidati

- 9.10.1. Introduzione
- 9.10.2. Regole generali per i conti annuali consolidati
- 9.10.3. Lo stato patrimoniale consolidato
- 9.10.4. Il conto consolidato di Perdite e Ricavi
- 9.10.5. Stato di cambiamenti nel patrimonio netto Consolidato
- 9.10.6. Stato del flusso di cassa Consolidato
- 9.10.7. La relazione finanziaria consolidata

Modulo 10. Pianificazione contabile-finanziaria per il processo decisionale aziendale

10.1. Pianificazione economico-finanziaria in azienda

- 10.1.1. L'importanza della Pianificazione Economico-Finanziaria
- 10.1.2. Considerazioni generali sulla Strategia Aziendale
- 10.1.3. Il ruolo dei bilanci nella Pianificazione
- 10.1.4. Centri di controllo dell'azienda e aree di responsabilità

10.2. Struttura e processo del bilancio

- 10.2.1. Il Master Budget aziendale
 - 10.2.1.1. Budget operativo
 - 10.2.1.2. Bilancio degli investimenti/disinvestimenti
- 10.2.2. Bilancio di cassa
- 10.2.3. Tecniche di classificazione e budgeting
 - 10.2.3.1. Budgeting a base zero
 - 10.2.3.2. Budgeting basato sulle attività
 - 10.2.3.3. Bilanci Flessibili
- 10.2.4. Errori da evitare nel processo di budgeting

10.3. Fasi di preparazione di un Bilancio Operativo I

- 10.3.1. Bilancio delle Entrate
- 10.3.2. Budget di Produzione
 - 10.3.2.1. Determinazione delle scorte
 - 10.3.2.2. Bilancio degli acquisti
 - 10.3.2.3. Modalità

10.4. Fasi di preparazione di un Bilancio Operativo II

- 10.4.1. Bilanci di distribuzione
- 10.4.2. Bilanci commerciali
- 10.4.3. Bilancio delle Spese Generali

10.5. Bilancio del Capitale

- 10.5.1. Il bilancio del Capitale da una prospettiva contabile
- 10.5.2. Gli impieghi
- 10.5.3. Spese di investimento
- 10.5.4. Requisiti patrimoniali correnti netti

- 10.5.5. Ammortamenti finanziari
- 10.5.6. Risorse finanziarie
- 10.5.7. Autofinanziamento
- 10.5.8. Finanziamento esterno
- 10.5.9. Risorse straordinarie

10.6. Il bilancio di cassa

- 10.6.1. Prospetto dei flussi di cassa operativi
- 10.6.2. Prospetto dei flussi di cassa di investimenti/disinvestimenti
- 10.6.3. Prospetto dei flussi di cassa di attività di finanziamento

10.7. Preparazione del bilancio intermedio

- 10.7.1. Conto provvisorio di perdite e profitti
- 10.7.2. Il bilancio provvisorio
- 10.7.3. Lo stato della Tesoreria

10.8. Strumenti di analisi nel controllo operativo di bilancio

- 10.8.1. L'uso del bilancio flessibile per il calcolo delle variazioni
- 10.8.2. Calcolo delle variazioni per volume, prezzo ed efficienza degli articoli
- 10.8.3. Calcolo dei costi standard e delle tariffe preventivate

10.9. Controllo operativo di bilancio attraverso casi pratici

- 10.9.1. Scostamenti nel budget delle vendite
- 10.9.2. Variazioni dei costi diretti
- 10.9.3. Variazioni nel Budget dei Costi indiretti
- 10.9.4. Variazioni nel Budget dei Costi indiretti fissi
- 10.9.5. Interpretazione delle Variazioni

10.10. Il budget aziendale e la Balanced Scorecard

- 10.10.1. Considerazioni generali sulla Strategia Aziendale
- 10.10.2. Cos'è la Balanced Scorecard?
- 10.10.3. Sviluppo della BSC e dei principali indicatori

Modulo 11. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

11.1. Globalizzazione e Governance

- 11.1.1. Governance e Corporate Governance
- 11.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
- 11.1.3. Il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance

11.2. Leadership

- 11.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
- 11.2.2. Leadership nelle imprese
- 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali
- 11.3.3. Gestione della Diversità

11.4. Sviluppo manageriale e leadership

- 11.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
- 11.4.2. Concetto di leadership
- 11.4.3. Teorie di leadership
- 11.4.4. Stili di leadership
- 11.4.5. L'intelligenza nella leadership
- 11.4.6. Le sfide del leader nell'attualità

11.5. Etica d'impresa

- 11.5.1. Etica e Morale
- 11.5.2. Etica Aziendale
- 11.5.3. Leadership ed etica nelle imprese

11.6. Sostenibilità

- 11.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Le imprese sostenibili

11.7. Responsabilità Sociale d'Impresa

- 11.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa

11.8. Sistemi e strumenti di gestione responsabile

- 11.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
- 11.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
- 11.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
- 11.8.4. Strumenti e standard della RSC

11.9. Multinazionali e diritti umani

- 11.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
- 11.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
- 11.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani

11.10. Ambiente legale e Corporate Governance

- 11.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
- 11.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
- 11.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Direzione del personale e gestione del talento

12.1. Management strategico del personale

- 12.1.1. Direzione strategica e risorse umane
- 12.1.2. Management strategico del personale

12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze

- 12.2.1. Analisi del potenziale
- 12.2.2. Politiche di retribuzione
- 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione

12.3. Valutazione e gestione delle prestazioni

- 12.3.1. Gestione del rendimento
- 12.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

12.4. Innovazione in gestione del talento e del personale

- 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
- 12.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
- 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
- 12.4.4. Proattività e innovazione

12.5. Motivazione

- 12.5.1. La natura della motivazione
- 12.5.2. Teoria delle aspettative
- 12.5.3. Teoria dei bisogni
- 12.5.4. Motivazione e compensazione economica

12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni

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

12.7. Gestione del cambiamento

- 12.7.1. Gestione del cambiamento
- 12.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
- 12.7.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento

12.8. Negoziazione e gestione dei conflitti

- 12.8.1. Negoziazione
- 12.8.2. Gestione dei conflitti
- 12.8.3. Gestione delle crisi

12.9. Comunicazione direttiva

- 12.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
- 12.9.2. Dipartimento di Comunicazione
- 12.9.3. Il responsabile di comunicazione di azienda: Il profilo del Dircom

12.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento

- 12.10.1. La produttività
- 12.10.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria

13.1. Contesto Economico

- 13.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario
- 13.1.2. Istituti finanziari
- 13.1.3. Mercati finanziari
- 13.1.4. Attivi finanziari
- 13.1.5. Altri enti del settore finanziario

13.2. Contabilità Direttiva

- 13.2.1. Concetti di base
- 13.2.2. L'Attivo aziendale
- 13.2.3. Il Passivo aziendale
- 13.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
- 13.2.5. Il Conto Economico

13.3. Sistemi informativi e Business Intelligence

- 13.3.1. Concetto e classificazione
- 13.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
- 13.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti

13.4. Bilancio di previsione e controllo di gestione

- 13.4.1. Il modello di bilancio
- 13.4.2. Bilancio del Capitale
- 13.4.3. Bilancio di Gestione
- 13.4.5. Bilancio del Tesoro
- 13.4.6. Controllo del bilancio

13.5. Direzione Finanziaria

- 13.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
- 13.5.2. Dipartimento finanziario
- 13.5.3. Eccedenza di tesoreria
- 13.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
- 13.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

13.6. Pianificazione Finanziaria

- 13.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
- 13.6.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
- 13.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
- 13.6.4. La tabella *Cash Flow*
- 13.6.5. La tabella di flusso

13.7. Strategia finanziaria corporativa

- 13.7.1. Strategia corporativa e fonti di finanziamento
- 13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento delle imprese

13.8. Finanziamento strategico

- 13.8.1. Autofinanziamento
- 13.8.2. Aumento dei fondi propri
- 13.8.3. Risorse ibride
- 13.8.4. Finanziamenti tramite intermediari

13.9. Analisi e pianificazione finanziaria

- 13.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
- 13.9.2. Analisi del Conto Economico
- 13.9.3. Analisi del Rendimento

13.10. Analisi e risoluzione di casi/problemi

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

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico**14.1. Direzione commerciale**

- 14.1.1. Quadro concettuale della Direzione Commerciale
- 14.1.2. Strategia e pianificazione aziendale
- 14.1.3. Il ruolo dei direttori commerciali

14.2. Marketing

- 14.2.1. Concetto di Marketing
- 14.2.2. Elementi base del Marketing
- 14.2.3. Attività di Marketing aziendale

14.3. Gestione strategica del Marketing

- 14.3.1. Concetto di Marketing strategico
- 14.3.2. Concetto di pianificazione strategica di marketing
- 14.3.3. Fasi del processo di pianificazione strategica di Marketing

14.4. Marketing online ed E-commerce

- 14.4.1. Obiettivi di Marketing Digitale e di E-commerce
- 14.4.2. Marketing digitale e media che utilizza
- 14.4.3. E-commerce: Contesto generale
- 14.4.4. Categorie dell'E-commerce
- 14.4.5. Vantaggi e svantaggi *dell'E-commerce* rispetto al commercio tradizionale

14.5. Digital Marketing per rafforzare il marchio

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

14.6. Digital Marketing per captare e fidelizzare clienti

- 14.6.1. Strategie di fidelizzazione e creazione di un vincolo mediante internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Ipersegmentazione

14.7. Gestione delle campagne digitali

- 14.7.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
- 14.7.2. Passi per lanciare una campagna di marketing online
- 14.7.3. Errori nelle campagne pubblicitarie digitali

14.8. Strategie di vendita

- 14.8.1. Strategie di vendita
- 14.8.2. Metodi di vendite

14.9. Comunicazione Aziendale

- 14.9.1. Concetto
- 14.9.2. Importanza della comunicazione nell'organizzazione
- 14.9.3. Tipo della comunicazione nell'organizzazione
- 14.9.4. Funzioni della comunicazione nell'organizzazione
- 14.9.5. Elementi della comunicazione
- 14.9.6. Problemi di comunicazione
- 14.9.7. Scenari di comunicazione

14.10. Comunicazione e reputazione online

- 14.10.1. La reputazione online
- 14.10.2. Come misurare la reputazione digitale?
- 14.10.3. Strumenti di reputazione online
- 14.10.4. Rapporto sulla reputazione online
- 14.10.5. *Branding online*

Modulo 15. Management Direttivo

15.1. General Management

- 15.1.1. Concetto di General Management
- 15.1.2. L'azione del General Management
- 15.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
- 15.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione

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

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

10.3. Direzione di operazioni

- 15.3.1. Importanza della direzione
- 15.3.2. La catena di valore
- 15.3.3. Gestione della qualità

15.4. Oratoria e preparazione dei portavoce

- 15.4.1. Comunicazione interpersonale
- 15.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
- 15.4.3. Barriere nella comunicazione

15.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative

- 15.5.1. Comunicazione interpersonale
- 15.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
- 15.5.3. La comunicazione nelle imprese
- 15.5.4. Strumenti nelle imprese

15.6. Comunicazione in situazioni di crisi

- 15.6.1. Crisi
- 15.6.2. Fasi della crisi
- 15.6.3. Messaggi: contenuti e momenti

15.7. Preparazione di un piano di crisi

- 15.7.1. Analisi dei potenziali problemi
- 15.7.2. Pianificazione
- 15.7.3. Adeguatezza del personale

15.8. Intelligenza emotiva

- 15.8.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
- 15.8.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
- 15.8.3. Autostima e comunicazione emotiva

15.9. Personal Branding

- 15.9.1. Strategie per sviluppare il personal branding
- 15.9.2. Leggi del personal branding
- 15.9.3. Strumenti per la costruzione di personal branding

15.10. Leadership e gestione di team

- 15.10.1. Leadership e stile di leadership
- 15.10.2. Capacità e sfide del Leader
- 15.10.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
- 15.10.4. Gestione di Team Multiculturali



“

*Aggiornarti sulle ultime novità
sull'MBA in Accounting Management
(CAO, Chief Accounting Officer)”*

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:



Materiale 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.



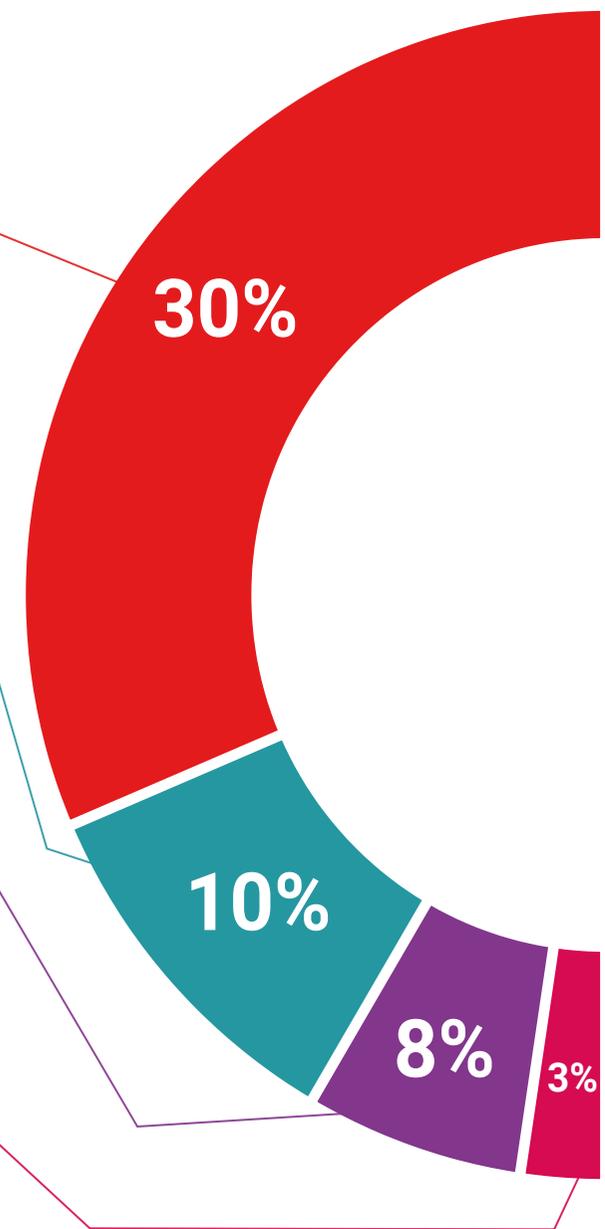
Stage di competenze manageriali

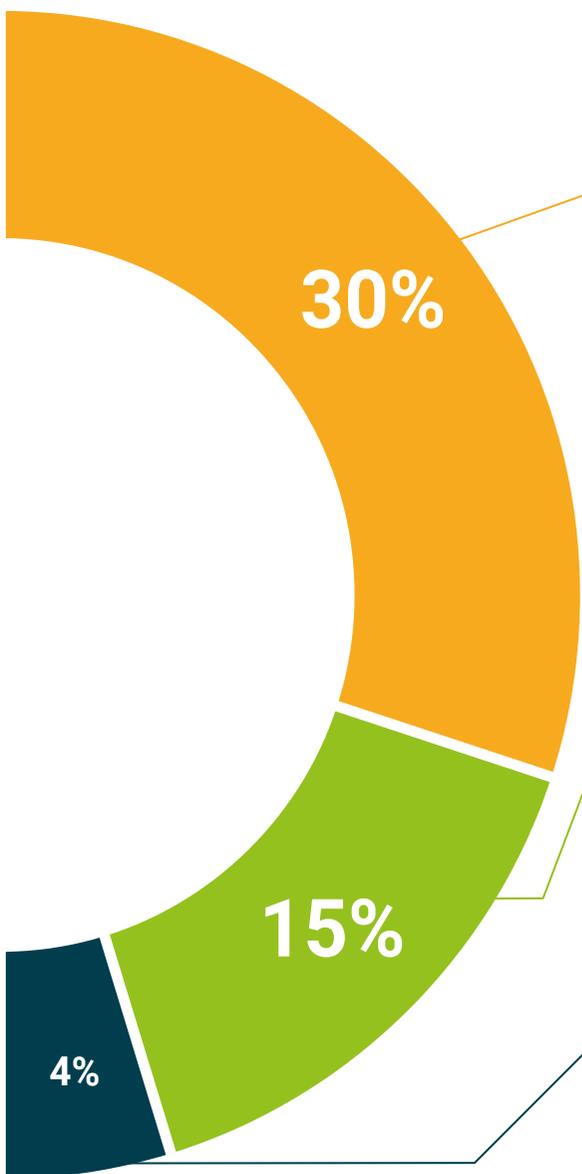
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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

Questo MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) un programma rivolto a professionisti specializzati in sulla gestione della contabilità che vogliono aggiornare le loro conoscenze e avanzare nella loro carriera professionale. La diversità dei partecipanti, con diversi profili accademici e di varie nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.





“

Se hai esperienza nel settore della contabilità e stai cercando un interessante avanzamento di carriera pur continuando a lavorare, questo è il programma che fa per te"

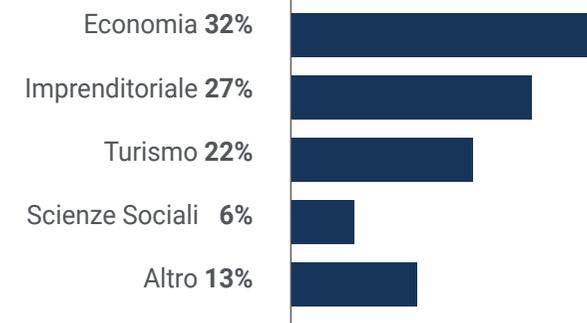
Età media

Tra **35** e **45** anni

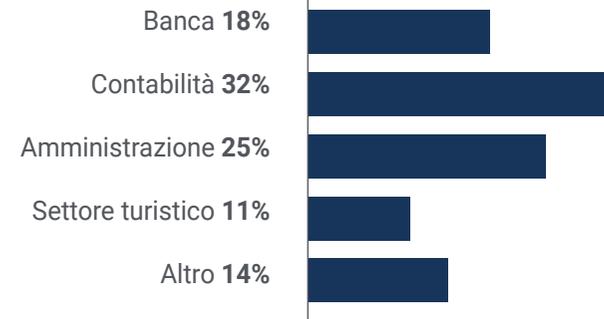
Anni di esperienza



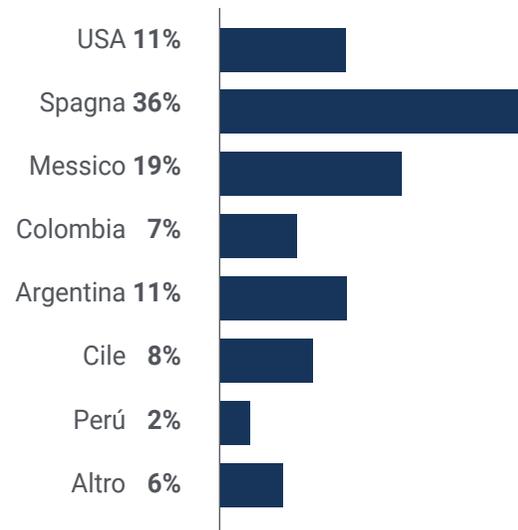
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Javier Suárez

Direttore di contabilità in una multinazionale

"Combinare il completamento di un programma di questo tipo con il resto degli obblighi quotidiani è un compito complesso. Per tale ragione, molte persone non proseguono la propria formazione. Tuttavia, TECH offre tutto ciò che serve per rendere lo studio facile ed efficace: una modalità 100% online e una metodologia didattica innovativa. In breve, sono orgoglioso di aver fatto il passo avanti con questa specializzazione"

09

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende i maggiori esperti di Senior Management, che apportano a questo programma l'esperienza di anni di lavoro. Inoltre, partecipano alla sua progettazione ed elaborazione, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree affini che completano l'MBA in modo interdisciplinare, rendendolo quindi un'esperienza unica e altamente nutriente a livello accademico per lo studente. Così, questo personale docente trasmetterà allo studente i contenuti più innovativi e potenti, che lo aiuteranno a diventare un manager di successo nell'area contabile.



“

Il nostro personale docente, che ha una vasta esperienza, ti mostrerà le ultime informazioni a livello contabile”

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali di **acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è esperta in **reclutamento** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, come **NBCUniversal** e **Comcast**. Il suo percorso le ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vicepresidentessa di Acquisizione di Talento** presso **Mastercard**, supervisiona la strategia e l'esecuzione dell'onboarding dei talenti, collaborando con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, mira a **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 attirare e trattenere i migliori professionisti in tutto il mondo. Si occupa anche di **amplificare il marchio di lavoro** e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso post, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipando attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuendo all'inserimento di numerosi dipendenti in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto posizioni manageriali di selezione del personale in aziende di varie aree.

Inoltre, 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 alle sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato significativamente la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

- ♦ Vice Presidentessa per l'acquisizione di talenti alla Mastercard di New York, Stati Uniti
- ♦ Direttrice di acquisizione di talenti alla NBCUniversal, New York, USA
- ♦ Responsabile della Selezione del Personale presso Comcast
- ♦ Direttrice della selezione del personale presso Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidentessa esecutiva della divisione vendite di Ardor NY Real Estate
- ♦ Direttrice della selezione 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 con i 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 nel cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come leader e team manager con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di coinvolgimento 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. La sua esperienza in **Amazon** gli ha permesso di gestire e integrare i servizi informatici dell'azienda negli Stati Uniti. In **Microsoft** ha guidato un team di 104 persone, incaricate di fornire infrastrutture IT 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 di alto impatto, con capacità notevoli per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore IT di Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile di programmi senior su Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Senior Director di servizi di ingegneria produttiva presso Microsoft
- Laurea in sicurezza informatica presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in *Commercial Diving* presso Divers Institute of Technology
- Laureato in studi ambientali presso The Evergreen State College

“

Cogli l'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana"

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un rinomato esperto internazionale con oltre due decenni di esperienza in **Trasformazione Digitale, Marketing, Strategia e Consulenza**. Attraverso questo percorso esteso, ha assunto diversi rischi ed è un costante **sostenitore di innovazione e cambio** nella congiuntura aziendale. Con questa competenza, ha collaborato con CEO e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. In questo modo, aziende come la Shell Energy sono diventate **leader di mercato**, focalizzate sui **clienti** e sul **mondo digitale**.

Le strategie progettate 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 quantificabile attraverso metriche tangibili come il **CSAT, l'impegno dei dipendenti** nelle 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 trasformatore**. Con Shell, in particolare, l'esecutivo ha sempre cercato di superare tre sfide: soddisfare le complesse **richieste di decarbonizzazione** dei clienti, **sostenere una "decarbonizzazione redditizia"** e **rivedere un panorama frammentato di dati, digitale e tecnologico**. I suoi sforzi hanno dimostrato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il manager si distingue per la sua padronanza delle **applicazioni aziendali di Intelligenza Artificiale**, tematica in cui ha una laurea 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 società Energy Shell, Londra, Regno Unito
- Direttore Globale di E-commerce e Servizio Clienti alla Shell Energy Corporation
- Gestore nazionale dei conti chiave (OEM e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Senior Management Consultant (Financial Services Industry) per Accenture a Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Laurea in applicazioni aziendali AI per dirigenti della London Business School
- Certificazione professionale in esperienza del cliente CCXP
- Corso di trasformazione digitale esecutiva di 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 prestigio internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto professionista nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre il ruolo di **Global Procurement Manager** nella divisione Infrastruttura Tecnica e Data Center di Google, dove ha svolto la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'**integrità dei dati master**, gli **aggiornamenti dati dei fornitori** e la loro **prioritizzazione**. Ha guidato la pianificazione della supply chain dei data center e la valutazione dei rischi dei fornitori, apportando miglioramenti al processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a significativi risparmi 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 numerosi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **BIM Leadership Award**, il **Search Leadership Award**, il **Lead Export Generation Award** e il **Best Sales Model Award EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, 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** dell'industria ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti per supportare l'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 adozione e diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, in cui ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dell'account e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo lavoro per superare continuamente le aspettative attraverso la **costruzione di relazioni preziose con i clienti** e **lavorare in modo fluido con persone a tutti i livelli di un'organizzazione**, tra cui stakeholder, gestione, membri del team e 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 prominente nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Global Shopping Manager presso Google, Mountain View, Stati Uniti
- Responsabile principale dell'analisi e della tecnologia B2B presso Google, USA
- Direttore delle vendite presso Google, Irlanda
- Senior Industrial Analyst presso Google, Germania
- Account manager su Google, Irlanda
- Accounts Payable a Eaton, Regno Unito
- Supply Chain Manager presso Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale in materia”

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 sviluppato diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

I risultati di questo manager di **alto profilo internazionale** sono stati collegati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare informazioni** in framework chiari e di eseguire **azioni concrete** allineate a obiettivi **aziendali specifici**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività** e **adattamento a ritmi accelerati** di lavoro. A tutto ciò, questo esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale**, **visione del mercato** e una **vera passione** per i **prodotti**.

Come **Global Brand Manager e Merchandising** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di Marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state centrate nel **settore del commercio al dettaglio**, delle **necessità** e del **comportamento del consumatore**. La Sala è stato anche responsabile di configurare la commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come **team leader** nei dipartimenti di **Design, Comunicazione e Vendite**.

D'altra parte, in aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha intrapreso 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. Inoltre, ha avuto sotto la sua direzione **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei principali e più qualificati **leader aziendali** della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con cui è riuscita a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo** di diverse **marche** e ridefinire gli indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- Brand Global Director e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- Direttore di merchandising presso Calvin Klein
- Brand Manager presso Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager presso Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato a Fastweb
- Laureato in Business and Economics all'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano a TECH per offrirti un insegnamento di alto 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 si distingue per la sua visione di **identificare tecnologie emergenti** che, a lungo termine, raggiungono un impatto permanente nell'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che hanno semplificato complessi insiemi, rendendoli accessibili e facilitatori del processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata per molte organizzazioni che scommettevano sulla **raccolta di informazioni** e sulla **generazione di azioni** concrete a partire da queste ultime.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo ancorata al cloud per l'**analisi dei Big Data**. Ha inoltre ricoperto il ruolo di **Direttore di Business Intelligence** presso **Red Bull**, in settori 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 Walmart Luminare per Buyer e Channel Insights.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea in centri prestigiosi come l'**Università di Berkeley, USA**, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha acquisito competenze all'avanguardia. Così, è diventato un **vero leader della nuova economia mondiale**, incentrata sulla spinta dei dati e sulle sue infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di *Business Intelligence* e Analisi alla Red Bull di Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* presso Walmart Data Cafe
- Consulente capo di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Capo analista presso Nordea
- Consulente capo di *Business Intelligence* presso SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning al UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive in 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”

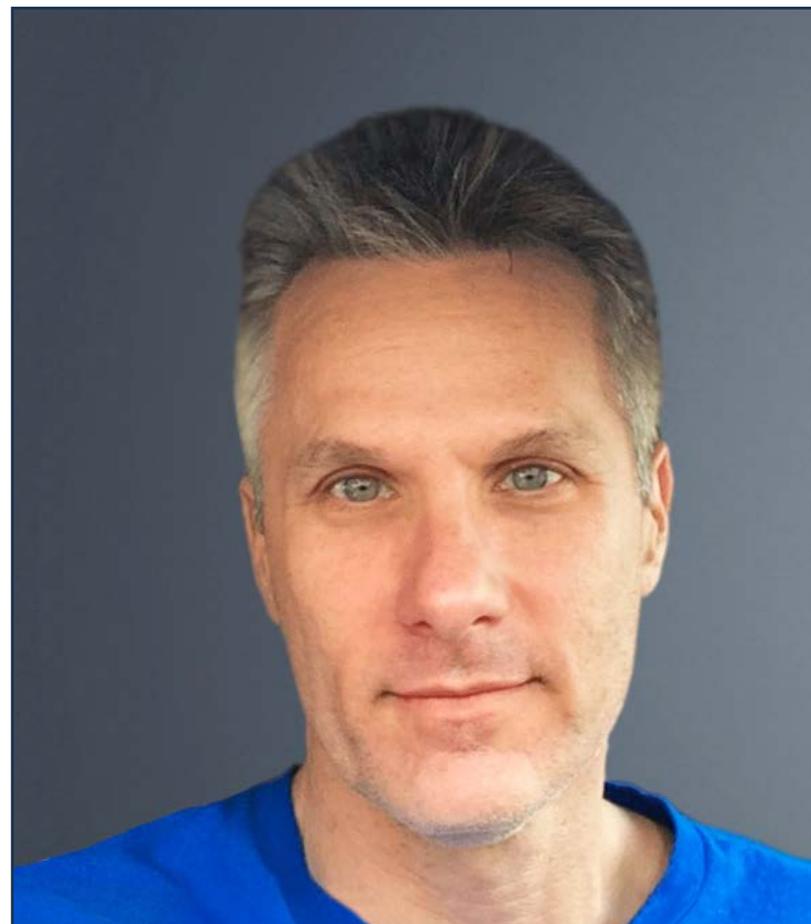
Direttore Ospite Internazionale

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 **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, al completamento e alla consegna di contenuti audio e immagini per **spot televisivi e trailer**.

Inoltre, ha conseguito una Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California, a dimostrazione delle sue capacità **comunicative e narrative**. Inoltre, ha partecipato alla School of Professional Development dell'Università di Harvard a programmi all'avanguardia sull'uso **dell'Intelligenza Artificiale nel mondo degli affari**. Il suo profilo professionale è quindi uno dei più rilevanti nell'attuale settore del **Marketing e dei Media Digitali**.



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale della Warner Bros, Discovery, Burbank, USA
- 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 al mondo! Gli insegnanti di questo MBA ti guideranno durante l'intero processo di apprendimento”

Direttore Ospite Internazionale

Il Dott. Eric Nyquist è un professionista di spicco nell'ambito dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua **leadership strategica** e la sua capacità di guidare il cambiamento e l'**innovazione** nelle **organizzazioni sportive** di alto livello.

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di **Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto** presso **NASCAR**, con sede in **Florida, USA**. 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 professionistico**.

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, anteriormente, come **Stagista Legale** nella **Federalcalcio degli Stati Uniti**.



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- Vicepresidente 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 presso l'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 questa qualifica, 100% online, potrai combinare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, grazie ai maggiori esperti internazionali nel campo di tuo interesse. Iscriviti subito!”

Direzione



Dott.ssa Pérez Estébanez, Raquel

- ♦ Dottorato in Scienze Economiche e Aziendali
- ♦ Professore Collaboratore dell'Università Complutense di Madrid, Dal 2016
- ♦ Autore di varie pubblicazioni

Personale docente

Dott.ssa Bolinaga, Sara

- ♦ Avvocato iscritta all'Ordine degli Avvocati di Madrid
- ♦ Doppio Titolo in Giurisprudenza e Economia Aziendale dell'Università Complutense di Madrid (UCM) 2009-2015
- ♦ Master in Gestione Economico-finanziaria presso l'Università a Distanza di Madrid (UDIMA) 2018-2019
- ♦ Candidato per la posizione di Tecnico di Revisione e Contabilità. Attualmente

Dott. Martínez Laguna, Luis

- ♦ Professore-collaboratore di Scienze Economiche e Aziendale la CEU-San Pablo
- ♦ Laureato in Scienze Economiche e aziendali
- ♦ Studi di Dottorato: Contabilità e Revisione
- ♦ Specializzato in Ricerca Commerciale

Dott. Martínez Silva, Alberto

- ◆ Direttore Controllo di Gestione, Telefónica España
- ◆ Responsabile del Commercio all'ingrosso, Telefónica Internacional
- ◆ Dottorato in Scienze Economiche e Aziendali, Università Complutense
- ◆ Laurea in Scienze Economiche e Aziendali, Università Complutense
- ◆ Corso Post-laurea in Sviluppo Manageriale, Università della Navarra
- ◆ Professore del Dipartimento di Economia Finanziaria e Contabilità, Università Complutense
- ◆ Professore del Dipartimento di Economia Finanziaria e Contabilità, Università San Pablo

Dott. López Domínguez, Ignacio

- ◆ Dottorato in Scienze Economiche e Aziendali, Università Autonoma di Madrid
- ◆ Professore a contratto dell'Università Complutense di Madrid (Facoltà di Amministrazione Finanziaria e Contabilità)
- ◆ Coordinamento Accademico della materia Fondamenti di Amministrazione Finanziaria Aziendale
- ◆ Membro del Consiglio Assessore di diverse Riviste Accademiche e Scientifiche
- ◆ Collaboratore abituale in diversi mezzi di comunicazione e conferenziere assiduo su temi finanziari
- ◆ Autore di numerose pubblicazioni sulla specialità

Dott. Campuzano Vallés, Manuel

- ◆ Collaboratore Esterno dell'Area Consulenza e Formazione di I.E.C.E., nonché di altre Società di Formazione Dal 2001
- ◆ Laurea in Scienze Economiche e Aziendali, Università Autonoma di Madrid, 1982
- ◆ Dottore Commercialista e membro del ROAC, avendo superato l'esame di abilitazione, 1988
- ◆ Certificato di Attitudine Pedagogica (CAP), Istituto di Scienze Educative dell'Università Complutense di Madrid, 2003
- ◆ Consulente di aziende dell'area finanziaria, Dal 2001
- ◆ Docente dell'area finanziaria in vari MBA, Master in Gestione Finanziaria, Corso Post-Laurea in Gestione Aziendale e Master in Contabilità e Controllo di Gestione, EAE (Scuola di Amministrazione Aziendale) Dal 2011
- ◆ Professore Associato di Contabilità Analitica e Contabilità Finanziaria all'Università Complutense di Madrid Dal 2001

Dott.ssa Vico Román, Noelia

- Professoressa Associata dell'Università San Pablo CEU, Dipartimento di Economia Aziendale, Dal 2020
- Laurea in Amministrazione Aziendale con specializzazione in Contabilità e Revisione, Università Rey Juan Carlos di Madrid, 2003
- Laurea in Economia Aziendale, con specializzazione in Contabilità e Analisi Finanziaria (URJC-Madrid), 2001
- Master in Preparazione all'Insegnamento nella Scuola Secondaria (Economia e Amministrazione Aziendale), Università Complutense di Madrid, 2017
- L'intelligenza Emotiva nelle Diverse Fasi Educative (Master - ANFAP, CSIF-130 ore), 2017
- Tecnico Specialista in Amministrazione (IFP Isaac Peral - Torrejón de Ardoz), 1998

Dott. López Gómez, Miguel Ángel

- Laurea in Scienze Economiche e Aziendali, Università di Alicante
- Dottorato in Economia presso l'Università Carlos III di Madrid
- Corso di Dottorato in Gestione Aziendale presso l'Università Autonoma di Madrid
- È stato Consulente Finanziario della Banca Santander, Intermoney, Citygroup, Techrules e SIAG
- Ha impartito Corsi di Formazione per la Banca Sabadell, Cassa di Risparmi del Mediterraneo, Banco Cooperativo, Banco Pastor, e altre
- Dal 2009 al 2013 è stato vice-direttore del Collegio Antonio Machado dell'Università Carlos III di Madrid





“

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

10

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole che intraprendere un programma con queste caratteristiche è un grande investimento economico, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo è la crescita professionale.

Per questo motivo, TECH mette a disposizione tutti i suoi sforzi e i suoi strumenti affinché il professionista acquisisca le competenze e le abilità necessarie per realizzare questo cambiamento.



“

Il nostro obiettivo principale è aiutarti a raggiungere il cambiamento professionale che stai cercando"

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

L'MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) di TECH è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali a livello contabile, sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutare a raggiungere il successo.

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

Aggiornati sulla gestione della contabilità e ottieni il miglioramento professionale che desideri.

La specializzazione superiore offerta da TECH è un'opzione indispensabile per migliorare la propria formazione.

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

L'MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer) contribuisce ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la specializzazione di leader di alto livello. Pertanto, la partecipazione a questo programma accademico renderà lo studente migliore non solo a livello personale, ma, soprattutto, a livello professionale aumentando la sua preparazione e migliorando le sue competenze manageriali. Inoltre, entrare nella comunità educativa di TECH è un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.



“

*Specializzati in TECH, offriamo alla tua azienda
una visione più aggiornata della gestione contabile”*

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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

12 Titolo

L'MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting 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 **MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer)** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

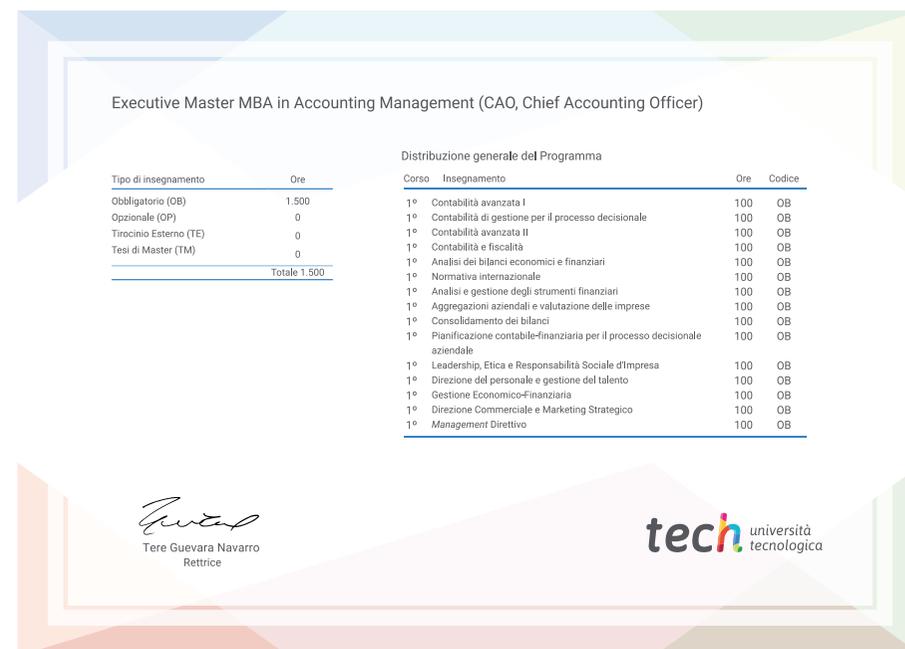
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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 MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting 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 MBA in Accounting Management (CAO, Chief Accounting Officer)

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

Executive Master

MBA in Accounting Management
(CAO, Chief Accounting Officer)