

Executive Master

MBA in Direzione di Imprese Audiovisive

M B A D I A





tech università
tecnologica

Executive Master MBA in Direzione di Imprese Audiovisive

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

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-direzione-imprese-audiovisive

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 26

07

Metodologia

pag. 42

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 50

09

Direzione del corso

pag. 70

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 72

11

Benefici per la tua azienda

pag. 76

12

Titolo

pag. 80

01 Benvenuto

I vari cambiamenti nell'industria audiovisiva si sono susseguiti a un ritmo accelerato, alimentandosi con i movimenti sociali, economici e culturali di tutto il mondo. Per questo motivo, la produzione audiovisiva è diventata un'arte che aiuta a creare prodotti per i diversi mezzi di comunicazione e per altri settori. D'altra parte, l'impatto della tecnologia in questo settore è innegabile e permette di adattarsi alle nuove esigenze delle generazioni moderne. Di conseguenza, c'è bisogno di professionisti in grado di gestire con successo un team di produzione e post-produzione e di avere le competenze per affrontare con successo la realtà del giornalismo in diversi settori. Questo e altri elementi fondamentali possono essere osservati con precisione nel programma progettato per la Direzione di Imprese del Settore Audiovisivo.



MBA in Direzione di Imprese Audiovisive
TECH Università Tecnologica



“

Comprendere l'ambiente di lavoro del team di produzione: mezzi tecnologici, routine tecniche e risorse umane”

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

L'eccellenza accademica e lo sviluppo delle competenze professionali degli studenti sono fondamentali per TECH, per questo motivo, con il programma MBA in Direzione di Imprese Audiovisive, lo studente acquisirà le conoscenze necessarie per comprendere le esigenze e i vantaggi del lavoro di squadra in progetti audiovisivi multicamera, essendo in grado di portare i programmi televisivi dal set allo schermo. Dopo aver completato il programma, gli studenti avranno acquisito la capacità di analisi teorica e critica delle strutture organizzative della comunicazione audiovisiva.



“

Studiare i processi di creazione, produzione e post-produzione di opere audiovisive e gestire un team di lavoro in un'azienda audiovisiva"

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti

Lavoriamo insieme per raggiungerli

L' MBA in Direzione di Imprese Audiovisive prepara lo studente a:

01

Possedere le competenze trasversali e specifiche necessarie per affrontare con successo la realtà del giornalismo culturale in diversi ambiti

04

Conoscere e sviluppare le linee guida essenziali per la documentazione nel giornalismo culturale

02

Conoscere a fondo la comunicazione digitale e il giornalismo culturale



03

Saper individuare, creare e sviluppare storie con i diversi punti che la compongono, improntate al rigore e al personal branding

05

Conoscere il percorso creativo dell'idea, dalla sceneggiatura al prodotto sullo schermo

06

Apprendere i fondamenti degli elementi di base della messa in scena

08

Conoscere le basi del funzionamento del Sistema Audiovisivo (fissare i contenuti fondamentali, conoscere gli autori/testi su cui si lavora in ogni materia)



09

Acquisire la capacità di analisi teorica e critica delle strutture organizzative della comunicazione audiovisiva (comprendere le idee principali, i concetti e gli elementi correlati)

07

Essere in grado di analizzare e prevedere i mezzi necessari da una sequenza

10

Approfondire il quadro storico, economico-politico, sociale e tecnologico in cui i prodotti audiovisivi vengono prodotti, distribuiti e consumati

11

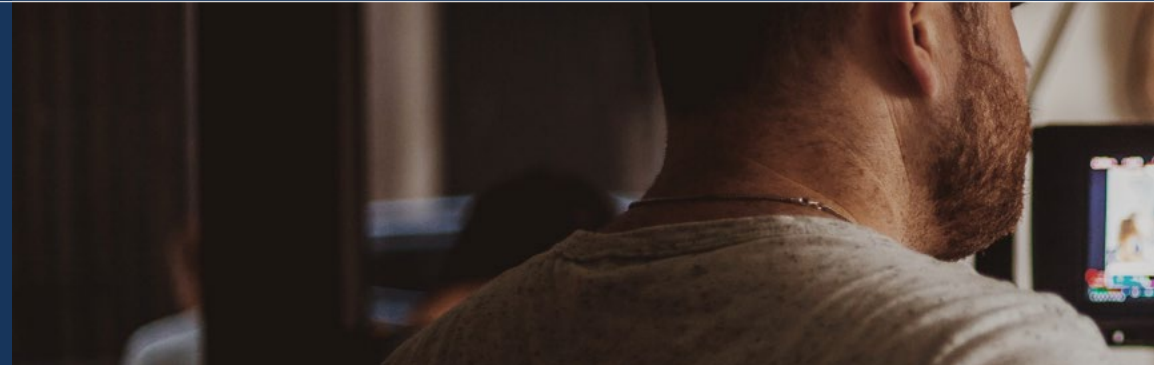
Identificare i concetti teorici che definiscono i processi di produzione delle opere audiovisive

14

Mettere in relazione la cinematografia con altre arti pittoriche come la fotografia e la pittura

12

Conoscere il quadro giuridico e la legislazione che articola il settore della Produzione Audiovisiva e le sue ripercussioni sui diversi formati di produzione



13

Acquisire la capacità di dirigere/produrre nell'ambito cinematografico secondo un programma, una sceneggiatura e un piano di riprese

15

Analizzare e progettare strategie innovative che contribuiscano al miglioramento dei processi gestionali e decisionali, nonché allo sviluppo di prodotti informativi in linea con le esigenze del pubblico e degli inserzionisti

16

Conoscere le strategie di produzione esecutiva nello sviluppo e nella successiva distribuzione di progetti audiovisivi

18

Conoscere le modifiche e le ibridazioni che si verificano nei generi televisivi nel contesto della televisione contemporanea

19

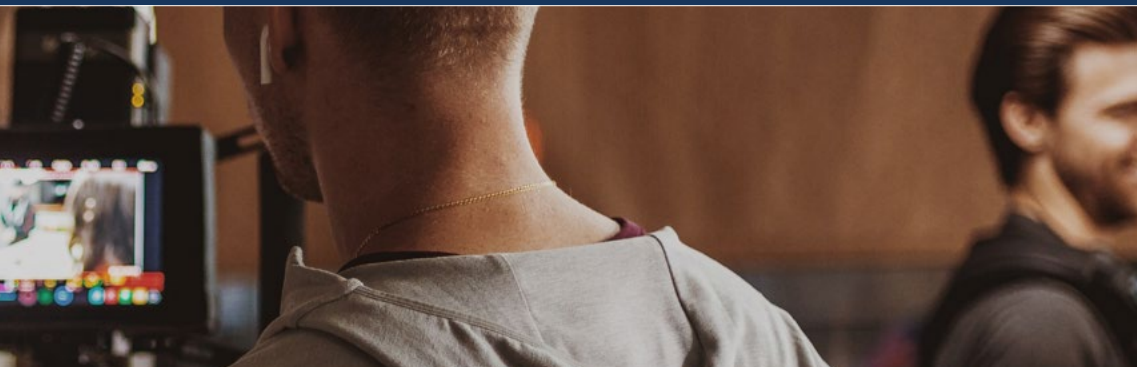
Riconoscere i diversi formati nel contesto dell'attuale panorama televisivo

17

Identificare il progetto di commercializzazione di una produzione audiovisiva attraverso la sua ripercussione nei diversi media audiovisivi contemporanei

20

Identificare le caratteristiche principali di un formato, la sua struttura, il suo funzionamento e i fattori di influenza



05

Competenze

Al termine del programma MBA in Direzione di Imprese Audiovisive, il professionista avrà sviluppato una serie di competenze che gli consentiranno di svolgere al meglio il proprio lavoro, potendo proseguire la propria carriera professionale. Lo studente comprenderà la gestione globale di un Progetto di Comunicazione in ogni sua fase, sapendo prendere le decisioni giuste di fronte a qualsiasi eventualità e mantenendo sempre un pensiero obiettivo.



“

*Questo programma rappresenterà una porta
aperta a nuove opportunità professionali.
Non perdere questa occasione”*

01

Descrivere cos'è il giornalismo culturale

02

Sapersi muovere efficacemente nel web 3.0

03

Utilizzare i social media in un ambiente giornalistico

04

Conoscere la composizione dei team di produzione audiovisiva

05

Organizzare un allestimento scenico

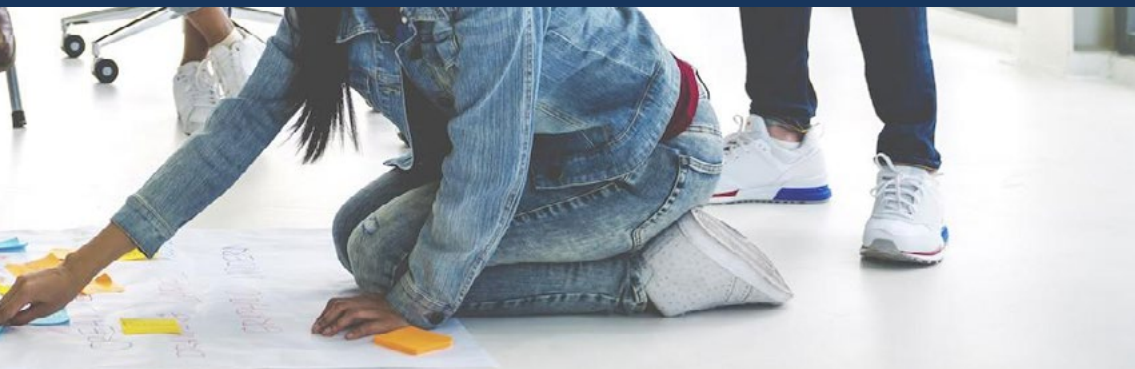


06

Pianificare azioni narrative adattate ai media disponibili

08

Utilizzare il sistema multicamera



07

Padroneggiare le diverse fasi del progetto audiovisivo

09

Conoscere e applicare le strutture organizzative della comunicazione audiovisiva

10

Sapersi adattare ai modelli di consumo del momento

11

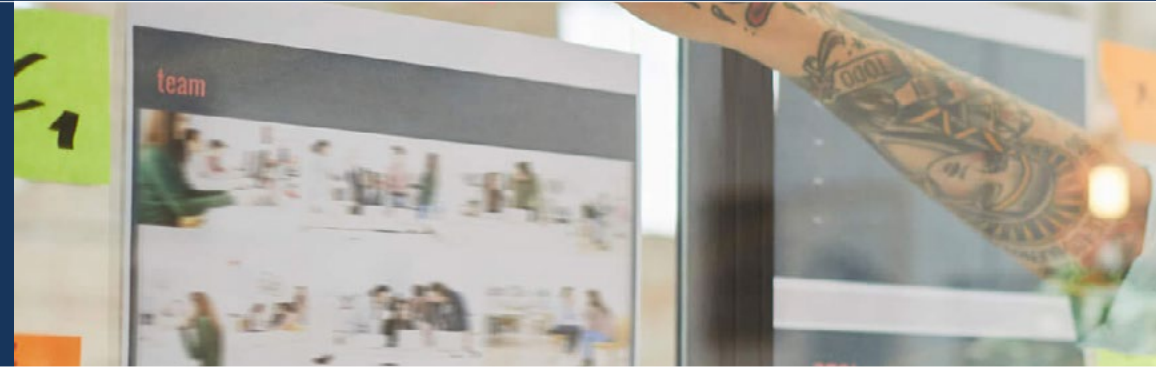
Conoscere il codice relazionale dei diversi soggetti della comunicazione audiovisiva

14

Conoscere il quadro giuridico

12

Avere una visione contestuale



13

Descrivere l'evoluzione storica della produzione audiovisiva

15

Creare prodotti adeguati ai finanziamenti disponibili

16

Distribuire il budget tra le diverse attività

18

Organizzare le diverse squadre del personale



19

Pianificare l'ammortamento dei prodotti audiovisivi

17

Conoscere i canali di distribuzione

20

Realizzare un prodotto audiovisivo su diversi supporti

06

Struttura e contenuti

La gestione di un'azienda del settore audiovisivo richiede un profilo di eccellenza. Per questo motivo, TECH ha sviluppato un programma che si concentra sulla garanzia di conformità ai requisiti lavorativi richiesti dal mondo di oggi. Attraverso una modalità 100% online, il professionista avrà l'opportunità di identificare le differenze esistenti tra i diversi modi di approcciare lo studio della ricezione audiovisiva e qual è l'attuale stato dell'arte. In questo modo, potrai affrontare 12 mesi di apprendimento in modo unico e stimolante, seguendo esempi pratici e con la guida di un personale docente specializzato in questo settore.



“

*Interpretare, analizzare e commentare
un format televisivo da una prospettiva
professionale, estetica e culturale”*

Piano di studi

I vari cambiamenti che si sono sviluppati nell'industria audiovisiva sono stati favoriti da diversi fattori, come la rivoluzione industriale, i cambiamenti sociali e, naturalmente, il progresso della tecnologia. Pertanto, è essenziale disporre di professionisti che abbiano una perfetta comprensione di una serie di conoscenze in questi diversi settori.

Il programma MBA in Direzione di Imprese Audiovisive garantisce agli studenti una conoscenza approfondita degli strumenti necessari per organizzare e gestire i processi dei diversi reparti coinvolti in una produzione audiovisiva. Con tale finalità, il programma di studio inizierà con una revisione dei concetti di industria e cultura, nonché della tecnica incentrata sulla realizzazione di progetti da un punto di vista teorico e pratico.

In questo modo, tutto ciò che verrà appreso sarà convertito in vere e proprie competenze lavorative che permetterà allo studente di potenziare intensamente le proprie capacità. Così, lo studente comprenderà la struttura del Sistema Audiovisivo e il modo in cui la produzione di questo tipo di contenuti contempla il suo finanziamento e la valutazione dell'investimento in termini di costi e benefici.

Durante le 2.700 ore di apprendimento, gli

studenti analizzeranno una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. In questo modo, saranno in grado di conoscere le basi che determinano la direzione degli attori nella Fiction e la creazione del discorso narrativo.

Inoltre, saranno motivati a ottenere una conoscenza approfondita dei nuovi generi e formati televisivi. Sapendo utilizzare le informazioni attraverso i social network e sviluppare un piano di comunicazione. In questo modo, viene creato un programma che si concentra sulle attuali esigenze del settore e prepara i professionisti ad affrontare le sfide della gestione di un dipartimento in questo campo.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in 15 moduli:

Modulo 1	Giornalismo culturale
Modulo 2	Teoria e Tecnica della Realizzazione
Modulo 3	Struttura del sistema audiovisivo
Modulo 4	Produzione audiovisiva
Modulo 5	Produzione di Fiction e direzione degli attori
Modulo 6	Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione
Modulo 7	Gestione e promozione dei Prodotti Audiovisivi
Modulo 8	Generi televisivi, formati e programmazione
Modulo 9	Il Pubblico Audiovisivo
Modulo 10	Sceneggiatura televisiva: programmi e Fiction
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 svolgere questo MBA in Direzione di Imprese Audiovisive 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. Giornalismo culturale

1.1. Il giornalismo culturale nei media convenzionali e la sua integrazione nel mondo digitale	1.2. L'arte della narrazione	1.3. Guide essenziali alla documentazione giornalistica culturale	1.4. La filosofia 3.0 della comunicazione
1.5. Gestione dei media e social network	1.6. Contenuti interattivi	1.7. Paradigmi di comunicazione	1.8. Posizionamento sul web: SEO, SEM, SMO, SMM e SERM. Contenuti interattivi

Modulo 2. Teoria e Tecnica della Realizzazione

<p>2.1. La Realizzazione come costruzione dell'opera audiovisiva: Squadre di lavoro</p> <p>2.1.1. Dalla sceneggiatura letteraria al copione tecnico o scaletta</p> <p>2.1.2. Il gruppo di lavoro</p>	<p>2.2. Gli elementi della messa in scena su schermo: I materiali di costruzione</p> <p>2.2.1. Preadattamento spaziale: Direzione artistica</p> <p>2.2.2. Gli elementi della messa in scena su schermo</p>	<p>2.3. La pre-produzione: I documenti di produzione</p> <p>2.3.1. Copione tecnico</p> <p>2.3.2. Il piano scenografico</p> <p>2.3.3. Lo <i>storyboard</i></p> <p>2.3.4. Pianificare</p> <p>2.3.5. Il piano delle riprese</p>	<p>2.4. Il valore espressivo del suono</p> <p>2.4.1. Tipologia di elementi sonori</p> <p>2.4.2. Costruzione dello spazio sonoro</p>
<p>2.5. Il valore espressivo della luce</p> <p>2.5.1. Valore espressivo della luce</p> <p>2.5.2. Tecniche di Illuminazione di base</p>	<p>2.6. Tecniche di base di ripresa con una sola camera</p> <p>2.6.1. Usi e tecniche di ripresa a camera singola</p> <p>2.6.2. Il sottogenere del <i>found footage</i>: Cinema fiction e documentario</p> <p>2.6.3. La regia a camera singola in televisione</p>	<p>2.7. Il montaggio</p> <p>2.7.1. Il montaggio come assemblaggio: La ricostruzione dello spazio-tempo</p> <p>2.7.2. Tecniche di montaggio non lineare</p>	<p>2.8. Post-produzione e color grading</p> <p>2.8.1. Post-produzione</p> <p>2.8.2. Concetto di montaggio verticale</p> <p>2.8.3. Color grading</p>
<p>2.9. I formati e il team di produzione</p> <p>2.9.1. Formati multicamera</p> <p>2.9.2. Lo studio e le attrezzature</p>	<p>2.10. Chiavi, tecniche e routine della produzione multicamera</p> <p>2.10.1. Tecniche multicamera</p> <p>2.10.2. Alcuni formati comuni</p>		

Modulo 3. Struttura del sistema audiovisivo

3.1. Introduzione alle Industrie Culturali (I.C.) 3.1.1. Concetti di cultura: Cultura-Comunicazione 3.1.2. Teoria ed evoluzione delle IC: tipologia e modelli	3.2. Industria cinematografica I 3.2.1. Caratteristiche e attori principali 3.2.2. Struttura del sistema cinematografico	3.3. Industria cinematografica II 3.3.1. L'industria cinematografica americana 3.3.2. Società di produzione indipendenti 3.3.3. Problemi e dibattiti nell'industria cinematografica	3.4. Industria cinematografica III 3.4.1. Regolamentazione cinematografica: Stato e cultura. Politiche per la tutela e la promozione della cinematografia 3.4.2. Caso di studio
3.5. Industria televisiva I 3.5.1. La televisione economica 3.5.2. Modelli fondatori 3.5.3. Trasformazioni	3.6. Industria televisiva II 3.6.1. L'industria televisiva nordamericana 3.6.2. Caratteristiche principali 3.6.3. Regolamentazione statale	3.7. Industria televisiva III 3.7.1. Il servizio pubblico televisivo in Europa 3.7.2. Crisi e dibattiti	3.8. Gli assi del cambiamento 3.8.1. Nuovi processi nel settore audiovisivo 3.8.2. Dibattiti normativi
3.9. Televisione Digitale Terrestre (DTT) 3.9.1. Ruolo dello Stato ed esperienze 3.9.2. Le nuove caratteristiche del sistema televisivo	3.10. Nuovi operatori nel panorama audiovisivo 3.10.1. Piattaforme di servizi <i>Over-the-top</i> (OTT) 3.10.2. Conseguenze della loro comparsa		

Modulo 4. Produzione audiovisiva

4.1. La produzione audiovisiva 4.1.1. Concetti introduttivi 4.1.2. L'Industria Audiovisiva	4.2. Il team di produzione 4.2.1. I professionisti 4.2.2. Il produttore e il copione	4.3. Il progetto audiovisivo 4.3.1. La gestione dei progetti 4.3.2. Valutazione del progetto 4.3.3. Presentazione dei progetti	4.4. Modalità di produzione e finanziamento 4.4.1. Finanziamento della produzione audiovisiva 4.4.2. Modalità di produzione audiovisiva 4.4.3. Risorse per il prefinanziamento
4.5. Il team di produzione e la suddivisione della sceneggiatura 4.5.1. Il team di produzione 4.5.2. La ripartizione della sceneggiatura	4.6. I luoghi delle riprese 4.6.1. Le località 4.6.2. I set	4.7. Il casting e i contratti di ripresa 4.7.1. Il <i>Casting</i> 4.7.2. La prova del <i>casting</i>	4.8. Il piano di lavoro e il budget dell'opera audiovisiva 4.8.1. Il piano di lavoro 4.8.2. Il budget
4.9. La produzione nelle riprese e registrazioni 4.9.1. La preparazione delle riprese 4.9.2. Il team e i mezzi per le riprese	4.10. La post-produzione e il bilancio finale dell'opera audiovisiva 4.10.1. Il montaggio e la post-produzione 4.10.2. Bilancio finale		

Modulo 5. Produzione di Fiction e direzione degli attori

5.1. La realizzazione di Fiction

- 5.1.1. Introduzione
- 5.1.2. Il processo e i suoi strumenti

5.2. Gli obiettivi e la fotocamera

- 5.2.1. Obiettivi e inquadrature
- 5.2.2. Il movimento della camera
- 5.2.3. Continuità

5.3. Luce e colore: aspetti teorici

- 5.3.1. Esposizione
- 5.3.2. Teoria del colore

5.4. Illuminazione nel cinema

- 5.4.1. Strumenti
- 5.4.2. L'illuminazione come narrazione

5.5. Il colore e gli obiettivi

- 5.5.1. Controllo del colore
- 5.5.2. Gli obiettivi
- 5.5.3. Il controllo dell'immagine

5.6. Il lavoro sul set

- 5.6.1. L'elenco delle riprese
- 5.6.2. Il team e le sue funzioni

5.7. Questioni tecniche nella regia cinematografica

- 5.7.1. Le risorse tecniche

5.8. La visione dei registi

- 5.8.1. I registi prendono la parola

5.9. Trasformazioni digitali

- 5.9.1. Trasformazioni analogico-digitali nella fotografia cinematografica
- 5.9.2. Il regno della post-produzione digitale

5.10. Direzione degli attori

- 5.10.1. Introduzione
- 5.10.2. Principali metodi e tecniche
- 5.10.3. Lavorare con gli attori

Modulo 6. Industrie culturali e nuovi modelli di business della comunicazione

6.1. I concetti di Cultura, Economia, Comunicazione, Tecnologia, I.C.

- 6.1.1. Cultura, Economia, Comunicazione
- 6.1.2. Industrie culturali

6.2. Tecnologia, Comunicazione e Cultura

- 6.2.1. La cultura artigianale mercificata
- 6.2.2. Dallo spettacolo dal vivo alle arti plastiche
- 6.2.3. Musei e patrimonio

6.3. I principali settori delle Industrie Culturali

- 6.3.1. I prodotti editoriali
- 6.3.2. Le I.C. di flusso
- 6.3.3. I modelli ibridi

6.4. L'era digitale nelle Industrie Culturali

- 6.4.1. Le Industrie Culturali Digitali
- 6.4.2. Nuovi modelli nell'Era Digitale

6.5. Media digitali e mezzi di comunicazione nell'era digitale

- 6.5.1. Il business della stampa online
- 6.5.2. La radio nell'ambiente digitale
- 6.5.3. Particolarità dei media nell'era digitale

6.6. Globalizzazione e diversità culturale

- 6.6.1. Concentrazione, internazionalizzazione e globalizzazione delle Industrie Culturali
- 6.6.2. La lotta per la diversità culturale

6.7. Politiche culturali e di cooperazione

- 6.7.1. Politiche culturali
- 6.7.2. Il ruolo degli Stati e delle regioni dei paesi

6.8. Diversità musicale nel cloud

- 6.8.1. Il settore musicale oggi
- 6.8.2. Il cloud
- 6.8.3. Iniziative latino-iberoamericane

6.9. La diversità nell'Industria Audiovisiva

- 6.9.1. Dal pluralismo alla diversità
- 6.9.2. Diversità, Cultura e Comunicazione
- 6.9.3. Conclusioni e proposte

6.10. Diversità Audiovisiva su Internet

- 6.10.1. Il Sistema Audiovisivo nell'era di Internet
- 6.10.2. Offerta televisiva e diversità
- 6.10.3. Conclusioni

Modulo 7. Gestione e promozione dei Prodotti Audiovisivi

<p>7.1. Distribuzione audiovisiva</p> <p>7.1.1. Introduzione 7.1.2. I partecipanti della distribuzione 7.1.3. I prodotti della commercializzazione 7.1.4. Gli ambiti della distribuzione audiovisiva 7.1.5. Distribuzione internazionale</p>	<p>7.2. L'impresa di distribuzione</p> <p>7.2.1. La struttura organizzativa 7.2.2. La negoziazione del contratto di distribuzione 7.2.3. Clienti internazionali</p>	<p>7.3. Finestre operative, contratti e vendite internazionali</p> <p>7.3.1. Finestre operative 7.3.2. Contratti di distribuzione internazionale 7.3.3. Vendite internazionali</p>	<p>7.4. Marketing cinematografico</p> <p>7.4.1. Marketing nel cinema 7.4.2. La catena del valore della produzione cinematografica 7.4.3. I mezzi pubblicitari al servizio della promozione 7.4.4. Gli strumenti del lancio</p>
<p>7.5. Ricerche di mercato nel cinema</p> <p>7.5.1. Introduzione 7.5.2. Fase di pre-produzione 7.5.3. Fase di post-produzione 7.5.4. Fase di commercializzazione</p>	<p>7.6. Social media e promozione cinematografica</p> <p>7.6.1. Introduzione 7.6.2. Promesse e limiti dei social media 7.6.3. Obiettivi e loro misurazione 7.6.4. Calendario e strategie di promozione 7.6.5. Interpretare ciò che dicono i social media</p>	<p>7.7. Distribuzione audiovisiva su Internet I</p> <p>7.7.1. Il nuovo mondo della distribuzione audiovisiva 7.7.2. Il processo di distribuzione su Internet 7.7.3. Prodotti e possibilità nel nuovo scenario 7.7.4. Nuove modalità di distribuzione</p>	<p>7.8. Distribuzione audiovisiva su Internet II</p> <p>7.8.1. Le chiavi del nuovo scenario 7.8.2. I pericoli della distribuzione via Internet 7.8.3. Il <i>Video on Demand</i> (VOD) come nuova finestra di distribuzione</p>
<p>7.9. Nuovi spazi per la distribuzione</p> <p>7.9.1. Introduzione 7.9.2. La rivoluzione di <i>Netflix</i></p>	<p>7.10. Festival del cinema</p> <p>7.10.1. Introduzione 7.10.2. Il ruolo dei festival del cinema nella distribuzione ed esposizione</p>		

Modulo 8. Generi televisivi, formati e programmazione

<p>8.1. Il genere in televisione</p> <p>8.1.1. Introduzione 8.1.2. Generi televisivi</p>	<p>8.2. Formato televisivo</p> <p>8.2.1. Approccio al concetto di formato 8.2.2. Formati televisivi</p>	<p>8.3. Creare la televisione</p> <p>8.3.1. Il processo creativo nell'intrattenimento 8.3.2. Il processo creativo nella narrativa</p>	<p>8.4. Evoluzione dei formati nell'attuale mercato internazionale I</p> <p>8.4.1. Consolidamento del formato 8.4.2. Il format del Reality Show 8.4.3. Cosa c'è di nuovo nel <i>Reality show</i> 8.4.4. La Televisione Digitale Terrestre e la crisi finanziaria</p>
<p>8.5. Evoluzione dei formati nell'attuale mercato internazionale II</p> <p>8.5.1. Mercati emergenti 8.5.2. Marchi globali 8.5.3. La televisione si reinventa 8.5.4. L'era della globalizzazione</p>	<p>8.6. Vendere il formato: Il <i>pitching</i></p> <p>8.6.1. Vendere un format televisivo 8.6.2. Il <i>pitching</i></p>	<p>8.7. Introduzione alla programmazione televisiva</p> <p>8.7.1. Il ruolo della programmazione 8.7.2. Fattori che influenzano la programmazione</p>	<p>8.8. Modelli di programmazione televisiva</p> <p>8.8.1. Stati Uniti e Regno Unito</p>
<p>8.9. La pratica professionale della programmazione televisiva</p> <p>8.9.1. Il dipartimento di programmazione 8.9.2. Programmazione televisiva</p>	<p>8.10. Lo studio del pubblico</p> <p>8.10.1. Ricerca sull'audience in televisione 8.10.2. Concetti e indici di ascolto</p>		

Modulo 9. Il Pubblico Audiovisivo

9.1. Il pubblico dei media audiovisivi

- 9.1.1. Introduzione
- 9.1.2. La costituzione del pubblico

9.2. Ricerca sull'audience: Le tradizioni I

- 9.2.1. Teoria degli effetti
- 9.2.2. Teoria degli usi e delle gratificazioni
- 9.2.3. Studi culturali

9.3. Ricerca sull'audience: Le tradizioni II

- 9.3.1. Studi sulla ricezione
- 9.3.2. Il pubblico verso gli studi umanistici

9.4. Il pubblico in una prospettiva economica

- 9.4.1. Introduzione
- 9.4.2. La misurazione del pubblico

9.5. Teorie della ricezione

- 9.5.1. Introduzione alle teorie della ricezione
- 9.5.2. Un approccio storico agli studi sulla ricezione

9.6. Il pubblico nel mondo digitale

- 9.6.1. Ambiente Digitale
- 9.6.2. Comunicazione e cultura della convergenza
- 9.6.3. Il carattere attivo del pubblico
- 9.6.4. Interattività e partecipazione
- 9.6.5. La transnazionalità del pubblico
- 9.6.6. Pubblico frammentato
- 9.6.7. L'autonomia del pubblico

9.7. Le audience: le domande essenziali I

- 9.7.1. Introduzione
- 9.7.2. Chi sono?
- 9.7.3. Perché ne usufruiscono?

9.8. Le audience: le domande essenziali II

- 9.8.1. Cosa consumano?
- 9.8.2. Come consumano?
- 9.8.3. Con quali effetti?

9.9. Il modello di *Engagement I*

- 9.9.1. L'Engagement come metadimensione del comportamento dell'audience
- 9.9.2. La complessa valutazione dell'Engagement

9.10. Il modello di *Engagement II*

- 9.10.1. Introduzione: Le dimensioni dell'Engagement
- 9.10.2. Engagement e le esperienze utente
- 9.10.3. L'Engagement come risposta emotiva del pubblico
- 9.10.4. L'Engagement come risultato della cognizione umana
- 9.10.5. I comportamenti osservabili delle audience come espressione dell'Engagement

Modulo 10. Sceneggiatura televisiva: programmi e Fiction

10.1. Narrativa televisiva

- 10.1.1. Concetti e limiti
- 10.1.2. Codici e strutture

10.2. Categorie narrative in televisione

- 10.2.1. Enunciazione
- 10.2.2. Personaggi
- 10.2.3. Azioni e trasformazioni
- 10.2.4. Lo spazio
- 10.2.5. Il tempo

10.3. Generi e formati televisivi

- 10.3.1. Unità narrative
- 10.3.2. Generi e formati televisivi

10.4. Formati della Fiction

- 10.4.1. Fiction televisiva
- 10.4.2. Sitcom
- 10.4.3. Le serie drammatiche
- 10.4.4. La telenovela
- 10.4.5. Altri formati

10.5. Il copione delle Fiction televisive

- 10.5.1. Introduzione
- 10.5.2. La tecnica

10.6. Il dramma in televisione

- 10.6.1. Le serie drammatiche
- 10.6.2. La telenovela

10.7. Le serie comiche

- 10.7.1. Introduzione
- 10.7.2. La sitcom

10.8. La sceneggiatura per l'intrattenimento

- 10.8.1. Il copione passo dopo passo
- 10.8.2. Scrivere per dire

10.9. Scrivere la sceneggiatura dell'intrattenimento

- 10.9.1. Riunione di sceneggiatura
- 10.9.2. Sceneggiatura tecnica
- 10.9.3. Ripartizione della produzione
- 10.9.4. Il resoconto

10.10. Progettazione di sceneggiature per l'intrattenimento

- 10.10.1. *Magazine*
- 10.10.2. Programma umoristico
- 10.10.3. *Talent Show*
- 10.10.4. Documentari
- 10.10.5. Altri formati

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 corporativa
- 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 del rendimento lavorativo

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

12.4. Innovazione nella gestione dei talenti 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 della 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 talent

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 utilizzi
- 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. Marketing Digitale per rafforzare il marchio

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

14.6. Marketing Digitale 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 di 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

15.3. 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



“

Segui un programma che ti aiuterà a gestire un dipartimento audiovisivo in qualsiasi parte del mondo"

07

Metodologia

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



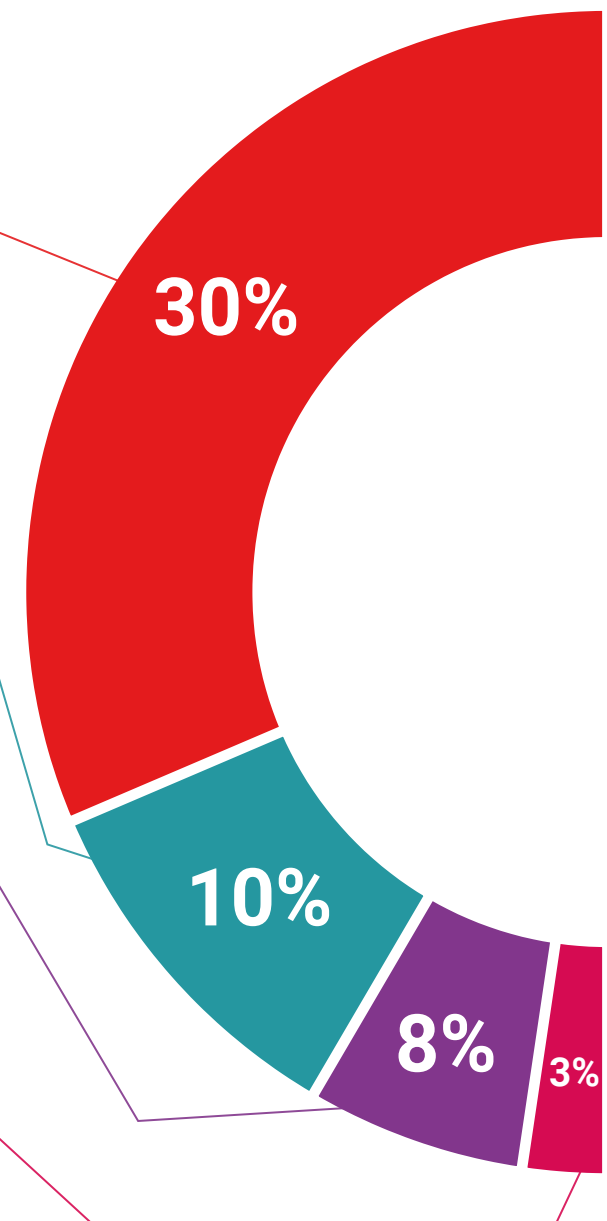
Stage di competenze manageriali

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



Letture complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profilo dei nostri studenti

L'MBA in Direzione di Imprese Audiovisive si rivolge a laureati e diplomati che abbiano precedentemente conseguito uno dei seguenti titoli di studio: design, pubblicità, digital business, comunicazione audiovisiva o qualsiasi altro ramo di attività correlato a questo ambito lavorativo.

La diversità dei partecipanti, con diversi profili accademici e di varie nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.

L'MBA in Direzione di Imprese Audiovisive è rivolto anche ai professionisti che, pur essendo laureati in un altro settore, abbiano maturato due anni di esperienza lavorativa in un'area affine.





“

Conoscere i concetti fondamentali che regolano la distribuzione, la commercializzazione e la diffusione di un prodotto audiovisivo nella società contemporanea”

Età media

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

Anni di esperienza



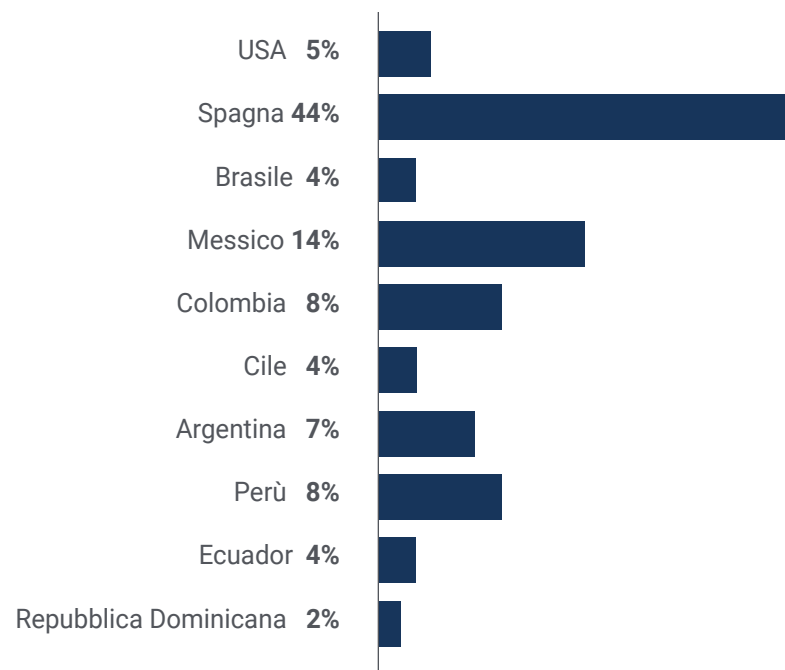
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Alejandra Ramón

Responsabile della Produzione e Capo Progetto

"Dopo diversi anni come responsabile, sono riuscita ad avviare un progetto mio, grazie a questo MBA in Direzione delle Imprese del Settore Audiovisivo, che ha costituito il cambiamento di cui avevo bisogno per dare una spinta alla mia carriera. Un'opzione eccellente se si vuole studiare continuando a lavorare, dato che il programma è completamente online"

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 del datore 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 al fianco dei migliori
professionisti del mondo”*

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi 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'occasione per conoscere
gli ultimi sviluppi in questa
materia e 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 in 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 **Federcalcio degli Stati Uniti**.



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- 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!”

09

Impatto sulla tua carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. Per questo motivo, l'obiettivo finale sarà sempre quello di fornire tutti gli strumenti necessari e una metodologia innovativa per motivare gli studenti in ogni classe. Questo garantirà un inserimento lavorativo di successo in un settore che richiede qualità ed eccellenza.



“

Sarai in grado di generare un cambiamento positivo nella tua carriera professionale, identificare e classificare i team e i mezzi tecnici appropriati e necessari per ogni fase del progetto"

Raggiungi il cambiamento positivo di cui hai bisogno per dare impulso alla tua carriera e alla tua professione grazie a questo MBA in Direzione delle Imprese del Settore Audiovisivo.

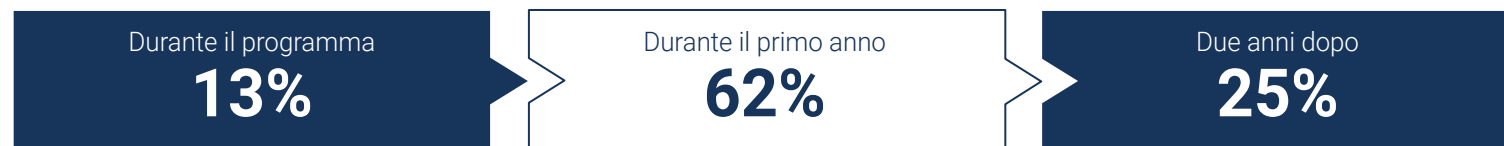
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

L'MBA in Direzione di Imprese Audiovisive è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nel campo della gestione del business audiovisivo. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

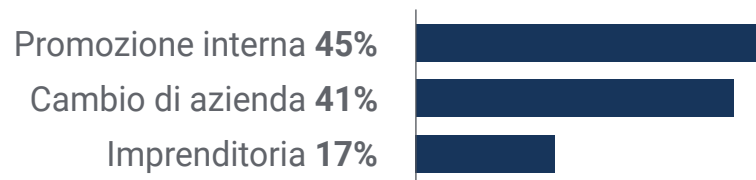
Se desideri migliorare te stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

Una percorso di studio e di crescita professionale che ti spingerà verso una maggiore competitività all'interno del mercato lavorativo.

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%**



10

Benefici per la tua azienda

L'MBA in Direzione delle Imprese del Settore Audiovisivo aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la preparazione di leader di alto livello.

Partecipare a questo programma è un'opportunità unica per avere accesso a una potente rete di contatti dove si possono trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.



“

*Studiare le trasformazioni avvenute nelle
Industrie Culturali nell'offerta e nel consumo di
reti digitali, nei loro aspetti economici, politici e
socio-culturali”*

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

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

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

02

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

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

03

Creare agenti di cambiamento

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

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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

11 Titolo

L'MBA in Direzione di Imprese Audiovisive garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Executive Master rilasciata da TECH Università Tecnologica.





“

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

Questo **MBA in Direzione di Imprese Audiovisive** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

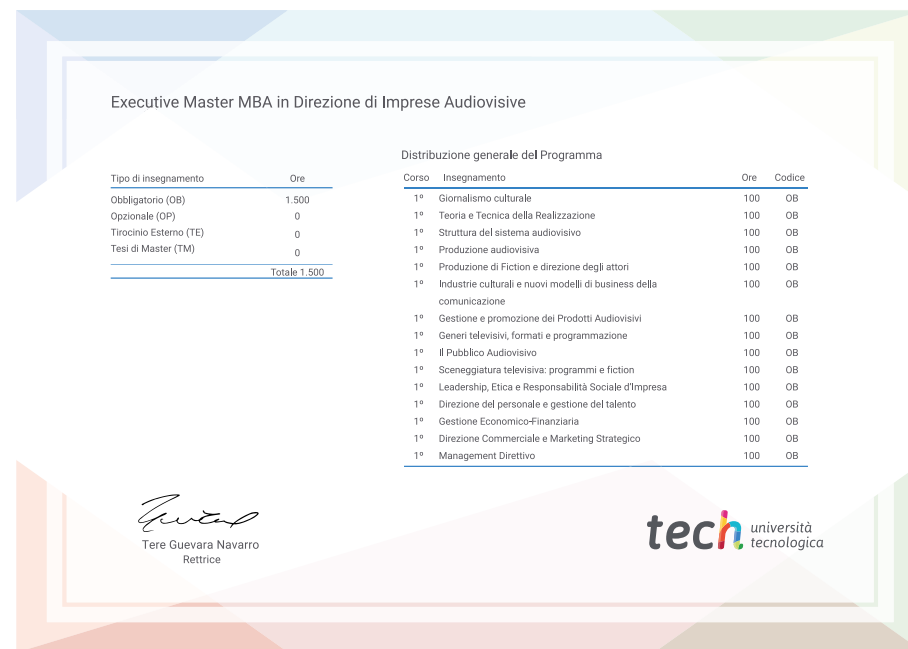
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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 Direzione di Imprese Audiovisive**

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 Direzione di Imprese Audiovisive

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

MBA in Direzione di Imprese Audiovisive

