



Master Privato

MBA in Video Games

Business Management

tech università
tecnologica



tech università
tecnologica

Master Privato MBA in Video Games Business Management

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

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/videogiochi/master/master-mba-video-games-business-management

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Direzione del corso

pag. 18

05

Struttura e contenuti

pag. 38

06

Metodologia

pag. 52

07

Titolo

pag. 60

01

Presentazione

La direzione di un'azienda dedicata al settore dei videogiochi comporta diversi compiti e obiettivi da raggiungere. Esistono molti fattori da prendere in considerazione, come le tecniche di marketing da utilizzare, la conoscenza di programmi specifici o le competenze necessarie per guidare un team. Per questo motivo, il programma mira a formare gli studenti in questi compiti attraverso una metodologia accademica più all'avanguardia. Grazie a ciò, lo studente acquisirà qualità preziose ed essenziali per la gestione di aziende digitali o di videogiochi.



“

Con questo Master Privato la strada verso il successo sarà più facile grazie agli strumenti che acquisirai nel Video Games Business Management”

Le aziende che si dedicano alla creazione di videogiochi sono in piena espansione. Si tratta di un mercato emergente, che ha molti acquirenti in tutto il mondo, per cui la domanda al suo interno è in aumento. La gestione di questo tipo di aziende richiede una serie di competenze da sviluppare per avviare l'azienda sulla strada del successo di vendita.

Per questo motivo, essere responsabili della gestione dell'azienda è una responsabilità grande e imponente. È importante conoscere tutti gli aspetti del settore, in modo da poterli studiare e migliorare costantemente per ottenere risultati finali di qualità.

L'MBA in Video Games Business Management è concepito come guida per i professionisti che desiderano sviluppare una carriera nella gestione di aziende nel campo dei videogiochi. Attraverso contenuti chiari e convincenti, lo studente raggiungerà le competenze necessarie per lo sviluppo dei compiti della posizione.

Con una metodologia online, questo programma è l'opzione perfetta per chi vuole combinare gli studi con il lavoro o la vita privata. TECH applica in questo titolo il *Relearning*, una tecnica di apprendimento comprovata. Consiste nella ripetizione da parte dell'insegnante dei concetti chiave per sviluppare un apprendimento continuo.

Questo **MBA in Video Games Business Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Video Games Business Management
- ◆ I contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline mediche essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ La sua particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Diventa un punto di riferimento in uno dei settori più all'avanguardia del momento"

“

Le aziende del settore digitale e dei videogiochi sono in piena espansione grazie alla rapida crescita della tecnologia. Unisciti a questa rivoluzione studiando in TECH”

Il programma include nel suo personale docente professionisti del settore che condividono la loro esperienza di lavoro in questa formazione, oltre a rinomati specialisti di società di riferimento e università di prestigio.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Insegnare a gestire aziende di successo è uno degli obiettivi principali di questo programma.

Con la nostra metodologia online potrai organizzare il tuo tempo di studio in modo pratico ed efficiente.



02 Obiettivi

L'obiettivo dell'MBA in Video Game Business Management di TECH è quello di guidare il laureato nei pilastri fondamentali della gestione strategica dell'azienda. Questo titolo ha un programma con tutti i concetti chiave per comprendere ed eseguire un piano strategico che serva da riferimento per un corretto coordinamento ed esecuzione del lavoro tra i membri del team. Pertanto, il professionista che completa questo programma arriverà alla fine con le conoscenze adeguate per sviluppare il proprio ruolo sul posto di lavoro.





“

Guida un team verso lo stesso obiettivo: il successo”



Obiettivi generali

- ◆ Creare strategie per l'industria
- ◆ Conoscere a fondo e ideare progetti di videogiochi
- ◆ Conoscere a fondo le tecnologie emergenti e le innovazioni del settore
- ◆ Elaborare strategie orientate al videogioco
- ◆ Padroneggiare le aree funzionali delle aziende operanti nel settore dei videogiochi
- ◆ Imparare in dettaglio come sviluppare strategie di marketing e di vendita
- ◆ Imparare in modo approfondito come creare aziende orientate al mercato dei videogiochi
- ◆ Conoscere a fondo l'impatto sulla gestione dei progetti e sulla leadership dei team





Obiettivi specifici

Modulo 1. Strategia nelle Aziende Digitali e Videoludiche

- ◆ Comprendere il contesto e le componenti della strategia aziendale con particolare attenzione all'industria dei videogiochi

Modulo 2. Management di Aziende Videoludiche

- ◆ Imparare in dettaglio l'intera struttura della catena del valore associata all'industria e acquisire le competenze necessarie per la gestione delle diverse organizzazioni del settore

Modulo 3. Marketing digitale e trasformazione digitale dei videogiochi

- ◆ Identificare e saper approfondire tutte le discipline e le tecniche di *Gaming* Marketing che permettono di incrementare i modelli di business nell'industria dei videogiochi

Modulo 4. Creazione di Aziende Videoludiche

- ◆ Avere un'ampia conoscenza degli elementi principali per la creazione di aziende che possano affermarsi nel mercato dei videogiochi

Modulo 5. Gestione dei progetti

- ◆ Conoscere in modo dettagliato il funzionamento e la gestione dei progetti

Modulo 6. L'innovazione

- ◆ Studiare in modo esaustivo gli elementi principali per lo sviluppo di soluzioni innovative e valide per diversi servizi e prodotti videoludici

Modulo 7. Direzione finanziaria

- ◆ Identificare e riconoscere gli aspetti più critici della gestione economica e finanziaria come una delle principali competenze per il management aziendale

Modulo 8. Direzione commerciale

- ◆ Sviluppare elevate competenze commerciali nei principali processi in modo da aumentare le capacità di vendita e di sviluppo del business nelle aziende del settore

Modulo 9. Gestione dieSports

- ◆ Conoscere in modo approfondito l'intero sotto-ecosistema degli *esports*, sia i suoi protagonisti che i modelli di business, per poter sfruttare questo mercato

Modulo 10. Leadership e gestione dei talenti

- ◆ Acquisire competenze e abilità sulle nuove competenze necessarie per guidare modelli di business e progetti nell'industria dei videogiochi

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

- ◆ Analizzare l'impatto della globalizzazione sul governo societario e sulla corporate governance
- ◆ Valutare l'importanza di una leadership efficace nella gestione e nel successo delle imprese
- ◆ Definire le strategie di gestione interculturale e la loro rilevanza in ambienti aziendali diversi
- ◆ Sviluppare le capacità di leadership e comprendere le attuali sfide che i leader devono affrontare
- ◆ Identificare i principi e le pratiche dell'etica aziendale e la loro applicazione nel processo decisionale aziendale
- ◆ Strutturare strategie per l'implementazione e il miglioramento della sostenibilità e della responsabilità sociale nelle imprese

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento

- ◆ Determinare la relazione tra direzione strategica e gestione delle risorse umane
- ◆ Approfondire le competenze necessarie per una gestione efficace delle risorse umane in base alle competenze
- ◆ Approfondire le metodologie di valutazione e gestione della performance
- ◆ Integrare le innovazioni nella gestione dei talenti e il loro impatto sulla fidelizzazione del personale
- ◆ Sviluppare strategie per la motivazione e lo sviluppo del team ad alte prestazioni
- ◆ Proporre soluzioni efficaci per la gestione del cambiamento e della risoluzione di conflitti nelle organizzazioni

Modulo 13. Direzione Economico-Finanziaria

- ◆ Analizzare il contesto macroeconomico e la sua influenza sul sistema finanziario internazionale
- ◆ Definire i sistemi informativi e la Business Intelligence per le decisioni finanziarie
- ◆ Differenziare le decisioni finanziarie chiave e la gestione del rischio nella direzione finanziaria
- ◆ Valutare le strategie di pianificazione finanziaria e di reperimento dei finanziamenti aziendali

Modulo 14. Direzione Commerciale e Marketing Strategico

- ◆ Strutturare il quadro concettuale e l'importanza della gestione aziendale nelle imprese
- ◆ Approfondire gli elementi e le attività chiave del marketing e il loro impatto sull'organizzazione
- ◆ Determinare le fasi del processo di pianificazione strategica di marketing
- ◆ Valutare le strategie per migliorare la comunicazione aziendale e la reputazione digitale dell'azienda

Modulo 15. Management Direttivo

- ◆ Definire il concetto di General Management e la sua rilevanza per la gestione aziendale
- ◆ Valutare i ruoli e le responsabilità del manager nella cultura organizzativa
- ◆ Analizzare l'importanza della gestione delle operazioni e della qualità nella catena del valore
- ◆ Sviluppare capacità di comunicazione interpersonale e oratoria per la formazione di portavoce

“

I nostri strumenti ti aiuteranno e ti accompagneranno lungo tutto il percorso per raggiungere i vostri obiettivi”

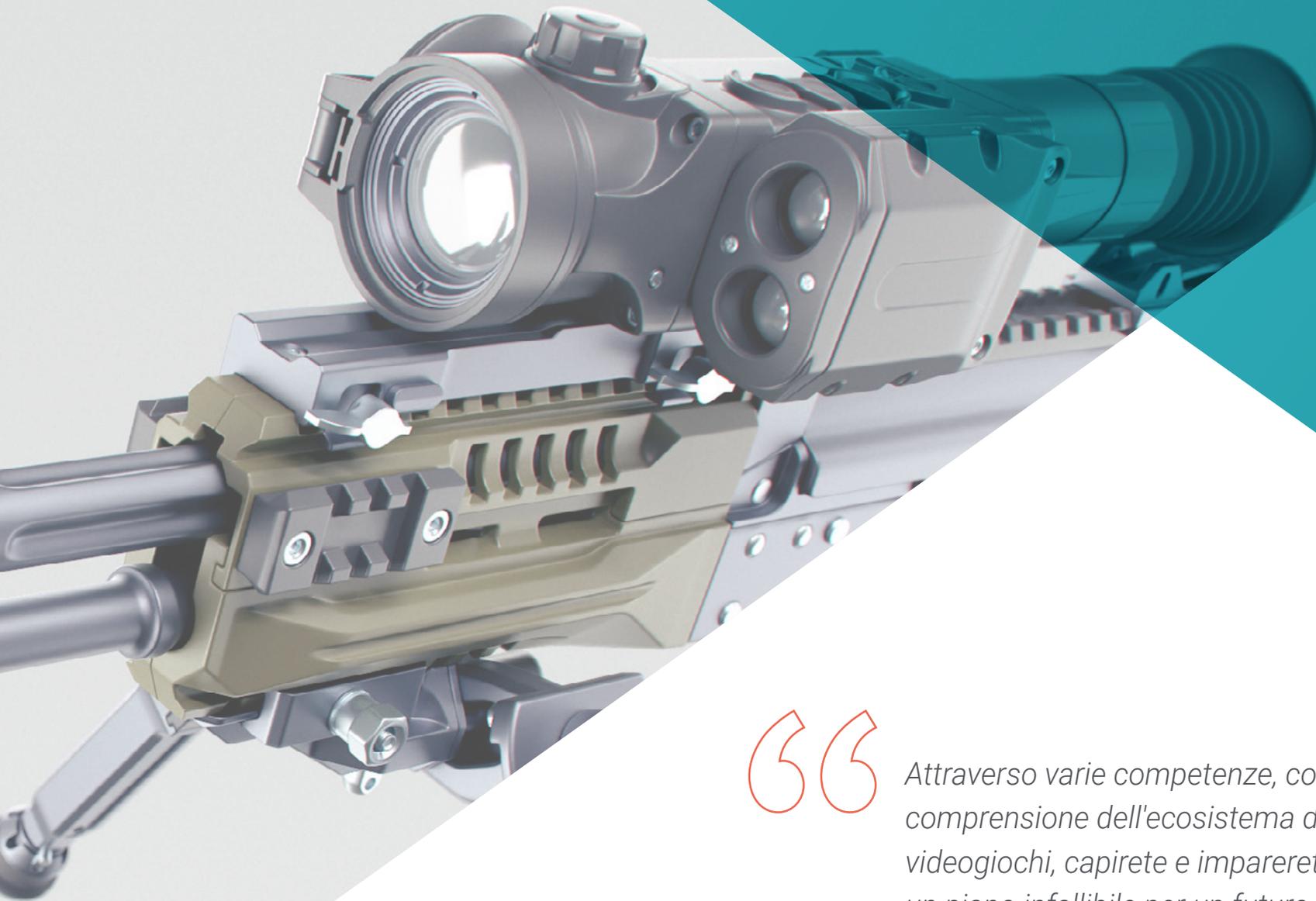


03

Competenze

Tutte le competenze che gli studenti acquisiscono durante il processo di apprendimento in questo MBA in Video Games Business Management saranno di grande utilità nella loro carriera futura. Attraverso questo programma troverete le risposte alle esigenze delle aziende del settore e i dettagli delle attività per sviluppare con successo una posizione manageriale all'interno di un'azienda nel settore digitale.





“

Attraverso varie competenze, come la comprensione dell'ecosistema dell'industria dei videogiochi, capirete e imparerete come eseguire un piano infallibile per un futuro lavoro nel mercato del lavoro all'interno di un'azienda di questo settore”



Competenze generali

- ◆ Sviluppare strategie commerciali orientate alle aziende del settore digitale e dei videogiochi
- ◆ Padroneggiare le aree di management delle aziende digitali e di videogiochi
- ◆ Imparare a fondo come ideare progetti di videogiochi
- ◆ Conoscere in dettaglio lo scenario dell'industria videoludica
- ◆ Imparare in dettaglio e da un punto di vista commerciale le tecnologie alla base dei videogiochi
- ◆ Avere una comprensione completa dell'impatto delle azioni di Marketing e Sales
- ◆ Analizzare la gestione finanziaria ed economica di un'azienda videoludica
- ◆ Comprendere in dettaglio gli aspetti principali della creazione di aziende videoludiche
- ◆ Acquisire elevati standard nelle tecnologie emergenti e nell'innovazione del settore dei videogiochi
- ◆ Acquisire le abilità e le competenze più complesse per dirigere modelli e progetti di business nel campo dei videogiochi



Competenze specifiche

- ◆ Approfondire la portata strategica delle aziende del settore digitale e dei videogiochi
- ◆ Analizzare aspetti quali il processo strategico e la necessità di valutare le diverse variabili necessarie per la formulazione strategica
- ◆ Conoscere gli strumenti di studio per l'analisi del settore videoludico, la concorrenza e il contesto economico
- ◆ Illustrare gli obiettivi e le funzioni del management strategico nelle aziende del settore digitale e dei videogiochi
- ◆ Prendere in considerazione gli elementi che compongono la struttura del settore e la particolare catena del valore
- ◆ Esaminare gli elementi della catena del valore dei videogiochi
- ◆ Aggiungere valore in aree come l'e-commerce
- ◆ Lavorare sui profili professionali del settore videoludico e dei club professionistici di esports
- ◆ Elaborare un piano di Marketing Digitale
- ◆ Enfatizzare le discipline di gestione del traffico e di acquisizione del pubblico per la distribuzione di messaggi commerciali
- ◆ Lavorare sulle tecniche di Display e pubblicità programmatica
- ◆ Conoscere le discipline dell' *Inbound Marketing* e dell' *Account Based Marketing*
- ◆ Assimilare i processi di Digital Marketing e le soluzioni attualmente in uso per la loro automazione
- ◆ Comprendere le esigenze di creazione di un'azienda e la sua ricerca di sostenibilità
- ◆ Esaminare gli elementi chiave di un Business Plan e le relative esigenze di investimento

- ◆ Studiare i dettagli della produzione di videogiochi e delle operazioni successive alla loro vendita nel mercato
- ◆ Analizzare il funzionamento dei nuovi modelli di distribuzione online
- ◆ Acquisire conoscenze sulla gestione dei progetti
- ◆ Comprendere le logiche dei progetti videoludici
- ◆ Analizzare casi di studio sulla realizzazione delle fasi di ideazione, lancio ed esecuzione di un progetto
- ◆ Osservare come la gestione della pubblicità e del Marketing vengono integrate in un progetto
- ◆ Esaminare gli elementi e le componenti necessarie al professionista per sviluppare capacità e competenze innovative
- ◆ Trattare e gestire i talenti come parte fondamentale del capitale di un'azienda digitale e di videogiochi
- ◆ Lavorare e fornire una panoramica dettagliata dei modelli di business innovativi sviluppati nel settore
- ◆ Conoscere le abilità, le nozioni e le competenze in materia di analisi economico-finanziaria
- ◆ Acquisire un elevato livello di conoscenza finanziaria dell'azienda
- ◆ Lavorare sugli aspetti più rilevanti del sistema finanziario
- ◆ Approfondire tutte le componenti che costituiscono il sistema economico e finanziario di un'azienda digitale e di videogiochi
- ◆ Acquisire competenze commerciali
- ◆ Sviluppare correttamente le azioni finalizzate al marketing e alla vendita di prodotti o servizi
- ◆ Mettere in pratica e imparare come funziona la gestione delle vendite e del marketing per applicare le tecniche più aggiornate
- ◆ Imparare e capire come gestire eventi sportivi, campionati e convention in ambito *esports*
- ◆ Comprendere i due enti più importanti nel settore degli *esports*: *Il Giocatore e Il Club*
- ◆ Conoscere a fondo i diversi modelli di business che possono essere implementati nella gestione degli *esports*, così come gli aspetti più importanti nella realizzazione di eventi e campionati o nella gestione di sponsorizzazioni e pubblicità
- ◆ Elaborare strategie di vendita del *merchandising*
- ◆ Applicare il cosiddetto *Influencer Marketing* in modo proficuo
- ◆ Acquisire competenze e capacità di leadership
- ◆ Lavorare sulle competenze di gestione dei talenti attraverso l'analisi e lo sviluppo dei processi HR
- ◆ Conoscere in dettaglio le *Soft Skills*
- ◆ Sviluppare una leadership pragmatica

04 Direzione del corso

Con l'obiettivo di fornire allo studente le conoscenze pertinenti per sviluppare una direzione di aziende digitali e videogiochi di qualità, Questo programma ha un personale docente altamente qualificato. In questo modo, hanno un percorso di lavoro interessante in cui hanno accumulato esperienza, che è estremamente utile per l'elaborazione del materiale didattico con cui ha questo programma. Lo studente, quindi, ha il sostegno di un'alta qualità da parte degli insegnanti che lo guideranno attraverso il suo percorso accademico.





“

*Impara insieme ai migliori professionisti
i segreti per portare un'impresa artistica
e di videogiochi al successo"*

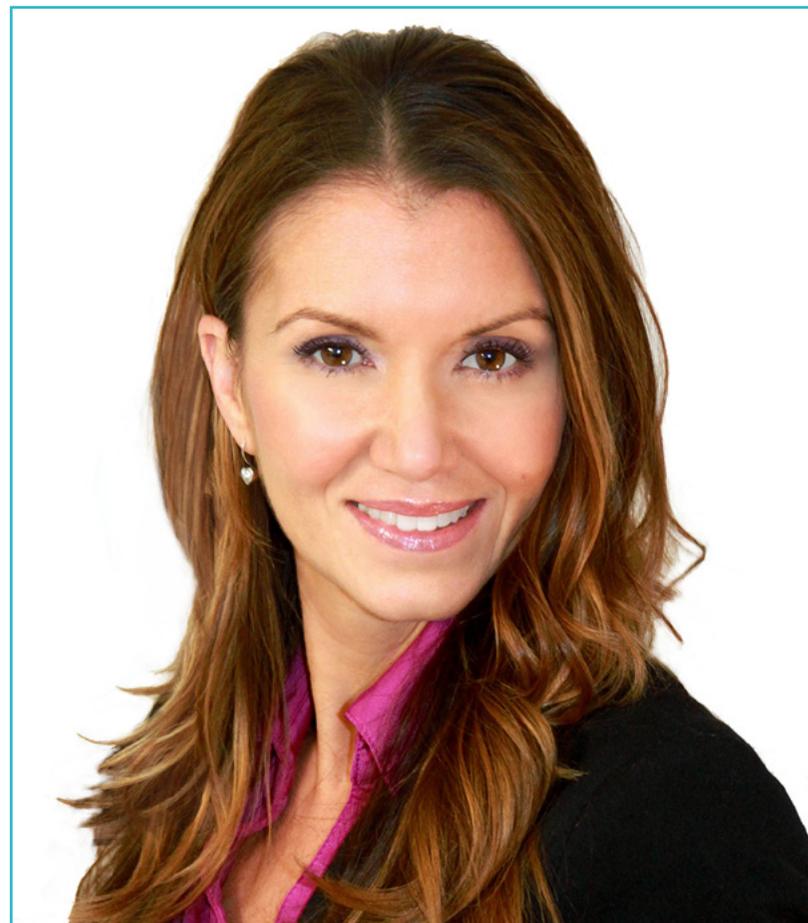
Direttrice Ospite Internazionale

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 carriera ha ricoperto posizioni dirigenziali in varie organizzazioni e tecnologia all'interno delle aziende Fortune 50, come NBCUniversal e Comcast. Il suo percorso gli ha permesso di eccellere in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di Vicepresidentessa di Acquisizione del Talento, 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 attrarre 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 network.

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 per l'Acquisizione di Talenti presso NBCUniversal, Stati Uniti
- Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- Responsabile della Selezione del Personale presso Rite Hire Advisory
- Vicepresidentessa esecutiva della Divisione Vendite presso Ardor NY Real Estate
- Responsabile della Selezione del Personale presso Valerie August & Associates
- Account Executive presso BNC
- Account Executive 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 in importanti aziende tecnologiche multinazionali, Rick Gauthier si è sviluppato in modo significativo nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un team leader e un manager molto efficiente, che dimostra un talento naturale nel garantire un alto livello di impegno tra i suoi dipendenti.

Ha un dono innato per la strategia e l'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportandone il successo con dati di qualità. La sua carriera in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT dell'azienda negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, responsabile della fornitura dell'infrastruttura IT a livello aziendale e del supporto ai reparti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come manager di grande impatto, con notevoli capacità di aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale dei clienti.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore regionale di IT presso Amazon, Seattle, USA
- Responsabile di programma senior presso Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria della produttività di Microsoft
- Laurea in Cybersecurity presso la Western Governors University
- Certificato tecnico in immersione commerciale rilasciato dal Divers Institute of Technology
- Titolo in Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

*Cogli l'occasione per conoscere
gli ultimi sviluppi in questa
materia e applicala alla tua
pratica quotidiana”*

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto di fama internazionale con più di due decenni di esperienza nella trasformazione digitale, nel marketing, nella strategia e nella consulenza. Nel corso della sua lunga carriera, ha corso molti rischi ed è un costante sostenitore dell'innovazione e del cambiamento nell'ambiente aziendale. Grazie a questa esperienza, ha lavorato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli ad abbandonare i modelli di business tradizionali. Ha aiutato aziende come Shell Energy a diventare veri leader di mercato, concentrandosi sui clienti e sul mondo digitale.

Le strategie ideate da Arman hanno un impatto latente, in quanto hanno permesso a diverse aziende di migliorare l'esperienza di consumatori, personale e azionisti. Il successo di questo esperto è quantificabile attraverso metriche tangibili come il CSAT, il coinvolgimento dei dipendenti nelle istituzioni in cui ha lavorato e la crescita dell'indicatore finanziario EBITDA in ciascuna di esse.

Ha inoltre coltivato e guidato team ad alte prestazioni che sono stati persino premiati per il loro potenziale di trasformazione. Con Shell in particolare, l'esecutivo si è sempre prefissato di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione efficace dal punto di vista dei costi" e rivedere un panorama di dati, digitale e tecnologico frammentato. I loro sforzi hanno quindi dimostrato che, per ottenere un successo sostenibile, è essenziale partire dalle esigenze dei consumatori e porre le basi per la trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

D'altra parte, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'intelligenza artificiale, materia in cui ha conseguito un diploma post-laurea presso la London Business School. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienza nell'IoT e in Salesforce.



Dott. Arman, Romi

- Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso Shell Energy Corp. Shell Energy Corporation, Londra, Regno Unito
- Responsabile globale del commercio elettronico e dell'assistenza clienti presso Shell Energy Corporation
- National Key Account Manager (OEM e rivenditori di autoveicoli) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- Consulente di gestione senior (settore servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- Laurea presso l'Università di Leeds
- Corso post-laurea in Applicazioni Aziendali dell'IA per Dirigenti di Alto Livello Scuola aziendale di Londra
- Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- Corso in Trasformazione Digitale presso IMD

“

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

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un professionista esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens ricopre la posizione di responsabile degli acquisti globali nella divisione Technical Infrastructure and Data Centre di Google, dove ha trascorso la maggior parte della sua carriera. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni alle sfide operative del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati anagrafici, gli aggiornamenti dei dati dei fornitori e la prioritizzazione dei dati dei fornitori. Ha guidato la pianificazione della catena di approvvigionamento dei centri dati e la valutazione del rischio dei fornitori, portando a miglioramenti dei processi e alla gestione dei flussi di lavoro con significativi risparmi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro nella fornitura di soluzioni digitali e di leadership per aziende di diversi settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui marketing, media analytics, misurazione e attribuzione. Per il suo lavoro ha ricevuto diversi riconoscimenti, tra cui il BIM Leadership Award, il Search Leadership Award, l'Export Lead Generation Programme Award e l'EMEA Best Sales Model Award.

Arens è stato anche responsabile delle vendite a Dublino, in Irlanda. In questo ruolo, ha costruito un team da 4 a 14 membri in tre anni e ha portato il team di vendita a raggiungere risultati e a collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha inoltre ricoperto il ruolo di Senior Industry Analyst ad Amburgo, Germania, creando storyline per oltre 150 clienti e utilizzando strumenti interni e di terzi a supporto dell'analisi. Ha sviluppato e scritto relazioni approfondite per dimostrare la padronanza della materia, compresa la comprensione dei fattori macroeconomici e politico-normativi che influenzano l'adozione e la diffusione della tecnologia.

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



Dott. Arens, Manuel

- Responsabile Acquisti Globali presso Google, Mountain View, USA
- Senior Manager, B2B Analytics and Technology, Google, USA
- Direttore Vendite di Google, Irlanda
- Analista di settore senior presso Google, Germania
- Responsabile account Google, Irlanda
- Accounts Payable presso Eaton, Regno Unito
- Responsabile della Catena di Approvvigionamento presso Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia della tecnologia e della formazione, realizzati da specialisti del settore di fama internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente di marketing i cui progetti hanno avuto un impatto significativo sull'ambiente della moda. Nel corso della sua carriera di successo ha sviluppato una varietà di compiti legati al prodotto, al merchandising e alla comunicazione. Tutto questo, legato a marchi prestigiosi come Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, tra gli altri.

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

Come Global Brand and Merchandising Director di Giorgio Armani, ha supervisionato diverse strategie di marketing per l'abbigliamento e gli accessori. Inoltre, le sue tattiche si sono concentrate sulla vendita al dettaglio e sulle esigenze e i comportamenti dei consumatori. La Sala è stata anche responsabile della commercializzazione dei prodotti in diversi mercati, agendo come team leader nei reparti Design, Comunicazione e Vendite.

D'altra parte, in aziende come Calvin Klein o Gruppo Coin, ha intrapreso progetti per potenziare la struttura, lo sviluppo e il marketing di diverse collezioni. Allo stesso tempo, si è occupato della creazione di calendari efficaci per le campagne di acquisto e vendita.

È stato inoltre responsabile delle condizioni, dei costi, dei processi e dei tempi di consegna di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno fatto di Andrea La Sala uno dei più importanti e qualificati leader aziendali nel settore della moda e del lusso. Un'elevata capacità manageriale con la quale è stato in grado di implementare efficacemente il posizionamento positivo di diversi marchi e di ridefinire i loro KPI.



Dott. La Sala, Andrea

- Responsabile globale del marchio e del merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano, Italia
- Direttore del Merchandising e Calvin Klein
- Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- Brand Manager in Dolce&Gabbana
- Brand Manager in Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista di mercato in Fastweb
- Laurea in Economia e Business presso l'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 a 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. È noto anche per la sua lungimiranza nell'individuare le tecnologie emergenti che, a lungo termine, avranno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un pioniere nell'uso di tecniche di visualizzazione dei dati che hanno semplificato insiemi complessi, rendendoli accessibili e facilitando il processo decisionale. Questa competenza è diventata il pilastro del suo profilo professionale, trasformandolo in una risorsa desiderata da molte organizzazioni impegnate a raccogliere informazioni e a generare azioni concrete sulla base di esse.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stata la piattaforma Walmart Data Cafe, la più grande al mondo nel suo genere, basata sul cloud per l'analisi dei Big Data. Ha anche ricoperto il ruolo di Direttore della Business Intelligence presso Red Bull, occupandosi di aree quali vendite, distribuzione, marketing e operazioni di supply chain. Il suo team è stato recentemente premiato per la costante innovazione nell'uso della nuova API Walmart Luminate per gli insight su shopper e canali.

Per quanto riguarda la sua formazione, il dirigente vanta diversi master e studi post-laurea presso centri prestigiosi come l'Università di Berkeley, negli Stati Uniti, e l'Università di Copenhagen, in Danimarca. Grazie a questo continuo aggiornamento, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. Per questo motivo, è stato considerato un leader nato della nuova economia globale, incentrata sulla spinta dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di Business Intelligence e Analytics presso Red Bull, Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di business intelligence per Walmart Data Cafè
- Consulente indipendente di Business Intelligence e Data Science
- Direttore della Business Intelligence presso Capgemini
- Analista senior presso Nordea
- Consulente senior di business intelligence per SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning presso UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in e-commerce presso l'Università di Copenhagen
- 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 esperto distinto nel settore del Marketing Digitale che, per oltre 19 anni, è stato collegato con una delle più potenti aziende del settore dello spettacolo, 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 network, ricerca, display e media lineari.

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

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

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

“

Raggiungi i tuoi obiettivi accademici e professionali con gli esperti più qualificati 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 nel campo 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 alla NASCAR, con sede in Florida, Stati Uniti. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il dott. Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui vicepresidente senior dello sviluppo strategico e direttore generale degli affari commerciali, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo sviluppo strategico al marketing dell'intrattenimento.

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

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



Dott. Nyquist, Eric

- Direttore delle Comunicazioni e dell'impatto presso NASCAR, Florida, Stati Uniti
- Vicepresidente senior dello sviluppo strategico presso NASCAR
- Vicepresidente della Pianificazione Strategica presso NASCAR
- Direttore Generale degli Affari Commerciali presso NASCAR
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- Responsabile della Pianificazione Aziendale nella 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 il Carleton College



Grazie a questo titolo universitario in modalità 100% online, potrai conciliare gli studi con i tuoi impegni quotidiani, con l'aiuto dei maggiori esperti internazionali nel settore di tuo interesse. Iscriviti ora!"

Direzione



Dott. Sánchez Mateos, Daniel

- Produttore di videogiochi e applicazioni multidispositivo
- Direttore delle operazioni e dello sviluppo aziendale e R & S presso Gamera Nest
- Direttore del programma PS Talents su PlayStation Iberia
- Socio/Direttore della produzione, del marketing e delle operazioni presso ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- Partner/Responsabile della produzione e delle operazioni/Designer del prodotto presso DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT
- Gestione online del reparto marketing presso AURUM PRODUCCIONES
- Membro del Dipartimento di Design e Licenze presso LA FACTORIA DE IDEAS
- Assistente operativo presso DISTRIMAGEN SL, Madrid (Spagna)
- Laureata in Scienze della Comunicazione presso l'Università Complutense di Madrid.
- Master ufficiale in Management, Marketing e Comunicazione presso l'Università Camilo José Cela di Madrid
- Master in Produzione Televisiva dell'IMEFE in collaborazione con l'Unione Europea

Personale docente

Dott. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- ◆ CEO e fondatore di Fluzo Studios
- ◆ Direttore Commerciale del Finanziamento dei Progetti di R&S presso Kaudal
- ◆ CEO presso Reta al Alzheimer
- ◆ CEO di Pyxel Arts
- ◆ Direttore dei Prodotti e dei Servizi di Arquimea Ingeniería
- ◆ Key Account Manager presso Cota Soluciones
- ◆ Responsabile Qualità Software presso Recreativos Franco Gaming
- ◆ Responsabile nazionale IT del Credit Agricole Cheuvreux
- ◆ Responsabile del progetto ADSL e consulente per l'implementazione presso Telefónica Spagna
- ◆ Tecnico di rete e telefonia presso l'Università Carlos III di Madrid
- ◆ Ingegnere Tecnico Industriale: Elettronica Industriale presso l'Università Carlos III Madrid
- ◆ Master in Business Strategy and Corp. Communications presso Università Rey Juan Carlos I
- ◆ Master in Intelligenza Artificiale e Innovazione di FOUNDERZ
- ◆ International Master in Business Administration presso LUIS BUSINESS SCHOOL

Dott. Ochoa Fernández, Carlos J.

- ◆ Specialista in Innovazione Tecnologica, Marketing Digitale e Imprenditorialità
- ◆ Fondatore e CEO di ONE Digital Consulting
- ◆ Manager e Consulente in aziende come SIEMENS, Sagentia, Altran ed Eptron.
- ◆ Esperto Valutatore della Commissione europea
- ◆ Valutatore Indipendente presso Alberta Innovates (Canada)
- ◆ Mentore presso Swiss National Science Foundation (SNSF)
- ◆ Ingegnere presso l'Università Politecnica di Madrid
- ◆ MBA internazionale in imprenditorialità presso il Babson College

- ◆ Presidente del Capitolo di Madrid/Spagna dell'Associazione VR/AR
- ◆ Co-presidente del Comitato per la formazione RV/AR
- ◆ Membro di: Immersive Learning, Gruppo ICICLE X-Reality per l'apprendimento e il miglioramento delle prestazioni e per gli standard del metaverso

Dott. García Fernández, Juan Carlos

- ◆ Disegnatore e Produttore di Videogiochi
- ◆ Produttore di videogiochi presso PlayStation Talents
- ◆ QA Tester di Giochi elettronici presso PlayStation Talents
- ◆ Laurea in Progettazione e Sviluppo di Videogiochi presso l'Università UDIT
Background accademico

Dott. Montero García, José Carlos

- ◆ Fondatore e Direttore Creativo presso Red Mountain Games
- ◆ Rappresentante internazionale di PlayStation Talents
- ◆ Direttore Creativo e Fondatore presso TRT Labs, Berlino
- ◆ Vincitore del premio ITB Berlin, grazie al progetto TimeRiftTours
- ◆ Artista 3D presso Telvent Global Services
- ◆ Artista 3D presso Matchmind
- ◆ Artista 3D presso Nectar Estudio
- ◆ Laurea in Analisi e Controllo presso l'Istituto Politecnico Monte de Conxo, Santiago de Compostela
- ◆ Master CGMasterAcademy presso Game Design with Naughty Dog's Emilia Schatz
- ◆ Master CGMasterAcademy presso Character Creation for Games with Epic Games
- ◆ Master in Immagine 3D, Animazione e Tecnologia Interattiva, Tratti
- ◆ Master in Rendering con Vray per l'infoarchitettura
- ◆ Master in Animazione e Editing non lineare presso CICE Scuola di Nuove Tecnologie

05

Struttura e contenuti

Questo programma progettato, tenendo conto delle esigenze delle aziende, con il personale docente che compone questa qualifica. Pertanto, viene seguito un piano di studi il cui contenuto offre le conoscenze e gli strumenti necessari per una visione globale delle diverse gestioni e strategie per uno sviluppo ottimale dei compiti necessari in un posto di lavoro all'interno del settore. In tutti i moduli, lo studente acquisirà le competenze che devono essere applicate nella Direzione delle Imprese Digitali e dei Videogiochi.





“

Questo Master Privato segue un piano di studi su misura per farti imparare in modo efficace tutto ciò che è necessario nella Direzione delle Imprese Digitali e dei Videogiochi”

Modulo 1. Strategia nelle Aziende Digitali e Videoludiche

- 1.1. Aziende Digitali e Videoludiche
 - 1.1.1. Componenti della strategia
 - 1.1.2. Ecosistema digitale e videoludico
 - 1.1.3. Posizionamento strategico
- 1.2. Il processo strategico
 - 1.2.1. Analisi strategica
 - 1.2.2. Selezione delle alternative strategiche
 - 1.2.3. Attuazione della strategia
- 1.3. Analisi strategica
 - 1.3.1. Interna
 - 1.3.2. Esterna
 - 1.3.3. Matrici SWOT e CAME
- 1.4. Analisi settoriale del videogioco
 - 1.4.1. Modello delle 5 forze di Porter
 - 1.4.2. Analisi del PESTEL
 - 1.4.3. Segmentazione settoriale
- 1.5. Analisi del posizionamento competitivo
 - 1.5.1. Creare e monetizzare il valore strategico
 - 1.5.2. Ricerca di una nicchia vs Segmentazione del mercato
 - 1.5.3. Sostenibilità del posizionamento competitivo
- 1.6. Analisi del contesto economico
 - 1.6.1. Globalizzazione e internazionalizzazione
 - 1.6.2. Investimento e risparmio
 - 1.6.3. Indicatori di produzione, produttività e occupazione
- 1.7. Direzione strategica
 - 1.7.1. Un quadro di riferimento per l'analisi della strategia
 - 1.7.2. Analisi dell'ambiente, delle risorse e delle capacità del settore
 - 1.7.3. Attuazione della strategia

- 1.8. Formulare la strategia
 - 1.8.1. Strategie aziendali
 - 1.8.2. Strategie generiche
 - 1.8.3. Strategie per il cliente
- 1.9. Implementazione della strategia
 - 1.9.1. Pianificazione strategica
 - 1.9.2. Comunicazione e schema di partecipazione aziendale
 - 1.9.3. Gestione del cambiamento
- 1.10. I nuovi business strategici
 - 1.10.1. Gli oceani blu
 - 1.10.2. Lesaurimento dei miglioramenti crescenti nella curva del valore
 - 1.10.3. Attività a costo marginale zero

Modulo 2. Management di Aziende Videoludiche

- 2.1. Settore e catena del valore
 - 2.1.1. Valore nel settore dell'intrattenimento
 - 2.1.2. Elementi della catena del valore
 - 2.1.3. Relazione tra i singoli elementi della catena del valore
- 2.2. Sviluppatori di videogiochi
 - 2.2.1. La proposta concettuale
 - 2.2.2. Progettazione creativa e trama del videogioco
 - 2.2.3. Tecnologie applicabili allo sviluppo di videogiochi
- 2.3. Produttori di console
 - 2.3.1. Componenti
 - 2.3.2. Tipologia e produttori
 - 2.3.3. Generazione di console
- 2.4. *Publisher*
 - 2.4.1. Selezione
 - 2.4.2. Gestione dello sviluppo
 - 2.4.3. Generazione di prodotti e servizi

- 2.5. Distributori
 - 2.5.1. Accordi con i distributori
 - 2.5.2. Modelli di distribuzione
 - 2.5.3. Logistica di distribuzione
 - 2.6. Venditori al dettaglio
 - 2.6.1. Venditori al dettaglio
 - 2.6.2. Orientamento e impegno dei consumatori
 - 2.6.3. Servizi di consulenza
 - 2.7. Produttori di accessori
 - 2.7.1. Accessori per il *Gaming*
 - 2.7.2. Mercato
 - 2.7.3. Tendenze
 - 2.8. Sviluppatori di *Middleware*
 - 2.8.1. *Middleware* nell'industria videoludica
 - 2.8.2. Sviluppo di *Middleware*
 - 2.8.3. *Middleware*: tipologie
 - 2.9. Profili professionali nel settore dei videogiochi
 - 2.9.1. *Game Designer* e Programmatori
 - 2.9.2. Modellatori e texturisti
 - 2.9.3. Animatori e illustratori
 - 2.10. Club professionisti di eSports
 - 2.10.1. L'area amministrativa
 - 2.10.2. L'area sportiva
 - 2.10.3. L'area di comunicazione
- Modulo 3. Marketing digitale e trasformazione digitale dei videogiochi**
- 3.1. Strategia in Marketing Digitale
 - 3.1.1. *Customer Centric*
 - 3.1.2. *Customer Journey* e *Funnel* di Marketing
 - 3.1.3. Progettazione e creazione di un piano di Marketing Digitale
 - 3.2. Risorse digitali
 - 3.2.1. Architettura e Web Design
 - 3.2.2. Esperienza Utente-CX
 - 3.2.3. *Mobile Marketing*
 - 3.3. Mezzi digitali
 - 3.3.1. Strategia e pianificazione dei media
 - 3.3.2. *Display* e programmatica pubblicitaria
 - 3.3.3. Digital TV
 - 3.4. *Search*
 - 3.4.1. Sviluppo e implementazione di una Strategia *Search*
 - 3.4.2. SEO
 - 3.4.3. SEM
 - 3.5. *Social Media*
 - 3.5.1. Progettazione, pianificazione e analisi di una strategia per i *social media*
 - 3.5.2. Tecniche di marketing sui social network orizzontali
 - 3.5.3. Tecniche di marketing nei social network verticali
 - 3.6. Inbound Marketing
 - 3.6.1. *Funnel* dell'Inbound Marketing
 - 3.6.2. Generazione di *Content Marketing*
 - 3.6.3. Creazione e gestione di *Leads*
 - 3.7. *Account Based Marketing*
 - 3.7.1. Strategia di marketing B2B
 - 3.7.2. *Decision Maker* e mappa dei contatti
 - 3.7.3. Piano di *Account Based Marketing*
 - 3.8. *Email Marketing* e *Landing Pages*
 - 3.8.1. Caratteristiche dell'*Email Marketing*
 - 3.8.2. Creatività e *Landing Pages*
 - 3.8.3. Campagne e azioni di *Email Marketing*
 - 3.9. Automatizzazione del Marketing
 - 3.9.1. *Marketing Automation*
 - 3.9.2. *Big Data* e IA applicati al Marketing
 - 3.9.3. Principali soluzioni di *Marketing Automation*
 - 3.10. Parametri, KPI e ROI
 - 3.10.1. Parametri chiave e KPI per il Marketing Digitale
 - 3.10.2. Soluzioni e strumenti di misura
 - 3.10.3. Calcolo e monitoraggio del ROI

Modulo 4. Creazione di Aziende Videoludiche

- 4.1. Imprenditorialità
 - 4.1.1. Strategia imprenditoriale
 - 4.1.2. Il progetto di imprenditorialità
 - 4.1.3. Metodologie di imprenditorialità agile
- 4.2. Innovazioni tecnologiche nei videogiochi
 - 4.2.1. Innovazioni nelle console e nelle periferiche
 - 4.2.2. Innovazione in *Motion Capture* y *Live Dealer*
 - 4.2.3. Innovazione nella grafica e nel software
- 4.3. Business plan
 - 4.3.1. Segmenti e proposta di valore
 - 4.3.2. Processi, risorse e partnership
 - 4.3.3. Relazioni con i clienti e canali di interazione
- 4.4. Investimento
 - 4.4.1. Investimenti nell'industria dei videogiochi
 - 4.4.2. Aspetti critici per l'acquisizione di investimenti
 - 4.4.3. Finanziamento delle *Startup*
- 4.5. Finanze
 - 4.5.1. Ricavi ed efficienza
 - 4.5.2. Spese operative e di capitale
 - 4.5.3. Conto economico e bilancio
- 4.6. Produzione di videogiochi
 - 4.6.1. Strumenti di simulazione della produzione
 - 4.6.2. Gestione programmata della produzione
 - 4.6.3. Gestione del controllo della produzione
- 4.7. Gestione delle operazioni
 - 4.7.1. Progettazione, localizzazione e manutenzione
 - 4.7.2. Gestione della qualità
 - 4.7.3. Gestione dell'inventario e della catena di fornitura

- 4.8. Nuovi modelli di distribuzione online
 - 4.8.1. Modelli di logistica online
 - 4.8.2. Consegna diretta online e SaaS
 - 4.8.3. *Dropshipping*
- 4.9. Sostenibilità
 - 4.9.1. Creazione di valore sostenibile
 - 4.9.2. Impegno ambientale, sociale e di governance
 - 4.9.3. La sostenibilità nella strategia
- 4.10. Aspetti legali
 - 4.10.1. Proprietà intellettuale
 - 4.10.2. Proprietà industriale
 - 4.10.3. GDPR

Modulo 5. Gestione dei progetti

- 5.1. Ciclo di vita di un progetto videoludico
 - 5.1.1. Fase di ideazione e pre-produzione
 - 5.1.2. Produzione e fasi finali
 - 5.1.3. Fase di post-produzione
- 5.2. Progetti per videogiochi
 - 5.2.1. Generi
 - 5.2.2. *Serious Games*
 - 5.2.3. Sottogeneri e nuovi generi
- 5.3. Struttura di un progetto videoludico
 - 5.3.1. Architettura interna
 - 5.3.2. Rapporto tra elementi
 - 5.3.3. Visione olistica dei videogiochi
- 5.4. Videogiochi
 - 5.4.1. Aspetti ludici dei videogiochi
 - 5.4.2. Progettazione di videogiochi
 - 5.4.3. Gamification

- 5.5. Tecnologia per videogiochi
 - 5.5.1. Elementi interni
 - 5.5.2. Motori grafici per videogiochi
 - 5.5.3. Influenza della tecnica e del marketing sul design
 - 5.6. Ideazione, lancio e realizzazione di progetti
 - 5.6.1. Sviluppo preliminare
 - 5.6.2. Fasi di sviluppo dei videogiochi
 - 5.6.3. Coinvolgimento dei consumatori nello sviluppo
 - 5.7. Gestire l'organizzazione di un progetto di videogiochi
 - 5.7.1. Il team di sviluppo e il *publisher*
 - 5.7.2. Area operativa
 - 5.7.3. Team vendite e Marketing
 - 5.8. Manuale per lo sviluppo dei videogiochi
 - 5.8.1. Manuale di progettazione e tecnica dei videogiochi
 - 5.8.2. Manuale dello sviluppatore di videogiochi
 - 5.8.3. Manuale dei requisiti e delle specifiche tecniche
 - 5.9. Pubblicazione e Marketing di videogiochi
 - 5.9.1. Preparazione *Kick Off* del videogioco
 - 5.9.2. Canali di comunicazione digitale
 - 5.9.3. *Delivery*, progresso e monitoraggio del risultato
 - 5.10. Metodologie agili applicabili a progetti di videogiochi
 - 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
 - 5.10.2. *Lean Startup*
 - 5.10.3. *Scrum development and sales*
- Modulo 6. Innovazione**
- 6.1. Strategia e innovazione
 - 6.1.1. Innovazione nei videogiochi
 - 6.1.2. Gestione dell'innovazione nei videogiochi
 - 6.1.3. Modelli di innovazione
 - 6.2. Talento innovativo
 - 6.2.1. Implementare la cultura dell'innovazione nelle organizzazioni
 - 6.2.2. Talento
 - 6.2.3. Mappa della cultura dell'innovazione
 - 6.3. Leadership e gestione dei talenti nell'economia digitale
 - 6.3.1. Ciclo di vita del talento
 - 6.3.2. Assunzione - vincoli generazionali
 - 6.3.3. Ritenzione: *Engagement*, fidelizzazione, clienti
 - 6.4. Modelli di business nell'innovazione dei videogiochi
 - 6.4.1. Innovazione nei modelli di business
 - 6.4.2. Strumenti per l'innovazione aziendale
 - 6.4.3. *Business Model Navigator*
 - 6.5. Gestione di progetti di innovazione
 - 6.5.1. Cliente e processo di innovazione
 - 6.5.2. Progettazione della proposta di valore
 - 6.5.3. Organizzazioni esponenziali
 - 6.6. Metodologie agili per l'innovazione
 - 6.6.1. Metodologia *Design Thinking* e *Lean Startup*
 - 6.6.2. Modelli agili per la gestione dei progetti: Kanban e Scrum
 - 6.6.3. *Lean Canvas*
 - 6.7. Gestire la convalida dell'innovazione
 - 6.7.1. Prototipazione (PMV)
 - 6.7.2. Convalida del cliente
 - 6.7.3. Orientare o preservare
 - 6.8. Innovazione di processo
 - 6.8.1. Opportunità di innovazione nei processi
 - 6.8.2. *Time-to-Market*, riduzione delle attività non a valore aggiunto ed eliminazione dei difetti
 - 6.8.3. Strumenti metodologici per l'innovazione nei processi
 - 6.9. Tecnologie dirompenti
 - 6.9.1. Tecnologie di ibridazione fisico-digitale
 - 6.9.2. Tecnologie di comunicazione ed elaborazione dati
 - 6.9.3. Tecnologie applicative di gestione
 - 6.10. Il ritorno dell'investimento nell'innovazione
 - 6.10.1. Strategie di monetizzazione dei dati e cespiti di innovazione
 - 6.10.2. Il ROI dell'innovazione. Linee guida generali
 - 6.10.3. Imbuti

Modulo 7. Gestione finanziaria

- 7.1. Contabilità
 - 7.1.1. Contabilità
 - 7.1.2. Conti annuali e altri rapporti
 - 7.1.3. Immobili materiali, investimenti immobiliari e immobili immateriali
- 7.2. Gestione finanziaria
 - 7.2.1. Strumenti finanziari
 - 7.2.2. Finanza aziendale e gestione finanziaria
 - 7.2.3. Finanza per imprenditori
- 7.3. Analisi dei bilanci
 - 7.3.1. Analisi dei bilanci
 - 7.3.2. Analisi della liquidità e della solvibilità
 - 7.3.3. Gestione della tesoreria
- 7.4. Operazioni finanziarie
 - 7.4.1. Operazioni finanziarie
 - 7.4.2. Gestione degli investimenti
 - 7.4.3. Criteri per scegliere investimenti sicuri
- 7.5. Sistema finanziario
 - 7.5.1. Sistema finanziario
 - 7.5.2. Struttura e funzionamento del sistema finanziario
 - 7.5.3. Il mercato azionario
- 7.6. Controllo di gestione
 - 7.6.1. Controllo di gestione
 - 7.6.2. Centri di responsabilità
 - 7.6.3. Sistemi dei costi
- 7.7. Controllo del bilancio
 - 7.7.1. Il processo di bilancio
 - 7.7.2. Organizzazione e gestione del bilancio
 - 7.7.3. Controllo del bilancio
- 7.8. Gestione della Tesoreria
 - 7.8.1. *Cash Management* e bilancio del tesoro
 - 7.8.2. Riscossione di transazioni commerciali
 - 7.8.3. Pagamento di transazioni commerciali



- 7.9. Finanziamenti aziendali
 - 7.9.1. Vantaggi, inconvenienti e implicazioni del debito
 - 7.9.2. Scelta della struttura del capitale dell'azienda
 - 7.9.3. Variazione della struttura del capitale
- 7.10. Valutazione di imprese
 - 7.10.1. Metodi contabili e valore aziendale
 - 7.10.2. Cespiti e debiti
 - 7.10.3. Diagnosi della valutazione dell'azienda e presentazione agli investitori

Modulo 8. Direzione commerciale

- 8.1. Modelli di organizzazione commerciale
 - 8.1.1. Dipartimento commerciale
 - 8.1.2. Strumenti del dipartimento commerciale
 - 8.1.3. La forza vendita
- 8.2. Obiettivi commerciali
 - 8.2.1. Pianificazione commerciale
 - 8.2.2. Previsioni e bilanci
 - 8.2.3. Bilancio commerciale
- 8.3. Previsione commerciale
 - 8.3.1. Redditività del dipartimento commerciale
 - 8.3.2. Previsione delle vendite
 - 8.3.3. Controllo dell'attività commerciale
- 8.4. Nuovi modelli relazionali
 - 8.4.1. Il marketing nei nuovi modelli di business
 - 8.4.2. La personalizzazione come principale driver della relazione con i clienti
 - 8.4.3. Lo sviluppo della customer experience
- 8.5. Vendita consultiva
 - 8.5.1. Psicologia della vendita
 - 8.5.2. La comunicazione persuasiva
 - 8.5.3. Introduzione ed evoluzione dei metodi di vendita

- 8.6. Modalità di vendita
 - 8.6.1. Vendita retail o B2C
 - 8.6.2. Vendita esterna B2B
 - 8.6.3. Vendite online
- 8.7. *Digital Social Selling*
 - 8.7.1. *Social Selling*
 - 8.7.2. Attitudine sociale: fare networking
 - 8.7.3. Processo di acquisizione di nuovi clienti tramite i *Social Media*
- 8.8. Metodologie di *Digital Sales*
 - 8.8.1. Principali metodologie agili nelle *Digital Sales*
 - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling*
 - 8.8.3. *Inbound Sales B2B e Account Based Marketing*
- 8.9. Supporto al Marketing nell'area commerciale
 - 8.9.1. Gestione del Marteking
 - 8.9.2. Il valore del Marketing Digitale (B2C/B2B)
 - 8.9.3. Gestione del Marketing Mix nell'area commerciale
- 8.10. Organizzazione e pianificazione del lavoro dell'addetto alle vendite
 - 8.10.1. Aree di vendita e percorsi
 - 8.10.2. Gestione del tempo e delle riunioni
 - 8.10.3. Analisi e processo decisionale

Modulo 9. Gestione degli eSports

- 9.1. L'industria degli eSports
 - 9.1.1. eSports
 - 9.1.2. Soggetti dell'industria eSports
 - 9.1.3. Il modello di business e il mercato degli eSports
- 9.2. Gestione dei Club di eSports
 - 9.2.1. L'importanza dei club negli eSports
 - 9.2.2. Creazione di club
 - 9.2.3. Amministrazione e gestione di club di eSports

- 9.3. La relazione e-Gamers
 - 9.3.1. Il ruolo del giocatore
 - 9.3.2. Capacità e competenze del giocatore
 - 9.3.3. I giocatori come ambasciatori del marchio
- 9.4. Competizioni ed eventi
 - 9.4.1. Il *Delivery* negli eSports: competizioni ed eventi
 - 9.4.2. La gestione dell'evento e dei campionati
 - 9.4.3. Principali campionati locali, regionali, nazionali e mondiali
- 9.5. Gestione delle sponsorizzazioni negli eSports
 - 9.5.1. Gestione delle sponsorizzazioni negli eSports
 - 9.5.2. Tipi di sponsorizzazione negli eSports
 - 9.5.3. Il contratto di sponsorizzazione degli eSports
- 9.6. Gestione della pubblicità negli eSports
 - 9.6.1. *Advergaming*: un nuovo formato pubblicitario
 - 9.6.2. Il *Branded Content en eSports*
 - 9.6.3. Gli eSports come strategia di comunicazione
- 9.7. Marketing nella gestione degli eSports
 - 9.7.1. La gestione degli Owned Media
 - 9.7.2. La gestione dei Paid Media
 - 9.7.3. Un approccio speciale rivolto ai social media
- 9.8. *Influencer Marketing*
 - 9.8.1. *Marketing Influencer*
 - 9.8.2. La gestione del pubblico di riferimento e il suo impatto sugli eSports
 - 9.8.3. Modelli di business nell'*influencer Marketing*
- 9.9. *Merchant*
 - 9.9.1. Vendita di servizi e prodotti associati
 - 9.9.2. Il *Merchandising*
 - 9.9.3. E-commerce e *Marketplaces*
- 9.10. Metriche e KPI del eSports
 - 9.10.1. Parametri
 - 9.10.2. KPI per i progressi e il successo
 - 9.10.3. Mappa strategica degli obiettivi e degli indicatori

Modulo 10. Leadership e gestione dei talenti

- 10.1. Aziende, organizzazione e risorse umane
 - 10.1.1. Organizzazione e struttura organizzativa
 - 10.1.2. Direzione strategica
 - 10.1.3. Analisi e organizzazione del lavoro
- 10.2. Gestione delle risorse umane in azienda
 - 10.2.1. Organizzazione nelle risorse umane
 - 10.2.2. Canali di assunzione
 - 10.2.3. Candidature nel settore dei videogiochi
- 10.3. Leadership personale e professionale
 - 10.3.1. Leader e processi di leadership
 - 10.3.2. L'autorità della comunicazione
 - 10.3.3. Negoziare con il successo e il fallimento
- 10.4. Gestione della conoscenza e del talento
 - 10.4.1. Gestione strategica del talento
 - 10.4.2. Tecnologie applicate alla gestione delle risorse umane
 - 10.4.3. Modelli di innovazione nelle Risorse Umane
- 10.5. La gestione della conoscenza come elemento chiave per la crescita aziendale
 - 10.5.1. Obiettivi generali della gestione della conoscenza
 - 10.5.2. Struttura dei sistemi e dei flussi di gestione della conoscenza
 - 10.5.3. Processi di gestione della conoscenza
- 10.6. Coaching e *Mentoring*
 - 10.6.1. PNL
 - 10.6.2. Coaching e *Mentoring*
 - 10.6.3. Processi
- 10.7. Nuove forme di leadership in ambienti VUCA
 - 10.7.1. Gestione individuale del cambiamento
 - 10.7.2. Gestione del cambiamento organizzativo
 - 10.7.3. Strumenti

- 10.8. Gestione della diversità
 - 10.8.1. Incorporare le nuove generazioni nella leadership
 - 10.8.2. Leadership femminile
 - 10.8.3. Gestione del multiculturalismo
- 10.9. Leader Coach
 - 10.9.1. Le abilità del leader coach
 - 10.9.2. Feedback e *Feedforward*
 - 10.9.3. Il riconoscimento
- 10.10. Adattamento alle nuove tecnologie
 - 10.10.1. Attitudine
 - 10.10.2. Conoscenza
 - 10.10.3. Sicurezza

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 di Corporate Governance nelle aziende
 - 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 in azienda
 - 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione aziendale
- 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. Responsabilità Sociale d'impresa
 - 11.6.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.6.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.6.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.7. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile
 - 11.7.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
 - 11.7.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
 - 11.7.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
 - 11.7.4. Strumenti e standard della RSI
- 11.8. Multinazionali e diritti umani
 - 11.8.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
 - 11.8.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
 - 11.8.3. Strumenti legali per le multinazionali nel campo dei diritti umani
- 11.9. Ambiente legale e *Corporate Governance*
 - 11.9.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
 - 11.9.2. Proprietà intellettuale e industriale
 - 11.9.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Management del personale e gestione del talento

- 12.1. Direzione Strategica del personale
 - 12.1.1. Direzione Strategica e Risorse Umane
 - 12.1.2. Direzione strategica del personale
- 12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze
 - 12.2.1. Analisi del potenziale
 - 12.2.2. Politiche di retribuzione
 - 12.2.12. Piani di avanzamento di carriera/successione
- 12.3. Valutazione e gestione delle prestazioni
 - 12.3.1. Gestione del rendimento
 - 12.3.2. 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. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
 - 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. Stadi 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 contesto aziendale
 - 12.9.2. Dipartimenti di Comunicazione
 - 12.9.3. Il responsabile della comunicazione aziendale. 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. Direzione Economico-Finanziaria

- 13.1. Contesto Economico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconomico e sistema finanziario nazionale
 - 13.1.2. Istituti finanziari
 - 13.1.3. Mercati finanziari
 - 13.1.4. Attivi finanziari
 - 13.1.5. Altre entità del settore finanziario
- 13.2. Sistemi informativi e *business intelligence*
 - 13.2.1. Concetto e classificazione
 - 13.2.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
 - 13.2.3. Scelta del centro di costi ed effetti
- 13.3. Direzione Finanziaria
 - 13.3.1. Le decisioni finanziarie dell'azienda
 - 13.3.2. Dipartimento finanziario
 - 13.3.3. Eccedenze di cassa
 - 13.3.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
 - 13.3.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria

- 13.4. Pianificazione Finanziaria
 - 13.4.1. Definizione della pianificazione finanziaria
 - 13.4.2. Azioni da intraprendere nella pianificazione finanziaria
 - 13.4.3. Creazione e definizione della strategia aziendale
 - 13.4.4. La tabella *Cash Flow*
 - 13.4.5. La tabella dell'attivo circolante
- 13.5. Strategia Finanziaria d'Impresa
 - 13.5.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
 - 13.5.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale
- 13.6. Finanziamento Strategico
 - 13.6.1. Autofinanziamento
 - 13.6.2. Incremento dei fondi propri
 - 13.6.3. Risorse Ibride
 - 13.6.4. Finanziamento tramite intermediari
- 13.7. Analisi e risoluzione di casi/problemi
 - 13.7.1. Informazioni finanziarie su Industria de Diseño y Textil, 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 di 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. Gestione delle campagne digitali
 - 14.4.1. Che cos'è una campagna pubblicitaria digitale?
 - 14.4.2. Passi per il lancio di una campagna di marketing online
 - 14.4.3. Errori delle campagne pubblicitarie digitali
- 14.5. Strategie di vendita
 - 14.5.1. Strategie di vendita
 - 14.5.2. Metodi di vendite
- 14.6. Comunicazione Aziendale
 - 14.6.1. Concetto
 - 14.6.2. Importanza della comunicazione aziendale
 - 14.6.3. Tipo di comunicazione nell'azienda
 - 14.6.4. Funzioni della comunicazione nell'azienda
 - 14.6.5. Elementi della comunicazione
 - 14.6.6. Problemi di comunicazione
 - 14.6.7. Scenari della comunicazione
- 14.7. Comunicazione e reputazione online
 - 14.7.1. La reputazione online
 - 14.7.2. Come misurare la reputazione digitale?
 - 14.7.3. Strumenti di reputazione online
 - 14.7.4. Rapporto sulla reputazione online
 - 14.7.5. *Branding* online

Modulo 15. Executive Management

- 15.1. *General Management*
 - 15.1.1. Concetto di *General Management*
 - 15.1.2. L'azione del Manager Generale
 - 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 personale direttivo e le sue funzioni La cultura organizzativa e i suoi approcci



- 15.3. Oratoria e preparazione dei portavoce
 - 15.3.1. Comunicazione interpersonale
 - 15.3.2. Capacità di comunicazione e influenza
 - 15.3.3. Barriere nella comunicazione
- 15.4. Strumenti di comunicazione personale e organizzativa
 - 15.4.1. La comunicazione interpersonale
 - 15.4.2. Strumenti di comunicazione interpersonale
 - 15.4.3. La comunicazione nell'azienda
 - 15.4.4. Strumenti nell'azienda
- 15.5. Comunicazione in situazioni di crisi
 - 15.5.1. Crisi
 - 15.5.2. Fasi della crisi
 - 15.5.3. Messaggi: contenuti e momenti
- 15.6. Preparazione di un piano di crisi
 - 15.6.1. Analisi dei potenziali problemi
 - 15.6.2. Pianificazione
 - 15.6.3. Adeguatezza del personale
- 15.7. Intelligenza emotiva
 - 15.7.1. Intelligenza emotiva e comunicazione
 - 15.7.2. Assertività, empatia e ascolto attivo
 - 15.7.3. Autostima e comunicazione emotiva
- 15.8. *Branding* personale
 - 15.8.1. Strategie per sviluppare il brand personale
 - 15.8.2. Leggi del branding personale
 - 15.8.3. Strumenti per la costruzione di brand personali
- 15.9. Leadership e gestione di team
 - 15.9.1. Leadership e stile di leadership
 - 15.9.2. Capacità e sfide del Leader
 - 15.9.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
 - 15.9.4. Gestione di Team Multiculturali



Un programma completo con tutto il necessario per le posizioni all'interno delle migliori aziende del settore"

06

Metodologia

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

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





“

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

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

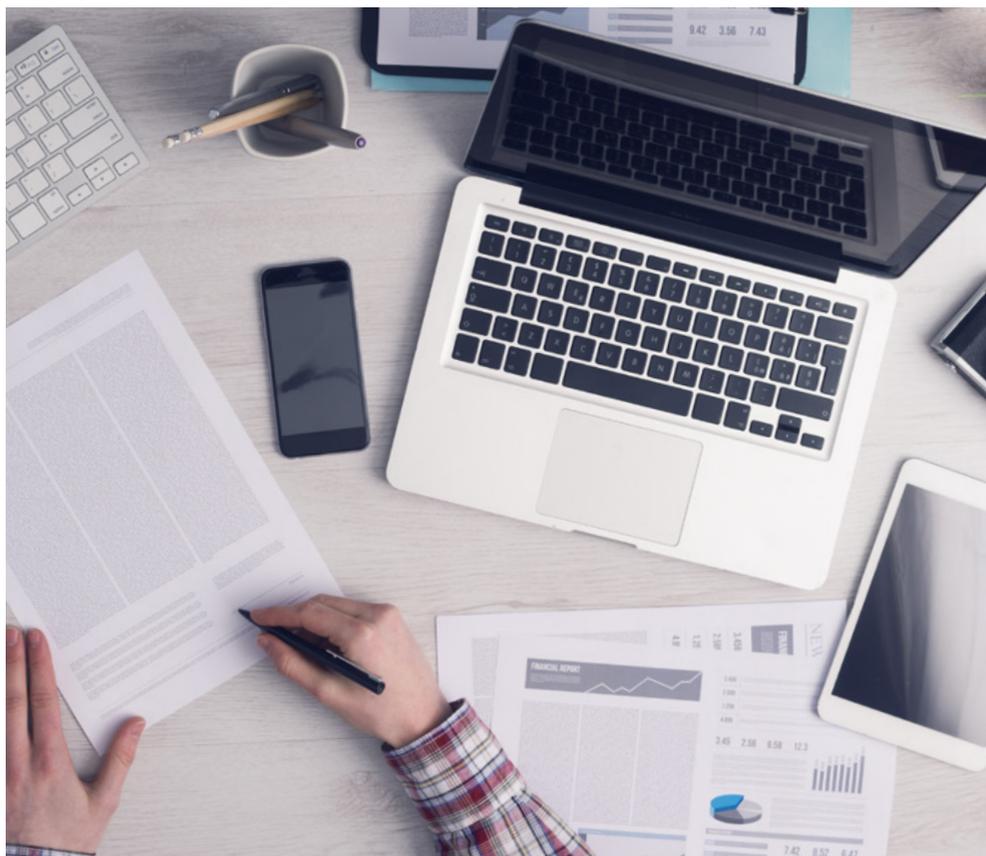
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

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



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



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

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 professionale più attuali.

“

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

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 ti confrontiamo nel metodo dei casi, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il corso, ti confronterai con diversi casi reali. Dovrai integrare tutte le tue conoscenze, fare ricerche, argomentare e difendere le tue idee e decisioni.

Metodologia Relearning

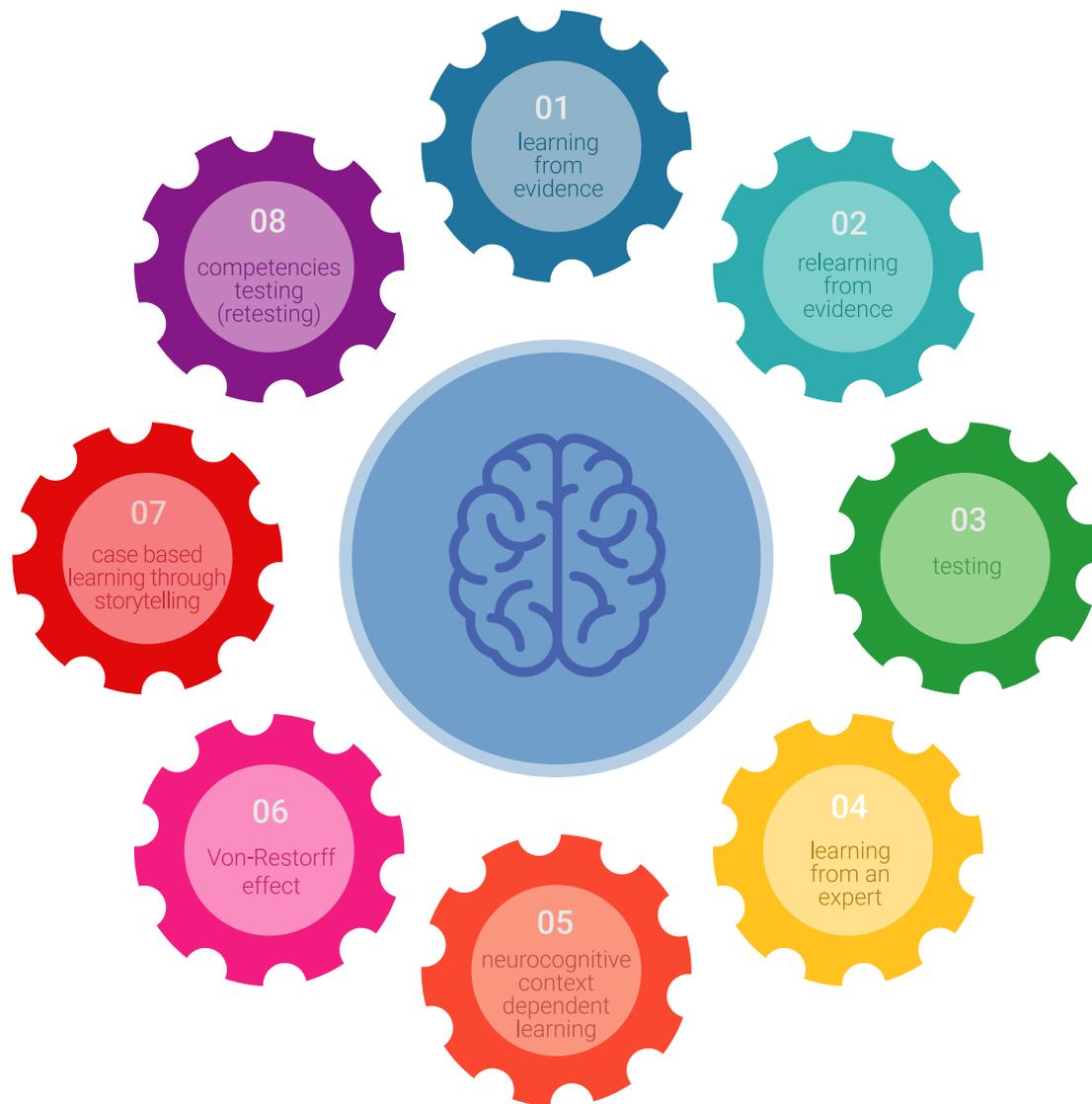
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

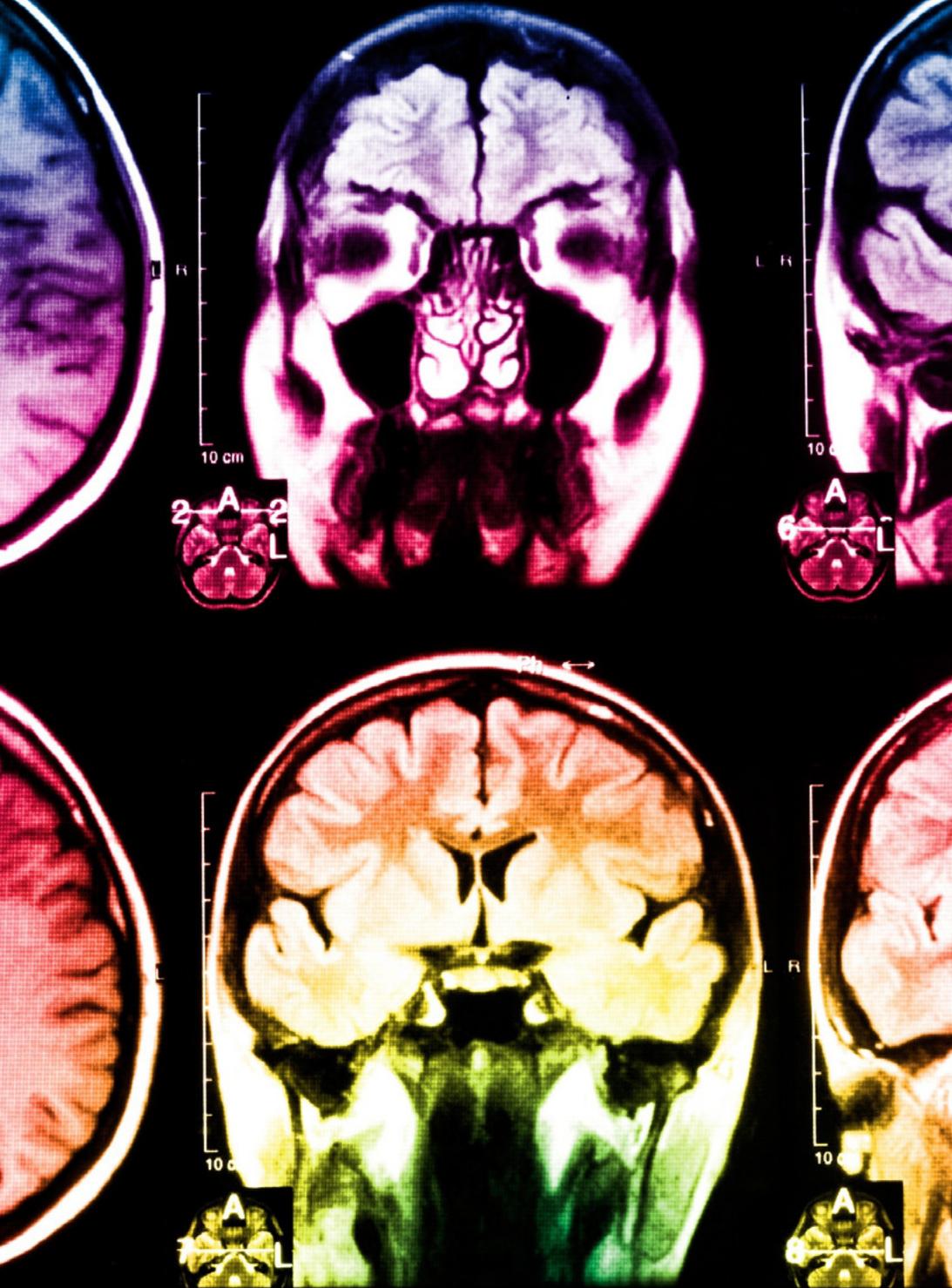
Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

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 università 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). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi 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 diretta 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.



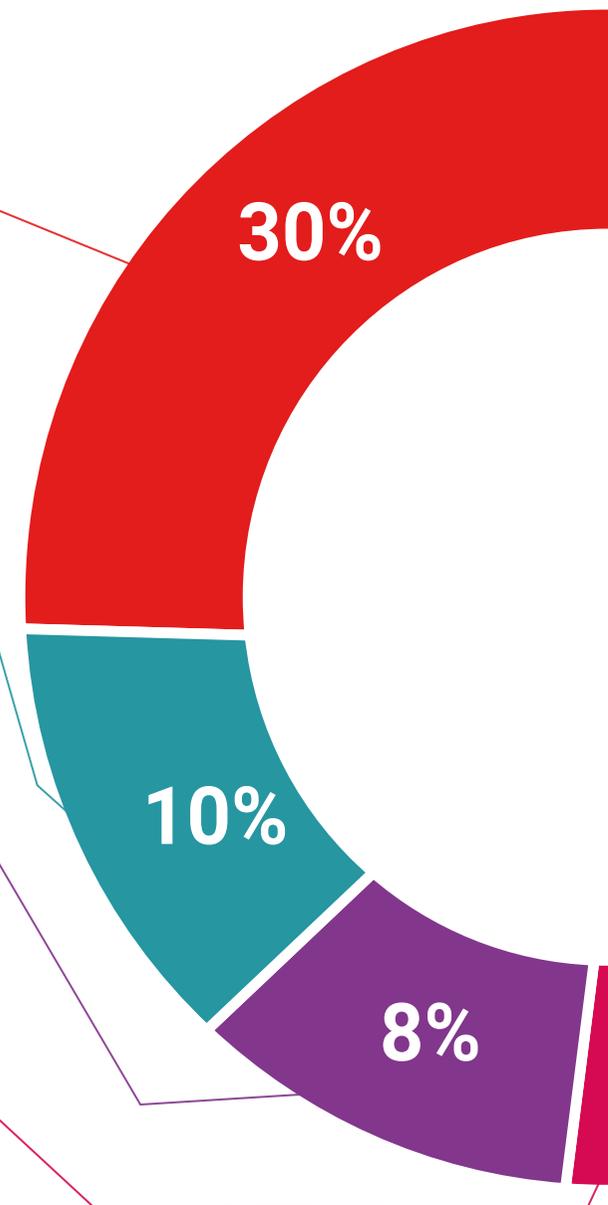
Pratiche di competenze e competenze

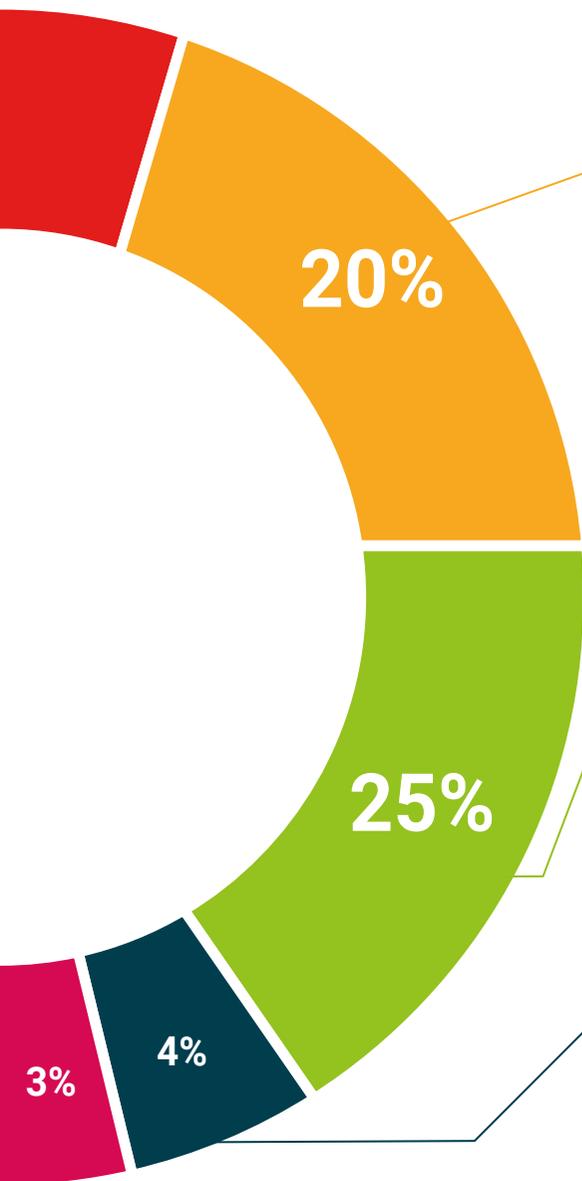
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



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 monitorati dai migliori specialisti 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.



07 Titolo

L'MBA in Video Games Business Management 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 il tuo titolo universitario senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **MBA in Video Games Business Management** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

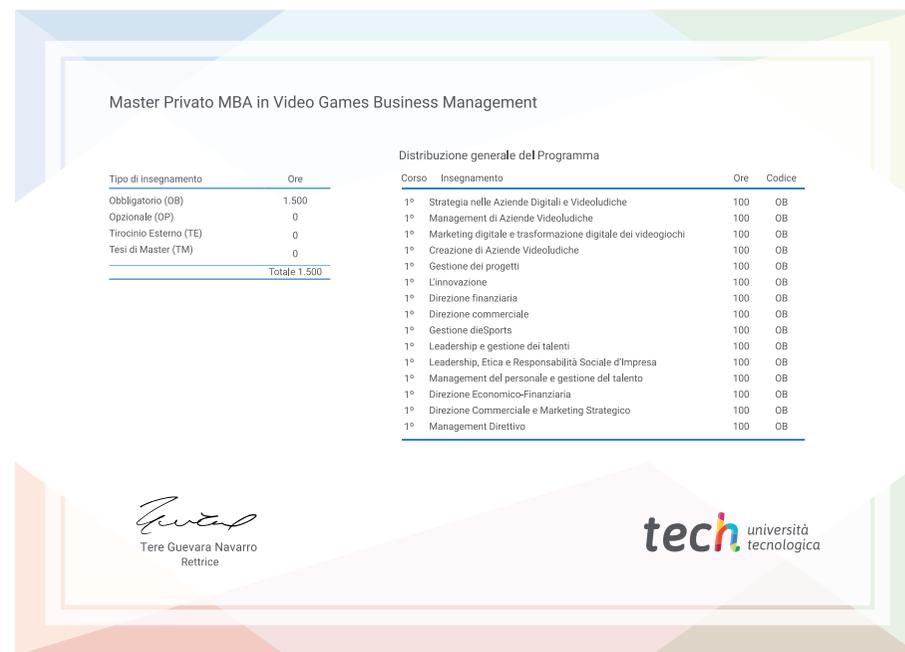
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Privato** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Master Privato MBA in Video Games Business Management**

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.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Master Privato
MBA in Video Games
Business Management

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

Master Privato

MBA in Video Games

Business Management

