

MASTER UNIVERSITARIO DI 1° LIVELLO | A.A. 2024/2025

MBA

 MODULI 8  ORE 1500  CFU/ECTS 60  EROGAZIONE FAD ASINCRONA IN LINGUA SPAGNOLA

Coordinatore: Prof. Gianluca Antonucci

Consiglio scientifico: Proff. Miguel Prado, Joaquin Martinez Serrats, Raul Gomez Martinez, Gabriel Cachon Rodriguez, Leone Domenica

PRESENTAZIONE

Il Master è finalizzato all'acquisizione di competenze relative all'alta direzione, con moduli focalizzati sulla leadership ed il team building, lo sviluppo strategico, la finanza e la contabilità, l'orientamento al marketing, la distribuzione multicanale, le operazioni, l'organizzazione e le risorse umane all'interno delle aziende. La formazione consentirà ai corsisti di dotarsi del bagaglio di competenze necessario per una migliore gestione delle imprese, attraverso il potenziamento di conoscenze ed esperienze.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Master in MBA intende preparare i partecipanti a rivestire vari ruoli all'interno della direzione delle aziende private e pubbliche. Al termine del Master, gli studenti potranno quindi utilizzare le conoscenze acquisite applicandole a numerose opportunità di avanzamento di carriera, tra le quali:

- Dirigente d'impresa
- Responsabile risorse umane
- Responsabile vendite
- Esperto nei processi di internazionalizzazione dell'impresa
- Portfolio manager
- Project manager
- Operations manager
- Manager finanziario
- Business consultant

REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a tutte le classi di Laurea Triennale, Laurea Magistrale, Laurea Magistrale a ciclo unico o titolo equipollente.

VERIFICHE E PROVA FINALE

La verifica dei risultati dell'attività formativa avviene attraverso verifiche del profitto in itinere consistenti in quiz a risposta multipla inserite in piattaforma al termine di ogni modulo valutate con voto in trentesimi e prova finale svolta telematicamente consistente nell'elaborazione di un project work finale (tesi) e valutata in centesimi.



MODULI

01. Costituire e guidare con successo un team all'interno di un'organizzazione
02. Interpretare le condizioni dell'ambiente esterno e dell'ambiente interno dell'organizzazione ai fini di una strategia di successo
03. Gestione finanziaria dell'organizzazione per quanto riguarda le decisioni di investimento e relativo finanziamento.
04. Aspetti strategico-operativi della funzione Marketing e aspetti giuridici correlati alla tutela del marchio a livello internazionale
05. Fondamenti strategici e giuridici della distribuzione multicanale su scala internazionale
06. Aspetti strategici e operativi della gestione per processi
07. Fondamenti della contabilità aziendale e del controllo di gestione
08. Fondamenti dell'organizzazione aziendale e della gestione delle risorse umane

