



2026/
2027

DigitalSchool
eCAMPUS UNIVERSITÀ

MASTER UNIVERSITARIO · CORSO POST-DIPLOMA · FULL ONLINE

AI for Business Administration

Programma e contenuti del Master/Corso
di formazione continua professionale
AI FOR BUSINESS ADMINISTRATION

Programma e contenuti

Cosa include il percorso

- Lezioni on demand
- Lezioni in live streaming
- Marketing & Digital Plan Tool
- Career Counseling
- **Tirocinio**
interno o in aziende convenzionate
- **Tesi finale**
per laureati
- **Diploma di Master**
o ATTESTATO DI FREQUENZA con profitto

LEZIONI IN LIVE WEBINAR

Digital Strategy and Innovation

Lean thinking and Lean Organization

Project Planning and Controlling

Digital Storytelling and Media Creation

Digital Sales Tools & Techniques

Lead Generation and Customer
Relationship Management

Data science

AI for HR

LEZIONI ON DEMAND

Organizzazione Aziendale e Progettazione
dei Processi

Finanza Aziendale

Strumenti Contabili per il Controllo Manageriale

Diritto della Privacy

I Rischi e le Opportunità dell'Intelligenza
Artificiale per le Imprese

Business Analytics e Supporto Dell'AI

Digital Marketing Plan

Gen AI per Marketing Strategico

AI Business Strategy & Tech Go-To-Market

Contenuti dei corsi

I Rischi E Le Opportunità Dell'AI Per Le Imprese

3 CFU

Il corso offre una panoramica completa sull'Intelligenza Artificiale, approfondendone i principali modelli, le applicazioni in ambito aziendale, le opportunità di innovazione e i rischi connessi al suo utilizzo. Verranno analizzati gli aspetti tecnologici, normativi, etici e organizzativi, con particolare attenzione all'AI Act europeo, alla governance dell'AI, ai framework di gestione del rischio e all'integrazione responsabile dell'Intelligenza Artificiale nei processi aziendali.

Gen AI per Marketing Strategico

3 CFU

Il corso intende fornire una panoramica operativa sull'uso dell'**Intelligenza Artificiale Generativa (GenAI)** nel contesto del **Digital Marketing Strategico**, accompagnando studenti e professionisti nella scoperta di strumenti innovativi per ideare, analizzare, automatizzare e ottimizzare le attività di marketing. Il programma segue il ciclo completo di un progetto di marketing digitale: dall'ideazione creativa, alla costruzione delle strategie, alla produzione di contenuti testuali e visivi con strumenti AI (es. ChatGPT, DALL-E, Canva AI), fino alla gestione delle campagne, analisi dei risultati e personalizzazione dell'esperienza cliente. Il corso si conclude con una riflessione sui trend futuri dell'AI nel marketing. L'obiettivo è sviluppare competenze immediatamente applicabili e preparare gli studenti a ruoli professionali emergenti nel settore dell'AI generativa.

AI Business Strategy & Tech Go-To-Market

3 CFU

Il corso fornisce un metodo operativo per applicare l'Intelligenza Artificiale ai processi di marketing, vendite e comunicazione, approfondendo le principali strategie di adozione dell'AI nelle organizzazioni. Il percorso affronta gli aspetti di governance, etica e compliance normativa, accompagnando lo studente nella progettazione di strategie Go-To-Market, Sales Enablement e Customer Journey Automation. Particolare attenzione sarà dedicata alla misurazione del valore economico generato dall'AI, attraverso l'analisi di KPI, modelli di valutazione e framework per l'ottimizzazione dei processi aziendali.

Organizzazione Aziendale e Progettazione dei Processi

9 CFU

Il corso integra i principali contenuti dell'organizzazione aziendale e della progettazione dei processi, offrendo una visione completa e sistemica delle dinamiche organizzative e operative. Dopo un'introduzione ai concetti fondamentali di organizzazione, struttura, cultura aziendale e governance, il percorso approfondisce il funzionamento delle aziende attraverso l'analisi dei processi operativi e gestionali.

Viene posta particolare attenzione alla progettazione organizzativa e all'organizzazione per processi, all'utilizzo dei sistemi informativi a supporto delle decisioni, alla gestione del cambiamento e all'innovazione interna.

Finanza aziendale

3 CFU

Il corso offre un'introduzione completa ai principali concetti e strumenti della finanza aziendale, con un focus sulle decisioni di investimento e finanziamento all'interno dell'impresa. Si affrontano tematiche chiave come il ruolo del financial manager, la definizione degli obiettivi finanziari, l'analisi di bilancio, la pianificazione e il fabbisogno finanziario. Particolare attenzione è rivolta alla valutazione delle decisioni d'investimento mediante strumenti come il Valore Attuale Netto (VAN), il Tasso Interno di Rendimento (TIR), il capital budgeting e l'Economic Value Added (EVA). Il corso integra anche elementi di corporate governance, analisi dei flussi di cassa, e valutazione di obbligazioni e azioni, fornendo una visione solida e applicata della gestione finanziaria aziendale.

Diritto della Privacy

3 CFU

Il corso affronta i principi giuridici fondamentali della protezione dei dati personali, con particolare attenzione all'evoluzione storica e normativa del diritto alla privacy in Europa e in Italia. Viene analizzato il quadro normativo di riferimento, in particolare il Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), approfondendo i concetti chiave di privacy, riservatezza e trattamento dei dati. Il corso introduce inoltre i primi elementi di riflessione sull'impatto dell'intelligenza artificiale nella protezione dei dati personali, preparando lo studente a comprendere le sfide etiche e normative di questa evoluzione tecnologica.

Strumenti Contabili per il Controllo Manageriale

3 CFU

Il corso approfondisce i principali strumenti contabili e analitici utilizzati per supportare il controllo manageriale all'interno delle organizzazioni. Dopo una panoramica sull'evoluzione del controllo e sulla contabilità generale e analitica, il percorso si concentra su sistemi e tecniche di misurazione dei costi, come il costing di prodotto, il break even point, l'Activity Based Costing e il cost management. Viene inoltre trattata la misurazione dei costi in diversi contesti produttivi e a valori preventivi, oltre a strumenti decisionali in condizioni di rischio e incertezza. Completano il corso argomenti fondamentali per la gestione e il controllo delle performance, come il budget economico-analitico, l'analisi degli scostamenti, la Balanced Scorecard e il reporting. Il corso fornisce così competenze operative e analitiche per una gestione efficiente e strategica dell'impresa.

Digital Marketing Plan

3 CFU

Durante il corso verranno approfonditi i principi e le metodologie per la progettazione di un piano di marketing, strumento fondamentale per definire le strategie di sviluppo di un'impresa e tradurle in obiettivi, azioni operative e strumenti di controllo.

Lo studente apprenderà a definire il business aziendale e la value proposition, individuare gli obiettivi di marketing tradizionale e digitale, analizzare il mercato di riferimento, sviluppare strategie di posizionamento, segmentazione e targetizzazione e costruire le buyer personas.

Il percorso approfondirà inoltre l'analisi della concorrenza, le matrici SWOT e PEST, la definizione della digital strategy, del digital marketing mix, del budget e del piano di implementazione con relativa pianificazione temporale.

Le attività saranno supportate dall'utilizzo di un software dedicato alla progettazione e gestione dei piani di marketing, che consentirà di applicare concretamente le metodologie e gli strumenti affrontati durante il corso.

Il **Marketing & Digital Plan Tool** è una piattaforma progettata per accompagnare lo studente, passo dopo passo, nella realizzazione di un piano di marketing strategico. Attraverso un percorso guidato, consente di applicare in modo concreto le competenze acquisite durante il corso, sviluppando un Digital Marketing Plan strutturato su una business simulation o su un caso aziendale reale.

Durante il progetto **lo studente analizzerà il modello di business, il mercato di riferimento, i competitor e il target, definendo obiettivi, strategie e piano operativo**. Il tool guiderà inoltre la pianificazione delle attività di marketing tradizionale e digitale, supportando la costruzione di un progetto completo, realistico e orientato ai risultati.

Digital Strategy and Innovation

Programma

Il seminario analizza il ruolo strategico delle tecnologie digitali nella trasformazione dei modelli di business. Il corso fornisce un quadro teorico e operativo sull'uso delle soluzioni digitali per aumentare l'efficienza, ridurre i costi, migliorare l'esperienza cliente e sostenere l'innovazione aziendale.

Vengono introdotti i concetti fondamentali di pianificazione strategica digitale, con particolare attenzione alla definizione di obiettivi misurabili, analisi del mercato e del comportamento dei consumatori, utilizzo dei dati per la personalizzazione e adozione di strategie omnicanale.

Il corso approfondisce le sfide legate alla gestione del cambiamento tecnologico, comprese le resistenze organizzative, il ruolo della cultura aziendale e la necessità di formazione continua del personale.

Ampio spazio è dedicato agli strumenti digitali applicabili nei contesti aziendali: automazione dei processi (RPA, BPM), cloud computing, intelligenza artificiale generativa, sistemi di analisi predittiva, e soluzioni di cybersecurity avanzata. Viene inoltre analizzato il concetto di "disruption" digitale, illustrando come innovazioni come il Web, l'e-commerce, i Large Language Models (LLM), abbiano ridefinito mercati e comportamenti di consumo.

Il seminario affronta infine il tema della regolamentazione, con riferimento al GDPR e alla governance dei dati, e propone un'analisi delle prospettive future della digitalizzazione in ottica strategica, enfatizzando l'importanza della flessibilità organizzativa e dell'approccio data-driven.

STRUMENTI

ChatGPT • Gemini • Napkin

Lean Thinking and Process Design

Programma

Il seminario approfondisce i principi fondamentali della produzione snella e del miglioramento continuo, ispirandosi al Toyota Production System (TPS). Partendo da un'analisi storica dei modelli organizzativi tradizionali (fordismo e taylorismo), il corso evidenzia come il TPS abbia introdotto un paradigma flessibile, centrato sulla riduzione degli sprechi (muda), la qualità Integrata nei processi (jidoka) e la produzione su richiesta (just in time).

Il seminario illustra i 5 principi base del pensiero snello: definizione del valore dal punto di vista del cliente, mappatura del flusso del valore (Value Stream Mapping), creazione del flusso continuo, adozione di un sistema pull, e il perseguimento della perfezione tramite il miglioramento continuo (Kaizen). Viene analizzato il ruolo strategico degli operatori nella segnalazione dei problemi e nell'ottimizzazione dei processi.

Attraverso esempi pratici, vengono presentati strumenti Lean come 5S, Kanban, Heijunka, Poka-Yoke, Standard Work, Gemba Walk, 5 Whys, Fishbone Diagram, nonché metodologie di risoluzione dei problemi come il ciclo PDCA e l'8D. Una sezione specifica è dedicata alla Value Stream Map, utile per visualizzare inefficienze e colli di bottiglia nei processi. Il seminario mette inoltre in luce le applicazioni trasversali della Lean nei servizi: sanità, ristorazione, logistica, pubblica amministrazione e sviluppo software. L'approccio Lean, integrato con tecnologie digitali, permette un'ottimizzazione avanzata di flussi e risorse, migliorando qualità, tempi e soddisfazione del cliente.

STRUMENTI

Perplexity • Notebook LM • LucidChart

Project Planning and Controlling

Programma

Il seminario offre una visione completa dei metodi, strumenti e competenze necessarie per pianificare, eseguire e monitorare con efficacia progetti complessi in contesti aziendali moderni.

Suddiviso in due moduli, il percorso affronta sia la fase di progettazione (Project Planning) sia le attività di controllo e gestione (Project Management), evidenziando l'interconnessione tra strategia, operatività e obiettivi di business.

PRIMO MODULO

Il primo modulo si concentra sulla pianificazione: definizione di obiettivi SMART, costruzione della Work Breakdown Structure (WBS), schedulazione tramite diagrammi di Gantt e metodo del percorso critico (CPM), gestione dei vincoli di tempo, costo e qualità, e allocazione ottimale delle risorse (umane, materiali e finanziarie). Viene approfondita anche la pianificazione delle milestone e dei deliverable come strumenti per garantire avanzamento controllato e trasparenza verso gli stakeholder.

SECONDO MODULO

Il secondo modulo entra nella gestione attiva del progetto, con attenzione all'esecuzione operativa, alla comunicazione interna, alla gestione del rischio (FMEA, risk matrix), all'uso dei KPI e al monitoraggio costante. Viene approfondita l'importanza del controllo di qualità (TQM, Six Sigma), della gestione integrata delle performance (EVM – Earned Value Management), e della chiusura efficace del progetto, comprensiva di documentazione finale e analisi delle lesson learned.

Un focus rilevante è dato all'utilizzo dei software per il project management e alla differenza tra approcci Waterfall e Agile, per adeguare la metodologia al contesto operativo.

STRUMENTI

Claude • Notion

Digital Storytelling and Media Creation

Programma

Il seminario esplora il ruolo strategico della narrazione digitale e della produzione multimediale nell'era dell'intelligenza artificiale. Il percorso formativo fornisce una panoramica completa su come ideare, realizzare e distribuire contenuti visivi e audiovisivi ad alto impatto comunicativo, combinando creatività, dati e tecnologia.

PRIMA PARTE

La prima parte è dedicata alla visual communication, analizzando le trasformazioni dell'infosfera digitale e il potere persuasivo delle immagini. Si studiano le tecniche narrative visive, il sillogismo pubblicitario e il neuromarketing applicato, con un focus sull'uso dell'AI per generare immagini, slogan, manifesti e visual pubblicitari.

Gli studenti imparano a utilizzare strumenti generativi (come MidJourney, DALL·E, Runway ML) per creare contenuti personalizzati, testare varianti A/B e ottimizzare campagne pubblicitarie visive in modo dinamico.

SECONDA PARTE

La seconda parte si concentra sulla creazione di video e siti web con l'ausilio dell'AI.

Vengono presentati i principali software di text-to-video, image-to-video e avatar AI (Sora, Vidu, HeyGen), insieme alle tecniche di editing automatizzato (CapCut, Descript, Runway).

Il corso approfondisce inoltre la creazione rapida di siti web attraverso piattaforme no-code potenziate dall'AI (Wix ADI, Framer, Durable, 10Web), con focus su SEO, accessibilità e personalizzazione dinamica dei contenuti. L'integrazione di chatbot e assistenti vocali (Intercom, ManyChat) completa la panoramica degli strumenti digitali al servizio dello storytelling aziendale.

Infine, il seminario analizza le sfide etiche e le implicazioni professionali legate all'adozione di contenuti generati artificialmente, offrendo spunti critici su come mantenere autenticità e trasparenza nella comunicazione digitale.

STRUMENTI

Ideogram • Sora • Vidu • HeyGen • CapCut

Digital Sales Tools & Techniques

Programma

Il seminario si propone di fornire una visione completa e operativa degli strumenti e delle tecniche fondamentali per progettare, gestire e far crescere modelli di business e strategie di vendita nell'economia digitale contemporanea.

PRIMA PARTE

La prima parte è dedicata all'utilizzo del Business Model Canvas, uno strumento visuale e strategico indispensabile per comprendere come un'impresa crea, distribuisce e cattura valore.

I partecipanti impareranno a strutturare il modello di business in nove blocchi funzionali, sviluppando competenze critiche nell'analisi dei segmenti di clientela, delle proposte di valore, dei canali di distribuzione, dei flussi di ricavo, delle risorse e attività chiave, dei partner e della struttura dei costi. L'approccio è pratico e orientato all'uso del Canvas come leva per l'innovazione, la coerenza strategica e l'adattamento continuo in un contesto competitivo in rapida evoluzione.

SECONDA PARTE

La seconda parte esplora nel dettaglio il mondo dell'eCommerce, inteso non solo come canale di vendita, ma come ecosistema digitale integrato. Verranno affrontati tutti gli aspetti essenziali per la realizzazione di un sito eCommerce professionale, dall'inquadramento normativo e fiscale alla configurazione tecnica con WordPress + WooCommerce, fino alla gestione della logistica, dei pagamenti, della sicurezza e delle strategie di marketing digitale. Il seminario offre un focus specifico sulla multicanalità, sulla gestione dei dati e sull'utilizzo di strumenti come CRM, SEO, campagne advertising e automazione per costruire esperienze utente coerenti e ad alte prestazioni.

OBIETTIVO FINALE

Dotare studenti e professionisti degli strumenti teorici e pratici per prendere decisioni strategiche efficaci e costruire modelli di vendita sostenibili, scalabili e orientati al valore.

STRUMENTI

ChatGPT Deep Research • Wordpress • Woocommerce

Lead Generation and Customer Relationship Management

Programma

Il seminario è progettato per fornire ai partecipanti le competenze necessarie per generare e gestire in modo efficace i lead, nonché per massimizzare il tasso di conversione e il riscatto delle offerte promozionali, in particolare sui canali digitali. Durante il webinar, gli studenti acquisiranno una comprensione approfondita dei concetti chiave legati alla generazione di lead, alla loro qualificazione e alla gestione del processo di riscatto delle offerte.

Attraverso esempi concreti e case study, gli studenti apprenderanno come progettare e implementare efficaci strategie di generazione di lead, utilizzando tecniche di marketing digitale, campagne pubblicitarie mirate e attività di branding. Inoltre, il webinar affronterà l'importanza della gestione accurata dei dati dei lead e fornirà gli strumenti e le metodologie per analizzare, monitorare e ottimizzare le performance delle campagne e dei programmi di riscatto delle offerte.

OBIETTIVO

Al termine del webinar, i partecipanti saranno in grado di sviluppare e implementare strategie di lead generation e redemption management di successo, consentendo loro di migliorare l'efficacia delle loro attività di marketing, aumentare le vendite e consolidare la relazione con i clienti.

Dal **punto di vista applicativo**, saranno presentate le funzioni di un noto CRM come **Zoho Bigin**, un software progettato appositamente per le piccole e medie imprese (PMI) che desiderano gestire le relazioni con i clienti in modo efficiente e organizzato.

STRUMENTI

Meta Business Suite • Meta ADS Manager • Google ADS • Linkedin Sales navigator • Zoho Bigin

Data science

Programma

Il seminario si propone di introdurre in modo completo, pratico e accessibile i concetti chiave e gli strumenti della Data Science, con un focus specifico sull'applicazione ai contesti decisionali aziendali.

OBIETTIVO DEL PERCORSO

Fornire ai partecipanti una comprensione solida e operativa del ruolo che l'analisi dei dati gioca nella costruzione del vantaggio competitivo e nella trasformazione digitale delle imprese.

PRIMA GIORNATA

Dedicata alla conoscenza del ciclo di vita del dato e all'analisi esplorativa. Si parte da una riflessione sul valore strategico dei dati e sull'importanza della qualità informativa, per poi approfondire gli strumenti fondamentali per raccogliere, pulire, normalizzare e visualizzare dataset complessi. Verranno presentati concetti di statistica descrittiva e tecniche di analisi esplorativa, anche attraverso laboratori pratici. I partecipanti saranno guidati nella comprensione dei pattern nei dati e nella costruzione di insight significativi da presentare al management.

SECONDA GIORNATA

La seconda giornata è dedicata invece alla modellazione predittiva e all'introduzione al machine learning. Dopo aver chiarito le principali tecniche di apprendimento supervisionato e non supervisionato, si analizzeranno casi d'uso concreti (come la previsione del churn, la classificazione clienti, o la stima della domanda). La parte finale sarà dedicata alla comunicazione dei risultati, all'interpretazione dei modelli e ai temi emergenti dell'Explainable AI e dei bias algoritmici, con riflessioni critiche sull'etica nell'uso dei dati.

STRUMENTI

Orange • Tableau • BigML

Ai for HR

Programma

Il seminario si propone di fornire una visione completa e operativa degli strumenti e delle tecniche fondamentali per progettare, gestire e far crescere modelli di business e strategie di vendita nell'economia digitale contemporanea. **Attività laboratoriali**

La prima parte è dedicata all'utilizzo del Business Model Canvas, uno strumento visuale e strategico indispensabile per comprendere come un'impresa crea, distribuisce e cattura valore.

I partecipanti impareranno a strutturare il modello di business in nove blocchi funzionali, sviluppando competenze critiche nell'analisi dei segmenti di clientela, delle proposte di valore, dei canali di distribuzione, dei flussi di ricavo, delle risorse e attività chiave, dei partner e della struttura dei costi. L'approccio è pratico e orientato all'uso del Canvas come leva per l'innovazione, la coerenza strategica e l'adattamento continuo in un contesto competitivo in rapida evoluzione.

Ma l'AI non si ferma alla selezione: può supportare l'onboarding, la valutazione delle performance, l'analisi del clima aziendale e persino la costruzione di percorsi di carriera personalizzati. Approfondiremo tool e piattaforme in grado di suggerire corsi formativi, mappare le competenze e identificare i talenti nascosti all'interno dell'organizzazione.

COMPETENZE ACQUISITE

Attraverso sessioni teoriche, casi pratici ed esercitazioni guidate, i partecipanti acquisiranno competenze operative per introdurre l'AI nei processi HR con consapevolezza, responsabilità e visione strategica.

STRUMENTI

TestGorilla • Pymetrics • CVViz

Extra Live Lab

Laboratorio di AI Business Strategy & Tech Go-To-Market (3 CFU)

3 CFU

Il laboratorio rappresenta il momento di applicazione pratica delle competenze acquisite durante il percorso formativo. Attraverso un caso di studio aziendale, gli studenti **svilupperanno una strategia AI Business Strategy & Tech Go-To-Market**, integrando metodologie di AI Strategy, Product Marketing, Sales Enablement e Customer Journey Automation.

Laboratorio finale previsto per i diplomati; partecipazione facoltativa per i laureati.

ATTIVITÀ LABORATORIALI

- Analisi del contesto aziendale e del livello di adozione dell'Intelligenza Artificiale.
- Definizione della Value Proposition e analisi del mercato e dei competitor.
- Progettazione del piano di Sales Enablement e del Customer Journey B2B.
- Definizione di KPI e metriche per la misurazione del valore economico generato dall'AI.
- Presentazione finale del progetto sviluppato sul caso aziendale.

Career Lab

Il progetto **Employability 4 Digital School** nasce con l'obiettivo di lavorare sull' "occupabilità" degli studenti, attraverso colloqui individuali motivazionali e di orientamento. I colloqui individuali (prenotabili online) sono affiancati da workshop dedicati a come approcciare il mondo del lavoro.

Come scrivere un curriculum in modo efficace

- Presentazione professionale "headline"
- CV anti-cronologico
- CV funzionale
- Colloquio di lavoro
- Come prepararsi al colloquio
- Le domande più frequenti
- Hard & soft skills, punti di forza e di debolezza
- Gli steps ed il processo di selezione

La ricerca attiva del lavoro

- Auto valutazione, competenze ed obiettivo professionale
- Come fare mappatura rispetto il proprio obiettivo professionale
- La ricerca attiva, lato selezione: LinkedIn Recruiter - ATS e Seo
- Ottimizzazione del profilo LinkedIn

Colloquio di lavoro

- Come prepararsi al colloquio
- Le domande più frequenti
- Hard & soft skills, punti di forza e di debolezza
- Gli steps ed il processo di selezione

Personal vision & IKIGAI

- Dal business model canvas, al personal business model canvas
- Focus su personal vision
- Il proprio progetto personale: IKIGAI
- Risorse e capacità

Intelligenza artificiale e ricerca del lavoro

- Evoluzione del concetto di fare recruiting
- Ottimizzare le proprie candidature
- Crea il tuo piano di sviluppo
- **Cosa sono e come riconoscere le keywords:** dove inserire le keywords e come trovare le parole chiave giuste per il tuo curriculum