

Специализированная магистратура МВА в области управления аудиовизуальной индустрией



tech технологический
университет



Специализированная магистратура МВА в области управления аудиовизуальной индустрией

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/design/professional-master-degree/master-mba-audiovisual-business-management

Оглавление

01

Презентация

02

Цели

03

Компетенции

04

Руководство курса

05

Структура и содержание

стр. 4

стр. 8

стр. 16

стр. 20

стр. 40

06

Методология

07

Квалификация

стр. 54

стр. 62

01

Презентация

Аудиовизуальное производство стало видом искусства, помогающим создавать продукт для СМИ и других отраслей. Сегодня на него повлияли бесчисленные технологические достижения, и то, что ранее было известно как «кино и телевидение», стало областью, которая адаптировалась к различным цифровым медиа, появившимся в последние годы. По этой причине для работы в данной области требуется широкое знание различных отраслей и контекстов аудиовизуальной отрасли. Эта программа была разработана для того, чтобы предоставить дизайнеру актуальную и исчерпывающую информацию с надежностью и серьезностью крупнейшего в мире образовательного онлайн-учреждения.



66

Получите универсальные и специальные компетенции, необходимые для успешной работы с реальностью культурной журналистики в различных областях”

Разнообразные изменения в аудиовизуальной индустрии стремительно ускоряются, подпитываясь социальными, экономическими и культурными движениями во всем мире. Поэтому для точной и успешной работы в этом секторе специалисту потребуются обширные, но конкретные знания в различных областях и контекстах аудиовизуального сектора.

По этой причине цель данной программы ясна: предоставить необходимые инструменты для организации и управления процессами различных трудовых областей, задействованных в производстве аудиовизуальной продукции. Исходя из этого, мы начнем с изучения понятий индустрии и культуры, изучая культурную журналистику и то, как она работает.

Вначале, техническая часть, посвященная реализации проектов с теоретической и практической точки зрения, проведет студента по исследованию от идеи до постановки. Данный подход даст вам теоретические знания и умение применять их на практике, который будет присутствовать на протяжении всего обучения по различным темам. Таким образом, все полученные знания будут преобразованы в реальные профессиональные навыки, которые позволяют специалисту значительно увеличить свой потенциал. В результате, учащиеся смогут понять структуру аудиовизуальной системы и установить, как производство этого типа содержания предполагает его финансирование и оценку инвестиций с точки зрения затрат и выгод.

Другой важный аспект связан непосредственно с более творческой стороной отрасли. По этой причине будут установлены основы, определяющие направление режиссуры актеров в художественном произведении и создание нарративного дискурса. Эти данные позволят вам еще больше углубиться в понимание индустрии культуры и новых моделей коммуникации, которые разрабатываются в настоящее время. В этом смысле глубокое знание новых жанров и форматов, используемых на телевидении, является обязательным. Обучение, которое даст вам необходимую перспективу, чтобы позиционировать себя в вашем собственном стиле творчества и таким образом достичь вашей целевой аудитории.

Все материалы доступны в 100% онлайн-режиме, что обеспечивает студентам возможность комфортного изучения в любом месте и в любое время. Вам понадобится только устройство с доступом в интернет, чтобы сделать шаг вперед в своей карьере. Форма обучения, соответствующая современным требованиям, со всеми гарантиями в высокостребованной области.

Данная программа **MBA в области управления аудиовизуальными компаниями** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- Новейшие технологии в области программного обеспечения для электронного обучения
- Абсолютно наглядная система обучения, подкрепленная графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- Современные интерактивные видеосистемы
- Дистанционное преподавание
- Постоянное обновление и переработка знаний
- Саморегулируемое обучение: абсолютная совместимость с другими обязанностями
- Практические упражнения для самооценки и проверки знаний
- Группы поддержки и образовательная совместная деятельность: вопросы эксперту, дискуссии и форумы знаний
- Коммуникация с преподавателем и индивидуальная работа по рефлексии полученных знаний
- Доступ к учебным материалам возможен с любого стационарного или мобильного устройства, имеющего подключение к Интернету
- Постоянный доступ к дополнительным материалам во время и после окончания программы



Узнайте, поймите и определите новые проблемы в журналистике, культуре и веб 3.0 и позиционируйте себя как профессионала высочайшего уровня"

“

*Изучите основы работы
аудиовизуальной системы
с помощью программы,
осуществляемой на 100%
в режиме онлайн”*

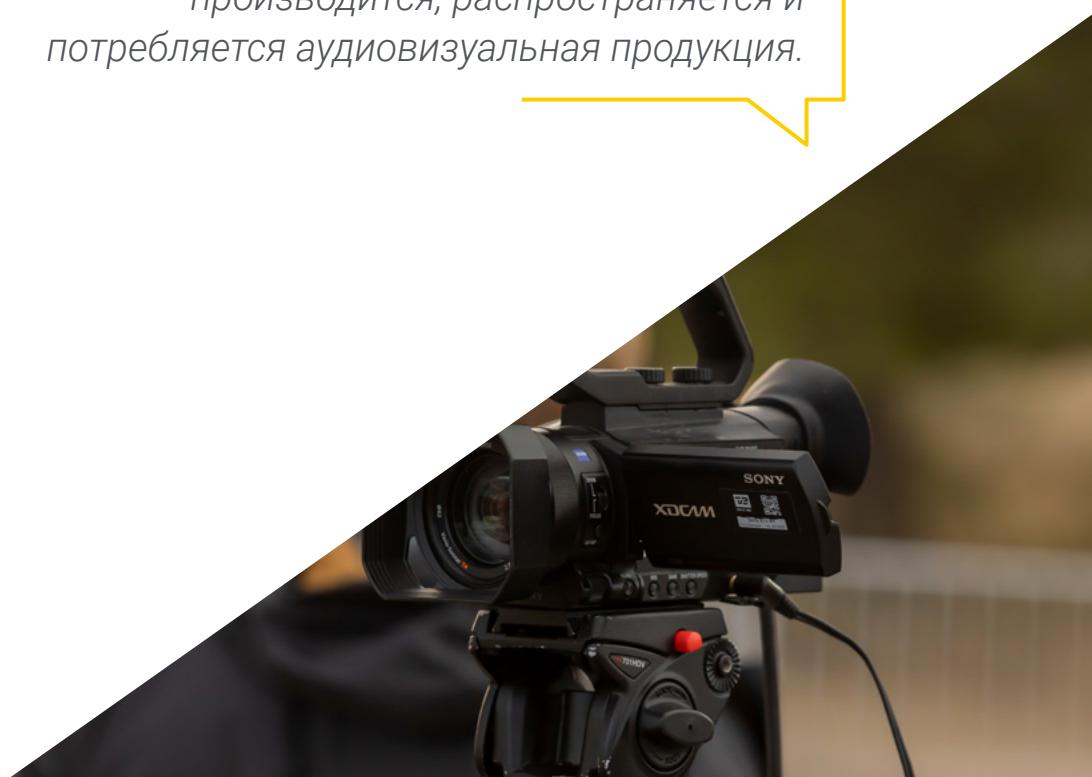
В преподавательский состав программы входят профессионалы отрасли, признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов, которые привносят в обучение опыт своей работы.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Формат этой программы основан на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие во время обучения. В этом студенту поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Приобретите способность к теоретическому и критическому анализу организационных структур аудиовизуальной коммуникации, к пониманию основных идей, и к соотношению концепций и элементов.

Изучите исторические, экономико-политические, социальные и технологические рамки, в которых производится, распространяется и потребляется аудиовизуальная продукция.



02

Цели

TECH сопровождает своих студентов в создании лучшей версии себя, предоставляя им доступ к наиболее современной и полной информации на рынке, фокусируясь на достижении глобального импульса к развитию студентов не только в академической сфере, в которой мы устанавливаем самые высокие стандарты качества, но и в личной сфере. Таким образом, программа, посвященная управлению аудиовизуальными компаниями, направлена на расширение ранее полученной студентом информации в области журналистики и аудиовизуальной индустрии, обучая выполнению определенных функций в этой области.





“

Достигайте своих профессиональных
целей и учитесь эффективно использовать
технологические инструменты в
аудиовизуальном процессе”



Общие цели

- ♦ Расширить знания и информированность студента в области журналистики, а именно, в сфере менеджмента аудиовизуальной индустрии
- ♦ Научиться выполнять обязанности в этой области в специализированной и профессиональной среде

“

Анализируйте и разрабатывайте инновационные стратегии, способствующие улучшению процессов управления и принятия решений в управлении аудиовизуальной индустрией”





Конкретные цели

Модуль 1. Культурная журналистика

- ◆ Обладать общими и специфическими компетенциями, необходимыми для успешной работы с реальностью культурной журналистики в различных областях
- ◆ Глубоко изучить цифровые коммуникации и культурную журналистику
- ◆ Уметь определять, создавать и развивать истории с различными охватывающими их моментами, отличающиеся точностью и личным брендингом
- ◆ Знать и развивать основные принципы документирования в культурной журналистике
- ◆ Знать, понимать и определять новые проблемы в журналистике, культуре и веб 3.0
- ◆ Ознакомиться с использованием социальных сетей в культурной журналистике и журналистских жанрах
- ◆ Уметь использовать информацию через социальные сети и разработать план коммуникации
- ◆ Разработать конкретное содержание в рамках культурной журналистики с учетом позиционирования

Модуль 2. Теория и техника производства

- ◆ Знать рабочую среду производственной команды: технологические средства, технические регламенты и персонал. Роль режиссера в профессиональном контексте: компетенции и обязанности
- ◆ Знать креативный путь идеи, от сценария до продукта на экране
- ◆ Изучить основы элементов постановки
- ◆ Уметь анализировать и предвидеть необходимые средства на основе последовательности действий
- ◆ Приобрести способность планировать повествовательные и документальные серии в соответствии с имеющимися средствами
- ◆ Знать основные техники производства

- ◆ Определять и соответствующим образом использовать технологические инструменты на различных этапах аудиовизуального процесса
- ◆ Научиться применять на практике фундаментальные элементы и процессы аудиовизуального повествования
- ◆ Знать характеристики, использование и потребности многокамерных аудиовизуальных проектов
- ◆ Уметь переносить телевизионные программы с телевизора на экран
- ◆ Понимать потребности и преимущества командной работы в многокамерных аудиовизуальных проектах

Модуль 3. Структура аудиовизуальной системы

- ◆ Знать основы функционирования аудиовизуальной системы (знать основное содержание, знать об авторах/текстах, над которыми работали по каждому предмету)
- ◆ Приобрести способность к теоретическому и критическому анализу организационных структур аудиовизуальной коммуникации (понимать основные идеи, соотносить концепции и элементы)
- ◆ Изучить исторические, экономико-политические, социальные и технологические рамки, в которых производится, распространяется и потребляется аудиовизуальная продукция
- ◆ Изучить природу и взаимосвязи между субъектами аудиовизуальной коммуникации: авторами, учреждениями, компаниями, СМИ, поддержкой и получателями
- ◆ Определить текущие проблемы и дебаты, касающиеся аудиовизуальной системы

Модуль 4. Аудиовизуальное производство

- ◆ Знать исторические истоки аудиовизуального производства и его эволюцию в современном обществе
- ◆ Определить теоретические концепции, определяющие процессы производства аудиовизуальных произведений
- ◆ Знать правовую базу и законодательство, которое регулирует сектор аудиовизуальной продукции, и его влияние на различные форматы производства
- ◆ Уметь определять производственный дизайн аудиовизуального произведения на основе анализа источников его финансирования
- ◆ Определить различные статьи бюджета аудиовизуального произведения
- ◆ Отметить производственные решения на основе окончательного экземпляра аудиовизуальной продукции
- ◆ Определить способы реализации и маркетинга аудиовизуальной продукции
- ◆ Определить и классифицировать рабочие команды и соответствующие и необходимые технические средства для каждой фазы проекта: препродакшн, запись/съемка, постпродакшн
- ◆ Регулировать процесс амортизации аудиовизуальной продукции

Модуль 5. Постановка литературных сценариев и режиссура актеров

- ◆ Предоставить студенту теоретические и технические основы, а также методы для решения проблем производства аудиовизуальной художественной продукции в различных средствах массовой информации и технологиях с повествовательной и эстетической точек зрения
- ◆ Изучить процессы создания, производства и постпродакшна аудиовизуальных произведений (кино, телевидение), а также основные элементы повествования (изображение и звук)
- ◆ Владеть теоретическими моделями построения повествования, механизмами, вовлеченными в создание историй и их артикуляцию через постановку, монтаж и постпродакшн

- ◆ Ознакомиться с целостной постановкой кинематографических и телевизионных аудиовизуальных спектаклей, брать на себя ответственность за режиссуру актерами и подстраиваться под сценарий, рабочий план или составленный ранее бюджет
- ◆ Обладать навыками и умением режиссуры/кинопроизводства в соответствии со сценарием и планом съемок
- ◆ Соотносить кино с другими изобразительными искусствами, такими как фотография и живопись
- ◆ Проанализировать различия между режиссурой для театра и для кино, чтобы понять особенности двух языков
- ◆ Понимать режиссерскую трактовку и ее особенности, чтобы сделать общение актера и режиссера более свободным

Модуль 6. Индустрии культуры и новые коммуникационные бизнес-модели

- ◆ Изучить изменения, произошедшие в индустрии культуры в связи с поставкой и потреблением цифровых сетей, в их экономических, политических и социокультурных аспектах
- ◆ Глубоко изучить проблемы, которые цифровая среда поставила перед бизнес-моделями журналистских компаний и других традиционных культурных индустрий
- ◆ Проанализировать и разработать инновационные стратегии, способствующие совершенствованию процессов управления и принятия решений, а также разработке информационных продуктов в соответствии с потребностями аудитории и рекламодателей
- ◆ Понимать изменения в процессах организации и управления стратегическими, человеческими, материальными и техническими ресурсами новых предприятий в цифровой среде

Модуль 7. Управление и продвижение аудиовизуальной продукции

- ◆ Знать фундаментальные понятия, регулирующие дистрибуцию, коммерциализацию и распространение аудиовизуального продукта в современном обществе
- ◆ Определить различные витрины аудиовизуальных выставок и следить за амортизацией
- ◆ Понять стратегии исполнительного производства при разработке и последующем распространении аудиовизуальных проектов.
- ◆ Определить маркетинговый дизайн аудиовизуальной продукции через его влияние на различные современные аудиовизуальные СМИ
- ◆ Знать историю и современные проблемы кинофестивалей
- ◆ Определить различные категории и формы проведения кинофестивалей
- ◆ Анализировать и истолковывать экономическую, культурную и эстетическую логику кинофестивалей на местном, национальном и глобальном уровнях

Модуль 8. Телевизионные жанры, форматы и программы

- ◆ Изучить понятие жанра в применении к художественным произведениям и телевизионным развлекательным программам
- ◆ Различать и интерпретировать различные жанры художественной продукции и телевизионных передач, а также их эволюцию с течением времени
- ◆ Обладать способностью к культурному, социальному и экономическому анализу телевизионных жанров как основы практики создания и потребления аудиовизуальных произведений
- ◆ Знать модификации и гибридные изменения, которые происходят в телевизионных жанрах в контексте современного телевидения
- ◆ Распознавать различные форматы в контексте современного телевизионного ландшафта
- ◆ Определить ключевые особенности формата, его структуру, функционирование и факторы влияния
- ◆ Уметь интерпретировать, анализировать и комментировать телевизионный формат с профессиональной, эстетической и культурной точек зрения

- ◆ Знать основные приемы и процессы программирования на телевидении общего профиля
- ◆ Понимать и критически анализировать процессы телевизионного предложения, его эволюцию и текущую реальность, в связи с феноменом приема и социальными и культурными контекстами, в которых оно производится

Модуль 9. Аудиовизуальная аудитория

- ◆ Знать на теоретическом уровне течения исследований, посвященных аудиовизуальной рецепции
- ◆ Определять различия между подходами к изучению аудиовизуальной рецепции и современным состоянием искусства
- ◆ Понять функционирование социальных сетей как фундаментальной части современной аудиовизуальной среды
- ◆ Понимать связь между аудиторией и контентом
- ◆ Понимать преобразования, вызванные цифровизацией

Модуль 10. Сценарии для телевидения: программы и художественные произведения

- ◆ Понимать креативный и производственный процесс при разработке художественного сценария для телевидения
- ◆ Определить различные жанры телевизионных программ, чтобы выбрать необходимые для них сценарные приемы.
- ◆ Знать различные инструменты, доступные телевизионному сценаристу
- ◆ Узнать, как формат телевизионной программы связан с техникой ее написания
- ◆ Понять основы структуры формата телевизионной программы
- ◆ Получить глобальный обзор международных франшиз по форматам телевизионных программ
- ◆ Использовать критическую точку зрения при анализе различных жанров и форматов телевизионных программ на основе их сценариев
- ◆ Знать, как представить проект сценария для телесериала

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- ◆ Проанализировать влияние глобализации на корпоративное управление и корпоративную социальную ответственность
- ◆ Оценить значимости эффективного лидерства в управлении и успехе компаний
- ◆ Определить стратегии кросс-культурного менеджмента и их актуальность в различных бизнес-средах
- ◆ Развить лидерские навыки и понять современные проблемы, стоящие перед лидерами
- ◆ Определить принципы и практику деловой этики и их применение в принятии корпоративных решений
- ◆ Структурировать стратегии внедрения и повышения устойчивости и социальной ответственности в бизнесе

Модуль 12. Управление персоналом и талантами

- ◆ Определить взаимосвязь между стратегическим менеджментом и управлением человеческими ресурсами
- ◆ Углубиться в компетенции, необходимые для эффективного управления человеческими ресурсами по компетенциям
- ◆ Освоить методики оценки эффективности и управления эффективностью
- ◆ Интегрировать инновации в управлении талантами и их влияние на удержание и лояльность персонала
- ◆ Разработать стратегии мотивации и развития высокоэффективных команд
- ◆ Предложить эффективные решения по управлению изменениями и разрешению конфликтов в организациях





Модуль 13. Финансово-экономическое управление

- ◆ Анализировать макроэкономическую среду и ее влияние на национальную и международную финансовую систему
- ◆ Определять информационные системы и Business Intelligence для принятия финансовых решений
- ◆ Различать ключевые финансовые решения и управление рисками в финансовом менеджменте
- ◆ Оценить стратегии финансового планирования и получения финансирования бизнеса

Модуль 14. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг

- ◆ Описать концептуальные основы и важность коммерческого менеджмента в компаниях
- ◆ Изучить основополагающие элементы и виды деятельности маркетинга и их влияние на организацию
- ◆ Определить этапы процесса стратегического маркетингового планирования
- ◆ Оценить стратегии по улучшению корпоративной коммуникации и цифровой репутации компании

Модуль 15. Управленческий менеджмент

- ◆ Определить понятие общего менеджмента и его значение для управления бизнесом
- ◆ Оценить роль и ответственность руководства в организационной культуре
- ◆ Анализировать важность управления операциями и управления качеством в цепочке создания стоимости
- ◆ Развить навыки межличностного общения и публичных выступлений для подготовки пресс-секретарей

03

Компетенции

После завершения этой программы студент будет иметь более полное представление об управлении аудиовизуальной индустрией. В ходе освоения программы студент приобретет навыки и умения, которые позволят ему продвинуться по карьерной лестнице. Следовательно, специалист сможет понять глобальное управление коммуникационным проектом на каждом из его этапов, принимать правильные решения при любых обстоятельствах и сохранять объективность мышления в любое время.



66

Усовершенствуйте свою способность
к пониманию и критическому анализу
процессов телевизионного вещания"



Общий профессиональный навык

- ◆ Разработать глобальное управление аудиовизуальным коммуникационным проектом во всех его аспектах с полным контролем над различными агентами и процессами, которые в нем участвуют

“

Изучите изменения, произошедшие в культурных индустриях в связи с поставкой и потреблением цифровых сетей, и сделайте шаг, необходимый для улучшения своей профессиональной деятельности



Профессиональные навыки

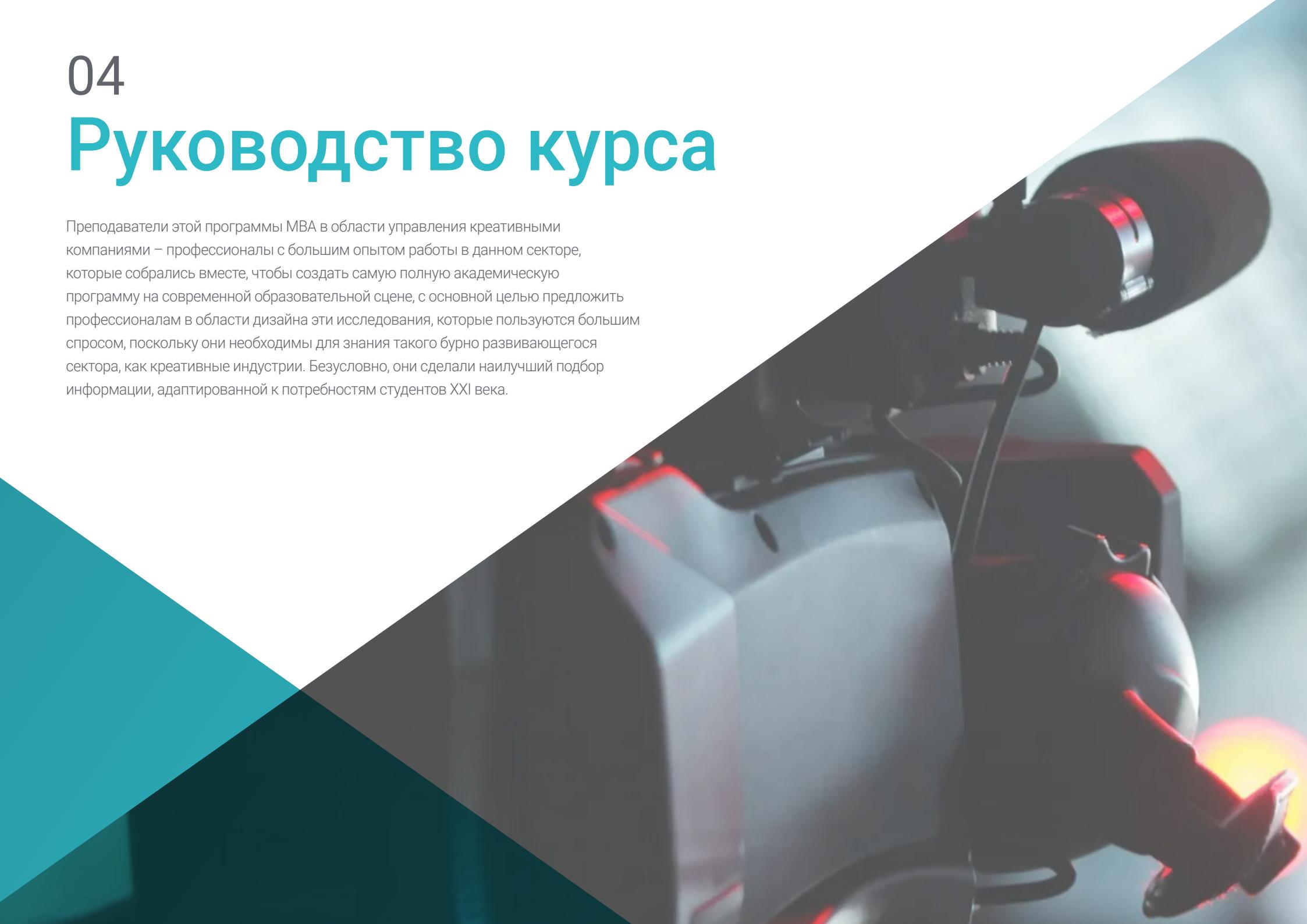
- ◆ Описывать, что такое культурная журналистика
- ◆ Уметь эффективно перемещаться в сети 3.0
- ◆ Использовать социальные сети в журналистской среде
- ◆ Знать состав команд по производству аудиовизуальной продукции
- ◆ Организовывать постановку
- ◆ Планировать описательные действия с учетом имеющихся средств
- ◆ Освоить различные фазы аудиовизуального проекта
- ◆ Использовать многокамерную систему
- ◆ Знать и применять организационные структуры аудиовизуальной коммуникации
- ◆ Уметь адаптироваться к современным формам потребления
- ◆ Знать реляционный код различных агентов аудиовизуальной коммуникации
- ◆ Иметь контекстуальное представление
- ◆ Описывать историческую эволюцию аудиовизуального производства
- ◆ Знать правовую базу
- ◆ Создавать продукты с учетом имеющегося финансирования
- ◆ Распределить бюджет по различным статьям

- ◆ Знать каналы распределения
- ◆ Организовывать различные команды людей
- ◆ Планировать амортизацию аудиовизуальной продукции
- ◆ Производить аудиовизуальный продукт на разных носителях
- ◆ Знать о различных креативных и продуктивных процессах
- ◆ Создавать и контролировать создание аудиовизуальной истории
- ◆ Организовать постановку аудиовизуального проекта
- ◆ Управлять аудиовизуальным проектом
- ◆ Режиссировать актерами
- ◆ Адаптироваться к изменениям предложения и потребления
- ◆ Распознавать задачи цифрового пространства
- ◆ Разрабатывать инновационные стратегии управления
- ◆ Знать, как организовать эффективное распространение аудиовизуальной продукции
- ◆ Контролировать амортизацию продукта
- ◆ Применять исполнительную организацию для решения этих задач
- ◆ Распознавать различные маркетинговые схемы
- ◆ Объяснять текущее положение кино в этом контексте
- ◆ Распознавать все жанры аудиовизуальной продукции
- ◆ Объяснять взаимосвязь между гендером и социальным моментом
- ◆ Понимать текущее состояние телевизионного потребления
- ◆ Распознавать различные коммуникативные преимущества различных форматов в зависимости от культурных контекстов
- ◆ Определить различные направления исследований в аудиовизуальном секторе
- ◆ Понять, как работают сети с этой точки зрения
- ◆ Описать отношения между аудиторией и контентом
- ◆ Знать, какие адаптации необходимы для цифровизации аудиовизуальных материалов
- ◆ Знать, как происходит процесс создания сценария художественного произведения
- ◆ Знать, какой тип сценария необходим каждому жанру
- ◆ Знать работу телевизионного сценариста
- ◆ Знать различные франшизы телевизионных форматов
- ◆ Представить проект телевизионного сериала

04

Руководство курса

Преподаватели этой программы MBA в области управления креативными компаниями – профессионалы с большим опытом работы в данном секторе, которые собрались вместе, чтобы создать самую полную академическую программу на современной образовательной сцене, с основной целью предложить профессионалам в области дизайна эти исследования, которые пользуются большим спросом, поскольку они необходимы для знания такого бурно развивающегося сектора, как креативные индустрии. Безусловно, они сделали наилучший подбор информации, адаптированной к потребностям студентов XXI века.



“

Учитесь с лучшими преподавателями
современности и научитесь всему,
что они могут предложить вам”

Приглашенный международный руководитель

Награжденная журналом Women We Admire за лидерство в новостном секторе, Амира Сиссе является авторитетным экспертом в области аудиовизуальных коммуникаций. Большую часть своей профессиональной карьеры она посвятила управлению международными проектами для известных брендов, основанными на самых инновационных маркетинговых стратегиях.

В этом смысле ее стратегические навыки и способность интегрировать новые технологии в мультимедийные контентные повествования авангардным способом позволили ей стать частью известных учреждений глобального масштаба. Например, Google, NBCUniversal или Frederator Networks в Нью-Йорке. Таким образом, ее работа была сосредоточена на создании коммуникационных кампаний для различных компаний, генерируя высококреативный аудиовизуальный контент, который эмоционально соединяется с аудиторией. Благодаря этому многим компаниям удалось сформировать лояльность потребителей в течение длительного периода времени, а также укрепить свое присутствие на рынке и обеспечить долгосрочную устойчивость.

Стоит отметить, что ее богатый опыт работы простирается от производства телевизионных программ или создания сложных маркетинговых технологий до управления визуальным контентом в основных социальных сетях. В то же время она считается настоящим стратегом, который выявляет культурно значимые возможности для клиентов. При этом она разрабатывает тактику, соответствующую ожиданиям и потребностям аудитории, что позволяет компаниям реализовывать экономически эффективные решения.

Будучи твердо привержена идеи развития аудиовизуальной индустрии и совершенству в своей повседневной практике, она совмещает эти функции с ролью исследователя. Так, она написала множество научных статей, специализирующихся на таких новых областях, как динамика поведения пользователей в Интернете, влияние киберспорта на сферу развлечений и даже новейшие тенденции для повышения креативности.



Г-жа Cissé, Amirah

- Директор по глобальной клиентской стратегии в NBCUniversal в Нью-Йорке, США
- Эксперт по стратегии в Horizon Media, Нью-Йорк
- Менеджер по взаимодействию в Google, Калифорния
- Культурный стратег в Spaks & honey, Нью-Йорк
- Менеджер по работе с клиентами в Reelio, Нью-Йорк
- Координатор по работе с клиентами в Jun Group, Нью-Йорк
- Специалист по контент-стратегии в Frederator Networks, Нью-Йорк
- Исследователь в Генеалогическом и биографическом обществе Нью-Йорка
- Академическая стажировка по социологии и антропологии в Университете Канда Гайго
- Степень бакалавра изящных искусств по специальности «Социология» в Колледже Уильямса
- Сертификация по: Тренинги для руководителей и коучинг руководителей, маркетинговые исследования

“

Благодаря TECH вы
сможете учиться у лучших
мировых профессионалов”

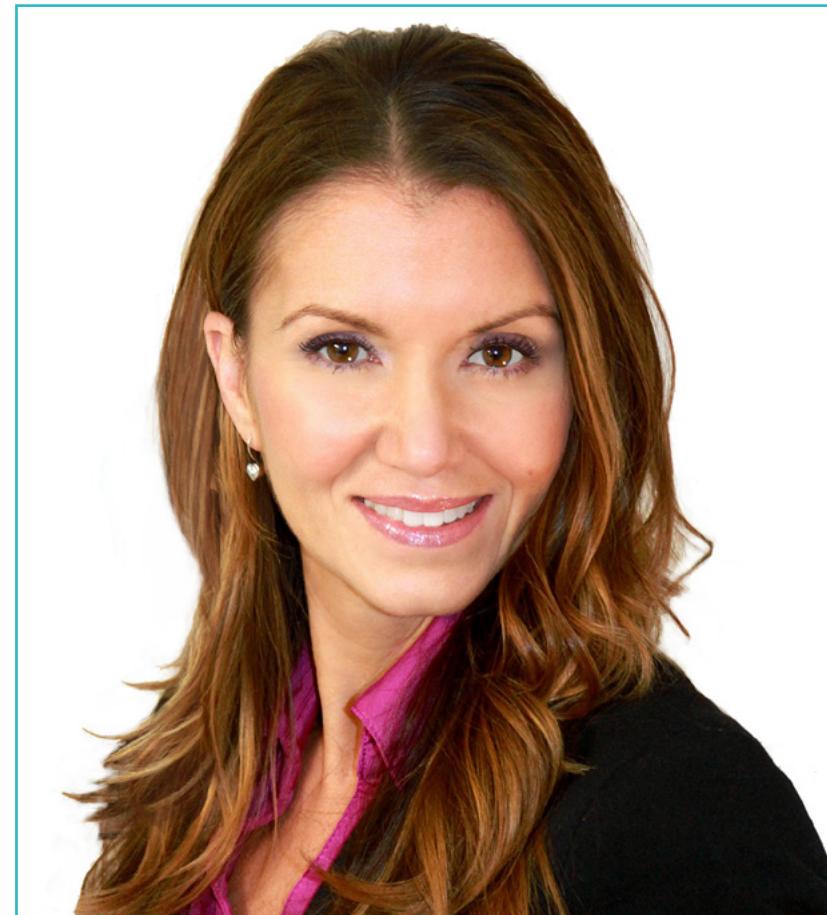
Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженифер Дав является экспертом в области рекрутинга и технологической стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка Fortune 50, таких как NBCUniversal и Comcast. Ее послужной список позволил ей добиться успеха в конкурентной среде с высокими темпами роста.

В качестве вице-президента по привлечению талантов в Mastercard она курирует стратегию и реализацию программы привлечения талантов, сотрудничая с бизнес-лидерами и отделом кадров для достижения операционных и стратегических целей найма. В частности, она стремится создать разнообразные, инклюзивные и высокопроизводительные команды, которые будут способствовать инновациям и росту продуктов и услуг компании. Кроме того, она является экспертом в использовании инструментов для привлечения и удержания лучших специалистов со всего мира. Она также отвечает за усиление бренда и ценностного предложения Mastercard через публикации, мероприятия и социальные сети.

Дженифер Дав демонстрирует свое стремление к постоянному профессиональному развитию, активно участвуя в работе сетей HR-специалистов и принимая участие в принятии на работу большого количества сотрудников в различных компаниях. Получив степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами, она занимала руководящие должности в сфере рекрутинга в компаниях различных направлений.

Она получила признание за способность руководить организационными преобразованиями, внедрять технологии в процессы подбора персонала и разрабатывать программы для руководителей, которые готовят учреждения к предстоящим испытаниям. Она также успешно реализовала оздоровительные программы, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



Г-жа Дав, Дженифер

-
- Вице-президент по поиску талантов в Mastercard, Нью-Йорк, США
 - Директор по привлечению талантов в NBCUniversal, Нью-Йорк, США
 - Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
 - Директор по подбору персонала в Rite Hire Advisory
 - Исполнительный вице-президент отдела продаж в Ardor NY Real Estate
 - Директор по подбору персонала в Valerie August & Associates
 - Исполнительный директор по работе с клиентами в BNC
 - Менеджер по работе с клиентами в Vault
 - Степень бакалавра в области организационная коммуникация Университета Майами

“

Благодаря TECH вы
сможете учиться у лучших
мировых профессионалов”

Приглашенный руководитель международного уровня

Лидер в области технологий с десятилетним опытом работы в крупных транснациональных корпорациях, Рик Готье занимает видное место в сфере облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как высокоэффективный лидер и руководитель команды, демонстрирующий природный талант обеспечивать высокий уровень вовлеченности своих сотрудников.

Он прекрасно разбирается в стратегии и инновациях, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свои успехи качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-службы компании в США. В Microsoft он руководил командой из 104 человек, отвечая за обеспечение корпоративной ИТ-инфраструктуры и поддержку отделов разработки продуктов по всей компании.

Этот опыт позволил ему выделиться как высокоэффективному руководителю с выдающимися способностями к повышению эффективности, производительности и общей удовлетворенности клиентов.



Г-н Готье, Рик

-
- Региональный директор по ИТ в Amazon, Сиэтл, США
 - Старший менеджер программ в Amazon
 - Вице-президент компании Wimmer Solutions
 - Старший директор по продуктивным инженерным услугам в Microsoft
 - Степень по кибербезопасности в Университете Западных Губернаторов
 - Профессиональный сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
 - Степень в области экологических исследований в Эвергринском государственном колледже

“

Используйте возможность ознакомиться с последними достижениями в этой области, чтобы применять их в вашей повседневной практике”

Приглашенный руководитель международного уровня

Роми Арман является известным международным экспертом с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. На протяжении всей своей карьеры он не раз шел на риск и постоянно выступал за инновации и изменения в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Благодаря этому он помог таким компаниям, как Shell Energy, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют неоспоримое влияние, поскольку они позволили некоторым корпорациям улучшить опыт как потребителей, так и сотрудников и акционеров. Успех этого эксперта можно оценить с помощью таких осязаемых показателей, как CSAT, вовлеченность сотрудников в работу учреждений, в которых он работал, и рост финансового показателя EBITDA в каждом из них.

Кроме того, в своей профессиональной карьере он возвращал и возглавлял высокоеффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В компании Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать "рентабельную декарбонизацию" и перестроить фрагментированный ландшафт данных, цифровых технологий и технологий. Таким образом, его усилия показали, что для достижения устойчивого успеха необходимо исходить из потребностей потребителей и закладывать основы для трансформации процессов, данных, технологий и культуры.

С другой стороны, этот руководитель выделяется своим мастерством в области бизнес-применения искусственного интеллекта, по которому он получил степень в аспирантуре Лондонской школы бизнеса. В то же время он накопил опыт в области IoT и Salesforce.



Г-н Арман, Роми

- Директор по цифровой трансформации (CDO) в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (автомобильные комплектующие и розничная торговля) для компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре.
- Степень бакалавра от Университета Лидса
- Степень аспиранта Лондонской школы бизнеса по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена
- Профессиональный сертификат CCXP Customer Experience
- Курс по цифровой трансформации для руководителей от IMD

“

Вы хотите обновить свои знания, получив образование высочайшего качества? TECH предлагает вам самый актуальный контент на академическом рынке, разработанный настоящими экспертами международного уровня”

Приглашенный руководитель международного уровня

Мануэль Аренс – опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. В действительности Аренс занимает должность менеджера по глобальным закупкам в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он провел большую часть своей карьеры. Находясь в Маунтин-Вью (Калифорния), он занимался решением таких операционных задач технологического гиганта, как обеспечение целостности основных данных, обновление данных о поставщиках и определение их приоритетности. Он руководил планированием цепочки поставок центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что позволило добиться значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области предоставления цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиааналитику, измерения и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе BIM Leadership Award, Search Leadership Award, Export Lead Generation Programme Award и EMEA Best Sales Model Award.

Аренс также занимал должность менеджера по продажам в Дублине, Ирландия. На этой должности он за три года сформировал команду из 4-14 человек и привел отдел продаж к достижению результатов и эффективному взаимодействию друг с другом и межфункциональными группами. Он также работал старшим отраслевым аналитиком в Гамбурге (Германия), создавая сторилайны для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и составлял подробные отчеты, демонстрирующие экспертные знания в предметной области, включая понимание макроэкономических и политических/регуляторных факторов, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также возглавлял команды в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт управления клиентами и цепочками поставок. Его особенно отличает умение постоянно превосходить ожидания, выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения проблем отрасли сделали его выдающимся лидером в своей области.



Г-н Аренс, Мануэль

-
- Генеральный менеджер по глобальным закупкам в области Google, Маунтин-Вью, США
 - Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в Google, США
 - Директор по продажам в Google, Ирландия
 - Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
 - Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
 - Кредиторская задолженность в Eaton, Великобритания
 - Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия

“

Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим учебным материалам, находящимся на передовой линии технологий и образования, которые разрабатываются всемирно известными специалистами в этой области"

Приглашенный руководитель международного уровня

Андреа Ла Сала – опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали значительное влияние на индустрию моды. На протяжении своей успешной карьеры он решал различные задачи, связанные с продуктом, мерчандайзингом и коммуникациями. Все это связано с такими престижными брендами, как Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein и другими.

Результаты работы этого высокопоставленного руководителя международного уровня связаны с его доказанной способностью синтезировать информацию в четкие схемы и осуществлять конкретные действия в соответствии с конкретными бизнес-целями. Кроме того, его признают за проактивность и адаптацию к быстро меняющемуся ритму работы. Ко всему этому он добавляет сильное коммерческое понимание, видение рынка и искреннюю страсть к продукции.

В качестве директора по глобальному бренду и мерчандайзингу в Giorgio Armani он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли, потребностей и поведения потребителей. В этой роли Ла Сала также отвечал за формирование маркетинга продукции на различных рынках, выступая в качестве руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж.

С другой стороны, в таких компаниях, как Calvin Klein или Gruppo Coin, он занимался проектами по улучшению структуры, разработке и маркетингу различных коллекций. Он также отвечал за создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Андреа управлял условиями, затратами, процессами и сроками поставки для различных операций.

Этот опыт сделал Андреа Ла Сала одним из лучших и наиболее квалифицированных корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши. Обладая высоким управленческим потенциалом, он сумел эффективно реализовать позитивное позиционирование различных брендов и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



Г-н Ла Сала, Андреа

- Директор по глобальному бренду и мерчандайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- Директор по мерчандайзингу в компании Calvin Klein
- Управляющий брендом в Gruppo Coin
- Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- Маркетинговый аналитик в Fastweb
- Выпускник факультета бизнеса и экономики Восточного университета Пьемонта

“

Самые квалифицированные и опытные специалисты международного уровня ждут вас в ТЕСН, чтобы предложить вам первоклассное обучение, обновленное и основанное на последних научных данных. Чего вы ждете, чтобы поступить?"

Приглашенный руководитель международного уровня

Мик Грэм является синонимом инноваций и передового опыта в области бизнес-аналитики на международном уровне. Его успешная карьера связана с руководящими должностями в таких транснациональных корпорациях, как Walmart и Red Bull. Он также известен своей способностью определять новые технологии, которые в долгосрочной перспективе окажут долгосрочное влияние на корпоративную среду.

С другой стороны, руководитель считается первопроходцем в использовании методов визуализации данных, которые упрощали сложные массивы, делая их доступными и облегчая принятие решений. Это умение стало основой его профессионального профиля, превратив его в желанного сотрудника для многих организаций, делающих ставку на сбор информации и выработку конкретных действий на ее основе.

Одним из его самых выдающихся проектов последних лет стала платформа Walmart Data Cafe - крупнейшая в мире платформа для анализа больших данных, созданная на основе облачных технологий. Кроме того, он занимал должность директора по бизнес-аналитике в компании Red Bull, охватывая такие сферы, как продажи, дистрибуция, маркетинг и управление цепочками поставок. Недавно его команда была отмечена за постоянные инновации в использовании нового API Walmart Luminate для анализа покупателей и каналов сбыта.

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как Университет Беркли в США и Копенгагенский университет в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых навыков. Таким образом, он стал считаться прирожденным лидером новой глобальной экономики, в центре которой - стремление к данным и их безграничным возможностям.



Г-н Грэм, Мик

- Директор по бизнес-аналитике и анализу в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики в Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Capgemini
- Руководитель аналитического отдела в Nordea
- Старший консультант бизнес-аналитики для SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Эксклюзивная программа MBA по электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавриат и магистратура по математике и статистике в Копенгагенском университете

“

Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии *Forbes!* На этой программе MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными профессорами”

Приглашенный руководитель международного уровня

Скотт Стивенсон - выдающийся эксперт в области цифрового маркетинга, который уже более 19 лет связан с одной из самых влиятельных компаний в индустрии развлечений, Warner Bros. Discovery. В этой должности он играл ключевую роль в контроле за логистикой и творческими процессами на различных цифровых платформах, включая социальные, поисковые, дисплейные и линейные медиа.

Его руководство сыграло решающую роль в разработке стратегий производства платных медиа, что привело к заметному улучшению показателей конверсии в компании. В то же время он занимал и другие должности, такие как директор по маркетинговым услугам и менеджер по трафику в той же транснациональной корпорации во время своей прежней работы в руководстве.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по продаже цифровой собственности. Он также отвечал за внедрение операционных стратегий, связанных с формированием, завершением и доставкой звукового и графического контента для телевизионных рекламных роликов и трейлеров.

Кроме того, он получил степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды и степень магистра в области творческого писательства в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области коммуникации и подачи материала. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию искусственного интеллекта в бизнесе. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере маркетинга и цифровых медиа.



Г-н Стивенсон, Скотт

-
- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, Соединенные Штаты Америки
 - Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
 - Степень магистра искусств в области творческого писательства Калифорнийского университета
 - Степень бакалавра наук в области телекоммуникаций из Университета Флориды

“

Достигайте своих академических и карьерных целей с лучшими в мире экспертами!

Преподаватели МВА будут сопровождать вас на протяжении всего процесса обучения”

Приглашенный руководитель международного уровня

Доктор Эрик Найквист – ведущий профессионал в области международного спорта, построивший впечатляющую карьеру, отмеченную его стратегическим лидерством и способностью управлять изменениями и инновациями в спортивных организациях высшего уровня.

Он занимал такие высокие должности, как директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, расположенному во Флориде, США. Имея за плечами многолетний опыт работы в NASCAR, доктор Найквист также занимал ряд руководящих должностей, в том числе старшего вице-президента по стратегическому развитию и генерального директора по коммерческим вопросам, управляя более чем десятком направлений - от стратегического развития до маркетинга развлечений.

Найквист также внес значительный вклад в развитие ведущих спортивных франшиз Чикаго. Будучи исполнительным вице-президентом клубов Chicago Bulls и Chicago White Sox, он продемонстрировал свою способность добиваться делового и стратегического успеха в мире профессионального спорта.

Наконец, он начал свою карьеру в спорте, работая в Нью-Йорке в качестве старшего стратегического аналитика для Роджера Гуделла в Национальной футбольной лиге (НФЛ), а до этого - в качестве стажера-юриста в Федерации футбола США.



Д-р Найквист, Эрик

- Директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент по стратегическому планированию NASCAR
- Старший директор по деловым вопросам NASCAR
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago White Sox
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago Bulls
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-МВА в Школе бизнеса Бут Чикагского университета
- Степень бакалавра по международной экономике в Карлтонском колледже

“

Благодаря этой 100% онлайн-программе вы сможете совмещать учебу с повседневными обязанностями под руководством ведущих международных экспертов в интересующей вас области. Записывайтесь сейчас!"

05

Структура и содержание

Чтобы соответствовать требованиям, предъявляемым этой отраслью к своим менеджерам, была разработана программа, направленная на специализацию студентов в области аудиовизуальных компаний. С помощью каждого модуля специалист сможет узнать об использовании социальных сетей в рамках культурной журналистики и журналистских жанров. Все это с глобальной точки зрения для применения на международном уровне, охватывая все сферы деятельности, которые вмешиваются в развитие профессионала в этой рабочей среде.



66

Комплексная учебная программа,
разработанная с целью предоставить вам
все инструменты для теоретического и
критического анализа организационных
структур аудиовизуальной коммуникации»

Модуль 1. Культурная журналистика

- 1.1. Культурная журналистика в основных СМИ и ее интеграция в цифровой мир
- 1.2. Искусство рассказывать истории
- 1.3. Основные руководства по культурной журналистской документации
- 1.4. Философия коммуникации 3.0
- 1.5. Управление СМИ и социальными сетями
- 1.6. Интерактивный журналистский контент
- 1.7. Коммуникационные парадигмы
- 1.8. Веб-позиционирование: SEO, SEM, SMO, SMM и SERM. Специализированный журналистский контент

Модуль 2. Теория и техника производства

- 2.1. Производство как построение аудиовизуального произведения. Рабочая группа
 - 2.1.1. От литературного сценария к техническому сценарию или план-схема
 - 2.1.2. Рабочая группа
- 2.2. Элементы экранной съемки. Материалы для постройки фильма
 - 2.2.1. Пространственная преадаптация. Арт-менеджмент
 - 2.2.2. Элементы экранной съемки
- 2.3. Препродакшн. Документы по реализации
 - 2.3.1. Технический план
 - 2.3.2. Сценографический план
 - 2.3.3. Сториборт
 - 2.3.4. План
 - 2.3.5. План съемки
- 2.4. Экспрессивное значение звукового сопровождения
 - 2.4.1. Типология звуковых элементов
 - 2.4.2. Создание звукового пространства
- 2.5. Экспрессивное значение освещения
 - 2.5.1. Экспрессивное значение освещения
 - 2.5.2. Основные техники освещения
- 2.6. Основные техники съемки одной камерой
 - 2.6.1. Использование и техника однокамерной съемки
 - 2.6.2. Поджанр "найденные кадры". Художественные и документальные фильмы
 - 2.6.3. Однокамерное производство на телевидении



- 2.7. Монтаж
 - 2.7.1. Монтаж как сборка. Реконструкция пространства-времени
 - 2.7.2. Нелинейные методы монтажа
- 2.8. Постпроизводство и цветокоррекция
 - 2.8.1. Постпродакшн
 - 2.8.2. Концепция вертикального монтажа
 - 2.8.3. Цветокоррекция
- 2.9. Форматы и исполнительная группа
 - 2.9.1. Многокамерные форматы
 - 2.9.2. Студия и команда
- 2.10. Ключи, приемы и методы многокамерной съемки
 - 2.10.1. Многокамерные техники
 - 2.10.2. Некоторые распространенные форматы
- 3.6. Телевизионная индустрия II
 - 3.6.1. Телевизионная индустрия США
 - 3.6.2. Основные характеристики
 - 3.6.3. Государственное регулирование
- 3.7. Телевизионная индустрия III
 - 3.7.1. Общественное телевидение в Европе
 - 3.7.2. Кризисы и дебаты
- 3.8. Оси перемен
 - 3.8.1. Новые процессы в аудиовизуальном секторе
 - 3.8.2. Нормативные дебаты
- 3.9. Цифровое наземное телевидение (ЦНТ)
 - 3.9.1. Роль государства и опыт
 - 3.9.2. Новые характеристики телевизионной системы
- 3.10. Новые участники аудиовизуального ландшафта
 - 3.10.1. Платформы Over-the-top (OTT)
 - 3.10.2. Последствия их появления

Модуль 3. Структура аудиовизуальной системы

- 3.1. Введение в индустрию культуры (ИК)
 - 3.1.1. Концепция культуры. Культура-коммуникация
 - 3.1.2. Теория и эволюция ИК: типология и модели
- 3.2. Киноиндустрия I
 - 3.2.1. Характеристики и основные действующие лица
 - 3.2.2. Структура пленочной системы
- 3.3. Киноиндустрия II
 - 3.3.1. Киноиндустрия США
 - 3.3.2. Независимые производственные компании
 - 3.3.3. Проблемы и дебаты в киноиндустрии
- 3.4. Киноиндустрия III
 - 3.4.1. Положение о кино: Государство и культура. Политика в области защиты и продвижения кинематографа
 - 3.4.2. Кейс-стади
- 3.5. Телевизионная индустрия I
 - 3.5.1. Экономическое телевидение
 - 3.5.2. Основополагающие модели
 - 3.5.3. Преобразования

Модуль 4. Аудиовизуальное производство

- 4.1. Аудиовизуальное производство
 - 4.1.1. Вводные понятия
 - 4.1.2. Аудиовизуальная индустрия
- 4.2. Съемочная группа
 - 4.2.1. Профессионалы
 - 4.2.2. Продюсер и сценарий
- 4.3. Аудиовизуальный проект
 - 4.3.1. Управление проектами
 - 4.3.2. Оценка проекта
 - 4.3.3. Презентация проектов
- 4.4. Способы производства и финансирования
 - 4.4.1. Финансирование производства аудиовизуальной продукции
 - 4.4.2. Способы производства аудиовизуальной продукции
 - 4.4.3. Ресурсы для предварительного финансирования

- 4.5. Съемочная группа и разбивка сценария
 - 4.5.1. Съемочная группа
 - 4.5.2. Разбивка сценария
- 4.6. Места проведения съемок
 - 4.6.1. Локации
 - 4.6.2. Декорации
- 4.7. Кастиг и съемочные контракты
 - 4.7.1. Актерский состав или кастиг
 - 4.7.2. Пробы на кастиг
- 4.8. Рабочий план и бюджет аудиовизуального произведения
 - 4.8.1. Рабочий план
 - 4.8.2. Бюджет
- 4.9. Производство в области киносъемки или записи
 - 4.9.1. Подготовка к съемкам
 - 4.9.2. Оборудование и средства для съемок
- 4.10. Постпродакшн и заключительный этап аудиовизуального произведения
 - 4.10.1. Монтаж и постпродакшн
 - 4.10.2. Заключительный этап и тиражирование
- 5.4. Освещение в кино
 - 5.4.1. Инструменты
 - 5.4.2. Повествовательная функция света
- 5.5. Цвет и оптика
 - 5.5.1. Управление цветом
 - 5.5.2. Оптика
 - 5.5.3. Управление изображением
- 5.6. Работа на съемочной площадке
 - 5.6.1. Список отснятых материалов
 - 5.6.2. Команда и ее обязанности
- 5.7. Технические вопросы в кинорежиссуре
 - 5.7.1. Технические ресурсы
- 5.8. Видение режиссера
 - 5.8.1. Слово за режиссером
- 5.9. Цифровые преобразования
 - 5.9.1. Аналогово-цифровые преобразования в пленочной фотографии
 - 5.9.2. Эпоха цифрового постпродакшна
- 5.10. Режиссура актеров
 - 5.10.1. Введение
 - 5.10.2. Основные методы и приемы
 - 5.10.3. Работа с актерами

Модуль 5. Постановка литературных сценариев и режиссура актеров

- 5.1. Постановка литературных сценариев
 - 5.1.1. Введение
 - 5.1.2. Процесс и его инструменты
- 5.2. Оптика и камера
 - 5.2.1. Объективы и кадрирование
 - 5.2.2. Движение камеры
 - 5.2.3. Непрерывность
- 5.3. Свет и цвет: теоретические аспекты
 - 5.3.1. Экспозиция
 - 5.3.2. Теория цвета

Модуль 6. Индустрии культуры и новые коммуникационные бизнес-модели

- 6.1. Концепции культуры, экономики, коммуникации, технологии, ИК
 - 6.1.1. Культура, экономика, коммуникация
 - 6.1.2. Культурные индустрии
- 6.2. Технология, коммуникация и культура
 - 6.2.1. Народный промысел в бизнес-индустрии
 - 6.2.2. От живого исполнения до пластических искусств
 - 6.2.3. Музеи и наследие

- 6.3. Основные сектора индустрии культуры
 - 6.3.1. Издательские продукты
 - 6.3.2. Потоковые ИК
 - 6.3.3. Гибридные модели
- 6.4. Цифровая эра в индустрии культуры
 - 6.4.1. Цифровые культурные индустрии
 - 6.4.2. Новые модели в цифровую эпоху
- 6.5. Цифровые медиа и медиа в цифровую эпоху
 - 6.5.1. Бизнес онлайн-прессы
 - 6.5.2. Радио в цифровой среде
 - 6.5.3. Особенности СМИ в цифровую эпоху
- 6.6. Глобализация и разнообразие в культуре
 - 6.6.1. Концентрация, интернационализация и глобализация культурных индустрий
 - 6.6.2. Борьба за культурное разнообразие
- 6.7. Политика в области культуры и сотрудничества
 - 6.7.1. Культурная политика
 - 6.7.2. Роль государств и регионов стран
- 6.8. Музыкальное разнообразие в облаке
 - 6.8.1. Музыкальный сектор в наши дни
 - 6.8.2. Облако
 - 6.8.3. Латинские/латиноамериканские инициативы
- 6.9. Многообразие в аудиовизуальной индустрии
 - 6.9.1. От плюрализма к разнообразию
 - 6.9.2. Многообразие, культура и коммуникация
 - 6.9.3. Выводы и предложения
- 6.10. Аудиовизуальное разнообразие в Интернет
 - 6.10.1. Аудиовизуальная система в эпоху Интернета
 - 6.10.2. Телевизионные предложения и разнообразие
 - 6.10.3. Выводы

Модуль 7. Управление и продвижение аудиовизуальной продукции

- 7.1. Дистрибуция аудиовизуальных материалов
 - 7.1.1. Введение
 - 7.1.2. Действующие лица распределения
 - 7.1.3. Маркетинговая продукция
 - 7.1.4. Сфера распространения аудиовизуальной продукции
 - 7.1.5. Международное распространение
- 7.2. Дистрибуторская компания
 - 7.2.1. Организационная структура
 - 7.2.2. Переговоры по дистрибуторскому контракту
 - 7.2.3. Международные клиенты
- 7.3. Витрины для кинопоказов, контракты и международные сбыты
 - 7.3.1. Витрины для кинопоказов
 - 7.3.2. Контракты на международную дистрибуцию
 - 7.3.3. Международный рынок
- 7.4. Кинематографический маркетинг
 - 7.4.1. Киномаркетинг
 - 7.4.2. Производственная цепочка создания стоимости фильма
 - 7.4.3. Рекламные средства на службе продвижения
 - 7.4.4. Инструменты для запуска
- 7.5. Исследование рынка в кино
 - 7.5.1. Введение
 - 7.5.2. Предпроизводственный этап
 - 7.5.3. Постпроизводственный этап
 - 7.5.4. Этап маркетинга
- 7.6. Социальные сети и продвижение фильмов
 - 7.6.1. Введение
 - 7.6.2. Обещания и ограничения социальных сетей
 - 7.6.3. Цели и их измерение
 - 7.6.4. Календарь и стратегии продвижения
 - 7.6.5. Интерпретация того, что говорят в сетях

- 7.7. Распространение аудиовизуальных материалов в Интернете I
 - 7.7.1. Новый мир распространения аудиовизуальной продукции
 - 7.7.2. Процесс распространения в Интернете
 - 7.7.3. Продукты и возможности в новом сценарии
 - 7.7.4. Новые способы распространения
- 7.8. Распространение аудиовизуальных материалов в Интернете II
 - 7.8.1. Ключи к новому сценарию
 - 7.8.2. Опасности распространения в Интернете
 - 7.8.3. Видео по запросу (VOD) как новое окно распространения
- 7.9. Новые площадки для дистрибуции
 - 7.9.1. Введение
 - 7.9.2. Революция Netflix
- 7.10. Кинофестивали
 - 7.10.1. Введение
 - 7.10.2. Роль кинофестивалей в прокате и показе фильмов

Модуль 8. Телевизионные жанры, форматы и программы

- 8.1. Жанр на телевидении
 - 8.1.1. Введение
 - 8.1.2. Телевизионные жанры
- 8.2. Формат телевидения
 - 8.2.1. Подход к концепции формата
 - 8.2.2. Телевизионные форматы
- 8.3. Создавая телевидение
 - 8.3.1. Креативный процесс в индустрии развлечений
 - 8.3.2. Творческий процесс в художественном жанре
- 8.4. Эволюция форматов на современном международном рынке I
 - 8.4.1. Консолидация формата
 - 8.4.2. Формат реалити-шоу
 - 8.4.3. Что нового в реалити-шоу
 - 8.4.4. Цифровое наземное телевидение и финансовый кризис





- 8.5. Эволюция форматов на современном международном рынке II
 - 8.5.1. Развивающиеся рынки
 - 8.5.2. Мировые бренды
 - 8.5.3. Телевидение изобретает себя заново
 - 8.5.4. Эпоха глобализации
- 8.6. Продать формат. *Питчинг*
 - 8.6.1. Продажа телевизионного формата
 - 8.6.2. *Питчинг*
- 8.7. Введение в телевизионное программирование
 - 8.7.1. Роль составления программ
 - 8.7.2. Факторы, влияющие на составление программ
- 8.8. Модели программирования телевидения
 - 8.8.1. Соединенные Штаты и Великобритания
- 8.9. Профессиональная практика телевизионного программирования
 - 8.9.1. Отдел программирования
 - 8.9.2. Программирование на телевидении
- 8.10. Изучение аудитории
 - 8.10.1. Исследование телевизионной аудитории
 - 8.10.2. Понятие аудитории и рейтинги

Модуль 9. Аудиовизуальная аудитория

- 9.1. Аудитории в аудиовизуальных СМИ
 - 9.1.1. Введение
 - 9.1.2. Формирование аудиторий
- 9.2. Изучение аудитории: традиции I
 - 9.2.1. Теория влияния
 - 9.2.2. Теория использования и удовлетворения
 - 9.2.3. Культурологические исследования
- 9.3. Изучение аудитории: традиции
 - 9.3.1. Исследование рецепции
 - 9.3.2. Аудитория в гуманистической перспективе

- 9.4. Аудитории с экономической точки зрения
 - 9.4.1. Введение
 - 9.4.2. Измерение аудитории
- 9.5. Теории рецепции
 - 9.5.1. Введение в теории рецепции
 - 9.5.2. Исторический подход к изучению рецепции
- 9.6. Аудитория в цифровом мире
 - 9.6.1. Цифровая среда
 - 9.6.2. Коммуникация и культура конвергенции
 - 9.6.3. Активный характер аудитории
 - 9.6.4. Интерактивность и участие
 - 9.6.5. Транснациональность аудитории
 - 9.6.6. Фрагментированная аудитория
 - 9.9.7. Автономность аудитории
- 9.7. Аудитория: основные вопросы I
 - 9.7.1. Введение
 - 9.7.2. Кто они такие?
 - 9.7.3. Почему они потребляют эту продукцию?
- 9.8. Аудитория: основные вопросы II
 - 9.8.1. Что они потребляют?
 - 9.8.2. Как они потребляют?
 - 9.8.3. С какой целью?
- 9.9. Модель вовлеченности I
 - 9.9.1. Вовлеченность как метаизмерение поведения аудитории
 - 9.9.2. Комплексная оценка вовлеченности
- 9.10. Модель вовлеченности II
 - 9.10.1. Введение. Параметры вовлеченности
 - 9.10.2. Вовлеченность и пользовательский опыт
 - 9.10.3. Вовлеченность как эмоциональная отдача аудитории
 - 9.10.4. Вовлеченность как результат человеческого познания
 - 9.10.5. Наблюдаемое поведение аудитории как проявление вовлеченности





Модуль 10. Сценарии для телевидения: программы и художественные произведения

- 10.1. Телевизионный нарратив
 - 10.1.1. Понятия и ограничения
 - 10.1.2. Коды и структуры
- 10.2. Нarrативные категории в телевидении
 - 10.2.1. Изложение
 - 10.2.2. Персонажи
 - 10.2.3. Действия и превращения
 - 10.2.4. Пространство
 - 10.2.5. Время
- 10.3. Телевизионные жанры и форматы
 - 10.3.1. Нarrативные единицы
 - 10.3.2. Телевизионные жанры и форматы
- 10.4. Форматы для художественных произведений
 - 10.4.1. Телевизионная беллетристика
 - 10.4.2. Ситком
 - 10.4.3. Драматический сериал
 - 10.4.4. Мыльная опера
 - 10.4.5. Другие форматы
- 10.5. Художественные сценарии на телевидении
 - 10.5.1. Введение
 - 10.5.2. Техника
- 10.6. Драма на телеэкране
 - 10.6.1. Драматический сериал
 - 10.6.2. Мыльная опера
- 10.7. Комедийные сериалы
 - 10.7.1. Введение
 - 10.7.2. Ситком

- 10.8. Сценарий в сфере развлечений
 - 10.8.1. Сценарий шаг за шагом
 - 10.8.2. Писать, чтобы сказать
- 10.9. Написание сценариев в сфере развлечений
 - 10.9.1. Сбор сценария
 - 10.9.2. Технический сценарий
 - 10.9.3. Разбивка производства
 - 10.9.4. Сводка
- 10.10. Разработка сценариев для развлекательных программ
 - 10.10.1. Журнал
 - 10.10.2. Юмористическая программа
 - 10.10.3. Шоу талантов
 - 10.10.4. Документальный жанр
 - 10.10.5. Другие форматы
- 11.5. Деловая этика
 - 11.5.1. Этика и мораль
 - 11.5.2. Деловая этика
 - 11.5.3. Лидерство и этика в компаниях
- 11.6. Устойчивость
 - 11.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие
 - 11.6.2. Повестка дня на 2030 год
 - 11.6.3. Устойчивые предприятия
- 11.7. Корпоративная социальная ответственность
 - 11.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
 - 11.7.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
 - 11.7.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности
- 11.8. Системы и инструменты ответственного управления
 - 11.8.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
 - 11.8.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
 - 11.8.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
 - 11.8.4. Инструменты и стандарты КСО
- 11.9. Транснациональные компании и права человека
 - 11.9.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
 - 11.9.2. Транснациональные компании и международное право
 - 11.9.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека
- 11.10. Правовое регулирование и корпоративное управление
 - 11.10.1. Международные стандарты импорта и экспорта
 - 11.10.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
 - 11.10.3. Международное трудовое право

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- 11.1. Глобализация и руководство
 - 11.1.1. Руководство и корпоративное управление
 - 11.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
 - 11.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления
- 11.2. Лидерство
 - 11.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
 - 11.2.2. Лидерство в бизнесе
 - 11.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом
- 11.3. Кросс-культурный менеджмент
 - 11.3.1. Концепция кросс-культурного менеджмента
 - 11.3.2. Вклад в познание национальных культур
 - 11.3.3. Управление разнообразием
- 11.4. Развитие менеджмента и лидерства
 - 11.4.1. Концепция развития менеджмента
 - 11.4.2. Концепция лидерства
 - 11.4.3. Теории лидерства
 - 11.4.4. Стили лидерства
 - 11.4.5. Интеллект в лидерстве
 - 11.4.6. Проблемы лидерства сегодня

Модуль 12. Управление персоналом и талантами

- 12.1. Стратегическое управление персоналом
 - 12.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
 - 12.1.2. Стратегическое управление персоналом
- 12.2. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций
 - 12.2.1. Анализ потенциала
 - 12.2.2. Политика вознаграждения
 - 12.2.3. Планирование карьеры/повышения
- 12.3. Оценка производительности и управление эффективностью
 - 12.3.1. Управление производительностью
 - 12.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс
- 12.4. Инновации в управлении талантами и людьми
 - 12.4.1. Модели стратегического управления талантами
 - 12.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
 - 12.4.3. Лояльность и удержание
 - 12.4.4. Проактивность и инновации
- 12.5. Мотивация
 - 12.5.1. Природа мотивации
 - 12.5.2. Теория ожиданий
 - 12.5.3. Теории потребностей
 - 12.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение
- 12.6. Развитие высокоеффективных команд
 - 12.6.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
 - 12.6.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами
- 12.7. Управление изменениями
 - 12.1.7. Управление изменениями
 - 12.2.7. Тип процессов управления изменениями
 - 12.3.7. Этапы или фазы управления изменениями
- 12.8. Переговоры и управление конфликтами
 - 12.8.1. Переговоры
 - 12.8.2. Управление конфликтами
 - 12.8.3. Антикризисное управление
- 12.9. Управленческая коммуникация
 - 12.9.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
 - 12.9.2. Департаменты коммуникации
 - 12.9.3. Менеджер по коммуникациям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям
- 12.10. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов
 - 12.10.1. Производительность
 - 12.10.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 13. Финансово-экономическое управление

- 13.1. Экономическая среда
 - 13.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
 - 13.1.2. Финансовые учреждения
 - 13.1.3. Финансовые рынки
 - 13.1.4. Финансовые активы
 - 13.1.5. Прочие организации финансового сектора
- 13.2. Управленческий учет
 - 13.2.1. Основные понятия
 - 13.2.2. Активы компании
 - 13.2.3. Обязательства компании
 - 13.2.4. Чистая стоимость компании
 - 13.2.5. Счет прибылей и убытков
- 13.3. Информационные системы и бизнес-аналитика
 - 13.3.1. Основы и классификация
 - 13.3.2. Этапы и методы распределения затрат
 - 13.3.3. Выбор центра затрат и эффекта
- 13.4. Бюджет и управленческий контроль
 - 13.4.1. Модель бюджета
 - 13.4.2. Капитальный бюджет
 - 13.4.3. Операционный бюджет
 - 13.4.5. Бюджет казначейства
 - 13.4.6. Мониторинг бюджета

- 13.5. Финансовый менеджмент
 - 13.5.1. Финансовые решения компании
 - 13.5.2. Финансовый отдел
 - 13.5.3. Денежные излишки
 - 13.5.4. Риски, связанные с управлением финансами
 - 13.5.5. Управление рисками в финансовом менеджменте
- 13.6. Финансовое планирование
 - 13.6.1. Определение финансового планирования
 - 13.6.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
 - 13.6.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
 - 13.6.4. Таблица движения денежных средств
 - 13.6.5. Таблица оборотных активов
- 13.7. Корпоративная финансовая стратегия
 - 13.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
 - 13.7.2. Продукты корпоративного финансирования
- 13.8. Стратегическое финансирование
 - 13.8.1. Самофинансирование
 - 13.8.2. Увеличение собственных средств
 - 13.8.3. Гибридные ресурсы
 - 13.8.4. Финансирование через посредников
- 13.9. Финансовый анализ и планирование
 - 13.9.1. Анализ бухгалтерского баланса
 - 13.9.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
 - 13.9.3. Анализ рентабельности
- 13.10. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 13.10.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Модуль 14. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг

- 14.1. Управление продажами
 - 14.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
 - 14.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
 - 14.1.3. Роль коммерческих менеджеров
- 14.2. Маркетинг
 - 14.2.1. Концепция маркетинга
 - 14.2.2. Основы маркетинга
 - 14.2.3. Маркетинговая деятельность компании
- 14.3. Управление стратегическим маркетингом
 - 14.3.1. Концепция стратегического маркетинга
 - 14.3.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
 - 14.3.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования
- 14.4. Цифровой маркетинг и электронная коммерция
 - 14.4.1. Цели цифрового маркетинга и электронной коммерции
 - 14.4.2. Цифровой маркетинг и средства массовой информации, которые он использует
 - 14.4.3. Электронная коммерция. Общий контекст
 - 14.4.4. Категории электронной коммерции
 - 14.4.5. Преимущества и недостатки электронной коммерции по сравнению с традиционной торговлей
- 14.5. Цифровой маркетинг для укрепления бренда
 - 14.5.1. Онлайн-стратегии для улучшения репутации вашего бренда
 - 14.5.2. Брендированный контент и сторителлинг
- 14.6. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов
 - 14.6.1. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
 - 14.6.2. Управление взаимоотношениями с посетителями
 - 14.6.3. Гиперсегментация
- 14.7. Управление цифровыми кампаниями
 - 14.7.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
 - 14.7.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
 - 14.7.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний

- 14.8. Стратегия продаж
 - 14.8.1. Стратегия продаж
 - 14.8.2. Методы продаж
- 14.9. Корпоративная коммуникация
 - 14.9.1. Концепция
 - 14.9.2. Важность коммуникации в организации
 - 14.9.3. Тип коммуникации в организации
 - 14.9.4. Функции коммуникации в организации
 - 14.9.5. Элементы коммуникации
 - 14.9.6. Проблемы коммуникации
 - 14.9.7. Сценарии коммуникации
- 14.10. Коммуникация и цифровая репутация
 - 14.10.1. Онлайн-репутация
 - 14.10.2. Как измерить цифровую репутацию?
 - 14.10.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
 - 14.10.4. Отчет о репутации в Интернете
 - 14.10.5. Брендинг онлайн
- 15.5. Средства личной и организационной коммуникации
 - 15.5.1. Межличностная коммуникация
 - 15.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
 - 15.5.3. Коммуникация в организации
 - 15.5.4. Инструменты в организации
- 15.6. Кризисная коммуникация
 - 15.6.1. Кризис
 - 15.6.2. Фазы кризиса
 - 15.6.3. Сообщения: содержание и моменты
- 15.7. Подготовка кризисного плана
 - 15.7.1. Анализ потенциальных проблем
 - 15.7.2. Планирование
 - 15.7.3. Адекватность персонала
- 15.8. Эмоциональный интеллект
 - 15.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
 - 15.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
 - 15.8.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация
- 15.9. Личный брендинг
 - 15.9.1. Стратегии личного брендинга
 - 15.9.2. Законы личного брендинга
 - 15.9.3. Инструменты для создания личного бренда
- 15.10. Лидерство и управление командой
 - 15.10.1. Лидерство и стили лидерства
 - 15.10.2. Возможности и проблемы лидеров
 - 15.10.3. Управление процессами изменений
 - 15.10.4. Управление мультикультурными командами

Модуль 15. Управленческий менеджмент

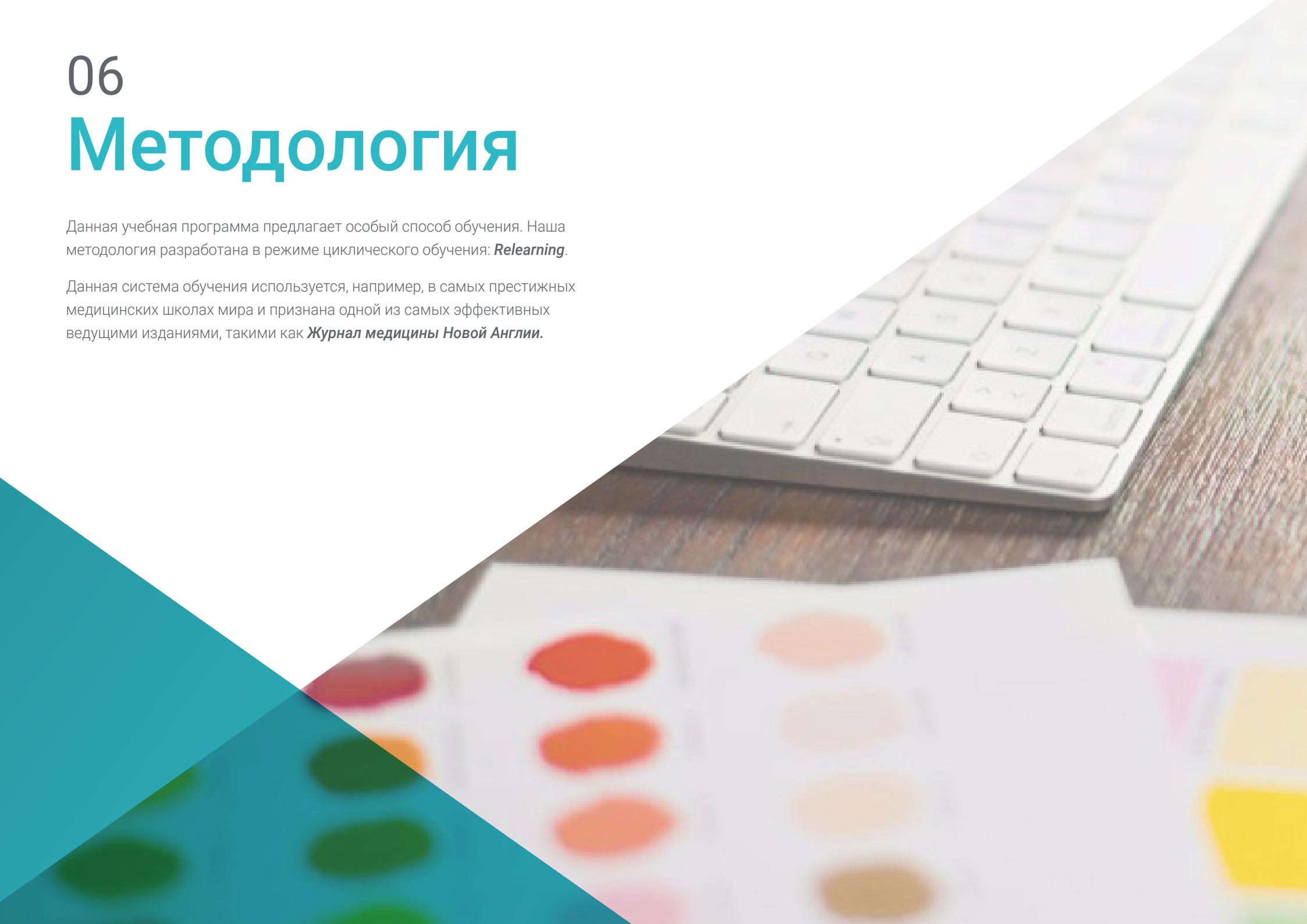
- 15.1. Общий менеджмент
 - 15.1.1. Концепция общего менеджмента
 - 15.1.2. Действия генерального директора
 - 15.1.3. Генеральный директор и его функции
 - 15.1.4. Трансформация работы менеджмента
- 15.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
 - 15.2.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
- 15.3. Управление операциями
 - 15.3.1. Важность управления
 - 15.3.2. Цепочка создания стоимости
 - 15.3.3. Управление качеством
- 15.4. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей
 - 15.4.1. Межличностная коммуникация
 - 15.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
 - 15.4.3. Барьеры коммуникации

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: ***Relearning***.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как ***Журнал медицины Новой Англии***.



66

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания"

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.



С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру"



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самим современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения лучшими преподавателями в мире. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика *Relearning* позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспериментального наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



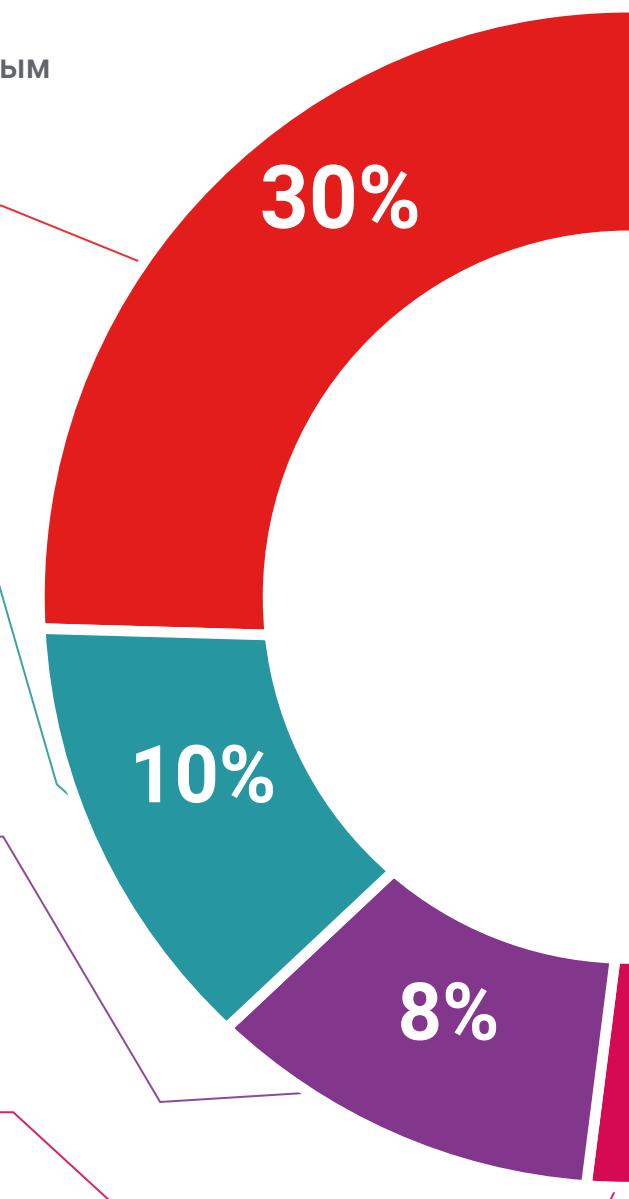
Практика навыков и компетенций

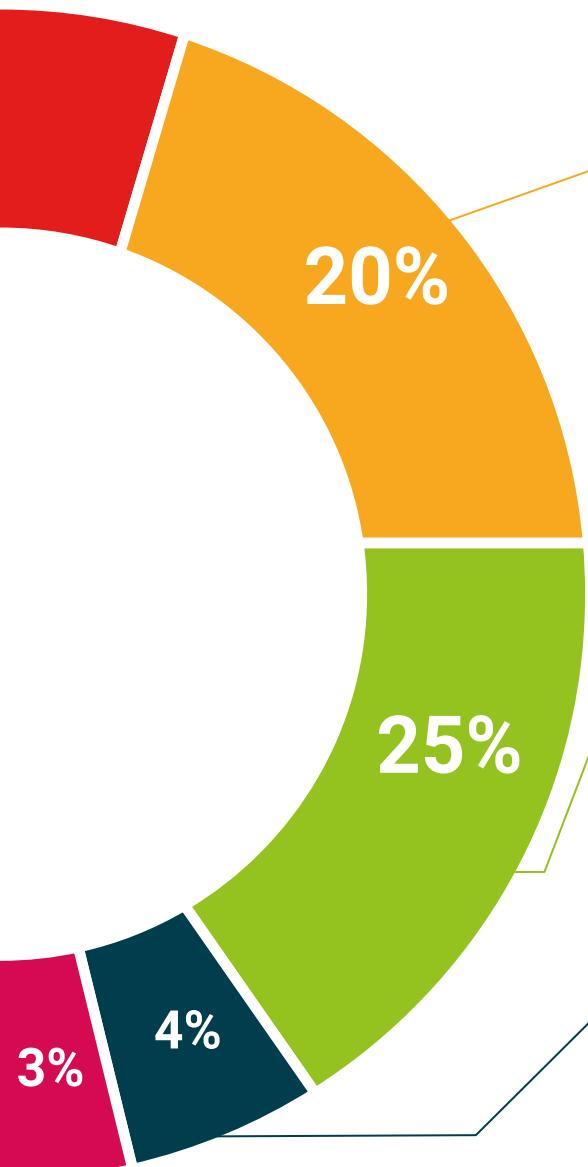
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов
Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

Квалификация

Специализированная магистратура в области МВА в области управления в аудиовизуальных индустриях гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



66

Успешно пройдите эту программу
и получите университетский
диплом без хлопот, связанных с
поездками и бумажной волокитой”

Данная **Специализированная магистратура в области МВА в области управления в аудиовизуальных индустриях** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

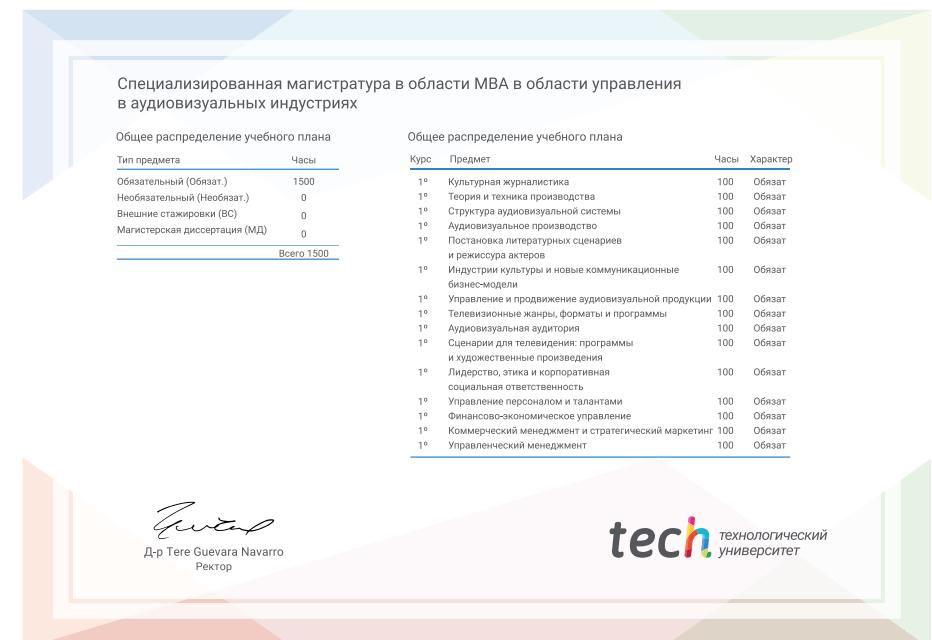


Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: Специализированная магистратура в области МВА в области управления в аудиовизуальных индустриях

Формат: онлайн

Продолжительность: 12 месяцев



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.



Специализированная
магистратура
МВА в области управления
аудиовизуальной индустрией

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура

МВА в области управления аудиовизуальной индустрией

