

# Курс профессиональной подготовки

## Маркетинг



## Курс профессиональной подготовки

### Маркетинг

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: [www.techtute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing](http://www.techtute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Структура и содержание

---

стр. 12

04

Методология

---

стр. 20

05

Квалификация

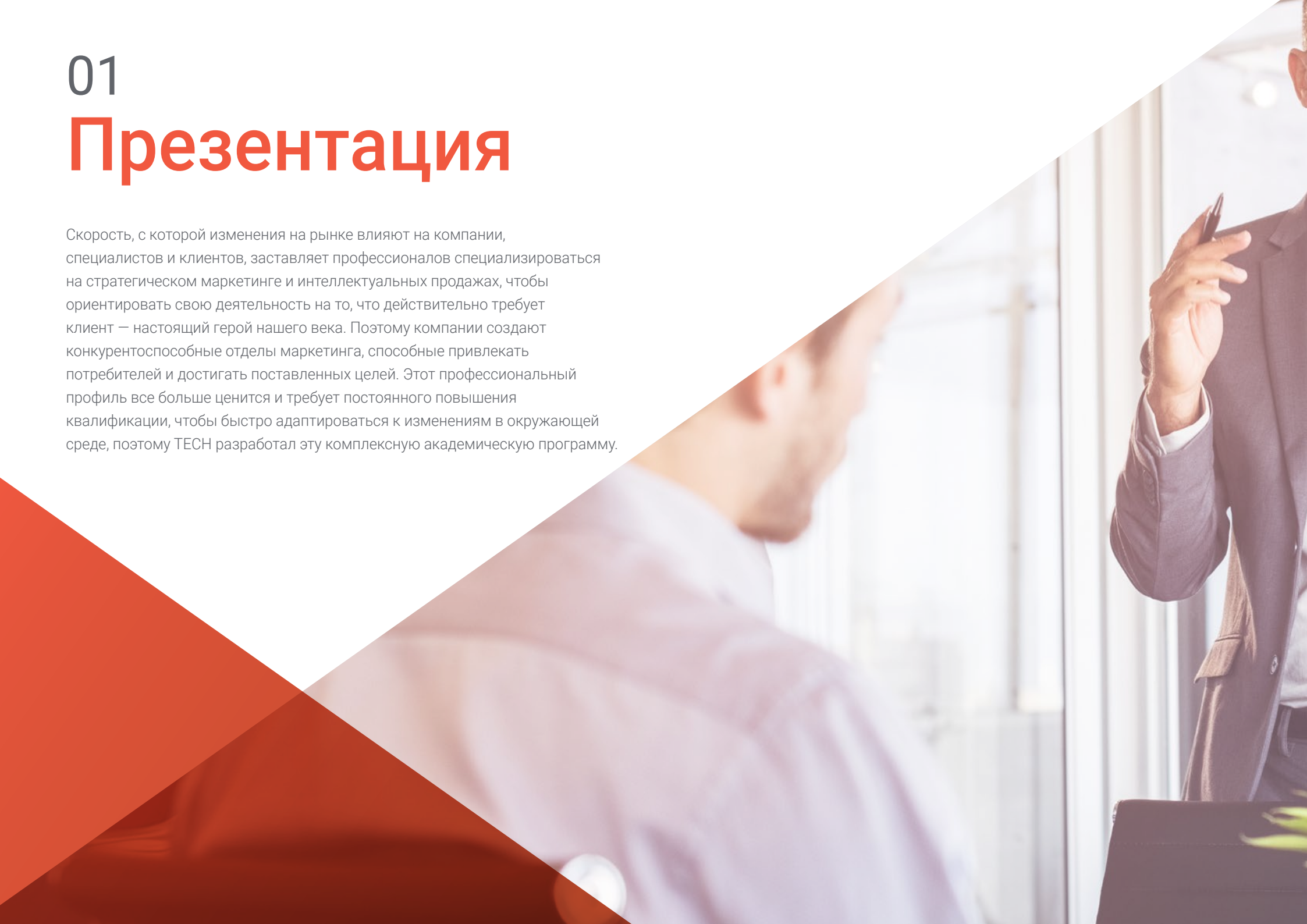
---

стр. 28

# 01

# Презентация

Скорость, с которой изменения на рынке влияют на компании, специалистов и клиентов, заставляет профессионалов специализироваться на стратегическом маркетинге и интеллектуальных продажах, чтобы ориентировать свою деятельность на то, что действительно требует клиент — настоящий герой нашего века. Поэтому компании создают конкурентоспособные отделы маркетинга, способные привлекать потребителей и достигать поставленных целей. Этот профессиональный профиль все больше ценится и требует постоянного повышения квалификации, чтобы быстро адаптироваться к изменениям в окружающей среде, поэтому TESH разработал эту комплексную академическую программу.



“

*Курс профессиональной подготовки,  
который позволит вам работать во всех  
областях маркетинга с уверенностью  
профессионала высокого уровня”*

Курс профессиональной подготовки в области маркетинга — это программа высокого уровня, с помощью которой студент сможет сделать уверенный и решительный шаг в этой области, получив необходимые профессиональные навыки для работы в качестве эксперта в данной сфере. В течение месяцев обучения на курсе специалисты в области журналистики и коммуникаций научатся определять конкретные маркетинговые методы и приемы для принятия решений в области рекламы и связей с общественностью: позиционирование, сегментирование, процедуры анализа и измерения эффективности, среди прочих вопросов, интересующих студентов в ходе данной программы. Кроме того, будут обсуждаться такие фундаментальные для компании темы, как стратегический маркетинг, различные инструменты оперативного маркетинга, руководство по продажам, Интернет и новые технологии или маркетинговый аудит.

С другой стороны, в ходе программы студент будет обучен рациональному анализу экономической реальности таким образом, чтобы он мог определить переменные соответствующей проблемы, выявить различные альтернативные варианты действий, выбрать наиболее подходящий из них в соответствии с поставленными целями. Вы также узнаете о функционировании и последствиях экономических систем, различных альтернативах распределения ресурсов, накопления богатства и распределения доходов; изучите и разовьете навыки, которые позволят вам использовать маркетинг в стратегических целях. Иными словами, вы сможете проанализировать свое относительное положение на рынке, понять взаимоотношения между различными участниками и определить ориентиры, которые помогут вам достичь поставленных целей.

Для этого теоретическое исследование будет сочетаться с анализом реальных случаев, что позволит извлечь уроки из реального опыта работы на современных рынках. Таким образом, после завершения Курса профессиональной подготовки студент приобретет конкретные навыки для работы, как на техническом, так и на управленческом уровне, в отделах маркетинга компаний различных отраслей, добиваясь необходимого толчка для повышения их продаж и, соответственно, экономической выгоды.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Маркетинг** содержит самую полную и современную научную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Использование новейших технологий в области программного обеспечения для онлайн-обучения
- ♦ Система обучения, интенсивно визуальная, поддерживается графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание с использованием телепрактики
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, которое позволяет полностью совместить его с другими видами деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки усвоения полученных знаний
- ♦ Группы для поддержки и форумы для общения студентов между собой: вопросы к эксперту, дискуссии и форумы для обмена знаниями
- ♦ Общение с преподавательским составом и индивидуальная работа по рефлексии
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства, имеющего подключение к Интернету
- ♦ Хранящиеся в постоянном доступе учебные материалы

“

*Изучение данного Курса профессиональной подготовки ТЕСН откроет новые пути для вашего профессионального роста и позволит войти в состав элитных команд”*

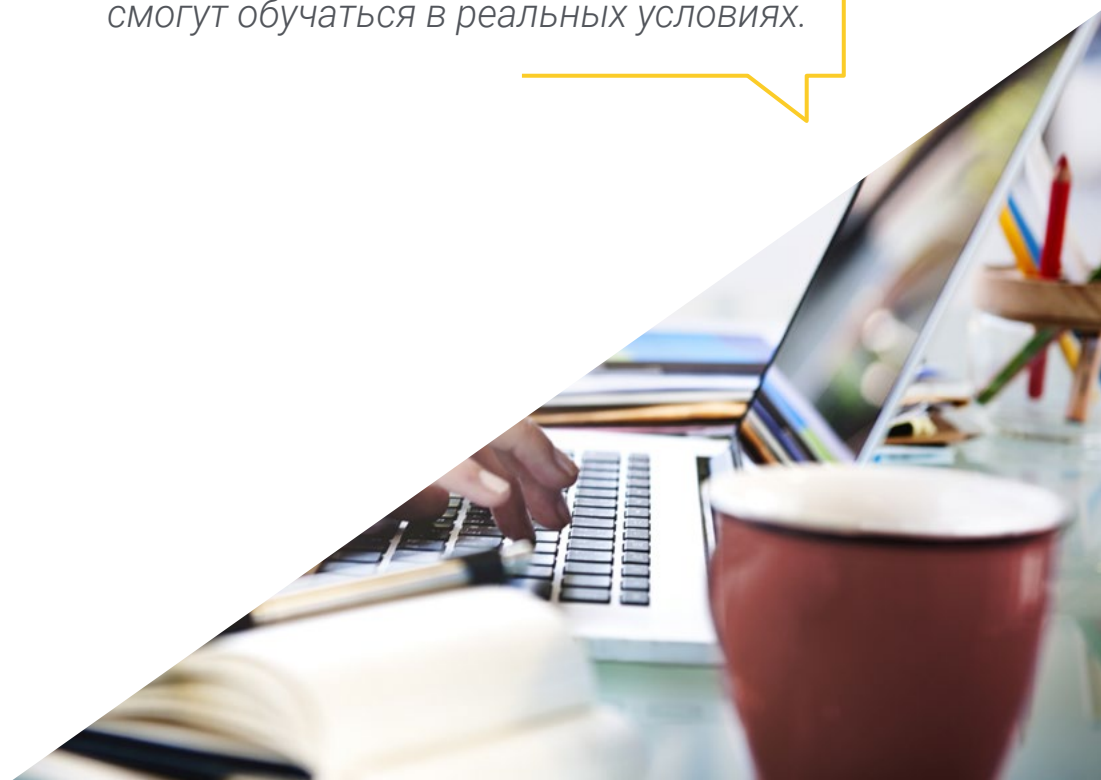
Преподавательский состав этой программы состоит из профессионалов из различных областей, связанных с данной специальностью. Таким образом, ТЕСН ставит целью обеспечить вас повышением квалификации при изучении этой программы. Многопрофильная команда, состоящая из опытных специалистов, работающих в различных сферах, которые эффективно развивают теоретические знания, но, прежде всего, обеспечат студентов практическими знаниями, полученными из собственного опыта.

Все эти знания дополнены эффективной методологией преподавания. Программа разработана многопрофильной командой экспертов в сфере электронного обучения, и объединяет в себе последние достижения в области образовательных технологий. Таким образом, студент сможет учиться с помощью ряда удобных и универсальных мультимедийных инструментов, которые обеспечат ему/ей необходимую оперативность в процессе обучения.

Основное внимание в этой программе уделяется проблемно-ориентированному обучению. Подход, при котором обучение рассматривается как исключительно практический процесс. Для эффективности дистанционного обучения мы используем **телепрактику**. Таким образом, с помощью инновационной интерактивной видеосистемы и так называемой системы **обучения у эксперта** студенты смогут получить знания, как если бы они столкнулись с реальным случаем. Практическая концепция, получения и закрепления знаний.

*Пройдите этот Курс профессиональной подготовки и станьте одним из самых востребованных специалистов современности.*

*Благодаря инновационной методике обучения этой программы студенты смогут обучаться в реальных условиях.*



# 02

## Цели

Основная цель данного Курса профессиональной подготовки ТЕСН — это предложить специалистам в области журналистики и коммуникаций необходимую подготовку для успешной работы в отделах маркетинга компаний, умея легко применять основные инструменты, доступные в этой области, и удовлетворяя потребности компании. Программа, объединяющая самую актуальную информацию в этой области и ставшая полезным рабочим руководством.





“

Если вы хотите стать специалистом в области маркетинга, то в этом Курсе профессиональной подготовки вы найдете ключи к успешному развитию”



## Общие цели

- ♦ Научиться проводить соответствующую рекламную коммуникацию с использованием самых современных цифровых инструментов
- ♦ Научиться управлять коммуникацией организаций и компаний во время кризиса



*Эта программа дает возможность профессионального роста и позволит вам повысить конкурентоспособность на рынке труда"*





## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Введение в экономику

- ♦ Уметь соотносить основные понятия общей экономической теории и теории потребления с рекламой и ее влиянием на рыночное общество
- ♦ Распознать и освоить основные концепции, теории и методологии социологии для критического анализа социальной реальности процессов убеждающей коммуникации
- ♦ Уметь определять теоретические и практические основы статистических исследований и их применение в медиапланировании и медиаисследованиях

### Модуль 2. Основы маркетинга

- ♦ Обладать навыками поиска информации и проведения маркетинговых исследований, а также способностью понимать окружающую экономическую обстановку
- ♦ Выявить конкретные маркетинговые методы и приемы для принятия решений в области рекламы и связей с общественностью: позиционирование, сегментация, процедуры анализа, измерения эффективности и др
- ♦ Понять структуру и трансформацию современного общества в связи с элементами, формами и процессами рекламы и коммуникаций по связям с общественностью
- ♦ Понять структуру СМИ и их основные форматы как выражение образа жизни и культуры обществ, в которых они выполняют свою общественную функцию

- ♦ Признать социологические, экономические и правовые аспекты, влияющие на рекламную коммуникацию и развитие связей с общественностью
- ♦ Уметь понятно и эффективно работать с информативным изложением научных достижений

### Модуль 3. Стратегический маркетинг

- ♦ Уметь понятно и эффективно справляться с информационным освещением научных достижений
- ♦ Уметь согласованно соотносить рекламу и связи с общественностью с другими социальными и гуманитарными науками
- ♦ Анализировать основные характеристики и процессы стратегической и прикладной политической коммуникации
- ♦ Управлять существующими инструментами, способствующими успешному позиционированию компании в онлайн и офлайн среде

03

# Структура и содержание

Содержание программы Курса профессиональной подготовки в области маркетинга ТЕСН разработано первоклассным преподавательским составом для того, чтобы студенты приобрели необходимые навыки для того, чтобы стать настоящими специалистами в области маркетинга. Самая полная и хорошо структурированная программа, которая поможет специалистам в области журналистики и коммуникаций усовершенствовать свои знания в сфере, которая становится все более востребованной и необходимой во всех компаниях.

The background features a light blue and white diagonal split. On the right side, the words 'MARKETING STRATEG' are printed in a large, bold, grey sans-serif font, angled upwards. Below the text, a hand is shown resting on a white laptop. In the bottom left corner, there is a dark red and orange geometric shape. A grey circular graphic with white arrows is partially visible in the lower center.

MARKETING  
STRATEG

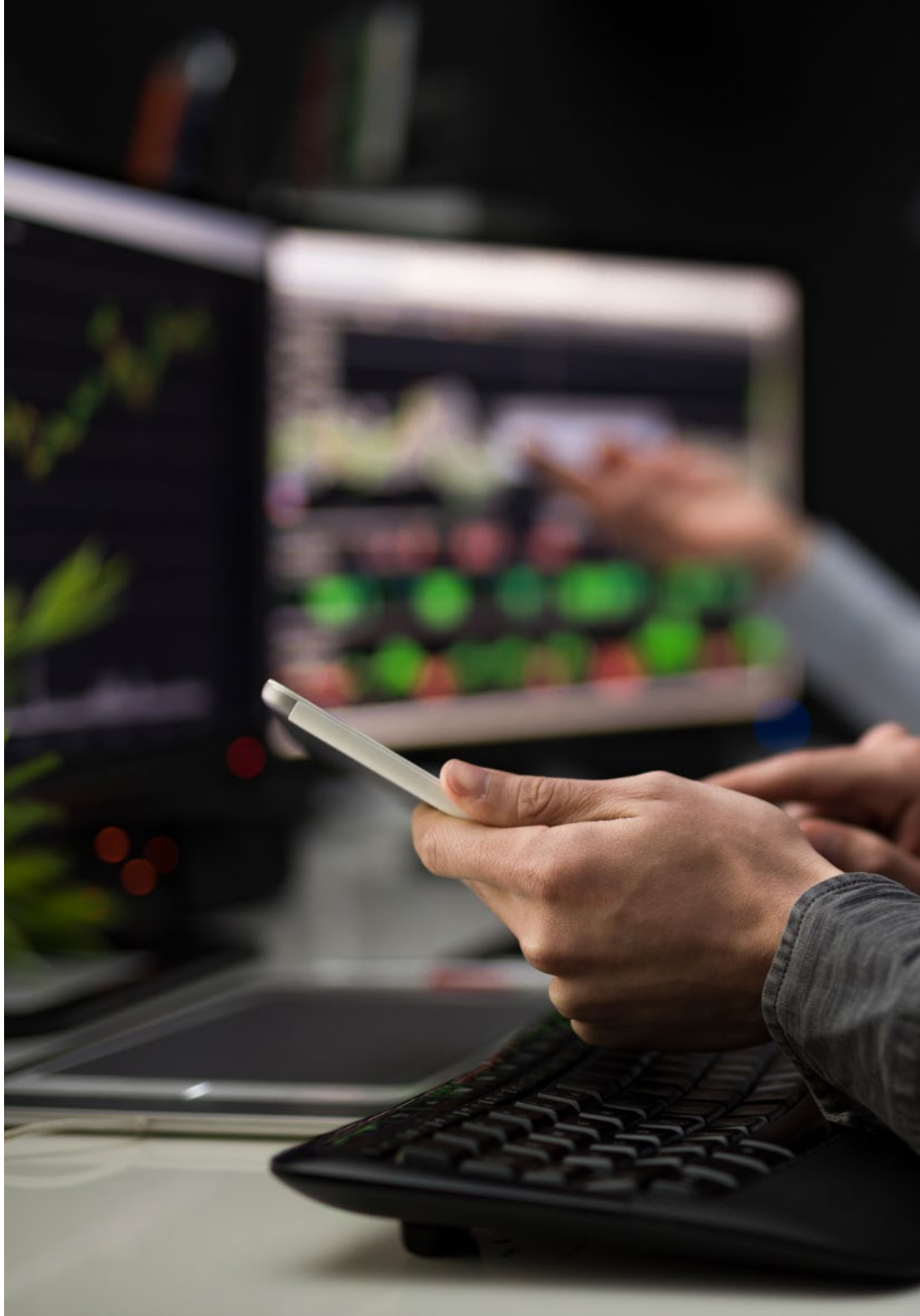


“

*Данная учебная программа направлена на повышение квалификации студентов, желающих развиваться в сфере маркетинга”*

## Модуль 1. Введение в экономику

- 1.1. Введение в понятия спроса, предложения, равновесия и рыночных изменений
  - 1.1.1. Экономика: принципы и определения
    - 1.1.1.1. Принципы экономики и понятия
    - 1.1.1.2. Микро- и макроэкономика
    - 1.1.1.3. Дефицит ресурсов
    - 1.1.1.4. Основные модели экономики
  - 1.1.2. Цена возможности
    - 1.1.2.1. Анализ
    - 1.1.2.2. Чистая приведенная стоимость
  - 1.1.3. Точка безубыточности
    - 1.1.3.1. Концепция
    - 1.1.3.2. Виды затрат
    - 1.1.3.3. Расчеты и результаты
- 1.2. Спрос, предложение и рыночные предпочтения
  - 1.2.1. Рынки и виды рынков
    - 1.2.1.1. Понятие рынка
    - 1.2.1.2. Виды рынков
    - 1.2.1.3. Природа продуктов
  - 1.2.2. Рыночный спрос
    - 1.2.2.1. Определение и концептуализация
    - 1.2.2.2. Определяющие факторы потребления
  - 1.2.3. Рыночное предложение
    - 1.2.3.1. Определение и концептуализация
    - 1.2.3.2. Определяющие факторы предложения
    - 1.2.3.3. Влияние конкуренции
  - 1.2.4. Баланс и статика
    - 1.2.4.1. Сравнительная статика
    - 1.2.4.2. Функции сравнительной статике
    - 1.2.4.3. Экономический баланс
    - 1.2.4.4. Динамический баланс



- 1.3. Бюджетное ограничение и потребительский баланс
  - 1.3.1. Бюджетные ограничения и смещения
    - 1.3.1.1. Концепция
    - 1.3.1.2. Наклон линии баланса
    - 1.3.1.3. Движения линии баланса
  - 1.3.2. Оптимальный выбор
    - 1.3.2.1. Концепция
    - 1.3.2.2. Кривая безразличия
    - 1.3.2.3. Функция полезности
- 1.4. Потребительский и производственный излишек. Эффективность конкурентного баланса
  - 1.4.1. Излишек потребителя и производителя
    - 1.4.1.1. Закон убывающей отдачи
    - 1.4.1.2. Кривая спроса и предложения
    - 1.4.1.3. Возрастающая и убывающая предельная полезность
  - 1.4.2. Эффективность конкурентного баланса
    - 1.4.2.1. Концепция
    - 1.4.2.2. Математические условия краткосрочного баланса
    - 1.4.2.3. Математические условия долгосрочного конкурентного баланса
- 1.5. Максимальные и минимальные цены, эффект косвенного налогообложения
  - 1.5.1. Максимальные и минимальные цены
    - 1.5.1.1. Концептуализация
    - 1.5.1.2. Максимальная цена
    - 1.5.1.3. Минимальная цена
  - 1.5.2. Эффект косвенного налогообложения
    - 1.5.2.1. Наиболее важные понятия и определения
    - 1.5.2.2. Юридическое и экономическое влияние
    - 1.5.2.3. Анализ экономического влияния
- 1.6. Эластичность спроса по цене и определяющие факторы эластичности
  - 1.6.1. Эластичность спроса по цене
    - 1.6.1.1. Концепции
    - 1.6.1.2. Факторы, определяющие эластичность спроса по цене
    - 1.6.1.3. Общий доход и эластичность

- 1.6.2. Краткий обзор типов эластичности
  - 1.6.2.1. Совершенная и бесконечная эластичность
  - 1.6.2.2. Совершенная и бесконечная неэластичность
  - 1.6.2.3. Больше и меньше 1
  - 1.6.2.4. Равная 0
- 1.7. Перекрестная эластичность спроса и ее аналитический расчет
  - 1.7.1. Перекрестная эластичность
    - 1.7.1.1. Контекст
    - 1.7.1.2. Концепции и определения
    - 1.7.1.3. Взаимозаменяемые и независимые товары
  - 1.7.2. Аналитический расчет
    - 1.7.2.1. Формула
    - 1.7.2.2. Расчет и примеры
- 1.8. Производственная функция и доходность
  - 1.8.1. Производственная функция
    - 1.8.1.1. Основные допущения
    - 1.8.1.2. Общее производство
    - 1.8.1.3. Среднее производство
    - 1.8.1.4. Маргинальное производство
  - 1.8.2. Закон убывающей отдачи
    - 1.8.2.1. Концепция
    - 1.8.2.2. График и интерпретации
    - 1.8.2.3. Отдача от масштаба
- 1.9. Краткосрочные и долгосрочные затраты
  - 1.9.1. Функции затрат
    - 1.9.1.1. Определения и понятия
    - 1.9.1.2. Затраты компании
    - 1.9.1.3. Формулировка и репрезентации
  - 1.9.2. Краткосрочные затраты
    - 1.9.2.1. Понятие и определения
    - 1.9.2.2. Типы краткосрочных затрат
    - 1.9.2.3. Формулировка
  - 1.9.3. Долгосрочные затраты
    - 1.9.3.1. Понятие и определения
    - 1.9.3.2. Типы долгосрочных затрат
    - 1.9.3.3. Формулировка
- 1.10. Основные величины экономики
  - 1.10.1. Экономическая деятельность
    - 1.10.1.1. Концептуализация
    - 1.10.1.2. Экономический рост
    - 1.10.1.3. Государственный сектор
    - 1.10.1.4. Общие цели
  - 1.10.2. Показатели цен и индикаторы рынка
    - 1.10.2.1. Концептуализация
    - 1.10.2.2. Простые и сложные показатели
    - 1.10.2.3. Номинальный ВВП
    - 1.10.2.4. Реальный ВВП
  - 1.10.3. Круговой поток доходов
    - 1.10.3.1. Концептуализация
    - 1.10.3.2. Типы потоков: реальные и денежные
    - 1.10.3.3. Вмешательство государственного сектора
- 1.11. Денежная политика
  - 1.11.1. Деньги и их обращение
    - 1.11.1.1. Концептуализация и цели
    - 1.11.1.2. Спрос на деньги
    - 1.11.1.3. Денежный оборот
  - 1.11.2. Баланс на денежном рынке и денежно-кредитная политика
    - 1.11.2.1. Дисбалансы на рынке
    - 1.11.2.2. Операции на открытом рынке
    - 1.11.2.3. Традиционная и нетрадиционная денежно-кредитная политика



- 1.12. Структуры и типы рынка
  - 1.12.1. Структуры рынка
    - 1.12.1.1. Понятие рынка
    - 1.12.1.2. Совершенная и несовершенная конкуренция
    - 1.12.1.3. Монополия
    - 1.12.1.4. Олигополия и дуополия
    - 1.12.1.5. Монопсония
    - 1.12.1.6. Олигопсония
- 1.13. Неконкурентные рынки
  - 1.13.1. Монополистическая рыночная конкуренция
    - 1.13.1.1. Понятие монополии
    - 1.13.1.2. Социальные издержки монополии
    - 1.13.1.3. Ценовая дискриминация
  - 1.13.2. Олигопольная рыночная конкуренция
    - 1.13.2.1. Понятие олигополии
    - 1.13.2.2. Различные типы олигополий
- 1.14. Модель совокупного спроса и предложения
  - 1.14.1. Совокупный спрос
    - 1.14.1.1. Концепция
    - 1.14.1.2. Основы вычисления
    - 1.14.1.3. Кривая совокупного спроса
  - 1.14.2. Мультипликатор Кейнса
    - 1.14.2.1. Концепция
    - 1.14.2.2. Эффекты, вызванные мультипликатором
    - 1.14.2.3. Основы вычисления
  - 1.14.3. Совокупное предложение
    - 1.14.3.1. Концепция
    - 1.14.3.2. Факторы
    - 1.14.3.3. Вариации

- 1.15. Международные экономические отношения
  - 1.15.1. Международная торговля
    - 1.15.1.1. Основные понятия
    - 1.15.1.2. Валютный курс и условия торговли
    - 1.15.1.3. Инструменты торговой политики
  - 1.15.2. Теории платежного баланса и валютного курса
    - 1.15.2.1. Платежный баланс
    - 1.15.2.2. Теории валютного курса

## Модуль 2. Основы маркетинга

- 2.1. Введение в маркетинг
  - 2.1.1. Концепция
  - 2.1.2. Основные показатели маркетинга
  - 2.1.3. Маркетинг и компания
  - 2.1.4. Маркетинг-микс
  - 2.1.5. Будущее маркетинга
  - 2.1.6. Стратегический маркетинг
- 2.2. Исследование рынка
  - 2.2.1. Концепция
  - 2.2.2. Информационные системы маркетинга
  - 2.2.3. Процесс исследования рынков
  - 2.2.4. Основные методы сбора информации
- 2.3. Продукт и цена
  - 2.3.1. Продукт
  - 2.3.2. Цена
- 2.4. Распределение. Рынок и клиенты
  - 2.4.1. Рынок
  - 2.4.2. Клиент
  - 2.4.3. Каналы распределения
- 2.5. Интегральная коммуникация
  - 2.5.1. Элементы коммерческой коммуникации
  - 2.5.2. Техники продаж

- 2.6. Коммерческий отдел
  - 2.6.1. Руководство продавца
  - 2.6.2. Организация работы коммерческого отдела
- 2.7. Коммуникация в сфере маркетинга
  - 2.7.1. Реклама
  - 2.7.2. Корпоративная коммуникация
  - 2.7.3. Продвижение
  - 2.7.4. Мерчандайзинг и реклама в местах продаж
- 2.8. Прямой маркетинг
  - 2.8.1. Концепция
  - 2.8.2. Цели
  - 2.8.3. Продажи и недостатки
  - 2.8.4. Инструменты прямого маркетинга
  - 2.8.5. Функции и средства прямого маркетинга
- 2.9. Маркетинговый план и аудит
  - 2.9.1. План маркетинга
  - 2.9.2. Маркетинговый аудит
- 2.10. Интернет-маркетинг и новые технологии
  - 2.10.1. Интернет
  - 2.10.2. Основные понятия в области Интернета
  - 2.10.3. Операционный маркетинг в Интернете
  - 2.10.4. Оптимизация поисковых систем
  - 2.10.5. Нетворкинг
  - 2.10.6. Социальные сети
  - 2.10.7. Электронная коммерция



**Модуль 3. Стратегический маркетинг**

- 3.1. Маркетинг и стратегический менеджмент
  - 3.1.1. Маркетинг в контексте стратегического управления: ориентация на рынок
  - 3.1.2. Маркетинг и стратегический менеджмент деятельности компании
  - 3.1.3. Информационные системы в маркетинге
- 3.2. Внешний анализ: рынки, конкуренция и общая среда
  - 3.2.1. Анализ рынка и потребителей
  - 3.2.2. Анализ конкуренции
  - 3.2.3. Анализ других переменных среды. Социальные требования
  - 3.2.4. Стратегическая неопределенность
- 3.3. Внутренний анализ
  - 3.3.1. Финансовые и производственные показатели
  - 3.3.2. Бизнес-матрицы и системы поддержки принятия решения
  - 3.3.3. Формулировка целей и задач
- 3.4. Маркетинговые стратегии (I): компания
  - 3.4.1. Экологический менеджмент и социально ориентированный маркетинг
  - 3.4.2. Стратегии отчуждения
  - 3.4.3. Стратегии роста
- 3.5. Маркетинговые стратегии (II): маркетинг продукта
  - 3.5.1. Стратегии охвата рынка и определение целевых аудиторий
  - 3.5.2. Конкурентные стратегии
  - 3.5.3. Стратегические альянсы
- 3.6. Маркетинговые стратегии (III): продукт
  - 3.6.1. Стратегия нового продукта: процесс распределения и принятия
  - 3.6.2. Стратегия дифференциации и позиционирования
  - 3.6.3. Стратегии жизненного цикла продукта
- 3.7. Стратегии предложения
  - 3.7.1. Введение
  - 3.7.2. Стратегии бренда
  - 3.7.3. Продуктовые стратегии
  - 3.7.4. Стратегии ценообразования
  - 3.7.5. Стратегии обслуживания

- 3.8. Стратегии выхода с рынка
  - 3.8.1. Стратегии распределения
  - 3.8.2. Коммуникационные стратегии
  - 3.8.3. Стратегии продаж, интернет и прямой маркетинг
- 3.9. Организация маркетинговой деятельности и взаимоотношений
  - 3.9.1. Организация маркетинговой деятельности
  - 3.9.2. Концепция маркетинга взаимоотношений
  - 3.9.3. Маркетинговые связи
- 3.10. Реализация и контроль маркетинговой стратегии
  - 3.10.1. Введение
  - 3.10.2. Маркетинговый план
  - 3.10.3. Реализация маркетингового плана
  - 3.10.4. Внутренний маркетинг
  - 3.10.5. Оценка и контроль



*Уникальный, важный и значимый курс обучения для развития вашей карьеры"*

04

# 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**.



““

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 самым 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 в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. 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:



#### Учебный материал

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 экспертного наблюдения третьей стороны.

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



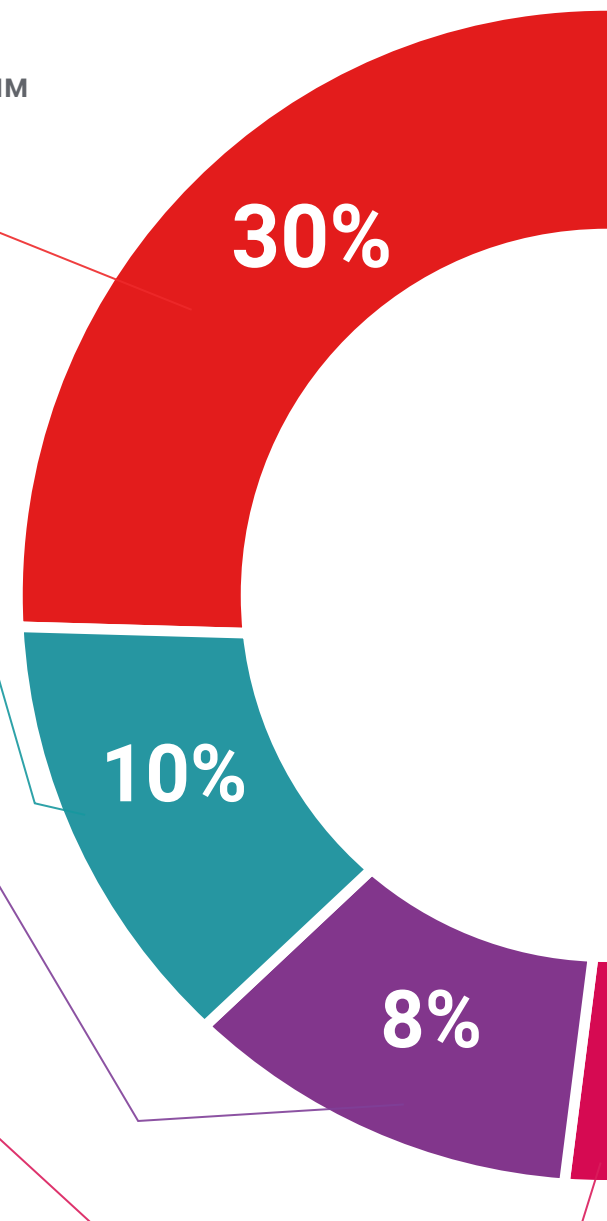
#### Практика навыков и компетенций

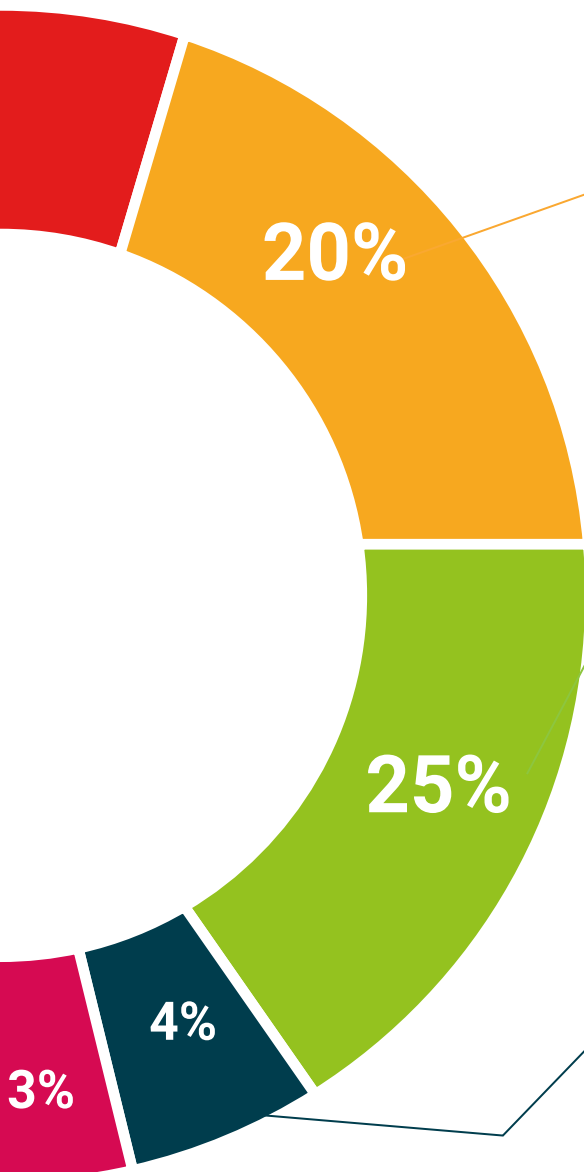
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



#### 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.



05

# Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Маркетинг гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Маркетинг** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курс профессиональной подготовки в области Маркетинг**

Количество учебных часов: **450 часов**



Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

**tech** технологический  
университет

Курс профессиональной  
подготовки

Маркетинг

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Курс профессиональной подготовки

## Маркетинг

MON

TUE

WED

THU

FRI

SAT