

# Специализированная магистратура

МВА в области управления  
пищевыми предприятиями



## Специализированная магистратура

МВА в области управления  
пищевыми предприятиями

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

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/nutrition/professional-master-degree/master-mba-integrated-food-business-management](http://www.techitute.com/ru/nutrition/professional-master-degree/master-mba-integrated-food-business-management)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Компетенции

---

стр. 14

04

Руководство курса

---

стр. 18

05

Структура и содержание

---

стр. 38

06

Методология

---

стр. 58

07

Квалификация

---

стр. 66



01

# Презентация

Пищевая промышленность постоянно развивается, хотя в последние годы она прошла через изменения и преобразования, направленные на сохранение ежегодной прибыли. Сектор, который постоянно меняется благодаря технологическому прогрессу и который должен все больше адаптироваться к строгим нормам контроля и безопасности пищевых продуктов. Это мощная индустрия, находящаяся на подъеме, с гарантированным будущим для профессионалов в этой области. Именно в таком плодотворном сценарии появилась эта 100% онлайн-программа, предлагающая диетологам самые современные знания о том, как работают пищевые компании, маркетинговые стратегии и меры гигиены. Мультимедийное содержание и методика *Relearning* позволяют вам погрузиться в интегрированное управление компаниями в этом секторе гораздо более динамичным образом.





“

Благодаря этой 100% онлайн-программе MBA вы сможете быть в курсе последних достижений в области управления пищевыми предприятиями и применять эти знания в своей профессиональной сфере”

Крупные компании, входящие в пищевую промышленность, такие как Nestlé, Pepsico, Kraft, Danone Group, ConAgra Food, Unilever или Sigma, объединяет способность к инновациям путем проведения исследований в области разработки новых продуктов, тщательный процесс производства, а также внимание к мерам безопасности и гигиены, чтобы предлагать качественные продукты. Однако для достижения такого успеха необходимо комплексное управление и применение эффективных маркетинговых стратегий.

На рынке, который постоянно растет и развивается, специалист по питанию должен быть в курсе последних событий в секторе, где его знания приносят большую пользу как компаниям, так и конечным потребителям. Именно поэтому TECH разработал программу MBA, в рамках которой в течение 12 месяцев специалист сможет быть в курсе последних событий в области управления пищевыми предприятиями и всех необходимых компонентов для достижения оптимальных результатов.

Так, в рамках этой программы будут изучены экономика отрасли, функционирование самой отрасли, актуальность мер безопасности, гигиены и контроля продукции, а также изучение поведения потребителей для принятия маркетинговых решений, связанных с продуктами питания как коммерческим товаром.

Все это в исключительно онлайн-формате, доступ к которому студенты смогут получить с любого электронного устройства с подключением к Интернету. Этот вариант обучения предназначен для профессионалов, которые стремятся быть в курсе последних достижений в области управления пищевыми предприятиями и получить качественную университетскую подготовку, гибкую и совместимую с самыми сложными обязанностями.

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

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области пищевых технологий
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



*Эта программа подготовки представит вам самые эффективные маркетинговые стратегии, используемые в пищевой промышленности»*



“

*Библиотека мультимедийных ресурсов доступна 24 часа в сутки, так что вы сможете легко получить самую свежую информацию о продуктах питания и общественном здравоохранении"*

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 ориентирован на проблемное обучение, 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.

*Глубоко изучите основы экономики пищевых предприятий и внедрения новых процессов и продуктов.*

*Получите круглосуточный доступ к самым современным знаниям в области управления качеством и безопасности пищевых продуктов.*



# 02

## Цели

Учитывая значимость пищевой промышленности, важно понимать, как она работает, а также быть знакомыми с тенденциями в этом секторе. Именно поэтому данная программа позволяет специалисту по питанию получить самые современные знания о научных и технических достижениях в области питания, технологическом прогрессе, факторах, влияющих на выбор и приемлемость продуктов питания, а также о действующих нормах. Кейс-стади, представленные в данной программе, позволят студентам приблизиться к реальной ситуации в отрасли.





“

*TECH адаптируется к вам. Именно поэтому мы предлагаем вам пройти программу в онлайн-формате, без занятий с фиксированным расписанием и с удобным доступом с вашего компьютера или планшета”*



## Общие цели

- ♦ Контролировать математические, статистические и экономические аспекты, связанные с предприятиями пищевой промышленности
- ♦ Проанализировать тенденции в производстве и потреблении продуктов питания
- ♦ Оценивать и признавать санитарно-профилактическое значение программ уборки, дезинфекции, дезинсекции и истребления крыс в пищевой цепи
- ♦ Предоставлять научно-технические консультации по продуктам питания и разработке продуктов питания

“

*Вы получите новейшие знания  
о различных методах и тестах,  
используемых в индустрии  
для прогнозирования  
поведения потребителей”*







## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Математика

- ♦ Ознакомиться с основными элементами, составляющими бизнес-математику
- ♦ Овладеть навыками линейной и матричной алгебры, матрицами, транспонированием матриц, исчислением, инверсией матриц, системами уравнений
- ♦ Понимать способы применения, различные математические техники и методы, существующие в рамках финансирования компании
- ♦ Применять приемы и методы математики в рамках финансовой деятельности компании

### Модуль 2. Статистика

- ♦ Владеть статистической информацией
- ♦ Знать классификацию регистрации данных
- ♦ Применять ИКТ и практические системы на пищевых предприятиях
- ♦ Понимать модели вероятности

### Модуль 3. Продукты питания, технологии и культура

- ♦ Проанализировать историко-культурную эволюцию переработки и потребления конкретных продуктов питания или групп продуктов
- ♦ Соотнести достижения научно-технических знаний о продуктах питания с культурным и технологическим прогрессом
- ♦ Выявлять факторы, влияющие на выбор и приемлемость продуктов питания
- ♦ Различать существенные характеристики пищевых продуктов и отраслей пищевой промышленности
- ♦ в контексте современного продовольствия



#### **Модуль 4. Экономика и пищевое предприятие**

- ♦ Понимать концепцию компании, институциональные и правовые основы и экономический баланс компании
- ♦ Приобрести знания для оценки гигиеническо-санитарного и токсикологического риска процесса, продуктов питания, ингредиентов и упаковки, а также для выявления возможных причин порчи продуктов и создания механизмов отслеживания
- ♦ Знать источники финансирования, финансовые отчеты и различные функциональные области компании
- ♦ Рассчитывать и интерпретировать значения, полученные из валового внутреннего продукта и сельскохозяйственного дохода, для целей экономики и управления бизнесом

#### **Модуль 5. Пищевая промышленность и здравоохранение**

- ♦ Знать дифференциальный характер питания человека, взаимосвязи природы и культуры
- ♦ Определить концепции общественного здоровья и предотвращения рисков, связанных с привычками потребления продуктов питания и безопасностью пищевых продуктов
- ♦ Понимать основы и общие системы профилактики заболеваний, укрепления и охраны здоровья, а также этиологию и эпидемиологические факторы, влияющие на болезни пищевого происхождения
- ♦ Определять и классифицировать основные социальные и экономические последствия зоонозов

#### **Модуль 6. Пищевая промышленность**

- ♦ Управлять и оптимизировать процессы и продукты в пищевой промышленности  
Производить и консервировать продукты питания
- ♦ Разрабатывать новые процессы и продукты
- ♦ Знать промышленные процессы преобразования и консервирования пищевых продуктов, а также технологии упаковки и хранения
- ♦ Идентифицировать системы управления и оптимизации процессов и продуктов, применяемые в основных видах пищевой промышленности
- ♦ Применять знания о процессах преобразования и консервации при разработке новых процессов и продуктов

#### **Модуль 7. Гигиена и безопасность пищевых продуктов**

- ♦ Разрабатывать, внедрять, оценивать и поддерживать надлежащие методы гигиены, безопасности пищевых продуктов и системы контроля рисков, применяя действующее законодательство
- ♦ Сотрудничать в области защиты прав потребителей в рамках обеспечения безопасности пищевых продуктов
- ♦ Разрабатывать и внедрять системы контроля качества пищевых продуктов (анализ рисков и критические контрольные точки и общие планы гигиены) для компании, занимающейся производством продуктов питания и общественного питания

#### **Модуль 8. Качество и управление пищевыми продуктами**

- ♦ Разрабатывать и оценивать механизмы управления безопасностью пищевых продуктов на всех этапах пищевой цепи с целью защиты здоровья населения
- ♦ Идентифицировать и интерпретировать требования стандарта управления безопасностью пищевых продуктов (ISO 22000) для его последующего применения и оценки у участников пищевой цепи
- ♦ Разрабатывать, внедрять, оценивать и поддерживать надлежащую гигиеническую практику, безопасность пищевых продуктов и системы контроля рисков
- ♦ Участвовать в разработке, организации и управлении различными службами питания
- ♦ Сотрудничать во внедрении систем качества
- ♦ Оценивать, контролировать и управлять аспектами отслеживания в пищевой цепи

#### **Модуль 9. Оценка в области продовольственной безопасности**

- ♦ Валидировать, проверять и аудировать системы контроля безопасности пищевых продуктов
- ♦ Знать и описывать основные принципы системы анализа рисков и критических контрольных точек (ХАССП)
- ♦ Знать и понимать функционирование плана ХАССП и его применение в различных отраслях пищевой промышленности
- ♦ Определять и знать гигиенические характеристики групп продуктов питания животного, растительного происхождения и продуктов переработки

**Модуль 10. Маркетинг и поведение потребителей**

- ♦ Знать и понимать концепции, инструменты и логику маркетинга как вида предпринимательской деятельности, присущего производству продуктов питания
- ♦ Научиться принимать решения, связанные с маркетингом продукции, такие как поиск маркетинговых возможностей, разработка стратегий и действий, необходимых для успешного продвижения продуктов питания на рынке
- ♦ Знать процедуры анализа рынка и поведения потребителей для консультирования компаний при разработке новых продуктов питания
- ♦ Разрабатывать и применять различные тесты, применяемые к продуктам питания, для прогнозирования поведения целевой группы населения

**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**

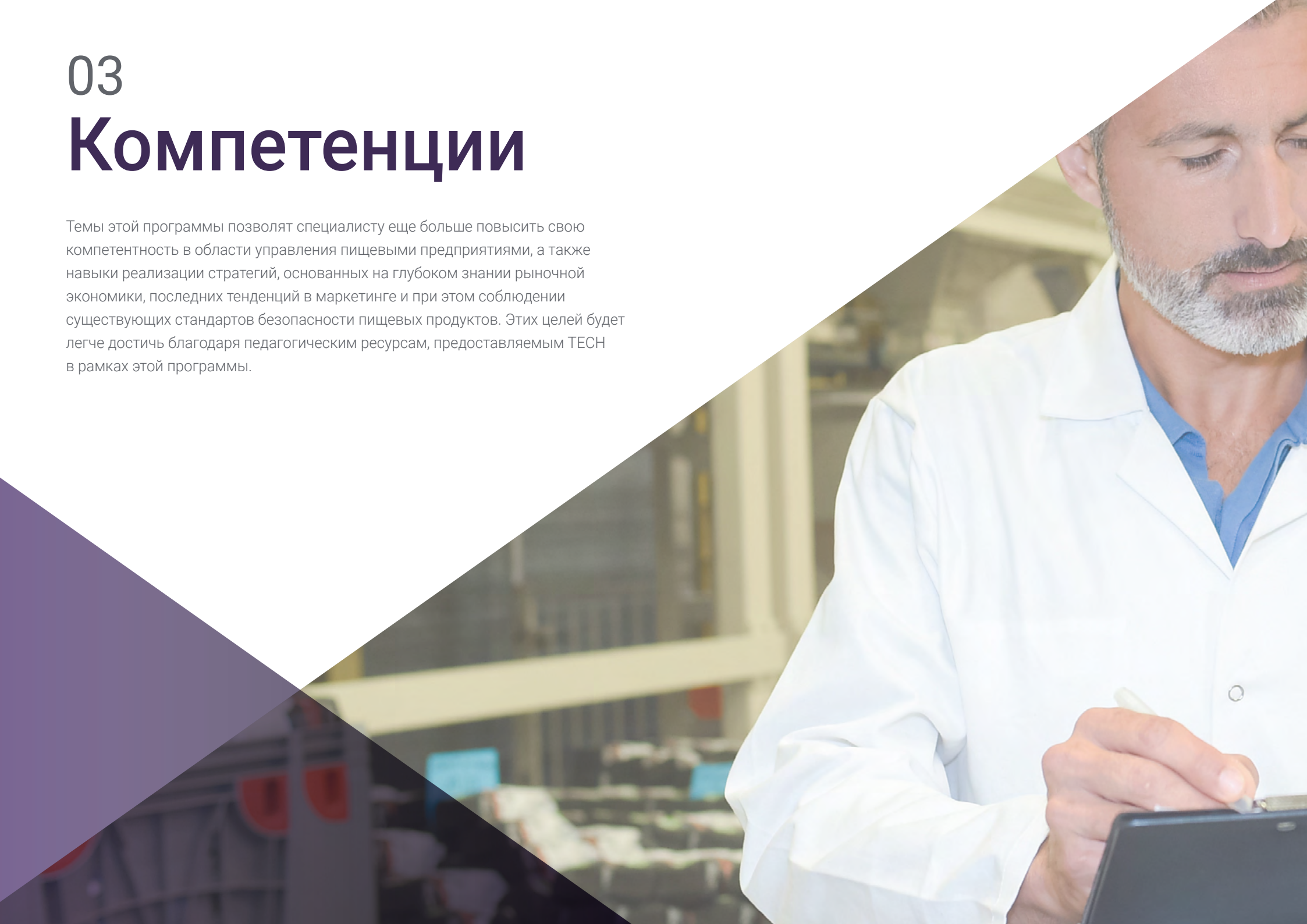
- ♦ Определить концепцию общего менеджмента и ее значение для управления бизнесом
- ♦ Оценить роль и ответственность руководства в организационной культуре
- ♦ Анализировать важность управления операциями и управления качеством в цепочке создания стоимости
- ♦ Развить навыки межличностного общения и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



# 03

## Компетенции

Темы этой программы позволят специалисту еще больше повысить свою компетентность в области управления пищевыми предприятиями, а также навыки реализации стратегий, основанных на глубоком знании рыночной экономики, последних тенденций в маркетинге и при этом соблюдении существующих стандартов безопасности пищевых продуктов. Этих целей будет легче достичь благодаря педагогическим ресурсам, предоставляемым TECH в рамках этой программы.



“

Эта программа позволит вам  
расширить свои компетенции  
и навыки в применении новейших  
методов ведения бизнеса  
в пищевой промышленности”





## Общие профессиональные навыки

---

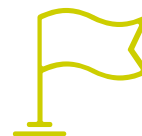
- Знать и применять соответствующие рыночные методы в области пищевой промышленности
- Принимать превентивные и корректирующие меры по устранению опасностей, периодически возникающих на любом из этапов пищевой цепи
- Определить различные типы рынков, такие как монополистический, олигополистический и рынок монополистической конкуренции
- Признавать роль культурных норм в обычаях и правилах питания, а также роль пищи в обществе



*Узнайте об организации и управлении различными службами питания благодаря материалам, доступным круглосуточно"*







## Профессиональные навыки

---

- ♦ Выявлять проблемы в сфере здоровья, связанные с использованием пищевых добавок
- ♦ Сотрудничать в области защиты прав потребителей в рамках безопасности и качества пищевых продуктов
- ♦ Участвовать в разработке, организации и управлении различными службами питания
- ♦ Определять механизмы и параметры управления процессами и оборудованием в пищевой промышленности
- ♦ Получить широкие знания об индивидуальном и социальном пищевом поведении
- ♦ Освоить процессы преобразования и сохранения, характерные для основных видов пищевой промышленности

04

# Руководство курса

ТЕСН поддерживает постоянное стремление к академическому совершенству. По этой причине над каждой из программ работают преподаватели высочайшего уровня. Эти специалисты имеют большой опыт работы в своих профессиональных областях и в то же время добились значительных результатов в своих эмпирических исследованиях и практической работе. Кроме того, эти специалисты играют ведущую роль в разработке университетской программы, поскольку они отвечают за отбор наиболее актуальных и инновационных материалов для включения в учебный план. В то же время они участвуют в разработке многочисленных мультимедийных ресурсов высокой педагогической ценности.





“

*Весь преподавательский состав, включающий экспертов с большим опытом работы, будет в вашем распоряжении в этой программе TECH”*



## Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер 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.

Дженнифер 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, Дженнифер

---

- 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 нескольким 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 **взрачивал и возглавлял высокоэффективные 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, мерчендайзингом 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 мерчендайзингу 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 MBA 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**, расположенном 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-MBA 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!"*

## Приглашенный международный руководитель

Роберто Буттини - ведущий менеджер с более чем 30-летним опытом работы в пищевом секторе. В частности, он специализировался в таких областях, как исследования и разработки, пищевая промышленность, инновации, безопасность и гигиена. На протяжении всей своей карьеры он демонстрировал твердую приверженность улучшению качества потребляемых продуктов, применяя решения, которые приносят пользу как потребителям, так и планете. Его работа была направлена на обеспечение совершенства в производстве продуктов питания, внедрение эффективных и устойчивых процессов, отвечающих самым высоким стандартам качества.

На протяжении своей карьеры он работал в нескольких известных компаниях, таких как Barilla, одна из ведущих итальянских компаний в секторе питания. Он занимал несколько руководящих должностей, таких как вице-президент по глобальному качеству и безопасности пищевых продуктов. Кроме того, он был директором по исследованиям, разработкам и качеству в Kamps - Lieken, приобретая ключевые навыки в управлении многопрофильными командами, разработке стратегий НИОКР и внедрении инновационных систем качества. Он также работал ученым в компании Enel, где оттачивал свои аналитические и исследовательские навыки в сложных технологических контекстах.

На международном уровне он получил признание за свой вклад в развитие пищевой промышленности. Он был одним из лидеров в разработке стратегий, обеспечивающих безопасность продукции на многочисленных мировых рынках. Его работа позволила ему завоевывать мировой авторитет, укрепив позиции лидера в своей области. Он был награжден за то, что уделяет особое внимание устойчивому развитию и корпоративной социальной ответственности, все больше повышая стандарты.

Он также внес вклад в развитие научных знаний, опубликовав статьи, посвященные переработке пищевых продуктов. Его внимание к изменениям позволило ему быть в авангарде разработки более безопасных методов, оказывающих значительное влияние на совершенствование систем.



## Г-н Буттини, Роберто

---

- Вице-президент по качеству и безопасности пищевых продуктов, Barilla Group, Парма, Италия
- Менеджер по развитию продуктов - хлебобулочные изделия Европа Категории безалкогольных напитков в Barilla Group
- Менеджер по исследованиям, разработкам и качеству в Kamps – Lieken
- Ученый в Enel
- Специализация по менеджменту в Институте итальянских менеджеров Natale Toffoloni
- Специализация по пищевым технологиям в Пармском университете, Италия
- Степень бакалавра химии в Пармском университете, Италия

“

*Благодаря TECH вы  
сможете учиться у лучших  
мировых профессионалов”*



04

# Структура и содержание

ТЕСН разработал учебный план, основная цель которого — предоставить самую последнюю информацию по управлению пищевыми предприятиями. Для этого был разработан учебный план, который начинается с самых передовых знаний в области экономики бизнеса, а затем углубляется в последние технологические достижения, культуру и фактический процесс производства продуктов питания. Видеоконспекты, интерактивные диаграммы и специализированная литература также позволят студенту быть в курсе последних событий в области пищевой гигиены, маркетинга и управления качеством.



“

Участвуйте в программе,  
которая позволит вам узнать  
о новейших мерах гигиены,  
применяемых к мясным,  
молочным и рыбным продуктам”



## Модуль 1. Математика

- 1.1. Основные элементы линейной и матричной алгебры
  - 1.1.1. Векторное пространство  $\mathbb{R}^n$ , функции и переменные
    - 1.1.1.1. Графическое представление множеств  $\mathbb{R}$
    - 1.1.1.2. Основные понятия вещественных функций нескольких переменных. Операции с функциями
    - 1.1.1.3. Классы функций
    - 1.1.1.4. Теорема Вейерштрасса
  - 1.1.2. Оптимизация с неравными ограничениями
    - 1.1.2.1. Графический метод с двумя переменными
  - 1.1.3. Классы функций
    - 1.1.3.1. Отдельные переменные
    - 1.1.3.2. Полиномиальные переменные
    - 1.1.3.3. Рациональные
    - 1.1.3.4. Квадратичные формы
- 1.2. Матрицы: типы, понятия и операции
  - 1.2.1. Основные определения
    - 1.2.1.1. Матрица порядка  $m \times n$
    - 1.2.1.2. Квадратные матрицы
    - 1.2.1.3. Матрица тождества
  - 1.2.2. Операции с матрицами
    - 1.2.2.1. Сложение матриц
    - 1.2.2.2. Произведение действительного числа на матрицу
    - 1.2.2.3. Произведение матриц
- 1.3. Транспонирование матрицы
  - 1.3.1. Диагонализируемая матрица
  - 1.3.2. Свойства транспонирования матрицы
  - 1.3.3. Свойство инволютивности
- 1.4. Детерминанты: вычисление и определение
  - 1.4.1. Понятие детерминантов
    - 1.4.1.1. Определение детерминантов
    - 1.4.1.2. Квадратная матрица порядка 2, 3 и больше 3
  - 1.4.2. Треугольные матрицы
    - 1.4.2.1. Вычисление треугольной матрицы
    - 1.4.2.2. Вычисление нетреугольной квадратной матрицы
  - 1.4.3. Свойства определителей
    - 1.4.3.1. Упрощение вычислений
    - 1.4.3.2. Вычисление в любом случае





- 1.5. Инверсия матрицы
  - 1.5.1. Свойства инверсии матрицы
    - 1.5.1.1. Понятие инверсии
    - 1.5.1.2. Определения и связанные с ними основные понятия
  - 1.5.2. Расчет инверсии матрицы
    - 1.5.2.1. Методы и расчет
    - 1.5.2.2. Исключения и примеры
  - 1.5.3. Матричное выражение и уравнение
    - 1.5.3.1. Матричное выражение
    - 1.5.3.2. Матричное уравнение
- 1.6. Решение систем уравнений
  - 1.6.1. Линейные уравнения
  - 1.6.2. Обсуждение системы. Теорема Руше-Фобениуса.
  - 1.6.3. Правило Крамера: решение системы
  - 1.6.4. Однородные системы
  - 1.6.5. Векторные пространства
    - 1.6.5.1. Свойства векторного пространства
    - 1.6.5.2. Линейная комбинация векторов
    - 1.6.5.3. Линейная зависимость и независимость
    - 1.6.5.4. Координаты вектора
    - 1.6.5.5. Теорема о базисах
- 1.7. Квадратичные формы
  - 1.7.1. Понятие и определение квадратичных форм
  - 1.7.2. Квадратичные матрицы
    - 1.7.2.1. Закон инерции квадратичных форм
    - 1.7.2.2. Исследование знака по собственным значениям
    - 1.7.2.3. Изучение знака по минорам
- 1.8. Функции одной переменной
  - 1.8.1. Анализ поведения величины
    - 1.8.1.1. Локальный анализ
    - 1.8.1.2. Непрерывность
    - 1.8.1.3. Ограниченная непрерывность
- 1.9. Пределы функций, область и изображение в действительных функциях
  - 1.9.1. Функции нескольких переменных
    - 1.9.1.1. Вектор нескольких переменных
  - 1.9.2. Домен функции
    - 1.9.2.1. Концепция и применение



- 1.9.3. Пределы функций
  - 1.9.3.1. Пределы функции в точке
  - 1.9.3.2. Боковые пределы функции
  - 1.9.3.3. Пределы рациональных функций
- 1.9.4. Неопределенность
  - 1.9.4.1 Неопределенность функций с корнями
  - 1.9.4.2. Неопределимость  $0/0$
- 1.9.5. Домен и образ функции
  - 1.9.5.1. Понятие и характеристики
  - 1.9.5.2. Расчет домена и изображение
- 1.10. Деривативы: поведенческий анализ
  - 1.10.1. Производные функции в точке
    - 1.10.1.1. Понятие и характеристики
    - 1.10.1.2. Геометрическая интерпретация
  - 1.10.2. Правила производной
    - 1.10.2.1 Вывод константы
    - 1.10.2.2. Вывод суммы или дифференцирование
    - 1.10.2.3. Вывод произведения
    - 1.10.2.4. Вывод противоположного
    - 1.10.2.5. Вывод композита
- 1.11. Приложения производной к исследованию функций
  - 1.11.1. Свойства производных функций
    - 1.11.1.1. Теорема о максимуме
    - 1.11.1.2. Теорема о минимуме
    - 1.11.1.3. Теорема Ролля
    - 1.11.1.4. Теорема о среднем значении
    - 1.11.1.5. Правило Лопиталя
  - 1.11.2. Оценка экономических величин
    - 1.11.2.1. Дифференцируемость
- 1.12. Оптимизация функций нескольких переменных
  - 1.12.1. Оптимизация функций
    - 1.12.1.1. Оптимизация с ограничениями на равенство
    - 1.12.1.2. Критические точки
    - 1.12.1.3. Относительные экстремумы
  - 1.12.2. Выпуклые и вогнутые функции
    - 1.12.2.1. Свойства выпуклых и вогнутых функций
    - 1.12.2.2. Точки перегиба
    - 1.12.2.3. Рост и спад

- 1.13. Неопределенные интегралы
  - 1.13.1. Примитивный и неопределенный интеграл
    - 1.13.1.1. Основные понятия
    - 1.13.1.2. Методы расчета
  - 1.13.2. Непрерывные интегралы
    - 1.13.2.1. Свойства непосредственных интегралов
  - 1.13.3. Методы интегрирования
    - 1.13.3.1. Рациональные интегралы
- 1.14. Определенные интегралы
  - 1.14.1. Теорема Барроу
    - 1.14.1.1. Определение теоремы
    - 1.14.1.2. Основа вычислений
    - 1.14.1.3. Применение теоремы
  - 1.14.2. Разрезание кривых в определенных интегралах
    - 1.14.2.1. Понятие обрезания кривой
    - 1.14.2.2. Основа расчета и изучение операций
    - 1.14.2.3. Применение расчета криволинейного резания
  - 1.14.3. Теорема о среднем значении
    - 1.14.3.1. Понятие теоремы и замкнутого интервала
    - 1.14.3.2. Основа расчета и изучение операций
    - 1.14.3.3. Применение теоремы

## Модуль 2. Статистика

- 2.1. Введение в статистику
  - 2.1.1. Основные понятия
  - 2.1.2. Типы переменных
  - 2.1.3. Статистическая информация
- 2.2. Сортировка и классификация записей данных
  - 2.2.1. Описание переменных
  - 2.2.2. Таблица частотного распределения
  - 2.2.3. Количественные и качественные показатели
- 2.3. Приложения и практические системы информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)
  - 2.3.1. Основные понятия
  - 2.3.2. Инструменты
  - 2.3.3. Представление данных



- 2.4. Сводные данные I
  - 2.4.1. Описательные меры
  - 2.4.2. Меры централизации
  - 2.4.3. Меры дисперсии
  - 2.4.4. Измерения формы или положения
- 2.5. Сводные данные II
  - 2.5.1. Схема коробки
  - 2.5.2. Определение выбросов
  - 2.5.3. Преобразование переменной
- 2.6. Анализ набора двух статистических переменных
  - 2.6.1. Табулирование двух переменных
  - 2.6.2. Таблицы непредвиденных обстоятельств и графические представления
  - 2.6.3. Линейная связь между количественными переменными
- 2.7. Временные ряды и индексные номера
  - 2.7.1. Временные ряды
  - 2.7.2. Измерения изменения
  - 2.7.3. Индексные числа
  - 2.7.4. Индекс потребительских цен (ИПЦ) и дефлированные временные ряды
- 2.8. Введение в теорию вероятности: исчисление и основные понятия
  - 2.8.1. Основные понятия
  - 2.8.2. Теория множеств
  - 2.8.3. Расчет вероятностей
- 2.9. Случайные переменные и функции вероятностей
  - 2.9.1. Случайные переменные
  - 2.9.2. Показатели переменных
  - 2.9.3. Функция вероятности
- 2.10. Модели вероятности случайных переменных
  - 2.10.1. Расчет вероятностей
  - 2.10.2. Дискретные случайные переменные
  - 2.10.3. Непрерывные случайные переменные
  - 2.10.4. Модели, полученные на основе нормального распределения

### Модуль 3. Продукты питания, технологии и культура

- 3.1. Введение в культуру питания
  - 3.1.1. Пища и питание: человек как всеядное животное
  - 3.1.2. Концепция культуры питания и поведения
  - 3.1.3. Питание человека в различных типах обществ
  - 3.1.4. Концепция пищевой адаптации: примеры пищевой адаптации
- 3.2. Факторы, влияющие на питание
  - 3.2.1. Идеологическое значение пищи
  - 3.2.2. Диета и пол
  - 3.2.3. Паттерны комменсализма в различных культурах: производство, потребление и поведение
- 3.3. Религия и питание
  - 3.3.1. Разрешенные и запрещенные продукты питания
  - 3.3.2. Взаимосвязь пищи и религиозных ритуалов
  - 3.3.3. Диетические практики и поведение, связанные с религией
- 3.4. Исторические основы питания
  - 3.4.1. Основные изменения в рационе питания человека на разных этапах истории
  - 3.4.2. Предыстория
  - 3.4.3. Древность
  - 3.4.4. Средневековье
  - 3.4.5. Влияние открытия Америки на европейскую кухню и Новый Свет
  - 3.4.6. Новое время
- 3.5. Научные достижения и питание
  - 3.5.1. Промышленная революция
  - 3.5.2. Влияние научных открытий и технологических разработок в пищевой промышленности
- 3.6. Питание в эпоху Новейшего времени I
  - 3.6.1. Социально-экономические и демографические факторы, обуславливающие существующий рацион питания
  - 3.6.2. Питание и иммиграция
  - 3.6.3. Человек и изобилие в мире, мифы и реальность
- 3.7. Питание в эпоху Новейшего времени II
  - 3.7.1. Новые тенденции в пищевой промышленности
  - 3.7.2. Рост массового общественного питания и фаст-фуда
  - 3.7.3. Интерес к диете и здоровью

- 3.8. Приемлемость продуктов питания
  - 3.8.1. Физиологические и психологические условия
  - 3.8.2. Концепция качества продуктов питания
  - 3.8.3. Оценка приемлемости пищевых продуктов
- 3.9. Техники коммуникации
  - 3.9.1. Маркетинг продуктов питания
  - 3.9.2. Элементы маркетинга
  - 3.9.3. Ресурсы для рекламы продуктов питания
  - 3.9.4. Влияние рекламы на пищевое поведение
- 3.10. Социокультурные факторы питания
  - 3.10.1. Социальные отношения
  - 3.10.2. Выражение чувств, престижа и власти
  - 3.10.3. Социальные группы неолита и палеолита

### Модуль 4. Экономика и пищевое предприятие

- 4.1. Основы экономики
  - 4.1.1. Экономика и необходимость выбора
  - 4.1.2. Граница производственных возможностей и ее применение в производстве
  - 4.1.3. Функционирование рыночной экономики
  - 4.1.4. Ограничения системы рыночной экономики и смешанной экономики
- 4.2. Кривые спроса и предложения
  - 4.2.1. Агенты, участвующие в рынке. Спрос и предложение
  - 4.2.2. Рыночное равновесие
  - 4.2.3. Сдвиги в кривых спроса и предложения
- 4.3. Применение анализа спроса и предложения
  - 4.3.1. Падение цен на сельскохозяйственную продукцию
  - 4.3.2. Максимальные и минимальные цены
  - 4.3.3. Установление субсидированных или поддерживающих цен
  - 4.3.4. Основные системы, используемые для помощи фермерам
- 4.4. Спрос на товары
  - 4.4.1. Потребительский спрос и полезность
  - 4.4.2. Рыночный спрос
  - 4.4.3. Спрос и концепция эластичности
  - 4.4.4. Эластичность спроса и совокупный доход
  - 4.4.5. Другие эластичности



- 4.5. Производство в фирме и издержки производства
  - 4.5.1. Производство в краткосрочном периоде
  - 4.5.2. Производство в долгосрочном периоде
  - 4.5.3. Издержки фирмы в краткосрочном периоде
  - 4.5.4. Долгосрочные издержки и отдача от масштаба
  - 4.5.5. Производственные решения фирмы и максимизация прибыли
- 4.6. Типология рынков
  - 4.6.1. Формы соревнований
  - 4.6.2. Рынки совершенной конкуренции
  - 4.6.3. Конкурентная фирма и решение о производстве
  - 4.6.4. Основные характеристики несовершенной конкуренции
  - 4.6.5. Монополия, олигополия и монополистическая конкуренция
- 4.7. Экономические макроагнаты
  - 4.7.1. Валовой внутренний продукт и общий индекс цен
  - 4.7.2. Доходы населения и инвестиции
  - 4.7.3. Макровеличины в сельском хозяйстве
- 4.8. Организационная структура компании. Типы компаний
  - 4.8.1. Индивидуальный предприниматель
  - 4.8.2. Компания без статуса юридического лица
  - 4.8.3. Компания со статусом юридического лица
  - 4.8.4. Корпоративная социальная ответственность
  - 4.8.5. Правовая и налоговая среда
- 4.9. Функциональные направления деятельности компании
  - 4.9.1. Финансирование в компании: заемные и собственные средства
  - 4.9.2. Производство в компании
  - 4.9.3. Сфера закупок и методы управления запасами
  - 4.9.4. Человеческие ресурсы
- 4.10. Анализ финансовой отчетности компании
  - 4.10.1. Анализ собственного капитала
  - 4.10.2. Финансовый анализ
  - 4.10.3. Экономический анализ

## Модуль 5. Пищевая промышленность и здравоохранение

- 5.1. Питание человека и его историческая эволюция
  - 5.1.1. Природный и культурный факты. Биологическая эволюция, орудия труда и их производство
  - 5.1.2. Использование огня, характеристики охотников и собирателей. Мясоед или вегетарианец
  - 5.1.3. Биологические, генетические, химические, механические технологии, применяемые при переработке и консервировании пищевых продуктов
  - 5.1.4. Питание в римскую эпоху
  - 5.1.5. Влияние открытия Америки
  - 5.1.6. Продовольственные товары в развитых странах
    - 5.1.6.1. Цепочки и сети распределения продовольствия
    - 5.1.6.2. Глобальная коммерческая сеть и малое предпринимательство
- 5.2. Социокультурное значение продуктов питания
  - 5.2.1. Продукты питания и социальная коммуникация. Социальные отношения и отношения личностей
  - 5.2.2. Проявление эмоций через пищу. Праздники и торжества
  - 5.2.3. Взаимосвязь диет и религиозных предписаний. Питание и христианство, индуизм, буддизм, иудаизм, ислам
  - 5.2.4. Натуральные продукты, органические продукты и экологически чистые продукты питания
  - 5.2.5. Типология диет: обычная диета, диеты для похудения, лечебные диеты, магические диеты и абсурдные диеты
  - 5.2.6. Пищевая реальность и восприятие пищи. Правила организации семейного и институционального питания
- 5.3. Общественное и пищевое поведение
  - 5.3.1. Печатная пресса: специализированные журналы. Популярные журналы и профессиональные издания
  - 5.3.2. Аудиовизуальные средства: радио, телевидение, Интернет. Упаковки. Реклама
  - 5.3.3. Пищевое поведение. Мотивация и потребление
  - 5.3.4. Маркировка и потребление продуктов питания. Развитие предпочтений и антипатий
  - 5.3.5. Источники изменчивости пищевых предпочтений и отношений к еде
- 5.4. Понятие о здоровье и болезнях, эпидемиология
  - 5.4.1. Укрепление здоровья и профилактика заболеваний
  - 5.4.2. Уровни профилактики. Закон об общественном здравоохранении
  - 5.4.3. Характеристики продуктов питания. Пища как фактор развития заболеваний
  - 5.4.4. Эпидемиологические методы: описательный, аналитический, экспериментальный, прогностический

- 5.5. Медицинское, социальное и экономическое значение зоонозов
  - 5.5.1. Классификация зоонозов
  - 5.5.2. Факторы
  - 5.5.3. Критерии оценки
  - 5.5.4. Планы по борьбе
- 5.6. Эпидемиология и профилактика заболеваний, передающихся через мясо и мясные продукты, а также рыбу и рыбные продукты
  - 5.6.1. Введение. Эпидемиологические факторы болезней мясного происхождения
  - 5.6.2. Болезни потребителей
  - 5.6.3. Меры профилактики заболеваний, передающихся через мясные продукты
  - 5.6.4. Введение. Эпидемиологические факторы болезней, передающихся через рыбу
  - 5.6.5. Болезни потребителей
  - 5.6.6. Профилактика
- 5.7. Эпидемиология и профилактика заболеваний, передающихся через молоко и молочные продукты
  - 5.7.1. Введение. Эпидемиологические факторы болезней мясного происхождения
  - 5.7.2. Болезни потребителей
  - 5.7.3. Меры профилактики заболеваний, передающихся через молочные продукты
- 5.8. Эпидемиология и профилактика заболеваний, передающихся с хлебобулочными, кондитерскими и сдобными изделиями
  - 5.8.1. Введение. Эпидемиологические факторы
  - 5.8.2. Болезни потребителей
  - 5.8.3. Профилактика
- 5.9. Эпидемиология и профилактика заболеваний, передающихся с консервированными и полуконсервированными продуктами, а также со свежими овощами и съедобными грибами
  - 5.9.1. Введение. Эпидемиологические факторы консервированных и полуконсервированных продуктов питания
  - 5.9.2. Заболевания, вызванные употреблением консервированных и полуконсервированных продуктов питания
  - 5.9.3. Профилактика заболеваний, передающихся с консервированными и полуконсервированными продуктами
  - 5.9.4. Введение. Эпидемиологические факторы овощей, зелени и грибов
  - 5.9.5. Заболевания, связанные с употреблением овощей, зелени и грибов
  - 5.9.6. Профилактика заболеваний, передающихся через овощи, зелень и грибы

- 5.10. Проблемы со здоровьем, возникающие при использовании пищевых добавок, источник пищевых отравлений
  - 5.10.1. Токсичные вещества природного происхождения в продуктах питания
  - 5.10.2. Токсичность из-за неправильного использования
  - 5.10.3. Применение пищевых добавок

## Модуль 6. Пищевая промышленность

- 6.1. Зерновые культуры и продукты их переработки I
  - 6.1.1. Зерновые культуры: производство и потребление
    - 6.1.1.1. Классификация зерновых культур
    - 6.1.1.2. Современное состояние исследований и промышленная ситуация
  - 6.1.2. Основы зернопереработки
    - 6.1.2.1. Методы и оборудование для определения характеристик муки и хлебного теста
    - 6.1.2.2. Реологические свойства при замесе, расстойке и выпечке
  - 6.1.3. Зерновые продукты: ингредиенты, добавки и вспомогательные вещества. Классификация и эффекты
- 6.2. Зерновые культуры и продукты их переработки II
  - 6.2.1. Процесс выпечки: этапы, производимые изменения и используемое оборудование
  - 6.2.2. Инструментальная, сенсорная и пищевая характеристика продуктов из зерновых культур
  - 6.2.3. Применение холода в хлебопечении. Замороженный предварительно приготовленный хлеб. Качество процессов и продукции
  - 6.2.4. Безглютеновые продукты, полученные из зерновых культур. Рецепттура, технологические и качественные характеристики
  - 6.2.5. Пищевые пасты. Состав и технология. Виды макаронных изделий
  - 6.2.6. Инновации в хлебобулочных изделиях. Тенденции в области разработки изделий
- 6.3. Молоко и молочные продукты. Яйца и яичные продукты I
  - 6.3.1. Гигиенически-санитарное качество молока
    - 6.3.1.1. Источник и уровни загрязнения. Исходная и контаминирующая микробиота
    - 6.3.1.2. Наличие химических загрязнителей: остатков и загрязняющих веществ
    - 6.3.1.3. Влияние гигиены на цепочку производства и реализации молока
  - 6.3.2. Молочное производство. Синтез молока
    - 6.3.2.1. Факторы, влияющие на состав молока: внешние и внутренние
    - 6.3.2.2. Дояние: передовые методы ведения технологического процесса

- 6.3.3. Предварительная обработка молока на ферме: фильтрация, охлаждение и альтернативные методы консервации
- 6.3.4. Обработка в молочной промышленности: осветление и бактофугирование, обезжиривание, стандартизация, гомогенизация, деаэрация, пастеризация, определение, процедуры, температуры обработки и ограничивающие факторы
  - 6.3.4.1. Типы пастеризаторов. Упаковка. Контроль качества. Стерилизация. Определение
  - 6.3.4.2. Методы: традиционный, УНТ, другие системы. Упаковка. Контроль качества. Производственные дефекты
  - 6.3.4.3. Виды пастеризованного и стерилизованного молока. Отбор молока. Молочные коктейли и ароматизированные молочные напитки. Процесс смешивания. Обогащенные молочные продукты. Процесс обогащения
  - 6.3.4.4. Выпаренное молоко. Сгущенное молоко
- 6.3.5. Системы консервации и упаковки
- 6.3.6. Контроль качества сухого молока
- 6.3.7. Упаковка молока и системы контроля качества
- 6.4. Молоко и молочные продукты. Яйца и яичные продукты I
  - 6.4.1. Молочные продукты. Сливки и масла
  - 6.4.2. Производственный процесс. Методы непрерывного производства. Упаковка и консервация. Производственные дефекты и изменения
  - 6.4.3. Ферментированные молочные продукты: йогурт. Подготовительная обработка молока. Производственные процессы и системы
    - 6.4.3.1. Виды йогурта. Проблемы при обработке. Контроль качества
    - 6.4.3.2. Органические продукты и другие ацидофильные молочные продукты
  - 6.4.4. Технология производства сыра: подготовительная обработка молока
    - 6.4.4.1. Получение творога: синерезис. Прессование. Соление
    - 6.4.4.2. Активность воды в сыре. Контроль и консервация рассолов
    - 6.4.4.3. Созревание сыра: действующие вещества. Факторы, определяющие созревание. Последствия загрязнения биоты
    - 6.4.4.4. Токсикологические проблемы сыра
  - 6.4.5. Добавки и противогрибковые препараты
  - 6.4.6. Мороженое. Характерные особенности. Виды мороженого. Производственные процессы
  - 6.4.7. Яйца и яичные продукты
    - 6.4.7.1. Свежее яйцо: переработка свежего яйца в качестве сырья для производства яичных производных
    - 6.4.7.2. Яичные продукты: жидкие, замороженные и обезвоженные
- 6.5. Продукты растительного происхождения I
  - 6.5.1. Физиология и технология послеуборочной обработки. Введение
  - 6.5.2. Производство фруктов и овощей, необходимость послеуборочной консервации
  - 6.5.3. Дыхание: дыхательный метаболизм и его влияние на послеуборочную сохранность и порчу овощей
  - 6.5.4. Этилен: синтез и метаболизм. Участие этилена в регуляции созревания плодов
  - 6.5.5. Созревание плодов: процесс созревания, общие черты и его контроль
    - 6.5.5.1. Климатерическое и неклиматерическое созревание
    - 6.5.5.2. Композиционные изменения: физиологические и биохимические изменения в процессе созревания и хранения плодов и овощей
- 6.6. Растительные продукты II
  - 6.6.1. Принцип сохранения плодов и овощей путем контроля газов окружающей среды. Способ действия и применение в консервировании плодов и овощей
  - 6.6.2. Холодильное хранение. Температурный контроль при консервировании фруктов и овощей
    - 6.6.2.1. Технологические методы и применения
    - 6.6.2.2. Повреждения от холода и борьба с ними
  - 6.6.3. Транспирация: контроль потерь воды при консервировании фруктов и овощей
    - 6.6.3.1. Физические принципы. Системы управления
  - 6.6.4. Послеуборочная патология: основные виды порчи и гнили при консервировании плодов и овощей. Системы и методы управления
  - 6.6.5. Свежесрезанные продукты
    - 6.6.5.1. Физиология растительной продукции: технологии обработки и консервация
- 6.7. Растительные продукты III
  - 6.7.1. Производство овощных консервов: общий обзор линии консервирования овощей
    - 6.7.1.1. Примеры основных видов овощных и бобовых консервов
    - 6.7.1.2. Новые продукты растительного происхождения: холодные супы
    - 6.7.1.3. Обзор линии упаковки фруктов
  - 6.7.2. Переработка соков и нектаров: извлечение и переработка соков
    - 6.7.2.1. Системы асептической обработки, хранения и упаковки
    - 6.7.2.2. Примеры линий производства основных видов соков
    - 6.7.2.3. Производство и консервирование полуфабрикатов: кремообразные продукты



- 6.7.3. Производство джемов, желе и варенья: технологический процесс и упаковка
  - 6.7.3.1. Примеры технологических линий; характеристики
  - 6.7.3.2. Добавки, используемые при производстве джемов и варенья
- 6.8. Алкогольные напитки и масла
  - 6.8.1. Алкогольные напитки: вино. Производственный процесс
    - 6.8.1.1. Пиво: процесс приготовления. Типы
    - 6.8.1.2. Спиртные напитки и ликеры: процессы и виды производства
  - 6.8.2. Масла и жиры: введение
    - 6.8.2.1. Оливковое масло: система экстракции оливкового масла
    - 6.8.2.2. Масла масличных культур. Экстракция
  - 6.8.3. Животные жиры: рафинирование жиров и масел
- 6.9. Мясо и мясные продукты
  - 6.9.1. Мясная промышленность: производство и потребление
  - 6.9.2. Классификация и функциональные свойства мышечных белков: миофибриллярные, саркоплазматические и стромальные белки
    - 6.9.2.1. Преобразование мышечной массы в мясную: стрессовый синдром свиней
  - 6.9.3. Созревание мяса. Факторы, влияющие на качество мяса для прямого потребления и промышленной переработки
  - 6.9.4. Химия вяления: ингредиенты, добавки и вспомогательные средства для отверждения
    - 6.9.4.1. Промышленные процессы вяления: сухие и влажные процессы вяления
    - 6.9.4.2. Альтернативы нитритам
  - 6.9.5. Сырые и сыро-маринованные мясные продукты: основы и проблемы консервирования. Характеристика сырья
    - 6.9.5.1. Виды продукции. Производственные операции
    - 6.9.5.2. Изменения и дефекты
  - 6.9.6. Вареные колбасы и вареные ветчины: основные принципы приготовления мясной эмульсии. Характеристика и выбор сырья
    - 6.9.6.1. Технологические производственные операции. Промышленные системы
    - 6.9.6.2. Изменения и дефекты
- 6.10. Рыба и морепродукты
  - 6.10.1. Рыба и морепродукты. Характеристики технологического интереса
  - 6.10.2. Основные промышленные орудия лова и добычи ракообразных
    - 6.10.2.1. Агрегатные операции в технологии рыбного хозяйства
    - 6.10.2.2. Холодное консервирование рыбы

- 6.10.3. Соление, маринование, сушка и копчение: технологические аспекты производства
  - 6.10.3.1. Характеристики конечного продукта. Производительность
- 6.10.4. Коммерциализация

## Модуль 7. Гигиена и безопасность пищевых продуктов

- 7.1. Введение в безопасность пищевых продуктов
  - 7.1.1. Концепция гигиены и безопасности пищевых продуктов
    - 7.1.1.1. История болезни. Актуальное значение
    - 7.1.1.2. Цели и стратегии глобальной политики в области продовольственной безопасности
  - 7.1.2. Конкретные программы обеспечения качества пищевых продуктов
  - 7.1.3. Безопасность пищевых продуктов на уровне потребителей
  - 7.1.4. Прослеживаемость. Концепция и применение в пищевой промышленности
- 7.2. Системы самоконтроля в пищевом секторе
  - 7.2.1. Общий план по гигиене
    - 7.2.1.1. Цели и текущее значение
    - 7.2.1.2. Основные принципы и основа для внедрения на предприятиях пищевой промышленности
  - 7.2.2. Обработка пищевых продуктов
  - 7.2.3. Профилактические меры и гигиена процессов в пищевой промышленности и на предприятиях общественного питания
- 7.3. Анализ рисков и система критических контрольных точек (ХАССП)
  - 7.3.1. Общие принципы ХАССП
  - 7.3.2. Разработка и проверка технологической карты
  - 7.3.3. Системы оценки рисков и системы оценки опасностей
  - 7.3.4. Внедрение систем контроля, критических пределов, корректирующих действий и систем проверки
  - 7.3.5. Разработка схемы управления и ее применение в пищевой промышленности
- 7.4. Специальные планы пищевой промышленности
  - 7.4.1. План обучения работников пищевой промышленности
    - 7.4.1.1. Реализация плана обучения. Виды учебных мероприятий
    - 7.4.1.2. Методология обучения
    - 7.4.1.3. Последующие действия, мониторинг и корректирующие действия
    - 7.4.1.4. Проверка выполнения плана

- 7.4.2. План утверждения поставщика
  - 7.4.2.1. Процедуры контроля, процедуры проверки и корректирующие действия плана утверждения
  - 7.4.2.2. Гигиена транспортировки товаров
  - 7.4.2.3. Гигиенические стандарты для поступающих свежих, готовых, скоропортящихся, упакованных и других пищевых продуктов
- 7.4.3. План уборки и дезинфекции
  - 7.4.3.1. Биопленки и их влияние на безопасность пищевых продуктов
  - 7.4.3.2. Методы очистки и дезинфекции
  - 7.4.3.3. Виды моющих средств и дезинфекции
  - 7.4.3.4. Системы контроля и проверка плана очистки и дезинфекции
- 7.5. Прослеживаемость в пищевой промышленности
  - 7.5.1. Введение в прослеживаемость
    - 7.5.1.1. Предпосылки для создания системы прослеживаемости
    - 7.5.1.2. Понятие прослеживаемости
    - 7.5.1.3. Виды прослеживаемости
    - 7.5.1.4. Преимущества прослеживаемости
  - 7.5.2. Реализация плана прослеживаемости
    - 7.5.2.1. Введение
    - 7.5.2.2. Предварительные этапы
    - 7.5.2.3. План прослеживаемости
    - 7.5.2.4. Система идентификации продукции
    - 7.5.2.5. Методы тестирования систем
  - 7.5.3. Инструменты идентификации продукции
    - 7.5.3.1. Ручные инструменты
    - 7.5.3.2. Автоматизированные инструменты
      - 7.5.3.2.1. Штрих-код EAN
      - 7.5.3.2.2. RFID// EPC
  - 7.5.4. Регистры
    - 7.5.4.1. Идентификационный учет сырья и других материалов
    - 7.5.4.2. Учёт обработки продуктов питания
    - 7.5.4.3. Учёт идентификации готовой продукции
    - 7.5.4.4. Учёт результатов проведенных проверок
    - 7.5.4.5. Период ведения учета
  - 7.5.5. Управление инцидентами, отзыв продукции, восстановление продукции и претензии клиентов
- 7.6. Хранение товаров и контроль упакованной продукции
  - 7.6.1. Гигиенические нормы для сухого хранения продукции
  - 7.6.2. Горячее хранение: правила приготовления и повторного нагрева и гигиенические стандарты
  - 7.6.3. Записи о валидации системы хранения и калибровка термометров
  - 7.6.4. Упаковка пищевых продуктов и ее применение для обеспечения безопасности пищевых продуктов
    - 7.6.4.1. Гарантии здоровья и долговечность продуктов питания при оптимальных условиях в зависимости от технологии упаковки
    - 7.6.4.2. Пищевая упаковка и загрязнение окружающей среды
- 7.7. Аналитические и инструментальные методы в контроле качества процессов и продукции
  - 7.7.1. Пищевая лаборатория
  - 7.7.2. Официальный контроль над агропродовольственной цепью
    - 7.7.2.1. Национальный План Официального Контроля агропродовольственной цепи (PNCPA)
    - 7.7.2.2. Компетентные органы
  - 7.7.3. Методы анализа пищевых продуктов
    - 7.7.3.1. Методы анализа зерновых культур
    - 7.7.3.2. Методы анализа удобрений, остатков средств защиты растений и ветеринарных препаратов
    - 7.7.3.3. Методы анализа пищевых продуктов
    - 7.7.3.4. Методы анализа мясных продуктов
    - 7.7.3.5. Методы анализа масел и жиров
    - 7.7.3.6. Методы анализа молочных продуктов
    - 7.7.3.7. Методы анализа вин, соков и сула
    - 7.7.3.8. Методы анализа рыбы и морепродуктов
  - 7.7.4. Методы анализа питательных веществ
    - 7.7.4.1. Определение содержания белка
    - 7.7.4.2. Определение содержания углеводов
    - 7.7.4.3. Определение содержания жиров
    - 7.7.4.4. Определение содержания золы

- 7.8. Управление безопасностью продуктов питания
  - 7.8.1. Принципы и управление безопасностью продуктов питания
    - 7.8.1.1. Понятие опасности
    - 7.8.1.2. Понятие риска
    - 7.8.1.3. Оценка рисков
  - 7.8.2. Физические опасности
    - 7.8.2.1. Понятия и аспекты физической опасности пищевых продуктов
    - 7.8.2.2. Методы контроля физической опасности
  - 7.8.3. Химические опасности
    - 7.8.3.1. Понятия и аспекты химической опасности пищевых продуктов
    - 7.8.3.2. Химические опасности естественного происхождения в продуктах питания
    - 7.8.3.3. Опасности, связанные с химическими веществами, намеренно добавляемыми в продукты питания
    - 7.8.3.4. Случайно или непреднамеренно добавленные химические опасности
    - 7.8.3.5. Методы контроля химических опасностей
    - 7.8.3.6. Аллергены в продуктах питания
  - 7.8.4. Понятия и аспекты биологической опасности пищевых продуктов
    - 7.8.4.1. Микробные опасности
    - 7.8.4.2. Немикробные биологические опасности
    - 7.8.4.3. Методы контроля биологических опасностей
  - 7.8.5. Надлежащая производственная практика (GMP)
    - 7.8.5.1. Справочная информация
    - 7.8.5.2. Словарный запас
    - 7.8.5.3. GMP в системе управления безопасностью
- 7.9. Валидация новых методов и технологий
  - 7.9.1. Оценка процессов и методов
    - 7.9.1.1. Документационная поддержка
    - 7.9.1.2. Оценка аналитических методов
    - 7.9.1.3. План отбора образцов для проверки
    - 7.9.1.4. Смещение и точность метода
    - 7.9.1.5. Определение погрешности
  - 7.9.2. Методы оценки
    - 7.9.2.1. Этапы оценки методов
    - 7.9.2.2. Типы процессов проверки, подходы
    - 7.9.2.3. Отчеты о проверке, изложение полученных данных

- 7.9.3. Анализ причин
  - 7.9.3.1. Качественные методы: деревья причинно-следственных связей и корневых причин
  - 7.9.3.2. Количественные методы: Диаграмма Парето и диаграммы рассеяния
- 7.9.4. Внутренние аудиты системы самоконтроля
  - 7.9.4.1. Компетентные аудиторы
  - 7.9.4.2. Программа и план аудитов
  - 7.9.4.3. Объем аудита
  - 7.9.4.4. Справочные документы
- 7.10. Поддержание холодовой цепи
  - 7.10.1. Холодовая линия и ее влияние на безопасность пищевых продуктов
  - 7.10.2. Руководство по разработке, внедрению и поддержанию системы ХАССП на всей холодильной линии на предприятиях общественного питания
  - 7.10.3. Идентификация опасностей, связанных с холодильной линией

## Модуль 8. Качество и управление пищевыми продуктами

- 8.1. Безопасность пищевых продуктов и защита прав потребителей
  - 8.1.1. Определение и основные понятия
  - 8.1.2. Разработки в области качества и безопасности пищевых продуктов
  - 8.1.3. Ситуация в развивающихся и развитых странах
  - 8.1.4. Основные ведомства и органы по обеспечению безопасности пищевых продуктов: структура и функции
  - 8.1.5. Пищевое мошенничество и пищевые мистификации: роль СМИ
- 8.2. Сооружения, помещения и оборудование
  - 8.2.1. Выбор площадки: проектирование, строительство, материалы
  - 8.2.2. План технического обслуживания помещений, сооружений и оборудования
  - 8.2.3. Применимые нормативные акты
- 8.3. План уборки и дезинфекции
  - 8.3.1. Компоненты загрязнения
  - 8.3.2. Моющие и дезинфицирующие средства - состав и функции
  - 8.3.3. Этапы уборки и дезинфекции
  - 8.3.4. Программа уборки и дезинфекции
  - 8.3.5. Действующее законодательство
- 8.4. Борьба с вредителями
  - 8.4.1. Уничтожение и дезинсекция крыс
  - 8.4.2. Вредители, связанные с пищевой цепью

- 8.4.3. Профилактические мероприятия по борьбе с вредителями
  - 8.4.3.1. Ловушки и силки для млекопитающих и наземных насекомых
  - 8.4.3.2. Ловушки и улавливатели летающих насекомых
- 8.5. План прослеживаемости и надлежащая производственная практика (GMP)
  - 8.5.1. Структура плана прослеживаемости
  - 8.5.2. Действующие нормативные документы, связанные с прослеживаемостью
  - 8.5.3. GMP, связанные с переработкой пищевых продуктов
    - 8.5.3.1. Работники пищевой промышленности
    - 8.5.3.2. Требования, которые должны быть выполнены
    - 8.5.3.3. Планы обучения гигиене
- 8.6. Элементы управления безопасностью пищевых продуктов
  - 8.6.1. Вода как важнейший элемент пищевой цепи
  - 8.6.2. Биологические и химические агенты, связанные с водой
  - 8.6.3. Элементы, поддающиеся измерению в области качества воды, безопасности воды и водопользования
  - 8.6.4. Утверждение поставщика
    - 8.6.4.1. План контроля за поставщиками
    - 8.6.4.2. Действующее сопутствующее законодательство
  - 8.6.5. Этикетировка пищевых продуктов
    - 8.6.5.1. Информация для потребителей и маркировка аллергенов
    - 8.6.5.2. Маркировка генетически модифицированных организмов
- 8.7. Продовольственные кризисы и соответствующая политика
  - 8.7.1. Факторы, вызывающие продовольственный кризис
  - 8.7.2. Масштабы, управление и реагирование на кризис продовольственной безопасности
  - 8.7.3. Системы оповещения
  - 8.7.4. Политика и стратегии повышения качества и безопасности пищевых продуктов
- 8.8. Разработка плана ХАССП
  - 8.8.1. Общие рекомендации по его реализации: принципы, на которых он основан, и предварительные условия программы
  - 8.8.2. Обязательства руководства
  - 8.8.3. Настройка оборудования ХАССП
  - 8.8.4. Описание продукта и указание по его предполагаемому использованию
  - 8.8.5. Диаграммы потоков

- 8.9. Развитие плана ХАССП
  - 8.9.1. Характеристика рисков и критические контрольные точки (ХАССП)
  - 8.9.2. Семь основных принципов плана ХАССП
    - 8.9.2.1. Идентификация и анализ опасностей
    - 8.9.2.2. Разработка мер контроля идентифицированных опасностей
    - 8.9.2.3. Определение критических контрольных точек (ХАССП)
    - 8.9.2.4. Характеристика критических контрольных точек
    - 8.9.2.5. Установление критических пределов
    - 8.9.2.6. Определение корректирующих действий
    - 8.9.2.7. Проверка системы ХАССП
- 8.10. ISO 22000
  - 8.10.1. Принципы стандарта ISO 22000
  - 8.10.2. Назначение и область применения
  - 8.10.3. Положение на рынке и положение по отношению к другим стандартам в пищевой цепи
  - 8.10.4. Требования к применению
  - 8.10.5. Политика управления безопасностью пищевых продуктов

## Модуль 9. Оценка в области продовольственной безопасности

- 9.1. Оценка в области продовольственной безопасности
  - 9.1.1. Определение терминов. Основные связанные понятия
  - 9.1.2. Исторические предпосылки продовольственной безопасности
  - 9.1.3. Органы, отвечающие за обеспечение безопасности пищевых продуктов
- 9.2. План ХАССП
  - 9.2.1. Требования до его внедрения
  - 9.2.2. Компоненты системы ХАССП
    - 9.2.2.1. Анализ опасностей
    - 9.2.2.2. Идентификация критических точек
    - 9.2.2.3. Определение критериев контроля. Мониторинг
    - 9.2.2.4. Меры по устранению последствий
    - 9.2.2.5. Проверка выполнения плана
    - 9.2.2.6. Регистрация данных



- 9.3. Гигиена мяса и мясных продуктов
  - 9.3.1. Свежие мясные продукты
  - 9.3.2. Сырокопченые мясные продукты
  - 9.3.3. Термообработанные мясные продукты
  - 9.3.4. Применение систем ХАССП
- 9.4. Гигиена рыбы и рыбных продуктов
  - 9.4.1. Рыба, моллюски и ракообразные
  - 9.4.2. Переработанные рыбные продукты
  - 9.4.3. Применение систем ХАССП
- 9.5. Гигиеническая характеристика молока и производных молока
  - 9.5.1. Гигиеническая характеристика сырого и термически обработанного молока
  - 9.5.2. Гигиеническая характеристика концентрированного и обезвоженного молока
  - 9.5.3. Гигиеническая характеристика производных молока
  - 9.5.4. Применение систем ХАССП
- 9.6. Гигиеническая характеристика других продуктов животного происхождения
  - 9.6.1. Яйца и яичные продукты
  - 9.6.2. Мед
  - 9.6.3. Жиры и масла
  - 9.6.4. Применение системы ХАССП
- 9.7. Гигиенические характеристики фруктов и овощей
  - 9.7.1. Свежие фрукты и овощи, производные фруктов и овощей
  - 9.7.2. Сухофрукты
  - 9.7.3. Растительные масла
  - 9.7.4. Применение систем ХАССП
- 9.8. Гигиенические характеристики бобовых и зерновых культур
  - 9.8.1. Бобовые и зерновые культуры
  - 9.8.2. Продукты, полученные из бобовых: мука, хлеб и макаронные изделия
  - 9.8.3. Применение систем ХАССП
- 9.9. Гигиенические характеристики воды и напитков
  - 9.9.1. Питьевая вода и безалкогольные напитки
  - 9.9.2. Стимулирующие напитки
  - 9.9.3. Алкогольные напитки
  - 9.9.4. Применение систем ХАССП

- 9.10. Гигиеническая характеристика других пищевых продуктов
  - 9.10.1. Нуга
  - 9.10.2. Готовые блюда
  - 9.10.3. Питание для детей
  - 9.10.4. Применение систем ХАССП

## Модуль 10. Маркетинг и поведение потребителей

- 10.1. Концепция и функции маркетинга в компании
  - 10.1.1. Концепция и природа маркетинга
  - 10.1.2. Процесс маркетинга
  - 10.1.3. Рынки компании
  - 10.1.4. Эволюция подходов бизнеса к рынку
  - 10.1.5. Эволюция и современные тенденции в маркетинге
- 10.2. Поведение потребителей в отношении продуктов питания
  - 10.2.1. Характер и область изучения потребительского поведения
  - 10.2.2. Факторы, влияющие на поведение потребителей
  - 10.2.3. Процесс принятия решения о покупке
  - 10.2.4. Организационный процесс покупки
- 10.3. Исследование рынка продуктов питания
  - 10.3.1. Понятие, цели и виды маркетинговых исследований
  - 10.3.2. Источники маркетинговой информации
  - 10.3.3. Процесс маркетингового исследования
  - 10.3.4. Инструменты маркетинговых исследований
  - 10.3.5. Рынки и потребители: сегментация
- 10.4. Маркетинговые решения, связанные с продуктами питания как коммерческим товаром
  - 10.4.1. Продукты питания как товары, характеристики и классификация
  - 10.4.2. Решения, касающиеся пищевых продуктов
  - 10.4.3. Решения о брендинге
- 10.5. Разработка и маркетинг новых продуктов питания
  - 10.5.1. Стратегия разработки новых продуктов
  - 10.5.2. Этапы разработки новых продуктов
  - 10.5.3. Управление новым продуктом
  - 10.5.4. Маркетинговая политика в жизненном цикле товара

- 10.6. Политика управления и ценообразования
  - 10.6.1. Ценообразование, подход к концепции
  - 10.6.2. Методы ценообразования
  - 10.6.3. Стратегии ценообразования на новые продукты
  - 10.6.4. Ценообразование на микс/портфель продуктов
  - 10.6.5. Стратегии корректировки цен
- 10.7. Коммуникация с рынком
  - 10.7.1. Роль маркетинговых коммуникаций
  - 10.7.2. Средства коммуникации
  - 10.7.3. Развитие эффективной коммуникации
  - 10.7.4. Факторы, влияющие на создание коммуникационного комплекса
- 10.8. Распределение продуктов питания
  - 10.8.1. Введение
  - 10.8.2. Решения по проектированию каналов
  - 10.8.3. Решения по управлению каналами
  - 10.8.4. Интеграция и каналные системы
  - 10.8.5. Изменения в организации канала
- 10.9. Процесс принятия решения потребителем
  - 10.9.1. Характеристики стимулов и рынка и их связь с решением потребителя
    - 10.9.1.1. Обширное, ограниченное и обычное решение о покупке
    - 10.9.1.2. Решения о покупке с высокой и низкой степенью вовлеченности
    - 10.9.1.3. Типология покупателей
  - 10.9.2. Признание проблемы: концепция и факторы влияния
  - 10.9.3. Поиск информации: понятие, типы, измерения и определяющие факторы процесса поиска
  - 10.9.4. Оценка информации: критерии оценки и правила или стратегии принятия решений
  - 10.9.5. Общие аспекты выбора бренда
    - 10.9.5.1. Выбор заведения
    - 10.9.5.2. Процессы после покупки
- 10.10. Социальное измерение в процессе покупки товара потребителем
  - 10.10.1. Культура и ее влияние на потребителей: измерения, понятие и характерные аспекты культуры
  - 10.10.2. Ценность потребления в западных культурах

10.10.2.1. Социальные слои и потребительское поведение: понятие, характеристики и процедуры измерения

10.10.2.2. Образ жизни

10.10.3. Группы: понятие, характеристики и типы групп

10.10.3.1. Влияние семьи на принятие решений о покупке

10.10.3.2. Типы семейных решений о покупке и факторы, влияющие на процесс принятия решения семьей

10.10.3.3. Жизненный цикл семьи

## 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

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 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 высокоэффективных 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 *Business Intelligence*
  - 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 стратегическим маркетингом
  - 14.1.1. Концепция стратегического маркетинга
  - 14.1.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
  - 14.1.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования
- 14.2. Цифровой маркетинг и электронная коммерция
  - 14.2.1. Цели цифрового маркетинга и электронной коммерции
  - 14.2.2. Цифровой маркетинг и средства массовой информации, которые он использует
  - 14.2.3. Электронная коммерция. Общий контекст
  - 14.2.4. Категории электронной коммерции
  - 14.2.5. Преимущества и недостатки *электронной коммерции* по сравнению с традиционной торговлей
- 14.3. Цифровой маркетинг для укрепления бренда
  - 14.3.1. Онлайн-стратегии для улучшения репутации вашего бренда
  - 14.3.2. *Брендируемый контент и сторителлинг*
- 14.4. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов
  - 14.4.1. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
  - 14.4.2. *Управление взаимоотношениями с посетителями*
  - 14.4.3. Гиперсегментация
- 14.5. Управление цифровыми кампаниями
  - 14.5.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
  - 14.5.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
  - 14.5.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний
- 14.6. Стратегия продаж
  - 14.6.1. Стратегия продаж
  - 14.6.2. Методы продаж
- 14.7. Корпоративная коммуникация
  - 14.7.1. Концепция
  - 14.7.2. Важность коммуникации в организации
  - 14.7.3. Тип коммуникации в организации
  - 14.7.4. Функции коммуникации в организации
  - 14.7.5. Элементы коммуникации
  - 14.7.6. Проблемы коммуникации
  - 14.7.7. Сценарии коммуникации

- 14.8. Коммуникация и цифровая репутация
  - 14.8.1. Онлайн-репутация
  - 14.8.2. Как измерить цифровую репутацию?
  - 14.8.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
  - 14.8.4. Отчет о репутации в Интернете
  - 14.8.5. *Брендинг онлайн*

## 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 умение оказывать влияние
  - 15.4.3. Барьеры коммуникации
- 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

“

*100% онлайн-программа, которая покажет вам, какие методы следует использовать, чтобы понять решения домохозяйств о покупке”*

# 05 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”



## В TECH мы используем метод запоминания кейсов

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? На протяжении всей программы вы будете сталкиваться с множеством смоделированных клинических случаев, основанных на историях болезни реальных пациентов, когда вам придется проводить исследование, выдвигать гипотезы и в конечном итоге решать ситуацию. Существует множество научных доказательств эффективности этого метода. Будущие специалисты учатся лучше, быстрее и показывают стабильные результаты с течением времени.

*В TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру.*



По словам доктора Жерваса, клинический случай - это описание диагноза пациента или группы пациентов, которые становятся "случаем", примером или моделью, иллюстрирующей какой-то особый клинический компонент, либо в силу обучающего эффекта, либо в силу своей редкости или необычности. Важно, чтобы кейс был основан на текущей трудовой деятельности, пытаюсь воссоздать реальные условия в профессиональной практике питания.

“

Знаете ли вы, что этот метод был разработан в 1912 году, в Гарвардском университете, для студентов-юристов? Метод кейсов заключался в представлении реальных сложных ситуаций, чтобы они принимали решения и обосновывали способы их решения. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете”

**Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:**

1. Диетологи, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, которые позволяет диетологу лучше интегрировать полученные знания на практике.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.



## 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*.

Диетолог будет учиться на основе реальных случаев и разрешения сложных ситуаций в смоделированных учебных условиях. Эти симуляции разработаны с использованием самого современного программного обеспечения для полного погружения в процесс обучения.





Находясь в авангарде мировой педагогики, метод *Relearning* сумел повысить общий уровень удовлетворенности специалистов, завершивших обучение, по отношению к показателям качества лучшего онлайн-университета в мире.

С помощью этой методики мы с беспрецедентным успехом обучили более 45000 диетологов по всем клиническим специальностям, независимо от хирургической нагрузки. 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.*

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.

Общий балл квалификации по нашей системе обучения составляет 8.01, что соответствует самым высоким международным стандартам.





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.



#### Техники и практики питания на видео

TECH предоставляет в распоряжение студентов доступ к новейшим методикам и достижениям в области образования, а также к передовым технологиям и процедурам консультирования по вопросам питания. Все с максимальной тщательностью, объяснено и подробно описано самими преподавателями для усовершенствования усвоения и понимания материалов. И самое главное, вы можете смотреть их столько раз, сколько захотите.



#### Интерактивные конспекты

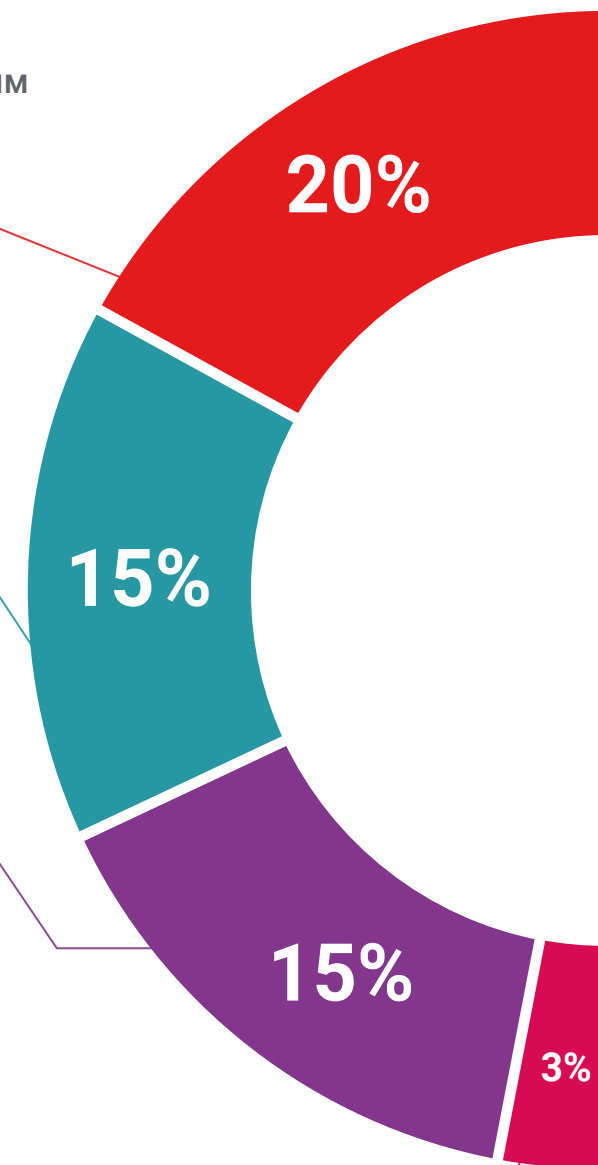
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

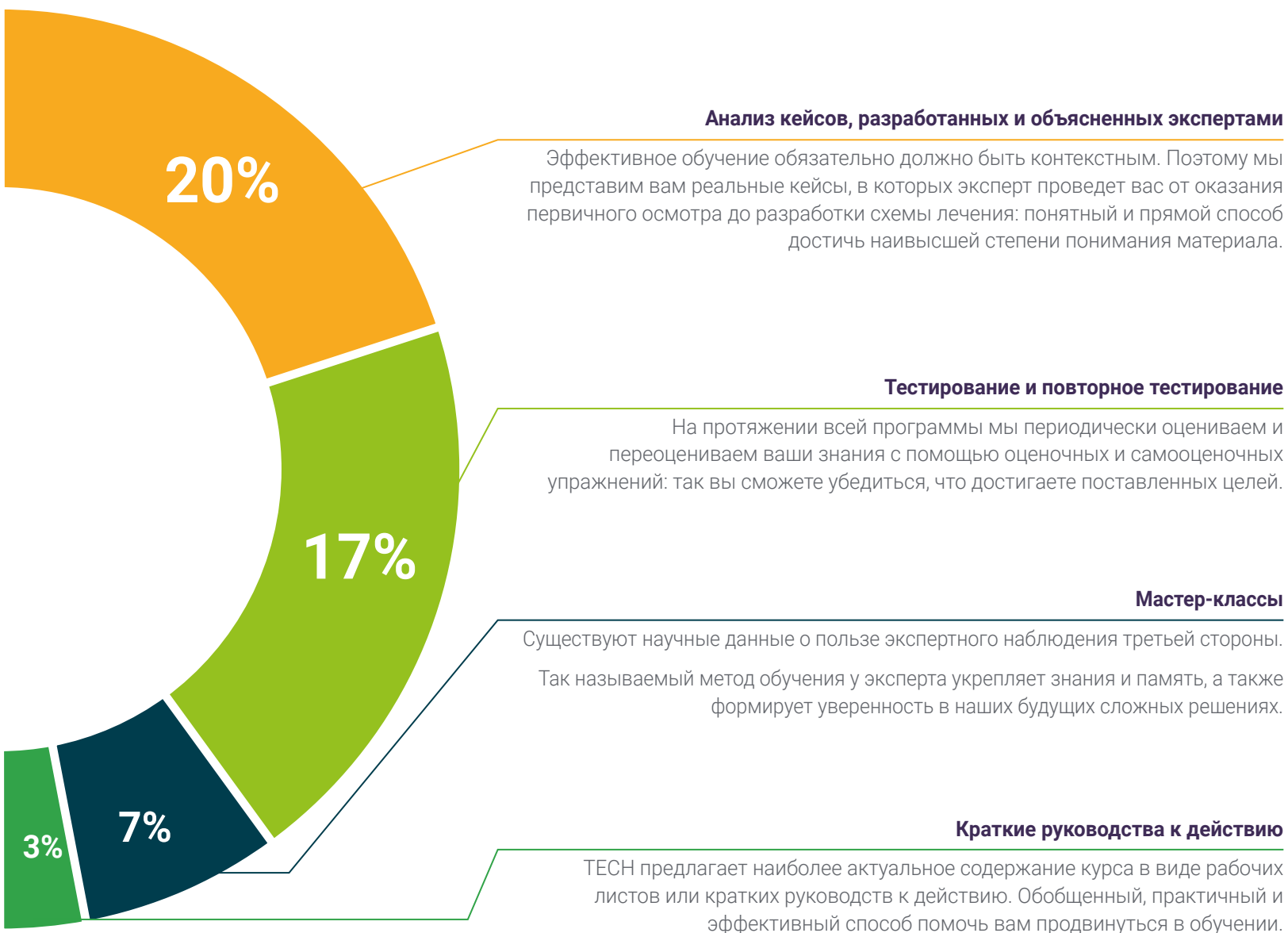
Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Майкрософт как "Европейская история успеха".



#### 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.





06

# Квалификация

Специализированная магистратура в области MBA в области управления пищевыми предприятиями гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

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



Данная **Специализированная магистратура в области MBA в области управления пищевыми предприятиями** содержит самую полную и современную научную 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 MBA в области управления пищевыми предприятиями**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



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

## Специализированная магистратура

МВА в области управления  
пищевыми предприятиями

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

# Специализированная магистратура

МВА в области управления  
пищевыми предприятиями

