

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент в
управлении персоналом



Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент в
управлении персоналом

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-human-resources-management

Оглавление

01

Презентация программы

стр. 4

02

Почему стоит
учиться в TESH?

стр. 8

03

Учебный план

стр. 12

04

Цели обучения

стр. 28

05

Возможности карьерного
роста

стр. 34

06

Методика обучения

стр. 38

07

Преподавательский
состав

стр. 48

08

Квалификация

стр. 68

01

Презентация программы

Когда занимаете должность в высшем менеджменте в управлении персоналом в компании, вы играете ключевую роль в создании и реализации стратегий, направленных на привлечение, удержание и развитие человеческих ресурсов, которые являются необходимыми для успеха организации. Кроме того, помимо влияния на корпоративную культуру, такие директора несут ответственность за создание здоровых и мотивирующих рабочих условий. Они могут оказывать положительное влияние на жизнь сотрудников, способствуя их профессиональному и личному росту. В связи с этим TCH создал всестороннюю программу, которая полностью онлайн и требует только устройства с доступом в интернет для использования всех доступных академических материалов. Программа основана на революционной методологии Relearning, ставшей новаторской для данного учебного заведения.



“

Вы приобретете навыки управления персоналом и получите инструменты для разработки и внедрения HR-стратегий, которые будут способствовать повышению продуктивности, инновациям и удержанию талантов”

В условиях быстро меняющегося бизнес-мира эффективное управление персоналом стало одной из ключевых составляющих успеха организации. Поэтому эксперты играют важнейшую роль в разработке стратегий, которые не только оптимизируют производительность сотрудников, но и выравнивают человеческий капитал с долгосрочными целями компании. Для этого необходимо приобрести передовые компетенции для эффективного руководства отделом кадров и повышения конкурентоспособности организаций посредством стратегического управления талантом.

Чтобы помочь в этой задаче, ТЕСН запускает инновационную Профессиональную магистерскую специализацию в области высшего менеджмента в управлении персоналом. Разработанная ведущими экспертами отрасли, учебная программа охватывает вопросы, начиная от основ организационного поведения и применения современных техник *executive coaching* до внедрения передовых технологий для оптимизации процессов. Благодаря этому студенты смогут возглавить отдел кадров с стратегической перспективой, внедрять инновационные технологии и оптимизировать развитие человеческих ресурсов в организации.

Университетская программа дополнена многочисленным мультимедийным содержанием, специализированным чтением и моделированием конкретных ситуаций. Это позволит специалистам погрузиться в полностью динамичный процесс обучения. Единственное, что понадобится студентам, — это цифровое устройство с доступом в Интернет, чтобы получить доступ к Виртуальному кампусу. Программа также будет доступна 24 часа в сутки. И все это без посещения занятий или очных уроков с фиксированным расписанием.

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента в управлении персоналом** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных специалистами в области высшего менеджмента в управлении персоналом
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области высшего менеджмента в управлении персоналом
- ♦ 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



Вы будете руководить процессами структурных преобразований в компаниях, обеспечивая адаптацию команд к новым формам работы и стратегическим подходам

“

Вы создадите инклюзивную среду, которая ценит разнообразие, продвигая справедливое управление человеческими ресурсами и обеспечивая равенство возможностей в организациях”

В преподавательский состав входят профессионалы в области управления логистикой высшего звена, которые привносят в эту программу опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту пройти обучение с учетом ситуации и контекста, то есть в интерактивной среде, которая обеспечит погружение в учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

В центре внимания этой программы — проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого студент должен попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие в течение учебного года. Для этого специалисту будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными и опытными специалистами.

Благодаря системе Relearning от TECH вы сможете быстро, естественно и точно усвоить основные понятия”

Вы будете внедрять эффективные политики управления персоналом, управляя ключевыми областями, такими как найм, компенсации и развитие карьеры.



02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН – крупнейший в мире цифровой университет. Имея впечатляющий каталог из более чем 14 000 академических программ, доступных на 11 языках, он позиционируется как лидер по трудоустройству с показателем 99%. Кроме того, университет располагает огромным преподавательским составом, включающим более 6 000 преподавателей с высочайшим международным авторитетом.



“

Пройдите обучение в крупнейшем
в мире цифровом университете
и обеспечьте себе профессиональный
успех. Будущее начинается в TECH”

Лучший онлайн-университет в мире по версии FORBES

Авторитетный журнал Forbes, специализирующийся на бизнесе и финансах, отметил TECH как "лучший онлайн-университет в мире". Об этом недавно сообщили в статье цифровой версии издания, где рассматривается успешный кейс этого учебного заведения, "благодаря его академическому предложению, отбору преподавательского состава и инновационному методу обучения, ориентированному на подготовку профессионалов будущего"

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Самые полные учебные программы в университетской среде

TECH предлагает наиболее полные учебные программы, охватывающие как фундаментальные концепции, так и ключевые научные достижения в каждой конкретной области. Кроме того, эти программы постоянно обновляются, чтобы обеспечить студентам передовое академическое образование и наиболее востребованные профессиональные навыки. Таким образом, программы TECH дают студентам значительное преимущество для успешного карьерного роста.

Лучший международный преподавательский состав

Преподавательский состав TECH включает более 6 000 специалистов с мировым признанием. Среди профессоров, исследователей и топ-менеджеров транснациональных корпораций — Исая Ковингтон, тренер "Бостон Селтикс", Магда Романска, главный исследователь Harvard MetaLAB, Игнасио Вистумба, председатель отделения трансляционной молекулярной патологии в MD Anderson Cancer Center, Д.У. Пайн, креативный директор журнала TIME и другие.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Уникальный метод обучения

TECH — первый университет, использующий метод *Relearning* во всех своих учебных программах. Это лучшая методология онлайн-обучения, сертифицированная международными агентствами образовательного качества. Кроме того, эта инновационная академическая модель дополняется "Методом кейсов", формируя уникальную стратегию онлайн-обучения. В программу также включены передовые учебные ресурсы, среди которых подробные видеоматериалы, инфографики и интерактивные конспекты.

Крупнейший цифровой университет в мире

TECH — крупнейший в мире цифровой университет. Мы — крупнейшее образовательное учреждение с самым обширным цифровым каталогом учебных программ, полностью онлайн, охватывающим большинство областей знаний. Мы предлагаем самое большое количество программ с выдачей дипломов собственного образца, а также официальных программ бакалавриата и программ последипломной подготовки в мире. В общей сложности более 14 000 университетских программ на десяти языках, что делает нас крупнейшим образовательным учреждением в мире.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

Официальный онлайн-университет NBA

TECH — официальный онлайн-университет NBA. Благодаря нашему партнерству с крупнейшей баскетбольной лигой мы предлагаем студентам эксклюзивные образовательные программы, а также широкий спектр учебных материалов, посвященных бизнесу лиги и другим аспектам спортивной индустрии. Каждая программа имеет уникальный учебный план и приглашает выдающихся лекторов: профессионалов с богатым спортивным опытом, которые поделятся своими знаниями по самым актуальным темам.

Лидеры по трудоустройству

TECH удалось стать университетом-лидером по трудоустройству. 99% студентов получают работу по специальности в течение одного года после окончания любой из программ университета. Столько же студентов сразу же добиваются карьерного роста. Все это благодаря методологии обучения, эффективность которой основана на приобретении практических навыков, необходимых для профессионального развития.



Google Partner Premier

Американский технологический гигант присвоил TECH знак Google Partner Premier. Эта награда, доступная лишь 3% компаний мира, подчеркивает эффективный, гибкий и адаптированный подход, который этот университет предоставляет своим студентам. Признание не только подтверждает высокий уровень строгости, производительности и инвестиций в цифровую инфраструктуру TECH, но и ставит этот университет среди ведущих технологических компаний мира.



Университет, получивший самые высокие оценки от своих студентов

Ведущие сайты с отзывами признали TECH самым высоко оцененным университетом в мире по мнению его студентов. Данные платформы с отзывами, известные своей надежностью и престижем благодаря строгой проверке и валидации подлинности каждого мнения, присвоили TECH исключительно высокие оценки. Оценки, которые закрепляют за TECH статус абсолютного эталона среди университетов на международном уровне.



03

Учебный план

Данная Профессиональная магистерская специализация подробно охватит управление и администрирование человеческих ресурсов, с практическим подходом к подбору и найму персонала, обеспечивая способность предпринимателей разрабатывать процессы отбора, адаптированные к потребностям компании. Кроме того, будет уделено внимание организационному поведению и корпоративной культуре как на национальном, так и на международном уровнях. Также будут развиты навыки применения передовых методологий, таких как коучинг и позитивная психология, для мотивации сотрудников и раскрытия их потенциала.





“

Учебный план разработан таким образом, чтобы предоставить вам комплексное и углубленное понимание управления бизнесом, с учетом последних мировых тенденций и вызовов, с которыми сталкивается высший менеджмент”

Модуль 1. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- 1.1. Глобализация и руководство
 - 1.1.1. Руководство и корпоративное управление
 - 1.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
 - 1.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления
- 1.2. Лидерство
 - 1.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
 - 1.2.2. Лидерство в бизнесе
 - 1.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом
- 1.3. Кросс-культурный менеджмент
 - 1.3.1. Концепция кросс-культурного менеджмента
 - 1.3.2. Вклад в познание национальных культур
 - 1.3.3. Управление разнообразием
- 1.4. Развитие менеджмента и лидерства
 - 1.4.1. Концепция развития менеджмента
 - 1.4.2. Концепция лидерства
 - 1.4.3. Теории лидерства
 - 1.4.4. Стили лидерства
 - 1.4.5. Интеллект в лидерстве
 - 1.4.6. Проблемы лидерства сегодня
- 1.5. Деловая этика
 - 1.5.1. Этика и мораль
 - 1.5.2. Деловая этика
 - 1.5.3. Лидерство и этика в компаниях
- 1.6. Устойчивость
 - 1.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие
 - 1.6.2. Повестка дня на 2030 год
 - 1.6.3. Устойчивые предприятия
- 1.7. Корпоративная социальная ответственность
 - 1.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
 - 1.7.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
 - 1.7.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

- 1.8. Системы и инструменты ответственного управления
 - 1.8.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
 - 1.8.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
 - 1.8.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
 - 1.8.4. Инструменты и стандарты КСО
- 1.9. Транснациональные компании и права человека
 - 1.9.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
 - 1.9.2. Транснациональные компании и международное право
 - 1.9.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека
- 1.10. Правовое регулирование и корпоративное управление
 - 1.10.1. Международные стандарты импорта и экспорта
 - 1.10.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
 - 1.10.3. Международное трудовое право

Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

- 2.1. Организационный анализ и дизайн
 - 2.1.1. Концептуальная основа
 - 2.1.2. Ключевые факторы организационного дизайна
 - 2.1.3. Основные организационные модели
 - 2.1.4. Организационный дизайн: типологии
- 2.2. Корпоративная стратегия
 - 2.2.1. Конкурентная корпоративная стратегия
 - 2.2.2. Стратегии роста: типологии
 - 2.2.3. Концептуальные рамки
- 2.3. Стратегическое планирование и формулирование
 - 2.3.1. Концептуальная основа
 - 2.3.2. Элементы стратегического планирования
 - 2.3.3. Стратегическое формулирование: Процесс стратегического планирования
- 2.4. Стратегическое мышление
 - 2.4.1. Компания как система
 - 2.4.2. Концепция организации

- 2.5. Финансовая диагностика
 - 2.5.1. Концепция финансовой диагностики
 - 2.5.2. Этапы финансовой диагностики
 - 2.5.3. Методы оценки для финансовой диагностики
- 2.6. Планирование и стратегия
 - 2.6.1. План стратегии
 - 2.6.2. Стратегическое позиционирование
 - 2.6.3. Стратегия в бизнесе
- 2.7. Стратегические модели и паттерны
 - 2.7.1. Концептуальная основа
 - 2.7.2. Стратегические модели
 - 2.7.3. Стратегические модели: Пять "Р" стратегии
- 2.8. Конкурентные стратегии
 - 2.8.1. Конкурентное преимущество
 - 2.8.2. Выбор конкурентной стратегии
 - 2.8.3. Стратегии в соответствии с моделью стратегических часов
 - 2.8.4. Типы стратегий в соответствии с жизненным циклом промышленного сектора
- 2.9. Стратегическое управление
 - 2.9.1. Понятие стратегии
 - 2.9.2. Процесс стратегического управления
 - 2.9.3. Подходы к стратегическому управлению
- 2.10. Реализация стратегии
 - 2.10.1. Системные показатели и процессный подход
 - 2.10.2. Стратегическая карта
 - 2.10.3. Стратегическая согласованность
- 2.11. Исполнительный менеджмент
 - 2.11.1. Концептуальные основы исполнительного менеджмента
 - 2.11.2. Исполнительный менеджмент. Роль совета директоров и инструменты корпоративного управления
- 2.12. Стратегическая коммуникация
 - 2.12.1. Межличностная коммуникация
 - 2.12.2. Коммуникативные навыки и влияние
 - 2.12.3. Внутренняя коммуникация
 - 2.12.4. Барьеры в деловой коммуникации

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- 3.1. Организационное поведение
 - 3.1.1. Организационное поведение. Концептуальная основа
 - 3.1.2. Основные факторы организационного поведения
- 3.2. Люди в организациях
 - 3.2.1. Качество трудовой жизни и психологическое благополучие
 - 3.2.2. Работа в командах и проведение совещаний
 - 3.2.3. Коучинг и управление командой
 - 3.2.4. Управление равенством и многообразием
- 3.3. Стратегическое управление персоналом
 - 3.3.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
 - 3.3.2. Стратегическое управление персоналом
- 3.4. Эволюция ресурсов. Комплексное видение
 - 3.4.1. Важность управления персоналом
 - 3.4.2. Новая среда для управления персоналом
 - 3.4.3. Стратегическое управление кадровыми ресурсами
- 3.5. Отбор, групповая динамика и подбор персонала
 - 3.5.1. Подход к найму и отбору персонала
 - 3.5.2. Набор персонала
 - 3.5.3. Процесс отбора
- 3.6. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций
 - 3.6.1. Анализ потенциала
 - 3.6.2. Политика вознаграждения
 - 3.6.3. Планирование карьеры/повышения
- 3.7. Оценка производительности и управление эффективностью
 - 3.7.1. Управление производительностью
 - 3.7.2. Управление эффективностью: цели и процесс
- 3.8. Управление обучением
 - 3.8.1. Теории обучения
 - 3.8.2. Выявление и удержание талантов
 - 3.8.3. Геймификация и управление талантами
 - 3.8.4. Обучение и профессиональное устаревание

- 3.9. Управление талантами
 - 3.9.1. Ключи к позитивному менеджменту
 - 3.9.2. Концептуальное происхождение таланта и его применение в компании
 - 3.9.3. Карта талантов в организации
 - 3.9.4. Стоимость и добавленная стоимость
- 3.10. Инновации в управлении талантами и людьми
 - 3.10.1. Модели стратегического управления талантами
 - 3.10.2. Выявление, обучение и развитие талантов
 - 3.10.3. Лояльность и удержание
 - 3.10.4. Проактивность и инновации
- 3.11. Мотивация
 - 3.11.1. Природа мотивации
 - 3.11.2. Теория ожиданий
 - 3.11.3. Теории потребностей
 - 3.11.4. Мотивация и финансовое вознаграждение
- 3.12. *Брендинг работодателя*
 - 3.12.1. *Бренд работодателя* в управлении персоналом
 - 3.12.2. Персональный бренд в управлении персоналом
- 3.13. Развитие высокоэффективных команд
 - 3.13.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
 - 3.13.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами
- 3.14. Развитие управленческих компетенций
 - 3.14.1. Что такое управленческие компетенции?
 - 3.14.2. Элементы компетенций
 - 3.14.3. Знания
 - 3.14.4. Управленческие навыки
 - 3.14.5. Отношение и ценности менеджеров
 - 3.14.6. Управленческие навыки
- 3.15. Управление временем
 - 3.15.1. Преимущества
 - 3.15.2. Каковы могут быть причины плохого управления временем?
 - 3.15.3. Время
 - 3.15.4. Иллюзии времени
 - 3.15.5. Внимание и память
 - 3.15.6. Психическое состояние
 - 3.15.7. Управление временем
 - 3.15.8. Проактивность
 - 3.15.9. Четко сформулировать цель
 - 3.15.10. Порядок
 - 3.15.11. Планирование
- 3.16. Управление изменениями
 - 3.16.1. Управление изменениями
 - 3.16.2. Тип процессов управления изменениями
 - 3.16.3. Этапы или фазы управления изменениями
- 3.17. Переговоры и управление конфликтами
 - 3.17.1. Переговоры
 - 3.17.2. Управление конфликтами
 - 3.17.3. Антикризисное управление
- 3.18. Управленческая коммуникация
 - 3.18.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
 - 3.18.2. Департаменты коммуникации
 - 3.18.3. Менеджер по связям с общественностью компании. Профиль директора отдела коммуникаций
- 3.19. Управление персоналом и команды по предотвращению профессиональных рисков
 - 3.19.1. Управление человеческими ресурсами и коллективом
 - 3.19.2. Предотвращение профессиональных рисков
- 3.20. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов
 - 3.20.1. Производительность
 - 3.20.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

- 3.21. Денежная компенсация vs. Неденежная
 - 3.21.1. Денежная компенсация vs. неденежная
 - 3.21.2. Модели диапазонов заработной платы
 - 3.21.3. Модели неденежного вознаграждения
 - 3.21.4. Рабочая модель
 - 3.21.5. Корпоративное сообщество
 - 3.21.6. Имидж компании
 - 3.21.7. Эмоциональный оклад
- 3.22. Инновации в управлении талантами и людьми
 - 3.22.1. Инновации в организациях
 - 3.22.2. Новые задачи для отдела кадров
 - 3.22.3. Управление инновациями
 - 3.22.4. Инструменты для инноваций
- 3.23. Управление знаниями и талантами
 - 3.23.1. Управление знаниями и талантами
 - 3.23.2. Внедрение управления знаниями
- 3.24. Трансформация человеческих ресурсов в цифровую эпоху
 - 3.24.1. Социально-экономический контекст
 - 3.24.2. Новые формы организации бизнеса
 - 3.24.3. Новые методологии

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- 4.1. Экономическая среда
 - 4.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
 - 4.1.2. Финансовые учреждения
 - 4.1.3. Финансовые рынки
 - 4.1.4. Финансовые активы
 - 4.1.5. Прочие организации финансового сектора
- 4.2. Финансирование компании
 - 4.2.1. Источники финансирования
 - 4.2.2. Виды затрат на финансирование
- 4.3. Управленческий учет
 - 4.3.1. Основные понятия
 - 4.3.2. Активы компании
 - 4.3.3. Обязательства компании
 - 4.3.4. Чистая стоимость компании
 - 4.3.5. Счет прибылей и убытков
- 4.4. От общего бухгалтерского учета к учету затрат
 - 4.4.1. Элементы калькуляции затрат
 - 4.4.2. Расходы в целом и учет затрат
 - 4.4.3. Классификация затрат
- 4.5. Информационные системы и бизнес-аналитика
 - 4.5.1. Основы и классификация
 - 4.5.2. Этапы и методы распределения затрат
 - 4.5.3. Выбор центра затрат и эффекта
- 4.6. Бюджет и управленческий контроль
 - 4.6.1. Модель бюджета
 - 4.6.2. Капитальный бюджет
 - 4.6.3. Операционный бюджет
 - 4.6.5. Бюджет казначейства
 - 4.6.6. Мониторинг бюджета
- 4.7. Управление казначейством
 - 4.7.1. Учет оборотных средств и потребности в оборотных средствах
 - 4.7.2. Расчет операционных потребностей в денежных средствах
 - 4.7.3. *Кредитный менеджмент*
- 4.8. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.8.1. Основные понятия налогообложения
 - 4.8.2. Корпоративный подоходный налог
 - 4.8.3. Налог на добавленную стоимость
 - 4.8.4. Прочие налоги, связанные с коммерческой деятельностью
 - 4.8.5. Бизнес как помощник в работе государства

- 4.9. Системы управления предприятием
 - 4.9.1. Анализ финансовой отчетности
 - 4.9.2. Баланс компании
 - 4.9.3. Счет прибылей и убытков
 - 4.9.4. Отчет о движении денежных средств
 - 4.9.5. Анализ соотношений
- 4.10. Финансовый менеджмент
 - 4.10.1. Финансовые решения компании
 - 4.10.2. Финансовый отдел
 - 4.10.3. Денежные излишки
 - 4.10.4. Риски, связанные с управлением финансами
 - 4.10.5. Управление рисками в финансовом менеджменте
- 4.11. Финансовое планирование
 - 4.11.1. Определение финансового планирования
 - 4.11.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
 - 4.11.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
 - 4.11.4. Таблица движения денежных средств
 - 4.11.5. Таблица оборотных активов
- 4.12. Корпоративная финансовая стратегия
 - 4.12.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
 - 4.12.2. Продукты корпоративного финансирования
- 4.13. Макроэкономический контекст
 - 4.13.1. Макроэкономический контекст
 - 4.13.2. Соответствующие экономические показатели
 - 4.13.3. Механизмы контроля макроэкономических масштабов
 - 4.13.4. Экономические циклы
- 4.14. Стратегическое финансирование
 - 4.14.1. Самофинансирование
 - 4.14.2. Увеличение собственных средств
 - 4.14.3. Гибридные ресурсы
 - 4.14.4. Финансирование через посредников

- 4.15. Деньги и рынки капитала
 - 4.15.1. Денежный рынок
 - 4.15.2. Рынок фиксированного дохода
 - 4.15.3. Рынок акций
 - 4.15.4. Валютный рынок
 - 4.15.5. Рынок деривативов
- 4.16. Финансовый анализ и планирование
 - 4.16.1. Анализ бухгалтерского баланса
 - 4.16.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
 - 4.16.3. Анализ рентабельности
- 4.17. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 4.17.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Руководство и управление операциями
 - 5.1.1. Роль операций
 - 5.1.2. Влияние операций на управление бизнесом
 - 5.1.3. Введение в стратегию операций
 - 5.1.4. Введение в стратегию операций
- 5.2. Организация производства и логистика
 - 5.2.1. Отдел организации производства
 - 5.2.2. Отдел организации производства
- 5.3. Структура и типы производства (MTS, MTO, ATO, ETO и т.д.)
 - 5.3.1. Производственная система
 - 5.3.2. Стратегия производства
 - 5.3.3. Системы управления инвентаризацией
 - 5.3.4. Производственные показатели
- 5.4. Структура и виды закупок
 - 5.4.1. Функции закупок
 - 5.4.2. Управление закупками
 - 5.4.3. Виды закупок
 - 5.4.4. Эффективное управление закупками компании
 - 5.4.5. Этапы процесса принятия решения о покупке

- 5.5. Экономический контроль закупок
 - 5.5.1. Экономическое влияние покупок
 - 5.5.2. Центр затрат
 - 5.5.3. Бюджетирование
 - 5.5.4. Сопоставление бюджетирования с фактическими расходами
 - 5.5.5. Инструменты контроля бюджета
- 5.6. Контроль складских операций
 - 5.6.1. Контроль инвентаризации
 - 5.6.2. Система бинов.
 - 5.6.3. Методы управления запасами
 - 5.6.4. Система хранения
- 5.7. Стратегическое управление закупками
 - 5.7.1. Стратегия бизнеса
 - 5.7.2. Стратегическое планирование
 - 5.7.3. Стратегия закупок
- 5.8. Топологии цепей поставок (SCM)
 - 5.8.1. Цепь поставок
 - 5.8.2. Выгоды от управления цепочками поставок
 - 5.8.3. Управление логистикой в цепочке поставок
- 5.9. *Управление цепями поставок*
 - 5.9.1. Концепция управления цепочками поставок (SCM)
 - 5.9.2. Стоимость и эффективность цепочки операций
 - 5.9.3. Модели спроса
 - 5.9.4. Операционная стратегия и изменения
- 5.10. Взаимодействие SCM со всеми областями
 - 5.10.1. Взаимодействие в цепочке поставок
 - 5.10.2. Взаимодействие в цепочке поставок. Интеграция по частям
 - 5.10.3. Вопросы интеграции цепей поставок
 - 5.10.4. Цепочка поставок 4.0.
- 5.11. Затраты на логистику
 - 5.11.1. Логистические затраты
 - 5.11.2. Проблемы логистических затрат
 - 5.11.3. Оптимизация логистических затрат
- 5.12. Прибыльность и эффективность логистических цепей: KPI
 - 5.12.1. Логистическая цепь
 - 5.12.2. Рентабельность и эффективность логистической цепи.
 - 5.12.3. Показатели прибыльности и эффективности цепи поставок
- 5.13. Управление процессами
 - 5.13.1. Управление процессами
 - 5.13.2. Процессный подход: картирование процессов
 - 5.13.3. Улучшения в управлении процессами
- 5.14. Распределение и транспортная логистика
 - 5.14.1. Распределение в цепи поставок
 - 5.14.2. Транспортная логистика
 - 5.14.3. Географические информационные системы как поддержка логистики
- 5.15. Логистика и клиенты
 - 5.15.1. Анализ спроса
 - 5.15.2. Прогнозирование спроса и продаж
 - 5.15.3. Планирование продаж и операций
 - 5.15.4. Совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов (CPFR)
- 5.16. Международная логистика
 - 5.16.1. Процессы экспорта и импорта
 - 5.16.2. Таможня
 - 5.16.3. Международные бланки и платежные средства
 - 5.16.4. Международные логистические платформы
- 5.17. *Аутсорсинг операций*
 - 5.17.1. Управление операциями и *аутсорсинг*
 - 5.17.2. Внедрение аутсорсинга в логистическую среду
- 5.18. Конкурентоспособность в операциях
 - 5.18.1. Управление операциями
 - 5.18.2. Операционная конкурентоспособность
 - 5.18.3. Операционная стратегия и конкурентное преимущество
- 5.19. Управление качеством
 - 5.19.1. Внутренние и внешние клиенты
 - 5.19.2. Затраты на качество
 - 5.19.3. Непрерывное совершенствование и философия *Деминга*

Модуль 6. Управление информационными системами

- 6.1. Технологические среды
 - 6.1.1. Технологии и глобализация
 - 6.1.2. Экономическая среда и технологии
 - 6.1.3. Технологическая среда и ее влияние на бизнес
- 6.2. Информационные системы и технологии в бизнесе
 - 6.2.1. Эволюция ИТ-модели
 - 6.2.2. Организация и отдел информационных технологий
 - 6.2.3. Информационные технологии и экономическая среда
- 6.3. Корпоративная стратегия и технологическая стратегия
 - 6.3.1. Создание стоимости для клиентов и акционеров
 - 6.3.2. Стратегические решения в области ИС/ИТ
 - 6.3.3. Корпоративная стратегия в сравнении с технологической и цифровой стратегией
- 6.4. Управление информационными системами
 - 6.4.1. Корпоративное управление технологиями и информационными системами
 - 6.4.2. Управление информационными системами в компаниях
 - 6.4.3. Менеджеры информационных систем: роли и функции
- 6.5. Стратегическое планирование информационных систем
 - 6.5.1. Стратегическое планирование информационных систем
 - 6.5.2. Стратегическое планирование информационных систем
 - 6.5.3. Этапы стратегического планирования информационных систем
- 6.6. Информационные системы для принятия решений
 - 6.6.1. *Бизнес-аналитика*
 - 6.6.2. *Хранилище данных*
 - 6.6.3. BSC или сбалансированная система показателей
- 6.7. Изучение информации
 - 6.7.1. SQL: реляционные базы данных. Основные понятия
 - 6.7.2. Сети и коммуникации
 - 6.7.3. Операционная система: стандартизированные модели данных
 - 6.7.4. Стратегическая система: OLAP, многомерное моделирование и графические *дашборды*
 - 6.7.5. Стратегический анализ БД и составление отчетов
- 6.8. *Бизнес-аналитика в компании*
 - 6.8.1. Мир данных
 - 6.8.2. Релевантные представления
 - 6.8.3. Основные характеристики
 - 6.8.4. Решения на современном рынке
 - 6.8.5. Общая архитектура BI-решения
 - 6.8.6. Кибербезопасность в BI и наука о данных
- 6.9. Новая бизнес-концепция
 - 6.9.1. Почему BI?
 - 6.9.2. Получение информации
 - 6.9.3. Получение информации
 - 6.9.4. Причины инвестировать в BI
- 6.10. Инструменты и решения BI
 - 6.10.1. Как выбрать лучший инструмент?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy и Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI и Qlikview
 - 6.10.4. Prometheus
- 6.11. Планирование и управление проектами BI
 - 6.11.1. Первые шаги по определению BI-проекта
 - 6.11.2. BI-решение для предприятия
 - 6.11.3. Требования и цели
- 6.12. Применение корпоративного управления
 - 6.12.1. Информационные системы и корпоративный менеджмент
 - 6.12.2. Приложения для корпоративного управления
 - 6.12.3. Системы планирования ресурсов предприятия или ERP
- 6.13. Цифровая трансформация
 - 6.13.1. Концептуальные основы цифровой трансформации
 - 6.13.2. Цифровая трансформация: ключевые элементы, преимущества и недостатки
 - 6.13.3. Цифровая трансформация в компаниях
- 6.14. Технологии и тенденции
 - 6.14.1. Основные тенденции в области технологий, которые меняют бизнес-модели
 - 6.14.2. Анализ основных развивающихся технологий

- 6.15. ИТ-аутсорсинг
 - 6.15.1. Концептуальные основы аутсорсинга
 - 6.15.2. ИТ-аутсорсинг и его влияние на бизнес
 - 6.15.3. Ключи к реализации проектов корпоративного ИТ-аутсорсинга

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, стратегический маркетинг и корпоративные коммуникации

- 7.1. Коммерческий менеджмент
 - 7.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
 - 7.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
 - 7.1.3. Роль коммерческих менеджеров
- 7.2. Маркетинг
 - 7.2.1. Концепция маркетинга
 - 7.2.2. Основы маркетинга
 - 7.2.3. Маркетинговая деятельность компании
- 7.3. Управление стратегическим маркетингом
 - 7.3.1. Концепция стратегического маркетинга
 - 7.3.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
 - 7.3.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования
- 7.4. Цифровой маркетинг и электронная коммерция
 - 7.4.1. Цели цифрового маркетинга и электронной коммерции
 - 7.4.2. Цифровой маркетинг и средства массовой информации, которые он использует
 - 7.4.3. Электронная коммерция. Общий контекст
 - 7.4.4. Категории электронной коммерции
 - 7.4.5. Преимущества и недостатки *электронной коммерции* по сравнению с традиционной торговлей
- 7.5. *Управление цифровым бизнесом*
 - 7.5.1. Конкурентная стратегия в условиях растущей цифровизации СММ
 - 7.5.2. Разработка и создание плана цифрового маркетинга
 - 7.5.3. Анализ рентабельности инвестиций в плане цифрового маркетинга
- 7.6. Цифровой маркетинг для укрепления бренда
 - 7.6.1. Онлайн-стратегии для улучшения репутации вашего бренда
 - 7.6.2. *Брендированный контент и сторителлинг*
- 7.7. Стратегия цифрового маркетинга
 - 7.7.1. Определение стратегии цифрового маркетинга
 - 7.7.2. Инструменты стратегии цифрового маркетинга
- 7.8. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов
 - 7.8.1. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
 - 7.8.2. *Управление взаимоотношениями с посетителями*
 - 7.8.3. Гиперсегментация
- 7.9. Управление цифровыми кампаниями
 - 7.9.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
 - 7.9.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
 - 7.9.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний
- 7.10. План онлайн-маркетинга
 - 7.10.1. Что такое план интернет-маркетинга?
 - 7.10.2. Шаги по созданию плана интернет-маркетинга
 - 7.10.3. Преимущества наличия плана онлайн-маркетинга
- 7.11. *Смешанный маркетинг*
 - 7.11.1. Что такое *смешанный* маркетинг?
 - 7.11.2. Различия между онлайн и офлайн-маркетингом
 - 7.11.3. Аспекты, которые необходимо учитывать в стратегии *смешанного* маркетинга
 - 7.11.4. Характеристики стратегии *смешанного* маркетинга
 - 7.11.5. Рекомендации по *смешанному* маркетингу
 - 7.11.6. Преимущества *смешанного* маркетинга
- 7.12. Стратегия продаж
 - 7.12.1. Стратегия продаж
 - 7.12.2. Методы продаж
- 7.13. Корпоративная коммуникация
 - 7.13.1. Понятие
 - 7.13.2. Важность коммуникации в организации
 - 7.13.3. Тип коммуникации в организации
 - 7.13.4. Функции коммуникации в организации
 - 7.13.5. Элементы коммуникации
 - 7.13.6. Проблемы коммуникации
 - 7.13.7. Сценарии коммуникации

- 7.14. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.14.1. Программы мотивации, социальные действия, участие и программы обучения совместно с HR
 - 7.14.2. Инструменты и средства внутренней коммуникации
 - 7.14.3. План внутренней коммуникации
- 7.15. Коммуникация и цифровая репутация
 - 7.15.1. Онлайн-репутация
 - 7.15.2. Как измерить цифровую репутацию?
 - 7.15.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
 - 7.15.4. Отчет об онлайн-репутации
 - 7.15.5. *Брендинг онлайн*

Модуль 8. Исследование рынка, реклама и управление маркетингом

- 8.1. Исследование рынка
 - 8.1.1. Исследование рынка: историческое происхождение
 - 8.1.2. Анализ и эволюция концептуальных основ маркетинговых исследований
 - 8.1.3. Ключевые элементы и добавленная стоимость маркетинговых исследований
- 8.2. Методы и приемы количественных исследований
 - 8.2.1. Расчет выборки
 - 8.2.2. Выборка
 - 8.2.3. Виды количественных методов
- 8.3. Методы и приемы качественных исследований
 - 8.3.1. Виды качественных исследований
 - 8.3.2. Методы качественного исследования
- 8.4. Сегментация рынка
 - 8.4.1. Концепция сегментации рынка
 - 8.4.2. Полезность и требования к сегментации
 - 8.4.3. Сегментация потребительского рынка
 - 8.4.4. Сегментация промышленного рынка
 - 8.4.5. Стратегии сегментации
 - 8.4.6. Сегментация на основе критериев маркетинг-микса
 - 8.4.7. Методология сегментации рынка





- 8.5. Управление исследовательскими проектами
 - 8.5.1. Маркетинговые исследования как процесс
 - 8.5.2. Этапы планирования в маркетинговых исследованиях
 - 8.5.3. Этапы реализации в маркетинговых исследованиях
 - 8.5.4. Управление исследовательским проектом
- 8.6. Исследование международного рынка
 - 8.6.1. Исследование международного рынка
 - 8.6.2. Процесс исследования международного рынка
 - 8.6.3. Важность вторичных источников в исследовании международного рынка
- 8.7. Техничко-экономическое обоснование
 - 8.7.1. Концепция и полезность
 - 8.7.2. Схемы технической целесообразности
 - 8.7.3. Развитие технической целесообразности
- 8.8. Реклама
 - 8.8.1. Историческое прошлое рекламы
 - 8.8.2. Концептуальные основы рекламы; принципы, концепция брифинга и позиционирования
 - 8.8.3. Рекламные агентства, медиа-агентства и специалисты по рекламе
 - 8.8.4. Значение рекламы в бизнесе
 - 8.8.5. Тенденции и проблемы в области рекламы
- 8.9. Разработка маркетингового плана
 - 8.9.1. Концепция маркетингового плана
 - 8.9.2. Анализ и диагностика ситуации
 - 8.9.3. Стратегические маркетинговые решения
 - 8.9.4. Оперативные маркетинговые решения
- 8.10. Стратегии продвижения и *мерчандайзинга*
 - 8.10.1. Интегрированные маркетинговые коммуникации
 - 8.10.2. План рекламной коммуникации
 - 8.10.3. *Мерчандайзинг* как техника коммуникации
- 8.11. Медиапланирование
 - 8.11.1. Возникновение и развитие медиапланирования
 - 8.11.2. Средства массовой информации
 - 8.11.3. Медиаплан

- 8.12. Основы коммерческого менеджмента
 - 8.12.1. Роль коммерческого менеджмента
 - 8.12.2. Системы анализа конкурентной ситуации компании/рынка
 - 8.12.3. Системы бизнес-планирования компании
 - 8.12.4. Основные конкурентные стратегии
- 8.13. Коммерческие переговоры
 - 8.13.1. Коммерческие переговоры
 - 8.13.2. Психологические вопросы ведения переговоров
 - 8.13.3. Основные методы ведения переговоров
 - 8.13.4. Процесс переговоров
- 8.14. Принятие решений в коммерческом менеджменте
 - 8.14.1. Стратегия бизнеса и конкурентная стратегия
 - 8.14.2. Модели принятия решений
 - 8.14.3. Аналитика и инструменты для принятия решений
 - 8.14.4. Поведение человека при принятии решений
- 8.15. Руководство и управление сетью продаж
 - 8.15.1. Sales Management. Управление продажами
 - 8.15.2. Сети на службе коммерческой деятельности
 - 8.15.3. Политика в области найма и обучения продавцов
 - 8.15.4. Системы вознаграждения для собственных и внешних коммерческих сетей
 - 8.15.5. Управление коммерческим процессом. Контроль и помощь в работе сотрудников отдела продаж на основе информации
- 8.16. Реализация торговой функции
 - 8.16.1. Наем собственных торговых представителей и торговых агентов
 - 8.16.2. Мониторинг коммерческой деятельности
 - 8.16.3. Кодекс этики для коммерческого персонала
 - 8.16.4. Нормативно-правовое соответствие
 - 8.16.5. Общепринятые стандарты делового поведения
- 8.17. Управление ключевыми клиентами
 - 8.17.1. Концепция управления ключевыми клиентами
 - 8.17.2. Менеджер по работе с ключевыми клиентами
 - 8.17.3. Стратегия управления ключевыми клиентами

- 8.18. Управление финансами и бюджетом
 - 8.18.1. Точка безубыточности
 - 8.18.2. Бюджет продаж. Управленческий контроль и годовой план продаж
 - 8.18.3. Финансовые последствия стратегических коммерческих решений
 - 8.18.4. Управление циклами, ротации, прибыльность и ликвидность.
 - 8.18.5. Подсчет результатов

Модуль 9. Инновации и управление проектами

- 9.1. Инновации
 - 9.1.1. Введение в инновации
 - 9.1.2. Инновации в предпринимательской экосистеме
 - 9.1.3. Инструменты и средства для инновационного процесса в бизнесе
- 9.2. Инновационная стратегия
 - 9.2.1. Стратегическая разведка и инновации
 - 9.2.2. Инновационные стратегии
- 9.3. Управление проектами для стартапов
 - 9.3.1. Концепция стартапа
 - 9.3.2. Философия бережливого стартапа
 - 9.3.3. Этапы развития стартапа
 - 9.3.4. Роль руководителя проекта в стартапе
- 9.4. Разработка и проверка бизнес-модели
 - 9.4.1. Концептуальные основы бизнес-модели
 - 9.4.2. Проверка достоверности бизнес-моделей
- 9.5. Управление проектами
 - 9.5.1. Управление проектами: выявление возможностей для развития корпоративных инновационных проектов
 - 9.5.2. Основные этапы или фазы руководства и управления инновационными проектами
- 9.6. Управление изменениями в проектах: управление обучением
 - 9.6.1. Концепция управления изменениями
 - 9.6.2. Процесс управления изменениями
 - 9.6.3. Внедрение изменений

- 9.7. Управление коммуникациями по проекту
 - 9.7.1. Управление коммуникациями в проекте
 - 9.7.2. Ключевые понятия для управления коммуникациями
 - 9.7.3. Новые тенденции
 - 9.7.4. Адаптация к команде
 - 9.7.5. Планирование управления коммуникациями
 - 9.7.6. Управление коммуникациями
 - 9.7.7. Мониторинг коммуникаций
- 9.8. Традиционные и инновационные методологии
 - 9.8.1. Инновационные методологии
 - 9.8.2. Основные принципы Scrum
 - 9.8.3. Различия между основными аспектами Scrum и традиционными методологиями
- 9.9. Создание *стартапа*
 - 9.9.1. Создание *стартапа*
 - 9.9.2. Организация и культура
 - 9.9.3. Топ-10 причин, по которым *стартапы* терпят неудачу
 - 9.9.4. Правовые аспекты
- 9.10. Планирование управления рисками в проектах
 - 9.10.1. Планирование рисков
 - 9.10.2. Элементы для создания плана управления рисками
 - 9.10.3. Инструменты для создания плана управления рисками
 - 9.10.4. Содержание плана управления рисками

Модуль 10. Управленческий менеджмент

- 10.1. Общий менеджмент
 - 10.1.1. Концепция общего менеджмента
 - 10.1.2. Действия генерального директора
 - 10.1.3. Генеральный директор и его функции
 - 10.1.4. Трансформация работы менеджмента
- 10.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
 - 10.2.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

- 10.3. Управление операциями
 - 10.3.1. Важность управления
 - 10.3.2. Цепочка создания стоимости
 - 10.3.3. Управление качеством
- 10.4. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей
 - 10.4.1. Межличностная коммуникация
 - 10.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
 - 10.4.3. Барьеры коммуникации
- 10.5. Средства личной и организационной коммуникации
 - 10.5.1. Межличностная коммуникация
 - 10.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
 - 10.5.3. Коммуникация в организации
 - 10.5.4. Инструменты в организации
- 10.6. Кризисная коммуникация
 - 10.6.1. Кризис
 - 10.6.2. Фазы кризиса
 - 10.6.3. Сообщения: содержание и моменты
- 10.7. Подготовка кризисного плана
 - 10.7.1. Анализ потенциальных проблем
 - 10.7.2. Планирование
 - 10.7.3. Адекватность персонала
- 10.8. Эмоциональный интеллект
 - 10.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
 - 10.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
 - 10.8.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация
- 10.9. Личный брендинг
 - 10.9.1. Стратегии личного брендинга
 - 10.9.2. Законы личного брендинга
 - 10.9.3. Инструменты для создания личного бренда
- 10.10. Лидерство и управление командой
 - 10.10.1. Лидерство и стили лидерства
 - 10.10.2. Возможности и проблемы лидеров
 - 10.10.3. Управление процессами изменений
 - 10.10.4. Управление мультикультурными командами

Модуль 11. Стратегическое управление HR

- 11.1. Эволюция управления персоналом. Комплексное видение
- 11.2. Стратегическое мышление и система
- 11.3. Планирование и управление кадровыми проектами
- 11.4. Стратегическая организационная структура
- 11.5. Разработка рабочих мест, найм и отбор персонала
- 11.6. Стратегическое лидерство
- 11.7. Аудит и контроль управления человеческими ресурсами

Модуль 12. Процесс управления и администрирования HR

- 12.1. Набор персонала
- 12.2. Трудовое посредничество
- 12.3. Трудовые отношения и информационные технологии
- 12.4. Увольнения и реструктуризация рабочей силы
- 12.5. Коллективные переговоры
- 12.6. Нетрудоспособность и здоровье
- 12.7. Здоровье и качество на рабочем месте

Модуль 13. Организационное поведение

- 13.1. Организационная культура
- 13.2. Организационная структура
- 13.3. Управление организацией
- 13.4. Организационное поведение и изменения
- 13.5. Власть и политика
- 13.6. Организация отдела HR
- 13.7. Люди в организациях
- 13.8. Управление знаниями

Модуль 14. Исполнительный коучинг

- 14.1. *Нейроменеджмент*
- 14.2. Самоконтроль и самооэффективность
- 14.3. *Коучинг*
- 14.4. Позитивная психология





14.5. Руководство и эмоциональный интеллект

14.6. Эмпатия и сотрудничество

14.7. Управление временем

Модуль 15. Управление талантами

15.1. Анализ рабочего места

15.2. Отбор, групповая динамика и подбор персонала

15.3. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций

15.4. Оценка производительности и управление эффективностью

15.5. Управление обучением

15.6. Управление талантами

15.7. Инновации в управлении талантами и людьми

15.8. Мотивация

15.9. *Брендинг работодателя*

15.10. Развитие высокоэффективных команд

Модуль 16. Стратегическая коммуникация

16.1. Коммуникация в организациях

16.2. Внутренняя коммуникация и интегрированный план коммуникации

16.3. Межличностная коммуникация

16.4. Открытая коммуникация

16.5. Переговоры

Модуль 17. Этика и корпоративная социальная ответственность

17.1. Управление и КСО

17.2. *Корпоративная ответственность*

Модуль 18. Трансформация человеческих ресурсов в цифровую эпоху

18.1. Новые формы организации и новые методологии работы

18.2. Цифровые навыки и *Professional Brand*

18.3. Отдел кадров и анализ данных

18.4. Управление людьми в цифровую эпоху

04

Цели обучения

Основная цель заключается в том, чтобы предоставить предпринимателям необходимые инструменты для эффективного лидерства в управлении человеческими ресурсами внутри их организаций, адаптируясь к глобализованной и динамичной бизнес-среде. Таким образом, будут укреплены лидерские навыки, оптимизируется управление командами и стимулируется создание корпоративных стратегий, которые увеличат конкурентоспособность и организационную эффективность. Кроме того, предприниматели будут обучены внедрению устойчивых практик, принятию решений в сложных условиях и применению новых технологий в управлении персоналом, с целью обеспечения долгосрочного успеха.





“

Вы овладеете инструментами для эффективного управления вашими командами в цифровую эпоху, используя преимущества, которые новые технологии предоставляют в управлении человеческими ресурсами”



Общие цели

- ♦ Определять последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализованную среду, которая определяет критерии высшего менеджмента
- ♦ Развить ключевые лидерские качества, которые должны определять профессионалов своего дела
- ♦ Углубленно изучить критерии устойчивого развития, установленные международными стандартами при разработке бизнес-плана
- ♦ Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде
- ♦ Стимулировать создание корпоративных стратегий, которые определяют план действий компании, чтобы стать более конкурентоспособной и достичь своих целей
- ♦ Работать более эффективно, более гибко и согласованно с новыми технологиями и текущими инструментами
- ♦ Понимать экономическую среду, в которой работает компания, и разрабатывать соответствующие стратегии для предвидения изменений
- ♦ Уметь управлять экономическим и финансовым планом компании
- ♦ Понять логистические операции, необходимые в бизнес-среде, чтобы разработать адекватное управление ими
- ♦ Уметь применять информационные и коммуникационные технологии в различных сферах деятельности компании
- ♦ Реализовать маркетинговую стратегию, которая позволит сделать продукт известным среди потенциальных клиентов и сформировать адекватный имидж компании
- ♦ Разрабатывать механизмы распределения нагрузки при совместном использовании ресурсов в рамках нескольких проектов





- ♦ Установить соответствующие ориентиры для адаптации компании к изменяющемуся обществу
- ♦ Приобрести интегрированное видение того, как управлять человеческими ресурсами в компании
- ♦ Проанализировать процессы отбора в компаниях и ту основополагающую роль, которую они играют в будущем
- ♦ Разработать процесс отбора и найма персонала
- ♦ Проанализировать вакансии и возможные профили, наиболее полно соответствующие данным позициям и их позиционированию в компании
- ♦ Углубиться в различные процессы отбора персонала
- ♦ Анализировать решения в различных областях с помощью модели корпоративной культуры
- ♦ Знать характеристики и компоненты организационного поведения и организационной культуры
- ♦ Разрабатывать передовые методологии и техники управления людьми и развития талантов в организации
- ♦ Понимать финансовые и бухгалтерские основы управления персоналом
- ♦ Усилить потенциал возможностей, предоставляемых технологиями, с помощью человеческих ресурсов 2.0
- ♦ Уметь применять методы коучинга и позитивной психологии для мотивации сотрудников
- ♦ Хорошо изучить процессы управления и администрирования человеческих ресурсов
- ♦ Расширить знания о различных каналах коммуникации и их востребованности в бизнес-процессах



Конкретные цели

Модуль 1. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- ♦ Развивать навыки этичного лидерства, которые интегрируют принципы социальной ответственности бизнеса в процесс принятия решений
- ♦ Обучать внедрению политик социальной ответственности, которые оказывают положительное влияние на сообщество и окружающую среду

Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

- ♦ Углубиться в формулирование и выполнение эффективных бизнес-стратегий
- ♦ Приобрести компетенции в управлении руководящими командами для улучшения организационной эффективности

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- ♦ Глубже изучить эффективное управление человеческими ресурсами, с акцентом на привлечение, развитие и удержание ключевых сотрудников
- ♦ Научиться создавать и управлять высокоэффективными командами, согласованными с целями организации

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- ♦ Овладеть инновационными инструментами для принятия стратегических финансовых решений, которые оптимизируют ресурсы и обеспечивают прибыльность компании
- ♦ Обучать составлению и управлению бюджетами, финансовыми отчетами и анализу жизнеспособности проектов

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- ♦ Развивать компетенции в планировании, координации и контроле логистических операций в цепочке поставок
- ♦ Оптимизировать операционные процессы и сократить затраты, связанные с логистикой в бизнесе

Модуль 6. Управление информационными системами

- ♦ Углубить знания в стратегическом управлении информационными системами, которые поддерживают процесс принятия решений и улучшение бизнес-процессов

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, стратегический маркетинг и корпоративные коммуникации

- ♦ Обучить созданию и выполнению коммерческих и маркетинговых стратегий, которые выравнивают предложение компании с потребностями рынка
- ♦ Развить навыки управления корпоративной коммуникацией для укрепления имиджа бренда

Модуль 8. Исследование рынка, реклама и управление маркетингом

- ♦ Овладеть инструментами и методологиями для проведения рыночных исследований, которые выявляют бизнес-возможности
- ♦ Управлять эффективными рекламными кампаниями и принимать стратегические решения в коммерческом управлении

Модуль 9. Инновации и управление проектами

- ♦ Развивать способность управлять инновационными проектами, которые добавляют ценность и выделяют компанию на рынке
- ♦ Приобретать компетенции в планировании, реализации и контроле проектов с фокусом на инновации и устойчивое развитие

Модуль 10. Исполнительный менеджмент

- ♦ Овладеть навыками лидерства для руководства управленческими командами в динамичных и глобализированных бизнес-условиях
- ♦ Обучить принятию стратегических решений, которые оптимизируют ресурсы и улучшают организационную эффективность

Модуль 11. Стратегическое управление HR

- ♦ Развить навыки для разработки и выполнения стратегий управления персоналом, согласованных с организационными целями
- ♦ Содействовать созданию конкурентного преимущества через эффективное управление человеческим капиталом

Модуль 12. Процесс управления и администрирования HR

- ♦ Управлять ключевыми процессами в области человеческих ресурсов, начиная с подбора и найма сотрудников, до их обучения, развития и компенсации
- ♦ Научиться оптимизировать управление и организационную эффективность

Модуль 13. Организационное поведение

- ♦ Анализировать индивидуальное и групповое поведение в рамках организации
- ♦ Развивать стратегии для повышения мотивации, производительности и командной динамики, способствуя созданию позитивной организационной культуры

Модуль 14. Executive coaching

- ♦ Овладеть сложными техниками executive coaching, предоставляя инструменты и практические подходы для поддержки развития лидерства
- ♦ Оптимизировать процесс принятия решений и производительность руководителей в организациях

Модуль 15. Управление талантами

- ♦ Приобрести навыки эффективного управления талантами, начиная от выявления и привлечения лучших специалистов до их удержания и развития
- ♦ Создавать продуктивную и вовлеченную рабочую среду

Модуль 16. Стратегическая коммуникация

- ♦ Обладать всесторонними знаниями по реализации стратегий внутренней и внешней коммуникации, согласовывая организационные сообщения с стратегическими целями
- ♦ Улучшить взаимоотношения с сотрудниками, заинтересованными сторонами и клиентами

Модуль 17. Этика и корпоративная социальная ответственность

- ♦ Способствовать глубокому пониманию профессиональной этики и корпоративной социальной ответственности
- ♦ Интегрировать этические и социально ответственные практики в управление бизнесом и политику в области управления персоналом

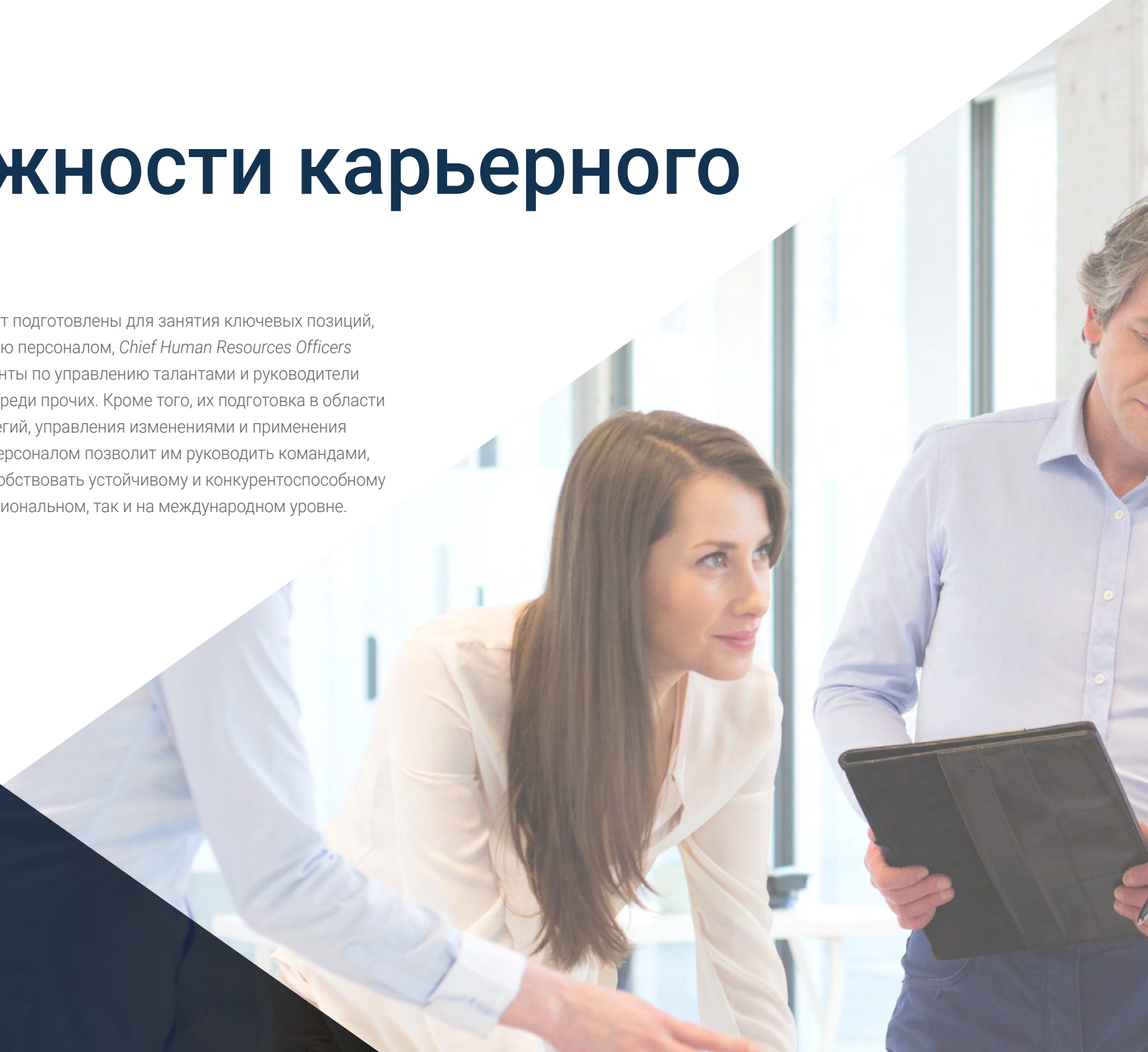
Модуль 18. Трансформация человеческих ресурсов в цифровую эпоху

- ♦ Управлять изменениями в цифровой среде, внедряя технологии и инновационные решения, оптимизирующие процессы управления персоналом
- ♦ Улучшать опыт сотрудников и поддерживать цифровую стратегию организации

05

Возможности карьерного роста

Студенты данной программы будут подготовлены для занятия ключевых позиций, таких как директора по управлению персоналом, *Chief Human Resources Officers* (CHRO), стратегические консультанты по управлению талантами и руководители по организационному развитию, среди прочих. Кроме того, их подготовка в области разработки корпоративных стратегий, управления изменениями и применения новых технологий в управлении персоналом позволит им руководить командами, оптимизировать процессы и способствовать устойчивому и конкурентоспособному росту любой компании, как на национальном, так и на международном уровне.





“

Это откроет широкий спектр карьерных возможностей для предпринимателей, позволяя им занимать руководящие и управленческие позиции как в собственных организациях, так и в других компаниях”

Профиль выпускника

Студент будет способен принимать обоснованные и стратегические решения в сложных и изменчивых условиях, способствуя формированию прочной организационной культуры, согласованной с целями бизнеса. Кроме того, он будет обладать глубокими знаниями в области управления персоналом, развития талантов, устойчивого развития и внедрения новых технологий, что позволит ему повышать конкурентоспособность и обеспечивать устойчивый рост компании. Благодаря практическому и инновационному подходу, он также сможет руководить мультидисциплинарными командами, разрабатывать эффективные стратегии по подбору и развитию персонала и успешно справляться с трудностями, возникающими на современных рынках.

Вы освоите ключевые области, такие как бизнес-логистика, стратегический маркетинг и распределение рабочей нагрузки, которые являются основополагающими для бесперебойного функционирования вашей организации.

- ♦ **Стратегическое лидерство:** Руководить командами в сложных и динамичных условиях, согласовывая индивидуальные и организационные цели для эффективного достижения бизнес-результатов с долгосрочным видением
- ♦ **Принятие решений в условиях неопределенности:** Принимать обоснованные решения в условиях постоянной неопределенности и изменений, используя данные, анализ и стратегические критерии для оптимального управления персоналом
- ♦ **Управление изменениями и адаптивность:** Возглавлять процессы организационных трансформаций, адаптируясь к новым условиям и эффективно управляя изменениями, чтобы компания оставалась конкурентоспособной и устойчивой
- ♦ **Асертивная коммуникация и управление конфликтами:** Взаимодействовать ясно и эффективно с мультидисциплинарными командами, способствуя созданию сотрудничества и конструктивному разрешению конфликтов



После завершения Профессиональной магистерской специализации вы сможете применять свои знания и навыки на следующих должностях:

1. **Директор по управлению персоналом:** Отвечает за руководство стратегией управления персоналом, управление талантами, организационное развитие и политику благосостояния, выравнивая человеческие цели с бизнес-целями.
2. **Главный директор по управлению персоналом (CHRO):** Контролирует все функции управления персоналом, включая стратегическое планирование талантов, корпоративную культуру и управление организационными изменениями на глобальном уровне.
3. **Стратегический консультант по управлению персоналом:** Предоставляет специализированные консультации по оптимизации процессов и внедрению стратегий управления персоналом, способствующих развитию талантов, конкурентоспособности и эффективности.
4. **Ответственный за организационное развитие:** Возглавляет инициативы по улучшению организационной структуры и внутренних процессов, способствуя операционной эффективности и постоянному развитию сотрудников.
5. **Директор по обучению и развитию:** Отвечает за разработку и управление программами обучения и развития сотрудников, обеспечивая приобретение необходимых навыков для достижения стратегических целей компании.
6. **Менеджер по подбору персонала:** Руководит процессом найма и отбора, обеспечивая привлечение наиболее подходящих кандидатов для каждой вакансии, согласовывая организационные потребности с компетенциями кандидатов.
7. **Ответственный за корпоративную культуру и климат:** Следит за созданием и поддержанием позитивной корпоративной культуры, работая над мотивацией, вовлеченностью и удовлетворенностью сотрудников.
8. **Директор по компенсациям и льготам:** Отвечает за разработку и управление системами компенсаций, вознаграждения и льгот для сотрудников, обеспечивая их конкурентоспособность и соответствие целям компании.
9. **Менеджер по трудовым отношениям:** Занимается управлением взаимоотношениями между компанией и сотрудниками, ведет переговоры по трудовым соглашениям, управляет конфликтами и обеспечивает соблюдение трудового законодательства.
10. **Ответственный за цифровую трансформацию в управлении персоналом:** Возглавляет внедрение инновационных технологий в управление персоналом, применяя цифровые инструменты для повышения эффективности процессов найма, обучения, управления эффективностью и внутренней коммуникации.



Вы углубитесь в анализ экономической среды и в разработку стратегий, адаптированных к постоянным изменениям рынка, управление экономическими и финансовыми ресурсами вашей компании"

06

Методика обучения

TECH — первый в мире университет, объединивший метод **кейс-стади** с *Relearning*, системой 100% онлайн-обучения, основанной на направленном повторении.

Эта инновационная педагогическая стратегия была разработана для того, чтобы предложить профессионалам возможность обновлять свои знания и развивать навыки интенсивным и эффективным способом. Модель обучения, которая ставит студента в центр учебного процесса и отводит ему ведущую роль, адаптируясь к его потребностям и оставляя в стороне более традиционные методологии.



“

TECH подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Студент — приоритет всех программ ТЕСН

В методике обучения ТЕСН студент является абсолютным действующим лицом. Педагогические инструменты каждой программы были подобраны с учетом требований к времени, доступности и академической строгости, которые предъявляют современные студенты и наиболее конкурентоспособные рабочие места на рынке.

В асинхронной образовательной модели ТЕСН студенты сами выбирают время, которое они выделяют на обучение, как они решат выстроить свой распорядок дня, и все это — с удобством на любом электронном устройстве, которое они предпочитают. Студентам не нужно посещать очные занятия, на которых они зачастую не могут присутствовать. Учебные занятия будут проходить в удобное для них время. Вы всегда можете решить, когда и где учиться.

“

В ТЕСН у вас НЕ будет занятий в реальном времени, на которых вы зачастую не можете присутствовать”



Самые обширные учебные планы на международном уровне

ТЕСН характеризуется тем, что предлагает наиболее обширные академические планы в университетской среде. Эта комплексность достигается за счет создания учебных планов, которые охватывают не только основные знания, но и самые последние инновации в каждой области.

Благодаря постоянному обновлению эти программы позволяют студентам быть в курсе изменений на рынке и приобретать навыки, наиболее востребованные работодателями. Таким образом, те, кто проходит обучение в ТЕСН, получают комплексную подготовку, которая дает им значительное конкурентное преимущество для продвижения по карьерной лестнице.

Более того, студенты могут учиться с любого устройства: компьютера, планшета или смартфона.

“

Модель ТЕСН является асинхронной, поэтому вы можете изучать материал на своем компьютере, планшете или смартфоне в любом месте, в любое время и в удобном для вас темпе”

Case studies или метод кейсов

Метод кейсов является наиболее распространенной системой обучения в лучших бизнес-школах мира. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты юридических факультетов не просто изучали законы на основе теоретических материалов, он также имел цель представить им реальные сложные ситуации. Таким образом, они могли принимать взвешенные решения и выносить обоснованные суждения о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

При такой модели обучения студент сам формирует свою профессиональную компетенцию с помощью таких стратегий, как *обучение действием* (learning by doing) или *дизайн-мышление* (design thinking), используемых такими известными учебными заведениями, как Йель или Стэнфорд.

Этот метод, ориентированный на действия, будет применяться на протяжении всего академического курса, который студент проходит в TECH. Таким образом, они будут сталкиваться с множеством реальных ситуаций и должны будут интегрировать знания, проводить исследования, аргументировать и защищать свои идеи и решения. Все это делается для того, чтобы ответить на вопрос, как бы они поступили, столкнувшись с конкретными сложными событиями в своей повседневной работе.



Метод *Relearning*

В ТЕСН метод кейсов дополняется лучшим методом онлайн-обучения — *Relearning*.

Этот метод отличается от традиционных методик обучения, ставя студента в центр обучения и предоставляя ему лучшее содержание в различных форматах. Таким образом, студент может пересматривать и повторять ключевые концепции каждого предмета и учиться применять их в реальной среде.

Кроме того, согласно многочисленным научным исследованиям, повторение является лучшим способом усвоения знаний. Поэтому в ТЕСН каждое ключевое понятие повторяется от 8 до 16 раз в рамках одного занятия, представленного в разных форматах, чтобы гарантировать полное закрепление знаний в процессе обучения.

Метод Relearning позволит тебе учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, глубже вовлекаясь в свою специализацию, развивая критическое мышление, умение аргументировать и сопоставлять мнения — прямой путь к успеху.



Виртуальный кампус на 100% в онлайн-формате с лучшими учебными ресурсами

Для эффективного применения своей методики ТЕСН предоставляет студентам учебные материалы в различных форматах: тексты, интерактивные видео, иллюстрации, карты знаний и др. Все они разработаны квалифицированными преподавателями, которые в своей работе уделяют особое внимание сочетанию реальных случаев с решением сложных ситуаций с помощью симуляции, изучению контекстов, применимых к каждой профессиональной сфере, и обучению на основе повторения, с помощью аудио, презентаций, анимации, изображений и т.д.

Последние научные данные в области нейронаук указывают на важность учета места и контекста, в котором происходит доступ к материалам, перед началом нового процесса обучения. Возможность индивидуальной настройки этих параметров помогает людям лучше запоминать и сохранять знания в гиппокампе для долгосрочного хранения. Речь идет о модели, называемой *нейрокогнитивным контекстно-зависимым электронным обучением*, которая сознательно применяется в данной университетской программе.

Кроме того, для максимального содействия взаимодействию между наставником и студентом предоставляется широкий спектр возможностей для общения как в реальном времени, так и в отложенном (внутренняя система обмена сообщениями, форумы для обсуждений, служба телефонной поддержки, электронная почта для связи с техническим отделом, чат и видеоконференции).

Этот полноценный Виртуальный кампус также позволит студентам ТЕСН организовывать свое учебное расписание в соответствии с личной доступностью или рабочими обязательствами. Таким образом, студенты смогут полностью контролировать академические материалы и учебные инструменты, необходимые для быстрого профессионального развития.



Онлайн-режим обучения на этой программе позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптировав его к своему расписанию"

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Студенты, 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, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
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.

Методика университета, получившая самую высокую оценку среди своих студентов

Результаты этой инновационной академической модели подтверждаются высокими уровнями общей удовлетворенности выпускников TESH.

Студенты оценивают качество преподавания, качество материалов, структуру и цели курса на отлично. Неудивительно, что учебное заведение стало лучшим университетом по оценке студентов на платформе отзывов Global Score, получив 4,9 балла из 5.

Благодаря тому, что TESH идет в ногу с передовыми технологиями и педагогикой, вы можете получить доступ к учебным материалам с любого устройства с подключением к Интернету (компьютера, планшета или смартфона).

Вы сможете учиться, пользуясь преимуществами доступа к симулированным образовательным средам и модели обучения через наблюдение, то есть учиться у эксперта (learning from an expert).



Таким образом, в этой программе будут доступны лучшие учебные материалы, подготовленные с большой тщательностью:



Учебные материалы

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

Затем эти материалы переносятся в аудиовизуальный формат, на основе которого строится наш способ работы в интернете, с использованием новейших технологий, позволяющих нам предложить вам отличное качество каждого из источников, предоставленных к вашим услугам.



Практика навыков и компетенций

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



Интерактивные конспекты

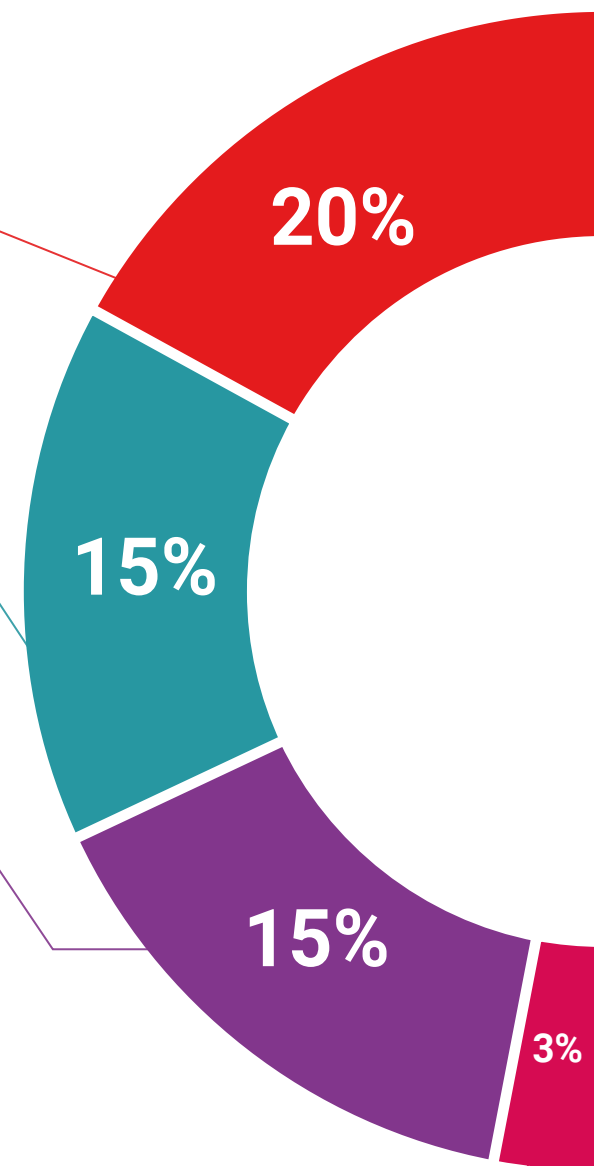
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной форме для воспроизведения на мультимедийных устройствах, которые включают аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

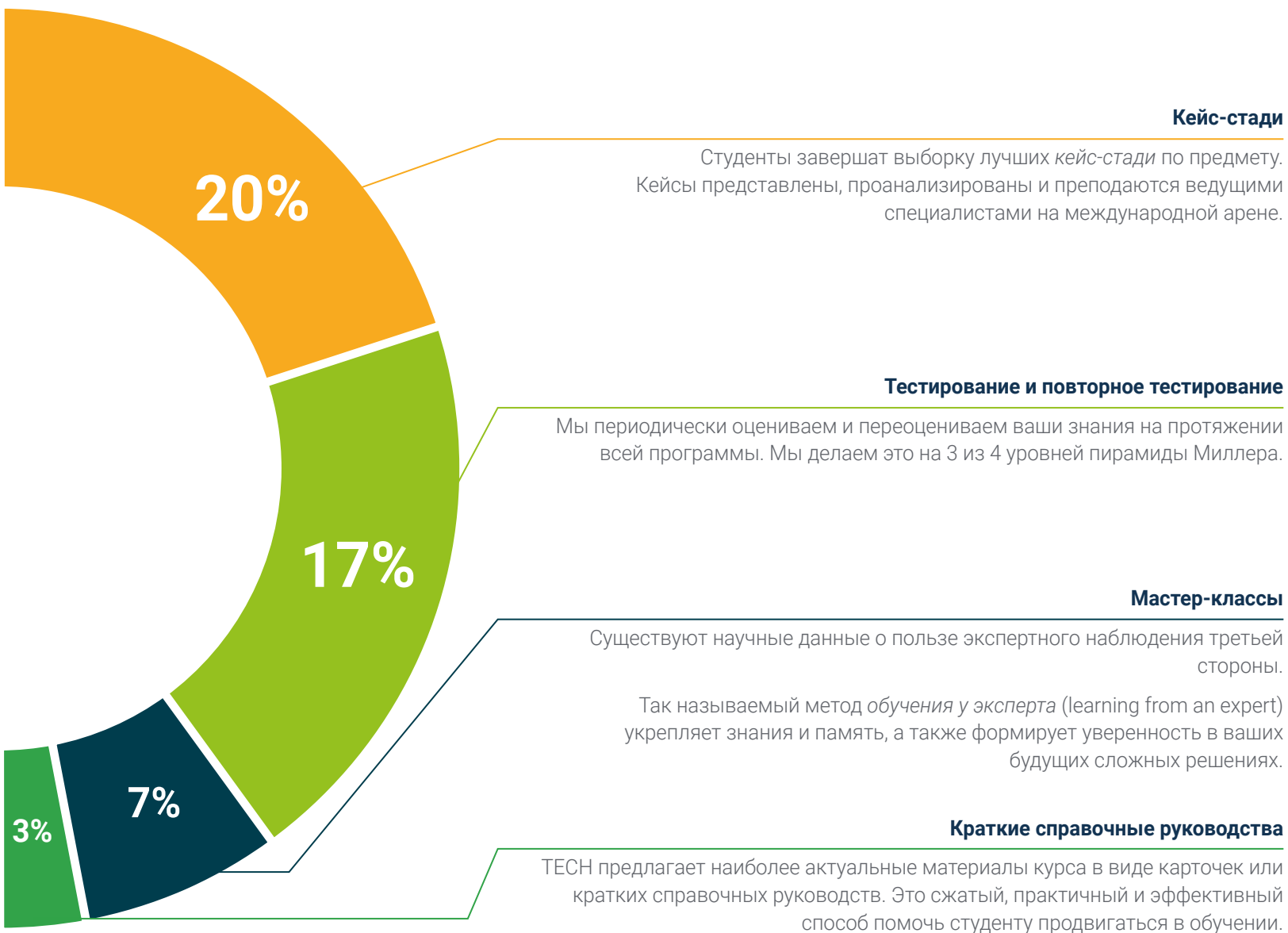
Эта эксклюзивная образовательная система для презентации мультимедийного содержания была награждена Microsoft как "Кейс успеха в Европе".



Дополнительная литература

Последние статьи, консенсусные документы, международные рекомендации... В нашей виртуальной библиотеке вы получите доступ ко всему, что необходимо для прохождения обучения.





07

Преподавательский состав

Преподавательский состав Профессиональной магистерской специализации по высшему менеджменту в управлении персоналом состоит из группы авторитетных профессионалов с обширным опытом в бизнес-среде и академической сфере. Каждый из них привносит практический и актуальный подход, опираясь на свое непосредственное знание современных задач и тенденций в управлении персоналом. Кроме того, эти эксперты являются лидерами в своих областях, что гарантирует студентам качественное обучение, основанное на лучших мировых практиках и последних достижениях в данной сфере.



“

*Сочетание теоретического
и практического опыта даст вам
значительное преимущество, позволив
сразу же применить полученные
знания в своей организации”*

Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области технологического рекрутинга и стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка *Fortune 50*, включая 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 отвечает за 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.

Д-р Дав 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 внедрила программы благополучия сотрудников, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



Г-жа Дав, Дженнифер

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

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

Приглашенный лектор 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.

Рик Готье 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
- Диплом по кибербезопасности университета Western Governors University
- Технический сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
- Степень бакалавра наук в области экологических исследований в Эвергринском государственном колледже



Воспользуйтесь возможностью узнать о последних достижениях в этой области, чтобы применить их в своей повседневной практике"

Приглашенный лектор международного уровня

Роми Арман — известный международный эксперт с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. За свою долгую карьеру 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. Он помог таким компаниям, как Shell Energy, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют скрытый эффект, поскольку позволили нескольким корпорациям улучшить опыт потребителей, 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 взращивал и возглавлял высокоэффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В частности, в Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать "экономически эффективную декарбонизацию" и перестроить фрагментированный ландшафт цифровых и технологических данных. 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, руководитель выделяется своим мастерством в области бизнес-применения искусственного интеллекта, в области которого он имеет степень последипломного образования, полученную в Лондонской школе 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 (OEM-производители автомобилей и розничная торговля) компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре
- Степень бакалавра Университета Лидса
- Диплом последипломного образования по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена от Лондонской школы бизнеса
- Сертификация CCXP Customer Experience Professional
- Курс по цифровой трансформации для руководителей в IMD

“

Вы хотите обновить свои знания на самом высоком образовательном уровне? TECH предлагает вам самое актуальное содержание на академическом рынке, разработанное подлинными экспертами международного уровня”

Приглашенный лектор 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 проработал 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. Аренс разрабатывал и составлял подробные отчеты, демонстрирующие экспертные знания в предметной области, включая понимание макроэкономических и политических/регуляторных факторов, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Мануэль возглавлял команды в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт управления клиентами и цепочками поставок. Его особенно отмечают за то, что он постоянно превосходит 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

- Менеджер по глобальным закупкам в области Google, Маунтин-Вью, США
- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B, 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 дидактическим материалам, находящимся на переднем крае технологий и образования и разработанным всемирно признанными специалистами в этой области"

Приглашенный лектор международного уровня

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

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

В качестве **директора по глобальному бренду и мерчандайзингу Giorgio Armani** он курировал различные **маркетинговые стратегии** в области **одежды и аксессуаров**. Его тактика также была направлена на изучение **розничной торговли и 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, направленными на развитие **структуры, разработки и маркетинга различных коллекций**.

Он также отвечал за составление **эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже**. Кроме того, он управлял **условиями, стоимостью, процессами и сроками поставки** для различных операций.

Андреа Ла Сала стал одним из ведущих и наиболее квалифицированных **корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши**. Благодаря высокому управленческому потенциалу ему удалось 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
- Степень бакалавра бизнеса и экономики в Восточном университете Пьемонта

“

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

Приглашенный лектор 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 **пионером 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. Грэм также 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 компетенций. Таким образом, он стал считаться **прирожденным лидером новой глобальной экономики**, в центре которой — стремление к данным и их безграничным возможностям.



Г-н Грам, Мик

- Директор по бизнес-аналитике и аналитике 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 Cargemini
- Старший аналитик в Nordea
- Старший консультант по бизнес-аналитике в SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Executive MBA в области электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавр и магистр математики и статистики в Копенгагенском университете

“

Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии Forbes! В рамках этой программы MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными преподавателями

Приглашенный лектор международного уровня

Скотт Стивенсон — выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. В этой должности он играл ключевую роль в контроле логистики и творческих рабочих процессов 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 компании во время своего предыдущего руководства.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по продаже цифровой недвижимости. 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 письма в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области коммуникации и повествования. 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 маркетингу цифровых технологий в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма Калифорнийского университета
- Степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды

“

Достигайте своих академических и профессиональных целей вместе с самыми квалифицированными специалистами в мире! Преподаватели MBA проведут вас через весь процесс обучения"

Приглашенный руководитель международного уровня

Венди Толе-Муир, обладательница премии "*International Content Marketing Awards*" за креативность, лидерство и качество информационного контента, является известным **руководителем отдела коммуникаций**, специализирующимся в области **управления репутацией**.

За более чем два десятилетия работы в этой области она сделала солидную профессиональную карьеру, которая позволила Венди стать частью престижных международных компаний, таких как **Coca-Cola**. Ее роль заключается в наблюдении и управлении корпоративными коммуникациями, а также в контроле за имиджем организации. Среди ее основных заслуг следует отметить внедрение **платформы для внутреннего взаимодействия Yammer**. Благодаря этому сотрудники повысили свою приверженность бренду и создали сообщество, которое значительно улучшило передачу информации.

Кроме того, она отвечала за управление коммуникацией **стратегических инвестиций** компании в различных африканских странах. В качестве примера можно привести диалоги вокруг значительных инвестиций в Кении, демонстрирующие приверженность компаний экономическому и социальному развитию страны. В свою очередь, она получила множество **наград** за умение управлять восприятием компаний на всех рынках, где она работает. Таким образом, Венди добилась того, что компании поддерживают высокий авторитет, а потребители ассоциируют их с высоким качеством.

Помимо этого, стремясь к совершенству, она активно участвует в известных мировых **конференциях и симпозиумах**, чтобы помочь специалистам в области информации оставаться на передовой самых совершенных методов **разработки успешных стратегических коммуникационных планов**. Так, она помогла многим специалистам предвидеть кризисные ситуации в учреждениях и эффективно управлять неблагоприятными событиями.



Г-жа Толе-Муир, Венди

- Директор по стратегическим коммуникациям и корпоративной репутации в компании Coca-Cola, Южная Африка
- Руководитель отдела корпоративной репутации и коммуникаций ABI в SABMiller в Ловании, Бельгия
- Консультант по коммуникациям в ABI, Бельгия
- Консультант по вопросам репутации и коммуникаций в компании Third Door в Гаутенге, Южная Африка
- Степень магистра в области изучения социального поведения в Университете Южной Африки
- Степень магистра искусств со специализацией в области социологии и психологии в Университете Южной Африки
- Степень бакалавра в области политических наук и промышленной социологии, Университет Квазулу-Натал, Южная Африка
- Степень бакалавра в области психологии в Университете Южной Африки

“

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

Руководство



Г-н Гонсалес Феррер, Оливер

- Директор по стратегическому планированию в области профессионального рекрутинга в ManpowerGroup
- Директор по коммуникациям - стратегическое планирование проектов в Trabajando.com
- Руководитель отдела маркетинга и коммуникаций Trabajando.com
- Социолог в Кабильдо Фуэртевентуры
- Степень магистра в области рекламы и коммуникаций Папского университета Комильяс
- Степень бакалавра социологии Университета Ла-Лагуна

Преподаватели

Г-жа Каньяс Гарсия, Ана

- Руководитель отдела по работе временного персонала в Jotelulu
- Партнер-консультант и координатор направления цифрового таланта в Coherentis
- Консультант по цифровому таланту в Talentics
- Международный консультант по подбору персонала в Binternational Group
- Консультант по подбору персонала в ARG Human Resources Advisor
- Степень бакалавра в области права в Университете Карлоса III
- Диплом в области трудовых отношений Университета Карлоса III

Г-жа Лаго Бургос, Ирия

- Руководитель отдела коммуникаций в Grupo Obremo
- Коммуникации, маркетинг и мероприятия в Innova&acción
- Координатор по корпоративным коммуникациям и маркетингу в Trabajando.com
- *Social Media Manager & Content Creator* в MaDI
- Расширенный протокол в *Communication, Marketing and Protocol*
- Степень бакалавра журналистики Университета Карлоса III



Г-н Капаррос Хименес, Хавьер

- ♦ Руководитель отдела профессионального рекрутинга в ManpowerGroup
- ♦ Международный директор по кадровому консалтингу в Universia
- ♦ Управляющий директор по подбору персонала в Hay Group
- ♦ Менеджер по работе с ключевыми клиентами — область управления в Ajilon
- ♦ Степень магистра юридической практики в Colex
- ♦ Степень бакалавра права Автономного университета Мадрида

Д-р Руис Родригес, Ракель

- ♦ Директор Rétate Consultora, Escuela Talento y Ciencia (Школа талантов и науки)
- ♦ Радиоведущая программы “Rompiendo las Reglas”
- ♦ Директор по развитию карьеры
- ♦ Менеджер по управлению персоналом в Bureau Veritas
- ♦ Докторская степень в области лидерства в бизнесе, Университет короля Хуана Карлоса
- ♦ Степень магистра в области *нейроменеджмента* в Университете короля Хуана Карлоса
- ♦ Степень магистра высшего уровня в области коучинга в IEC
- ♦ Степень магистра в области управления персоналом в IMF
- ♦ Степень бакалавра в области трудовых отношений Университета Валенсии

Г-жа Ольмос Отеро, Лейре

- ♦ Менеджер по управлению персоналом в Sea & Ports MGM
- ♦ Менеджер по управлению персоналом в Marguisa Shipping Lines
- ♦ Специалист в отделе управления персоналом в Prodemsas Asesores Legales y Tributarios
- ♦ Степень магистра в области правового консультирования по трудовым вопросам
- ♦ Диплом в области трудовых отношений в Университете короля имени Хуана Карлоса

08

Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента в управлении персоналом гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Профессиональной магистерской специализации, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

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

Данная **Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в управлении персоналом** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Профессиональной магистерской специализации**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в управлении персоналом**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **2 года**



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



Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент в управлении персоналом

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент в
управлении персоналом

