

Профессиональная магистерская специализация

Высший финансовый менеджмент





tech технологический
университет

Профессиональная магистерская специализация Высший финансовый менеджмент

- » 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-financial-management

Оглавление

01

Презентация программы

стр. 4

02

Почему стоит
учиться в TESH?

стр. 8

03

Учебный план

стр. 12

04

Цели обучения

стр. 32

05

Возможности карьерного
роста

стр. 38

06

Методика обучения

стр. 42

07

Преподавательский
состав

стр. 52

08

Квалификация

стр. 74

01

Презентация программы

Высший финансовый менеджмент в настоящее время сталкивается с беспрецедентными вызовами, обусловленными быстрым развитием финансовых рынков, цифровизацией и растущими требованиями к прозрачности и корпоративной ответственности. В этом контексте способность профессионалов адаптироваться к данной динамичной среде является ключевой для достижения профессионального успеха. По этой причине TECH запускает инновационную онлайн-программу – Профессиональную магистерскую специализацию в области высшего финансового менеджмента, ориентированную на самые последние тренды в этой области, которая гарантирует, что выпускники университета будут способствовать созданию ценности и устойчивости организаций.



“

*В этой 100%-ной онлайн-программе
Профессиональной магистерской
специализации вы будете
реализовывать инновационные
финансовые стратегии,
оптимизирующие рентабельность
и операционную эффективность”*

В условиях глобализации и экономической неопределенности высший финансовый менеджмент имеет решающее значение для обеспечения жизнеспособности и роста компаний. В этой сфере финансовые директора играют ключевую роль в принятии стратегических решений, планировании инвестиций, управлении рисками и максимизации стоимости для акционеров. Поэтому специалистам необходимо включать в свою практику самые современные методы, чтобы успешно направлять организации к экономической устойчивости, используя передовые инструменты анализа и принятия решений.

В этом контексте ТЕСН представляет революционную Профессиональную магистерскую специализацию в области высшего финансового менеджмента. Разработанный ведущими экспертами в данной области, учебный план охватывает темы от основ управленческого менеджмента или методов значительной оптимизации финансового учета до раннего выявления рисков, таких как волатильность рынка или колебания валют. Таким образом, студенты будут оснащены необходимыми компетенциями для принятия стратегических финансовых решений, эффективного управления ресурсами и обеспечения долгосрочной финансовой стабильности.

Методология этой программы усиливает ее инновационный характер. ТЕСН предлагает 100% онлайн образовательную среду, адаптированную к потребностям профессионалов, которые хотят продвинуться по карьерной лестнице. В программе также используется методика *Relearning*, основанная на повторении ключевых понятий для закрепления знаний. Таким образом, сочетание гибкости и эффективного педагогического подхода делает программу очень доступной. Кроме того, специалисты получают доступ к дидактической библиотеке с разнообразными мультимедийными ресурсами в различных форматах, таких как интерактивные конспекты, пояснительные видеоролики и инфографика. Кроме того, программа включает эксклюзивные мастер-классы, проводимые приглашенным международным экспертом.

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

- Разбор практических кейсов, представленных специалистами в области высшего финансового менеджмента
- 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 методикам в области финансовой практики
- 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



Известный международный приглашенный лектор проведет интенсивные мастер-классы, в ходе которых будут рассмотрены последние инновации в области высшего финансового менеджмента”

“

Вы сможете управлять структурой капитала компании, оптимизируя соотношение заемных и собственных средств для достижения максимальной финансовой эффективности”

В преподавательский состав входят профессионалы в области финансов, которые привносят в программу свой опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих компаний и авторитетных 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 разрешить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. Для этого специалисту будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными и опытными специалистами.

Вы будете использовать такие передовые методы, как анализ дисконтированных денежных потоков, для оценки инвестиционных проектов.

Учебный план, основанный на инновационной методологии Relearning, который поможет вам эффективно и динамично закрепить сложные концепции.



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 — Исайя 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

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.



La metodología
más eficaz

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 последиplomной подготовки в мире. В общей сложности более 14 000 университетских программ на одиннадцати 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 включает выдающихся приглашенных лекторов — профессионалов с выдающейся спортивной карьерой, которые поделятся своим опытом 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 статус 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

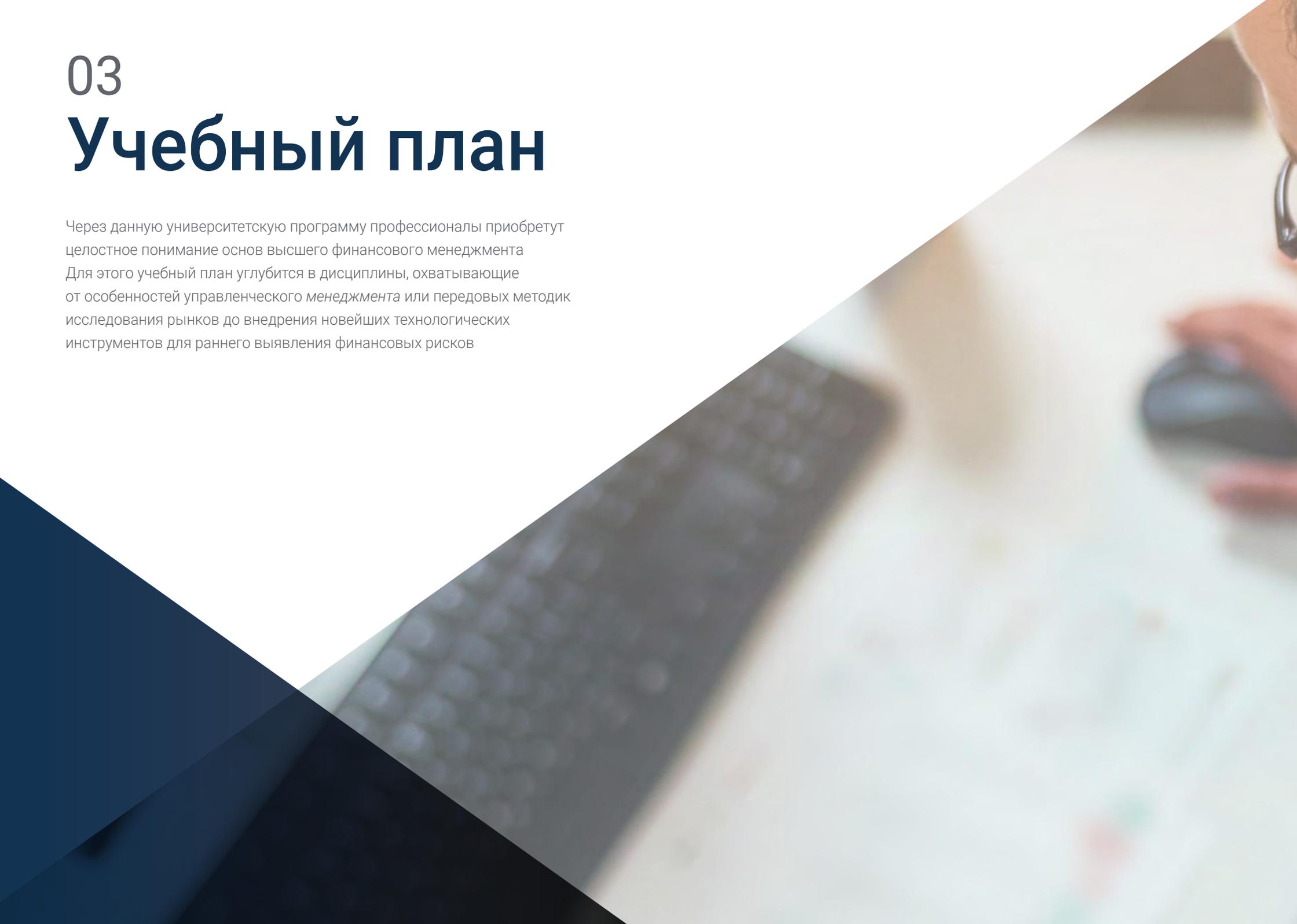
Студенты признали TECH самым высоко оцененным университетом в мире на ведущих платформах с отзывами, отметив его высший рейтинг — 4,9 из 5, основанный на более чем 1 000 рецензиях. Эти результаты укрепляют позиции TECH как ведущего международного университета, отражая его превосходство и положительное влияние образовательной модели.



03

Учебный план

Через данную университетскую программу профессионалы приобретут целостное понимание основ высшего финансового менеджмента. Для этого учебный план углубится в дисциплины, охватывающие от особенностей управленческого менеджмента или передовых методик исследования рынков до внедрения новейших технологических инструментов для раннего выявления финансовых рисков.



“

Вы будете хорошо разбираться в международных финансовых правилах, что позволит вам обеспечить как соблюдение правовых норм, так и внедрение передовых методов управления”

Модуль 1. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- 1.1. Глобализация и управление
 - 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 многообразием
- 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 корпоративной социальной ответственности
- 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. Концептуальные рамки
 - 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. Концептуальные рамки
 - 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. Концептуальные рамки
 - 2.7.2. Стратегические модели
 - 2.7.3. Стратегические паттерны: 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. Концепция 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. Концептуальные рамки
 - 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 персоналом
- 3.5. Отбор, групповая динамика и подбор кадров
 - 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. *Брендинг работодателя* в сфере управления персоналом
 - 3.12.2. Личный брендинг для HR-специалистов
- 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 персоналом и команды
 - 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. Подсчет результатов
- 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 *Business Intelligence*
 - 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 денежных средств
 - 4.6.6. Мониторинг бюджета
- 4.7. Управление казначейством
 - 4.7.1. Учет оборотного капитала и потребности в оборотном капитале
 - 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 финансовым менеджментом
 - 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. Рынки 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 логистика

- 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
- 5.2. Организация производства и логистика
 - 5.2.1. 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 инвентаризации
 - 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. Типологии в цепочке поставок
 - 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
 - 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

- 5.16. Международная логистика
 - 5.16.1. Процессы экспорта и импорта
 - 5.16.2. Таможня
 - 5.16.3. Методы и средства международных платежей
 - 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
 - 6.5.3. 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
 - 6.9.4. 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

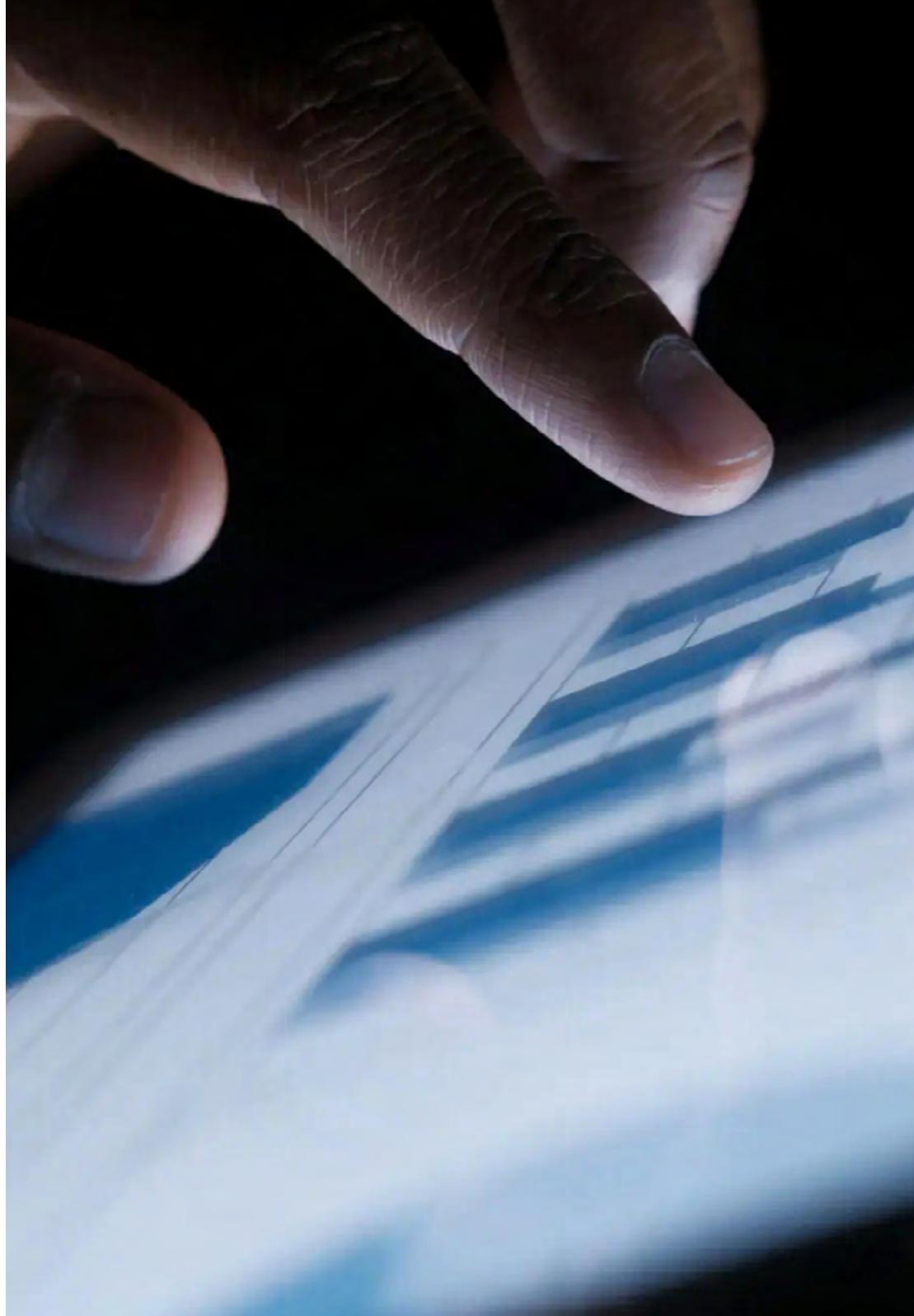
- 7.1. Коммерческий менеджмент
 - 7.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
 - 7.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
 - 7.1.3. Роль коммерческих менеджеров
- 7.2. Маркетинг
 - 7.2.1. Концепция маркетинга
 - 7.2.2. Основы маркетинга
 - 7.2.3. Маркетинговая деятельность компании
- 7.3. Управление 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 СМИ
 - 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. *Брендируемый 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 онлайн-маркетинга?
 - 7.10.2. Шаги по созданию плана онлайн-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, социальных акций, участия и обучения персонала
 - 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 о репутации онлайн
 - 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
 - 9.3.1. Создание *стартапа*
 - 9.3.2. Организация и культура
 - 9.3.3. Топ-10 причин, по которым *стартапы* терпят неудачу
 - 9.3.4. 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. Исполнительный менеджмент

- 10.1. *Общий менеджмент*
 - 10.1.1. Концепция *общего менеджмента*
 - 10.1.2. Действия генерального *менеджера*
 - 10.1.3. Генеральный директор и его функции
 - 10.1.4. Преобразование 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. *Управленческие навыки и лидерство*

- 11.1. *Люди в организациях*
 - 11.1.1. Качество трудовой жизни и психологическое благополучие
 - 11.1.2. Работа в командах и проведение совещаний
 - 11.1.3. Коучинг и управление командой
 - 11.1.4. Управление равенством и многообразием
- 11.2. *Управление талантами*
 - 11.2.1. Управление человеческим капиталом
 - 11.2.2. Среда, стратегия и показатели
 - 11.2.3. Инновации в управлении персоналом
- 11.3. *Развитие менеджмента и лидерства*
 - 11.3.1. Лидерство и стили лидерства
 - 11.3.2. Мотивация
 - 11.3.3. Эмоциональный интеллект
 - 11.3.4. Возможности и навыки лидера 2.0
 - 11.3.5. Эффективные совещания
- 11.4. *Управление изменениями*
 - 11.4.1. Анализ производительности
 - 11.4.2. Управлять изменениями. Сопротивление изменениям
 - 11.4.3. Управление процессами изменений
 - 11.4.4. Управление мультикультурными командами

- 11.5. *Стратегическая коммуникация*
 - 11.5.1. Межличностная коммуникация
 - 11.5.2. Коммуникативные навыки и влияние
 - 11.5.3. Внутренняя коммуникация и интегрированный план коммуникации
 - 11.5.4. Барьеры в деловой коммуникации
- 11.6. *Переговоры и управление конфликтами*
 - 11.6.1. Эффективные методы ведения переговоров
 - 11.6.2. Межличностные конфликты
 - 11.6.3. Кросс-культурные переговоры

Модуль 12. *Управление маркетингом и операционная деятельность*

- 12.1. *Управление маркетингом*
 - 12.1.1. *Цикл взаимоотношений с клиентами*
 - 12.1.2. Индивидуализация vs. Стандартизация
 - 12.1.3. *CRM-приложения и добыча данных*
- 12.2. *Маркетинговая стратегия и план*
 - 12.2.1. Исследование рынка
 - 12.2.2. *Цифровой маркетинг и интегрированные коммуникации*
 - 12.2.3. *Мобильный маркетинг*
- 12.3. *Управление взаимоотношениями с клиентами*
 - 12.3.1. Выбор целевого рынка и позиционирование продукта
 - 12.3.2. Создание плана маркетинга
 - 12.3.3. Разработка и управление цепями поставок
- 12.4. *Стратегии интернационализации и глобальный маркетинг*
 - 12.4.1. *Цикл взаимоотношений с клиентами*
 - 12.4.2. *Индивидуализация vs. Стандартизация*
 - 12.4.3. *CRM-приложения и добыча данных*
- 12.5. *Коммерческое управление и управления и продажи*
 - 12.5.1. Планирование кампании продаж
 - 12.5.2. Организация продаж и команда продаж
 - 12.5.3. Политика в области найма и обучения продавцов

- 12.6. *Управление цепями поставок*
 - 12.6.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
 - 12.6.2. Изменение структуры спроса
 - 12.6.3. Изменение стратегии операций
 - 12.6.4. Логистические процессы
- 12.7. Конкуренция по операциям
 - 12.7.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество предприятия
 - 12.7.2. Новые технологии и науки
 - 12.7.3. Информационные системы в операциях
- 12.8. *Информационные системы бизнеса*
 - 12.8.1. *Управление проектами*
 - 12.8.2. *Управление социальными сетями и цифровой бизнес*
 - 12.8.3. Бизнес-аналитика

Модуль 13. Финансовый учет

- 13.1. Элементы и составление годовой отчетности
 - 13.1.1. Балансовый отчет, отчет о прибылях и убытках и примечания к отчетности
 - 13.1.2. Отчет об изменениях в капитале
 - 13.1.3. Отчет о движении денежных средств
 - 13.1.4. Стандарты подготовки годовой отчетности
 - 13.1.5. Модели для финансовой отчетности
- 13.2. Критерии оценки
 - 13.2.1. Историческая стоимость
 - 13.2.2. Справедливая стоимость
 - 13.2.3. Чистая стоимость реализации
 - 13.2.4. Стоимость в использовании
 - 13.2.5. Книжная или балансовая стоимость
 - 13.2.6. Креативный учет
- 13.3. Материальные и нематериальные основные средства
 - 13.3.1. Положения и формы закупок
 - 13.3.2. Амортизация
 - 13.3.3. Убытки от обесценения или утилизация
 - 13.3.4. Инвестиционная собственность

- 13.4. Финансовые инструменты
 - 13.4.1. Финансовые активы
 - 13.4.2. Финансовые обязательства
 - 13.4.3. Оценка, выявление и управление рисками
 - 13.4.4. Хеджирование и торговые операции
 - 13.4.5. Учет долевых инструментов
- 13.5. Изучение и оценка собственных средств
 - 13.5.1. Капитал по балансу
 - 13.5.2. Гранты, пожертвования и наследство
 - 13.5.3. Собственные средства и корректировки на изменение стоимости
- 13.6. Операции по реструктуризации
 - 13.6.1. Слияния
 - 13.6.2. Деления
 - 13.6.3. Неденежные взносы
 - 13.6.4. Свопы
- 13.7. Налог на прибыль
 - 13.7.1. Структура корпоративного подоходного налога
 - 13.7.2. Расчет и учет начисленного расхода по корпоративному подоходному налогу
 - 13.7.3. Постоянные и временные разницы
- 13.8. Учет иностранной валюты
 - 13.8.1. Функциональная валюта и валюта представления отчетности
 - 13.8.2. Оценка монетарных и немонетарных статей
 - 13.8.3. Временные разницы по операциям с иностранной валютой

Модуль 14. Управленческий учет

- 14.1. Основы управленческого учета
 - 14.1.1. Цели управленческого учета
 - 14.1.2. Качественные характеристики бухгалтерской информации
 - 14.1.3. Разработки в области управленческого учета
- 14.2. От общего бухгалтерского учета к учету затрат
 - 14.2.1. Элементы калькуляции затрат
 - 14.2.2. *Заласы* в общем бухгалтерском учете и в учете затрат
 - 14.2.3. Расходы в общем бухгалтерском учете и учете затрат
 - 14.2.4. Классификация затрат

- 14.3. Анализ затрат-объема операций-выгод
 - 14.3.1. Характеристики и допущения метода "затраты-объем-выгода"
 - 14.3.2. Точка безубыточности
 - 14.3.3. Запас финансовой прочности
 - 14.3.4. Ситуации неопределенности в анализе "затраты-объем-выгода"
- 14.4. Информационные системы и *Business Intelligence*
 - 14.4.1. Основы и классификация
 - 14.4.2. Этапы и методы распределения затрат
 - 14.4.3. Выбор центра затрат и эффекта
- 14.5. *Калькуляция прямых затрат*
 - 14.5.1. Аналитические результаты применения *прямых затрат* как инструмента управления
 - 14.5.2. Постоянные и переменные затраты: классификация
 - 14.5.3. Полуобщая маржа для изучения производительности
 - 14.5.4. Аналитическое исследование баланса
- 14.6. Бюджетный контроль
 - 14.6.1. Планирование и контроль бюджета
 - 14.6.2. Операционные бюджеты
 - 14.6.3. Способы составления бюджета
 - 14.6.4. Бюджетный контроль и отклонения
- 14.7. Стандартные затраты
 - 14.7.1. Определение и виды нормативных затрат
 - 14.7.2. Гибкое бюджетирование косвенных затрат
 - 14.7.3. Центр общих затрат и модель полных затрат
 - 14.7.4. Отклонения в стандартном учете затрат
- 14.8. Принятие решений в управленческом учете
 - 14.8.1. Организация производства и калькуляция затрат для принятия решений
 - 14.8.2. Анализ экономических и финансовых отчетов и их влияние на бизнес-решения
 - 14.8.3. Финансовая информация для принятия краткосрочных и долгосрочных решений
 - 14.8.4. Работа с неопределенностью при принятии решений
 - 14.8.5. Планирование и анализ затрат для получения конкурентных преимуществ

Модуль 15. Стратегическое планирование и управленческий контроль

- 15.1. Управленческий контроль
 - 15.1.1. Финансовая политика и экономический рост
 - 15.1.2. Информация как инструмент управленческого контроля
 - 15.1.3. Управленческий контроль как система планирования и управления
 - 15.1.4. Функции *контроллера*
 - 15.1.5. Сфера управленческого контроля
- 15.2. Финансовая отчетность и управленческие решения
 - 15.2.1. Финансовый или юридический учет
 - 15.2.2. Аналитический учет или учет затрат
 - 15.2.3. Контрольный учет
- 15.3. Управление казначейством
 - 15.3.1. Учет оборотного капитала и потребности в оборотном капитале
 - 15.3.2. Расчет операционных потребностей в денежных средствах
 - 15.3.3. Кредитный менеджмент
 - 15.3.4. Управление фондами, активами и *семейными офисами*
- 15.4. Управление денежными средствами
 - 15.4.1. Банковское финансирование оборотного капитала
 - 15.4.2. Организация работы отдела казначейства
 - 15.4.3. Централизованное управление казначейством
- 15.5. Планирование и контроль центров ответственности
 - 15.5.1. Разработка системы управленческого контроля
 - 15.5.2. Отклонения в управленческом контроле
- 15.6. Процесс стратегического формулирования и планирования
 - 15.6.1. Формулировка и содержание стратегического плана
 - 15.6.2. *Карта сбалансированных показателей*
 - 15.6.3. Терминология и основные понятия
- 15.7. Организационное планирование
 - 15.7.1. Бизнес-единицы и трансфертное ценообразование
 - 15.7.2. Производство, изготовление, поддержка и продажи
 - 15.7.3. Роли и обязанности MBA в области финансового менеджмента (CFO, *Chief Financial Officer*)

- 15.8. Индикаторы как инструмент мониторинга
 - 15.8.1. Панель индикаторов
 - 15.8.2. Количество и формат индикаторов
 - 15.8.3. Стратегическое планирование

Модуль 16. Банковское дело и финансовые рынки

- 16.1. Экономическая среда и финансовые рынки
 - 16.1.1. Измерение финансовой деятельности
 - 16.1.2. Основные денежные агрегаты
 - 16.1.3. Рынки и контроль финансовых потоков
 - 16.1.4. Текущий финансовый кризис
- 16.2. Банковский менеджмент
 - 16.2.1. Секьюритизация
 - 16.2.2. Деривативы и структурированные продукты
 - 16.2.3. Синдицированное финансирование
 - 16.2.4. Исследование полученной рентабельности
- 16.3. Финансовые инструменты и рынки
 - 16.3.1. Фиксированный доход. Оценка и ценообразование
 - 16.3.2. Переменный доход
 - 16.3.3. Деривативы
 - 16.3.4. Инвестиционные фонды
- 16.4. Финансовый анализ и планирование
 - 16.4.1. Анализ бухгалтерского баланса
 - 16.4.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
 - 16.4.3. Анализ рентабельности
- 16.5. Финансовые продукты
 - 16.5.1. Государственные и смешанные активы с фиксированным доходом
 - 16.5.2. Собственные активы
 - 16.5.3. Производные финансовые продукты
 - 16.5.4. Структурированные финансовые продукты

- 16.6. Коллективные инвестиции
 - 16.6.1. Финансовые продукты коллективного инвестирования
 - 16.6.2. Международные коллективные инвестиции
- 16.7. Управление портфелем
 - 16.7.1. Теория портфеля
 - 16.7.2. Стили управления фиксированным доходом и акциями
 - 16.7.3. Смешанные стили управления портфелем
 - 16.7.4. Методы *распределения активов*
- 16.8. Частный банковский бизнес
 - 16.8.1. Частный банковский бизнес или управление благосостоянием
 - 16.8.2. *Розничные* инвестиции и институциональные инвестиции
 - 16.8.3. Дифференцированные активы и структуры

Модуль 17. Финансовые риски и корпоративные финансы

- 17.1. Финансовый менеджмент и корпоративные финансы
 - 17.1.1. Управление бизнесом и создание стоимости
 - 17.1.2. Структура капитала и финансовый рычаг
 - 17.1.3. Средневзвешенная стоимость капитала
 - 17.1.4. *Модель ценообразования капитальных активов* и другие модели
- 17.2. Методы оценки стоимости компании
 - 17.2.1. Дивидендная скидка
 - 17.2.2. Дисконтирование денежных потоков
 - 17.2.3. Сопоставимые мультипликаторы
- 17.3. Корпоративные операции
 - 17.3.1. Слияния
 - 17.3.2. Закупки
 - 17.3.3. *Слияния и поглощения*
 - 17.3.4. Налоговый режим для операций по реструктуризации
- 17.4. Изучение других типов предприятий
 - 17.4.1. Нелистинговые компании
 - 17.4.2. Малые и средние предприятия
 - 17.4.3. Семейные предприятия
 - 17.4.4. Фонды и некоммерческие организации
 - 17.4.5. Предприятия социальной экономики

- 17.5. Стратегии и контроль рисков
 - 17.5.1. Системы управленческого контроля
 - 17.5.2. Риски и внутренний контроль
 - 17.5.3. Обзор и аудит системы контроля
 - 17.5.4. Управление финансовыми рисками
 - 17.6. Риск, прибыльность и задолженность
 - 17.6.1. Экономическая и финансовая рентабельность
 - 17.6.2. Финансовые показатели и задолженность
 - 17.6.3. Риск и доходность
 - 17.7. Источники финансирования
 - 17.7.1. Банковское финансирование
 - 17.7.2. Выпуск облигаций и секьюритизация активов
 - 17.7.3. *Прямые инвестиции и венчурный капитал*
 - 17.7.4. Субсидии и фискальная поддержка
 - 17.8. Корпоративные сделки и банкротство
 - 17.8.1. Объявление о банкротстве и его последствия
 - 17.8.2. Этапы урегулирования и ликвидации
 - 17.8.3. Международная конкуренция
 - 17.8.4. Квалификация конкуренции
 - 17.8.5. Прекращение и возобновление конкуренции
 - 18.3. Стоимость капитала
 - 18.3.1. Стоимость внешних ресурсов
 - 18.3.2. Стоимость привилегированных акций
 - 18.3.3. Расчет стоимости собственных ресурсов
 - 18.3.4. Расчет общей стоимости капитала
 - 18.4. Диагностика, планирование и контроль инвестиций
 - 18.4.1. Финансовое планирование
 - 18.4.2. Планирование операций с недвижимостью
 - 18.4.3. Налоговое планирование
 - 18.5. Технический анализ и фундаментальный анализ
 - 18.5.1. Определение и сфера применения
 - 18.5.2. Изучение графиков и тенденций
 - 18.5.3. Исследование секторов и фондовых рынков в рамках фундаментального анализа
 - 18.5.4. Коэффициенты и фундаментальный анализ
 - 18.6. Инвестиционный анализ в условиях риска
 - 18.6.1. Корректировка дисконтной ставки
 - 18.6.2. Снижение денежных потоков до условий определенности
 - 18.6.3. Моделирование сценариев
 - 18.7. Денежные потоки в инвестиционных проектах
 - 18.7.1. Финансовое моделирование
 - 18.7.2. Подготовка денежных потоков
 - 18.7.3. Анализ денежных потоков оборотного капитала
 - 18.7.4. Налоги и инфляция
 - 18.8. Фондовый рынок
 - 18.8.1. Доступ компаний к фондовой бирже
 - 18.8.2. Функционирование международных фондовых бирж
 - 18.8.3. Фондовые индексы
- Модуль 18. Целесообразность инвестиционных проектов**
- 18.1. Инвестиции в компанию
 - 18.1.1. Понятие и классификация
 - 18.1.2. Этапы изучения инвестиционного проекта
 - 18.1.3. Инвестиции как финансовая операция
 - 18.2. Методы экономической оценки
 - 18.2.1. Период восстановления
 - 18.2.2. Общий и средний денежный поток на одну денежную единицу с обязательствами
 - 18.2.3. Чистая приведенная стоимость и внутренняя норма доходности
 - 18.2.4. Дисконтированный период окупаемости и норма прибыли
 - 18.2.5. Ожидаемая доходность NPV

Модуль 19. Этические, юридические и фискальные аспекты

- 19.1. Практика компании
 - 19.1.1. Корпоративные структурные изменения
 - 19.1.2. Расторжение, ликвидация и процедуры неплатежеспособности
 - 19.1.3. Общее собрание и административный орган
- 19.2. Налоговая практика
 - 19.2.1. Анализ налоговых обязательств компаний
 - 19.2.2. Общая налоговая законодательная база
 - 19.2.3. Отчеты о пересмотре административных актов
- 19.3. Практика производственных отношений
 - 19.3.1. Политика найма и вознаграждения
 - 19.3.2. Реструктуризация и наследование бизнеса
 - 19.3.3. Увольнения и выходные пособия
 - 19.3.4. Несоблюдение социально-трудовых норм
 - 19.3.5. Коллективные переговоры
- 19.4. Корпоративный налог
 - 19.4.1. Применимые нормативные акты
 - 19.4.2. Несоответствие между бухгалтерским и налоговым законодательством
 - 19.4.3. Специальные режимы
- 19.5. Налог на добавленную стоимость
 - 19.5.1. Применимые нормативные акты
 - 19.5.2. Место облагаемого события, облагаемое событие, облагаемая сумма и налоговая база
 - 19.5.3. Налоговые ставки
 - 19.5.4. Специальные режимы
- 19.6. Ответственное финансирование и инвестиции
 - 19.6.1. Финансовая инклюзия
 - 19.6.2. Устойчивое развитие и ответственность финансового директора
 - 19.6.3. Прозрачность информации
 - 19.6.4. Ответственное финансирование и инвестиции
 - 19.6.5. Социальная экономика, кооперативизм и корпоративная социальная ответственность

- 19.7. Деловая этика
 - 19.7.1. Этичное ведение бизнеса
 - 19.7.2. Этика и этические кодексы
 - 19.7.3. Мошенничество и конфликты интересов
- 19.8. Правовое регулирование и *корпоративное управление*
 - 19.8.1. Международные стандарты импорта и экспорта
 - 19.8.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
 - 19.8.3. Международное трудовое право

Модуль 20. Международные финансы

- 20.1. *Business & International Strategy*
 - 20.1.1. Интернационализация
 - 20.1.2. Глобализация
 - 20.1.3. *Рост и развитие на развивающихся рынках*
 - 20.1.4. Международная валютная система
- 20.2. Валютный рынок
 - 20.2.1. Валютные операции
 - 20.2.2. Форвардный валютный рынок
 - 20.2.3. Производные инструменты для хеджирования валютных и процентных рисков
 - 20.2.4. Удорожание и обесценивание валюты
- 20.3. Международные средства платежа и инкассации
 - 20.3.1. Банкноты, личные чеки и банковские чеки
 - 20.3.2. Трансфер, платежное поручение и денежный перевод
 - 20.3.3. Документарные положения и документарные аккредитивы
 - 20.3.4. Факторинг, международный своп и другие средства
- 20.4. Финансирование операций на международных рынках
 - 20.4.1. Инкотермс
 - 20.4.2. Производные инструменты для хеджирования возможных колебаний цен на сырьевые товары
 - 20.4.3. Официально поддерживаемые экспортные кредиты
 - 20.4.4. Хеджирование *своп-контрактов*
 - 20.4.5. Консенсус ОЭСР

- 20.5. Международные финансовые институты
 - 20.5.1. Фонд интернационализации компании
 - 20.5.2. Группа Всемирного банка
 - 20.5.3. Межамериканский банк развития
 - 20.5.4. Карибский банк развития
- 20.6. Формирование обменного курса
 - 20.6.1. Теория паритета процентных ставок
 - 20.6.2. Теория ожиданий обменного курса
 - 20.6.3. Теория паритета покупательной способности (ППС)
 - 20.6.4. Равновесие на рынке капитала
- 20.7. Программы конвертации долга
 - 20.7.1. Правовая база
 - 20.7.2. Функционирование
 - 20.7.3. Конвертация долга в государственные инвестиции
 - 20.7.4. Конвертация долга в частные инвестиции
- 20.8. Международный фондовый рынок
 - 20.8.1. Фондовый рынок Уолл-стрит (Нью-Йорк)
 - 20.8.2. Рынок золота
 - 20.8.3. Глобальный внешний долг
 - 20.8.4. Парижский клуб
 - 20.8.5. Рынок ценных бумаг АДР и ГДР
- 21.3. Бизнес-план
 - 21.3.1. Содержание
 - 21.3.2. Презентация
 - 21.3.3. SWOT
 - 21.3.4. Бизнес-модель Canvas
- 21.4. Фазы роста начинающей компании
 - 21.4.1. Фаза посева
 - 21.4.2. Фаза стартапа
 - 21.4.3. Фаза роста
 - 21.4.4. Фаза консолидации
- 21.5. Финансирование стартапов
 - 21.5.1. Банковское финансирование
 - 21.5.2. Субсидии
 - 21.5.3. Посевной капитал и акселераторы. Бизнес-ангелы
 - 21.5.4. Венчурный капитал. IPO
 - 21.5.5. Партнерство государства и частного сектора
- 21.6. Международные институты венчурного и посевного капитала
 - 21.6.1. Международные организации венчурного капитала
 - 21.6.2. Частные инвесторы: Caixa Capital Risc. Bstartup
 - 21.6.3. FOND-ICO Global
 - 21.6.4. Акселераторы: Wayra, Lanzadera и Plug & Play

Модуль 21. Создание и финансирование стартапов

- 21.1. Создание стартапа
 - 21.1.1. От идеи до бизнес-модели
 - 21.1.2. Партнеры
 - 21.1.3. Юридические соображения
 - 21.1.4. Организация и культура
 - 21.1.5. Капитал, риск и управление предпринимательской деятельностью
- 21.2. Финансовое управление и администрирование стартапов
 - 21.2.1. Введение в финансовый менеджмент в начинающих компаниях
 - 21.2.2. Финансовые показатели для стартапов
 - 21.2.3. Финансовое планирование: модели прогнозирования и их интерпретация
 - 21.2.4. Методы оценки
 - 21.2.5. Правовые аспекты

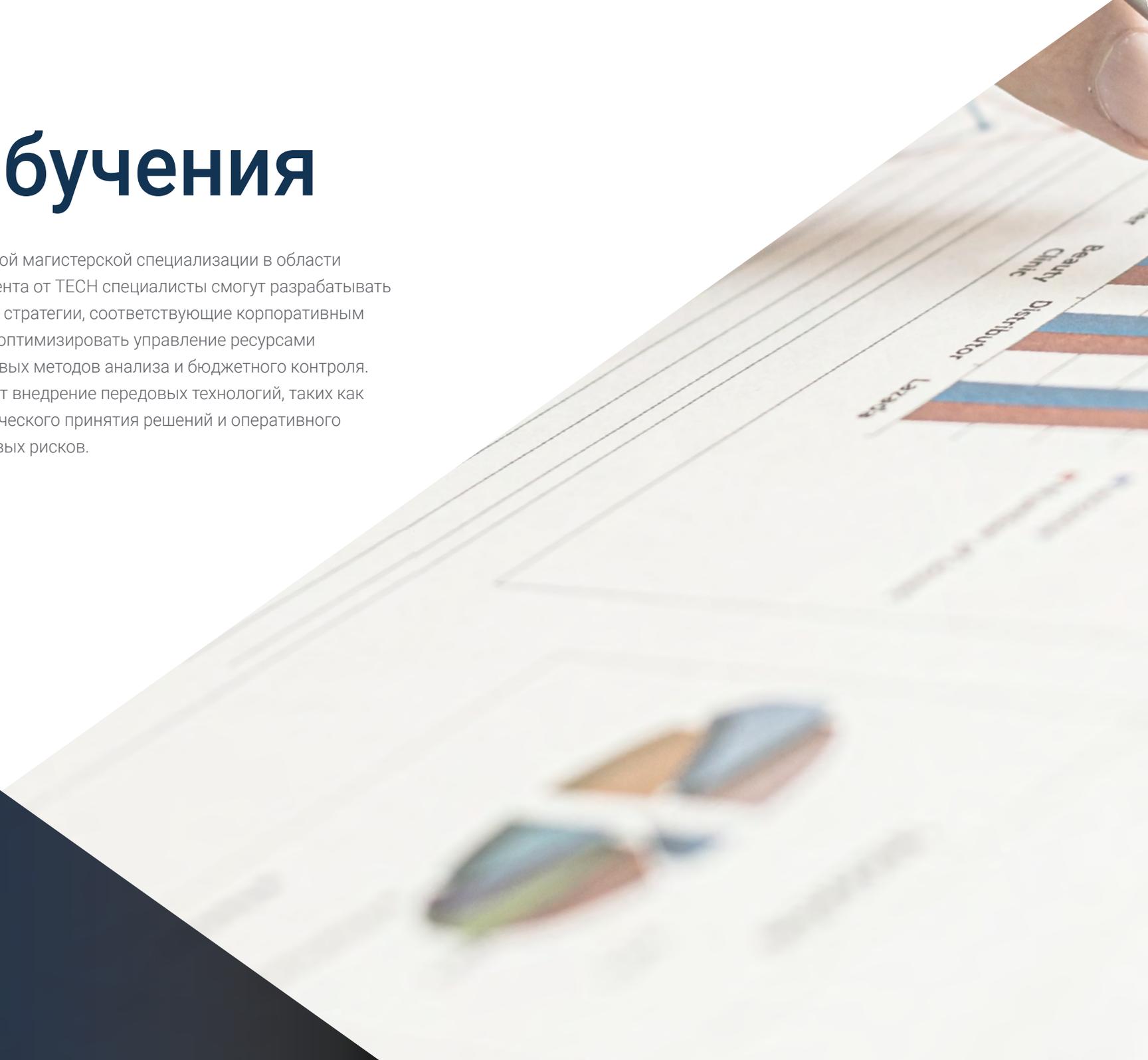


Загрузите все материалы этой Профессиональной магистерской специализации, например, специализированные чтения или пояснительные видеоролики, даже после завершения университетской программы. Поступайте сейчас!"

04

Цели обучения

Благодаря этой Профессиональной магистерской специализации в области высшего финансового менеджмента от ТЕСН специалисты смогут разрабатывать и реализовывать экономические стратегии, соответствующие корпоративным целям. Одновременно они будут оптимизировать управление ресурсами с использованием самых передовых методов анализа и бюджетного контроля. В этом контексте студенты освоят внедрение передовых технологий, таких как *Big Data*, для поддержки стратегического принятия решений и оперативного выявления возможных финансовых рисков.



“

Вы будете иметь целостное представление о работе международных финансовых рынков и управлении иностранной валютой, чтобы успешно работать в условиях глобализации”



Общие цели

- ♦ Определять последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализованную среду, которая определяет критерии высшего менеджмента
- ♦ Развить ключевые лидерские навыки, которые должны определять профессионалов в этой деятельности
- ♦ Разрабатывать инновационные стратегии и политику для улучшения управления и эффективности бизнеса
- ♦ Понять, как лучше управлять человеческими ресурсами компании, добиваясь их более эффективной работы в пользу прибыли компании
- ♦ Приобрести навыки коммуникационные навыки, необходимые бизнес-лидеру для того, чтобы его послание было услышано и понято членами его сообщества
- ♦ 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
- ♦ Осуществлять маркетинговую стратегию, которая позволяет нам сделать наш продукт известным нашим потенциальным клиентам и сформировать адекватный имидж нашей компании
- ♦ Уметь разрабатывать все фазы бизнес-идеи: дизайн, технико-экономический план, исполнение, мониторинг и т.д
- ♦ Приобрести лидерские качества необходимые для управления командами в области финансов
- ♦ Развивать компетенции для разработки финансовых стратегий, согласованных со стратегией компании
- ♦ Разрабатывать стратегии для принятия инвестиционных и финансовых решений в сложной и нестабильной среде, оценивая их влияние на компанию
- ♦ Развивать навыки выявления, анализа и решения проблем
- ♦ Объяснять компанию с глобальной точки зрения, а также ответственность и новую роль финансовых директоров
- ♦ Развить основные навыки стратегического управления финансовой деятельностью предприятия
- ♦ Разрабатывать инновационные стратегии и политику для улучшения финансового управления и повышения эффективности
- ♦ Формулировать и внедрять финансовую политику для надлежащего управления денежными средствами, инвестиционного и налогового планирования в качестве стратегий роста для адаптации компании к изменениям в международной среде
- ♦ Получить глубокие знания в области бухгалтерского учета, как финансового, так и управленческого
- ♦ Понимать финансовые риски, связанные с определенными сделками
- ♦ Осуществлять конкурентные стратегии для достижения целей организации



Конкретные цели

Модуль 1. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- ♦ Развивать этические лидерские навыки, интегрируя практики социальной ответственности и устойчивости в бизнес-стратегию
- ♦ Принимать решения, способствующие социальному благополучию, уважению к окружающей среде и созданию долгосрочной ценности для всех заинтересованных сторон

Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

- ♦ Обучать формулировать и реализовывать бизнес-стратегии, которые обеспечивают устойчивый рост и конкурентоспособность на динамичных рынках
- ♦ Приобретать навыки управления руководящими командами, руководить трансформацией организации для адаптации к вызовам глобальной среды

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- ♦ Предоставлять инструменты для управления человеческим капиталом, начиная с привлечения и заканчивая удержанием лучших специалистов
- ♦ Разрабатывать стратегии управления персоналом, согласующие компетенции сотрудников со стратегическими целями компании

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- ♦ Углублять принятие стратегических финансовых решений для максимизации прибыльности и минимизации рисков в компании
- ♦ Развивать компетенции в области финансового планирования, контроля бюджета и управления инвестициями на уровне организации

Модуль 5. Управление операциями и логистика

- ♦ Углубиться в управление операциями и логистикой, оптимизируя цепочку поставок для снижения затрат и повышения производительности
- ♦ Обучать внедрению операционных процессов, согласующих бизнес-стратегию с рыночным спросом

Модуль 6. Управление информационными системами

- ♦ Углубить интеграцию и управление информационными системами в компании, улучшая операционную эффективность и принятие решений на основе данных
- ♦ Развивать навыки применения технологических решений, которые оптимизируют процессы и обеспечивают конкурентоспособность на рынке

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, стратегический маркетинг и корпоративные коммуникации

- ♦ Углубиться в создание коммерческих и маркетинговых стратегий, которые повышают видимость бренда и оптимизируют отношения с клиентами
- ♦ Изучить управление корпоративными коммуникациями для укрепления идентичности компании и ее репутации на рынке

Модуль 8. Исследование рынка, реклама и управление маркетингом

- ♦ Овладеть методами исследования рынка для выявления бизнес-возможностей и разработки эффективных рекламных стратегий
- ♦ Приобрести навыки руководства коммерческой деятельностью, оптимизируя рекламные кампании и обеспечивая выполнение целей

Модуль 9. Инновации и управление проектами

- ♦ Развивать компетенции в управлении инновационными проектами, управляя изменениями и непрерывной адаптацией к новым трендам и технологиям
- ♦ Обучать планированию, выполнению и оценке инновационных проектов, которые создают долгосрочную ценность для организации

Модуль 10. Исполнительный менеджмент

- ♦ Обучать развитию управленческих навыков для лидерства в командах, принятия стратегических решений и управления организационной производительностью
- ♦ Уметь создавать культуру инноваций, ответственности и вовлеченности, которая оптимизирует результаты компании

Модуль 11. Управленческие навыки и лидерство

- ♦ Развивать компетенции в эффективном лидерстве, сосредотачиваясь на принятии решений, управлении командами и межличностной коммуникации
- ♦ Углубляться в ключевые управленческие навыки для мотивации, вдохновения и руководства рабочими коллективами в достижении организационных целей

Модуль 12. Управление маркетингом и операционная деятельность

- ♦ Изучить интеграцию маркетинговых стратегий с операционной деятельностью компании, оптимизируя процессы для повышения эффективности и коммерческой результативности
- ♦ Получить навыки управления маркетинговыми командами, выявления рыночных возможностей и контроля за реализацией успешных кампаний

Модуль 13. Финансовый учет

- ♦ Овладеть комплексными знаниями в области финансового учета для повышения качества бизнес-решений
- ♦ Освоить подготовку и анализ финансовой отчетности, включая баланс, отчет о прибылях и убытках и движение денежных средств, для оценки финансового состояния компании

Модуль 14. Управленческий учет

- ♦ Изучить применение управленческого учета для стратегического принятия решений в компании
- ♦ Развивать навыки интерпретации финансовой и операционной информации таким образом, чтобы она поддерживала планирование, контроль и управление ресурсами организации

Модуль 15. Стратегическое планирование и управленческий контроль

- ♦ Углубляться в разработку и реализацию корпоративных стратегий для роста и устойчивого развития компании
- ♦ Освоить инструменты контроля управления, позволяющие измерять организационную эффективность и обеспечивать достижение стратегических целей

Модуль 16. Банковское дело и финансовые рынки

- ♦ Иметь глубокое понимание банковских систем и финансовых рынков, сосредотачиваясь на функции банков и финансовых инструментов
- ♦ Уметь анализировать финансовые рынки, выявлять инвестиционные возможности и понимать динамику глобальных финансовых учреждений

Модуль 17. Финансовые риски и корпоративные финансы

- ♦ Развивать навыки для выявления, измерения и управления финансовыми рисками в организации
- ♦ Овладеть навыками принятия стратегических финансовых решений, направленных на минимизацию рисков и оптимизацию стоимости для акционеров

Модуль 18. Целесообразность инвестиционных проектов

- ♦ Овладеть навыками анализа финансовой и экономической жизнеспособности инвестиционных проектов
- ♦ Получить навыки оценки доходности инвестиций и принятия обоснованных решений по распределению ресурсов в стратегических проектах

Модуль 19. Этические, юридические и фискальные аспекты

- ♦ Углубить знания об этических принципах и юридических и налоговых нормах, регулирующих деятельность компаний
- ♦ Внедрить бизнес-практики, которые обеспечат соблюдение законов и налоговых регуляций, способствуя прозрачности и этичности в управлении

Модуль 20. Международные финансы

- ♦ Углубить знания в области финансового управления в глобальном контексте, рассматривая особенности международных рынков, валютный обмен и глобальные налоговые политики
- ♦ Изучить принятие финансовых решений с учетом рисков и возможностей, возникающих вследствие глобализации финансовых рынков

Модуль 21. Создание и финансирование стартапов

- ♦ Развить компетенции в создании и управлении стартапами, от разработки идеи до реализации и расширения на рынке
- ♦ Овладеть знаниями о различных источниках финансирования стартапов, включая ангельских инвесторов, венчурный капитал и краудфандинг, для обеспечения успеха в привлечении ресурсов для новых проектов



Вы будете консультировать организации по вопросам совершенствования логистических процессов и внедрять новые технологии для автоматизации самых утомительных задач"

05

Возможности карьерного роста

По завершении этой Профессиональной магистерской специализации в области высшего финансового менеджмента профессионалы будут иметь твердое понимание самых эффективных финансовых стратегий для управления и оптимизации ресурсов организаций. Кроме того, выпускники разработают и реализуют финансовые планы, которые способствуют принятию обоснованных решений и экономической устойчивости компаний. Они также развивают навыки анализа рисков, инвестиций и международных рынков. Таким образом, эксперты улучшат свои профессиональные перспективы и займут специализированные должности, такие как финансовый директор.



“

Вы будете курировать долгосрочные финансовые планы, которые позволяют привести ресурсы компании в соответствие с ее стратегическими целями, обеспечивая устойчивость и экономический рост”

Профиль выпускника

Выпускник Профессиональной магистерской специализации в области высшего финансового менеджмента — это высококвалифицированный специалист, способный управлять финансами организаций, решать экономические проблемы и оптимизировать ресурсы. Он обладает глубокими знаниями финансовых стратегий, анализа рисков, инвестиций и международных рынков. Кроме того, он готов разрабатывать и внедрять индивидуальные финансовые планы, сотрудничать с многопрофильными командами и способствовать как устойчивости, так и экономическому росту компании.

Вы будете анализировать экономические тенденции и их влияние на финансовые рынки, помогая компаниям успешно адаптироваться к финансовым изменениям.

- ♦ **Финансовое управление и управление временем:** Ключевой компетенцией является способность эффективно управлять финансовыми ресурсами и временем, что включает в себя бюджетное планирование, оптимизацию инвестиций и координацию финансовых проектов для максимизации прибыльности и устойчивости организации
- ♦ **Критическое мышление и решение проблем:** Профессионалы развивают способность применять критическое мышление для анализа сложных финансовых ситуаций, выявления рисков и возможностей, а также создания инновационных решений, которые способствуют росту и экономической стабильности компании
- ♦ **Цифровая компетентность в финансах:** В современных условиях крайне важно, чтобы профессионалы владели передовыми цифровыми инструментами для финансового управления, начиная от программного обеспечения для анализа и финансового моделирования до платформ для управления инвестициями и таких перспективных технологий, как *блокчейн* и цифровые финансы
- ♦ **Управление финансовыми рисками:** Профессионалы обучены выявлять, оценивать и смягчать финансовые риски, внедряя эффективные стратегии, которые защищают активы компании и обеспечивают ее экономическую стабильность на долгосрочную перспективу



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

- 1. Финансовый директор:** Эксперт по управлению и направлению финансов компании, контролируя бюджеты, инвестиции и финансовые стратегии для обеспечения экономического благополучия организации.
- 2. Аналитик инвестиций:** Профессионал, отвечающий за оценку инвестиционных возможностей, анализ финансовых рынков и консультирование по управлению портфелями для максимизации доходности.
- 3. Менеджер по рискам:** Ответственный за выявление, оценку и минимизацию финансовых рисков, которые могут повлиять на компанию, внедряя стратегии для защиты активов и обеспечения экономической стабильности.
- 4. Финансовый консультант:** Специалист, предоставляющий консультации компаниям и частным лицам по финансовому планированию, инвестициям, управлению долгами и оптимизации ресурсов для достижения экономических целей.
- 5. Финансовый аудитор:** Профессионал, отвечающий за проверку и верификацию точности финансовых записей компании, гарантируя соблюдение норм и стандартов бухгалтерского учета.
- 6. Менеджер по казначейству:** Ответственный за управление ликвидностью и ежедневными финансами компании, оптимизируя денежный поток и контролируя банковские и финансовые операции.
- 7. Специалист по корпоративным финансам:** Профессионал, ориентированный на финансовые аспекты бизнеса, включая слияния, поглощения, финансовые реструктуризации и разработку стратегий для корпоративного роста.
- 8. Финансовый экономист:** Анализирует экономические тенденции и их влияние на финансовые рынки, разрабатывая стратегии, помогающие компаниям адаптироваться к экономическим изменениям и использовать возможности для роста.
- 9. Менеджер по фондам:** Управляет инвестиционными фондами, принимая решения о том, куда и как инвестировать капитал клиентов для максимизации прибыли и минимизации рисков.
- 10. Директор по финансовому планированию:** Разрабатывает и контролирует долгосрочные финансовые планы, которые согласуют ресурсы компании с ее стратегическими целями, обеспечивая устойчивость и экономический рост.



Вы будете отвечать за управление ежедневной ликвидностью и финансами компаний, значительно оптимизируя денежные потоки”

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.



“

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

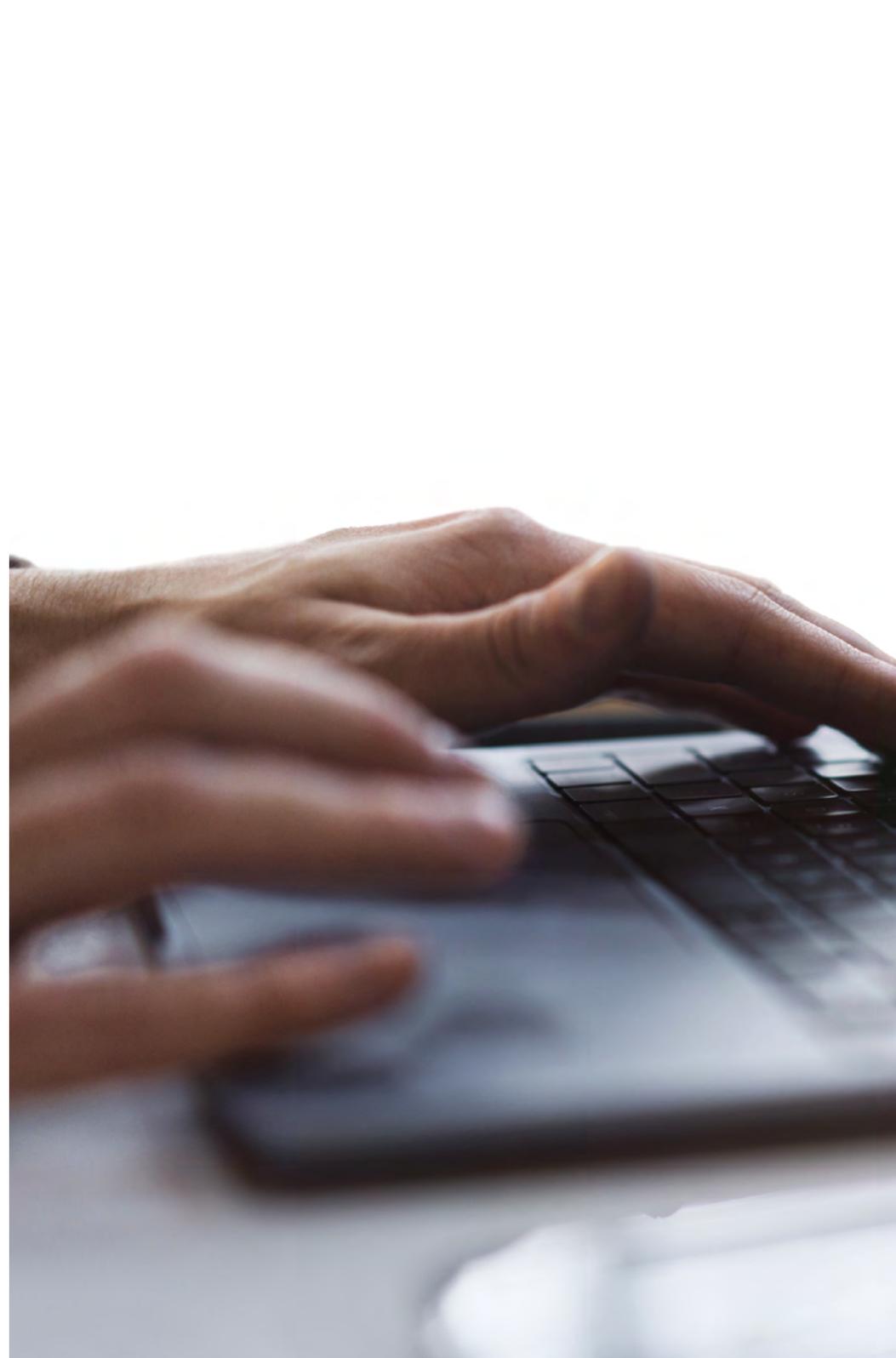
Студент — приоритет всех программ ТЕСН

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

TECH 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 TECH, 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 TECH 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 ТЕСН.

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 ТЕСН 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.





Кейс-стади

Студенты завершат выборку лучших кейс-стади по предмету. Кейсы представлены, проанализированы и преподаются ведущими специалистами на международной арене.



Тестирование и повторное тестирование

Мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания на протяжении всей программы. Мы делаем это на 3 из 4 уровней пирамиды Миллера.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта (learning from an expert) укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в ваших будущих сложных решениях.



Краткие справочные руководства

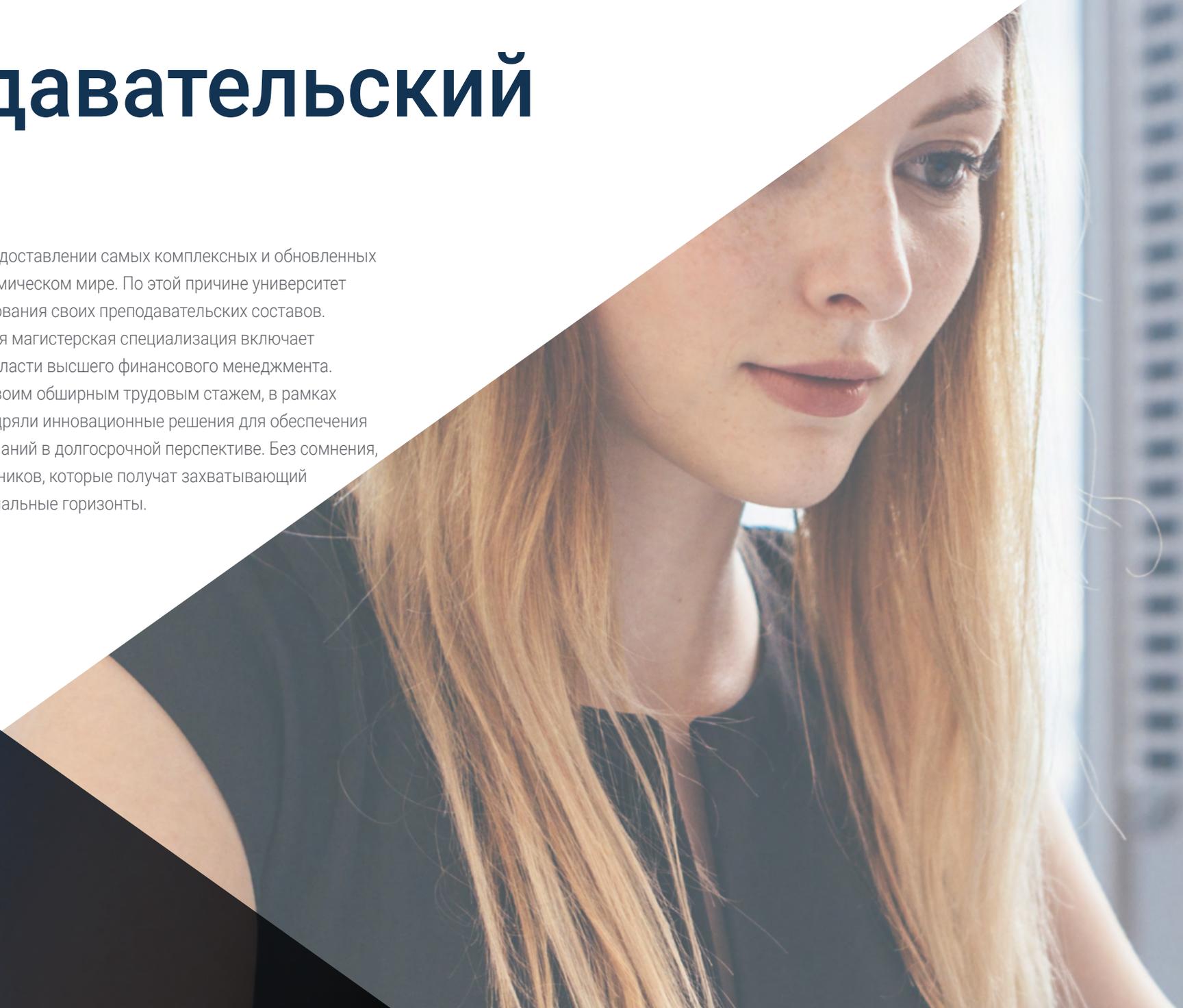
TECH предлагает наиболее актуальные материалы курса в виде карточек или кратких справочных руководств. Это сжатый, практичный и эффективный способ помочь студенту продвигаться в обучении.



07

Преподавательский состав

Приоритет ТЕСН заключается в предоставлении самых комплексных и обновленных университетских программ в академическом мире. По этой причине университет проводит строгий процесс формирования своих преподавательских составов. В результате, эта Профессиональная магистерская специализация включает участие признанных экспертов в области высшего финансового менеджмента. Эти профессионалы выделяются своим обширным трудовым стажем, в рамках которого они разрабатывали и внедряли инновационные решения для обеспечения прибыльности и устойчивости компаний в долгосрочной перспективе. Без сомнения, это является гарантией для выпускников, которые получают захватывающий опыт, расширяющий их профессиональные горизонты.



““

Разнообразие талантов преподавательского состава, высокая квалификация высшего финансового менеджмента создадут динамичную среду обучения”

Приглашенный лектор международного уровня

Эрди Караджа — ведущий разработчик банковских и финансовых продуктов, специализирующийся на цифровых стратегиях, данных и искусственном интеллекте. Сфокусировавшись на создании инновационных решений, он внес вклад в развитие цифрового банкинга и внедрение новых технологий в финансовый сектор. В сферу его интересов входит интеграция искусственного интеллекта для улучшения качества обслуживания клиентов и оптимизации банковских процессов, а также разработка стратегий для банковских продуктов.

На протяжении своей карьеры он занимал руководящие должности в таких глобальных организациях, как HSBC Kinetic, где он был руководителем отдела мобильного банкинга и соруководителем отдела бизнес-банкинга, где он возглавлял команды по развитию HSBC Kinetic и мобильных сервисов для бизнес-банкинга в Великобритании. Кроме того, его руководство было сосредоточено на создании инновационных цифровых продуктов, таких как платежные решения, карты, кредиты и инструменты управления финансами. Он также возглавлял отдел банковских услуг и выходящих за рамки банковских услуг, где курировал проекты, преобразовавшие банковское обслуживание малого и среднего бизнеса с помощью цифровых продуктов.

На международном уровне Эрди Караджа получил признание за способность руководить сложными командами и разрабатывать стратегии, которые способствовали инновациям в сфере цифровых банковских услуг. Он руководил глобальными программами, которые способствовали развитию интеллектуальных банковских услуг и интеграции технологий на различных рынках. Его работа сыграла важную роль во внедрении интеллектуальных банковских решений на основе искусственного интеллекта и управлении финансовыми продуктами для корпоративных клиентов по всему миру. Эрди Караджа также участвовал в разработке многочисленных продуктов для финансового сектора, публиковал статьи о внедрении искусственного интеллекта в банковское дело, а также представлял свои работы на международных конференциях.



Г-н Караджа, Эрди

- ♦ Руководитель отдела мобильного банкинга, HSBC Kinetic, Лондон, Великобритания
- ♦ Соруководитель отдела банковского обслуживания бизнеса в HSBC Kinetic
- ♦ Руководитель отдела банковских услуг и выходящих за рамки банковских услуг в HSBC Kinetic
- ♦ *Главный директор по данным*, Глобальный коммерческий банковский отдел, HSBC Kinetic
- ♦ Инновации, стратегия и инновации в коммерческом банкинге в NatWest Group
- ♦ Менеджер по цифровой стратегии и разработке продуктов в NatWest Group
- ♦ Степень магистра в области бизнеса в Оксфордском университете
- ♦ Курс по искусственному интеллекту: Влияние на бизнес-стратегию в MIT Sloan School of Management
- ♦ Степень магистра в области международной политики в Университете Суррея
- ♦ Степень бакалавра в области социальных наук Оксфордского технического университета

“

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

Приглашенный руководитель международного уровня

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

“

В состав TECH входит выдающаяся и специализированная группа приглашенных международных экспертов, занимающих важные руководящие должности в самых передовых компаниях на мировом рынке”

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

“

Эксперты с мировым именем предоставят вам целостный обзор самых важных инноваций в современном мире бизнеса и менеджмента”

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 возвращал 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 (ОЕМ-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 Лондонской школы бизнеса
- Сертификация CCXP Customer Experience Professional
- Курс по цифровой трансформации для руководителей в IMD

“

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

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 **Премия BIM за лидерство, Премия за лидерство Search, Премия за программу по созданию лидеров по экспорту и Премия EMEA за лучшую модель продаж**.

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

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

“

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

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 TECH, 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 Safe** — крупнейшая в мире платформа для **анализа больших данных**, созданная на основе облачных технологий. Кроме того, он занимал должность **директора по бизнес-аналитике** в компании **Red Bull**, охватывая такие сферы, как **продажи, дистрибуция, маркетинг и управление цепочками поставок**. Недавно его команда была отмечена за постоянные инновации в использовании нового API Walmart Luminate для **анализа покупателей** и каналов сбыта.

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как **Университет Беркли** в США и **Копенгагенский университет** в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых 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 *Business Intelligence* 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 Доминго Фольгадо, Хавьер

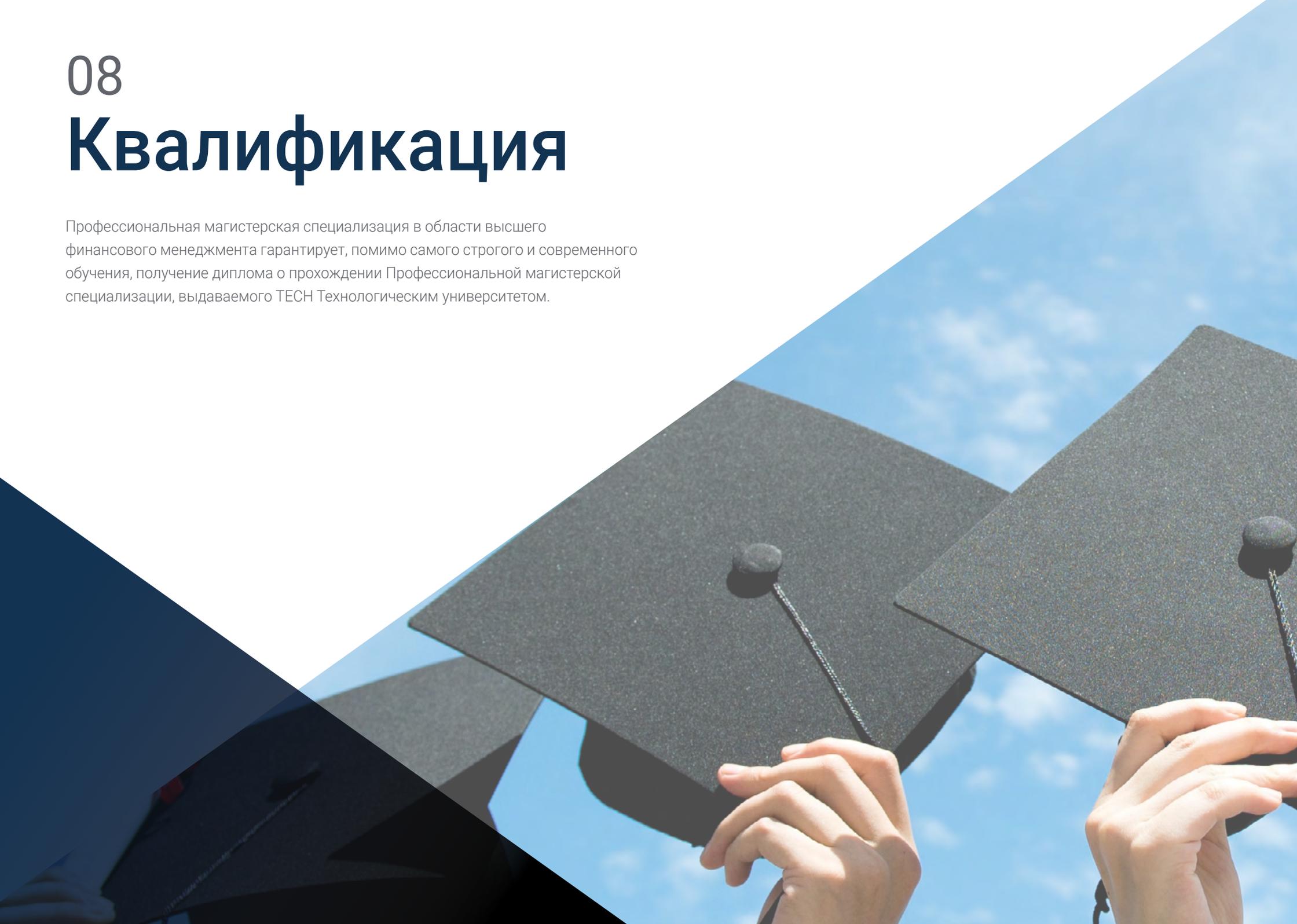
- ♦ Директор по корпоративному развитию и связям с инвесторами в White Investing
- ♦ Директор-основатель компании Relianze
- ♦ Руководитель аналитического отдела в Aznar Patrimonio
- ♦ Партнер-основатель в Finance Business School
- ♦ Директор по работе с частными клиентами в Degroof Petercam
- ♦ Степень доктора в области высшей математики, применяемой в экономике, в UNED
- ♦ Степень бакалавра в области экономики и делового администрирования в Университете Валенсии
- ♦ Степень магистра в области управления портфелями в Institute of Advanced Finance



08

Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области высшего финансового менеджмента 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 финансового менеджмента** 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 финансового менеджмента**

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 финансовый менеджмент

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

Профессиональная магистерская специализация

Высший финансовый менеджмент

