

Бизнес-магистратура

International MBA





Бизнес-магистратура International MBA

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: выпускников университетов и профессионалов с подтвержденным опытом работы в сфере менеджмента

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-international-mba

Оглавление

01	Добро пожаловать	02	Почему стоит учиться в TECH?	03	Почему именно наша программа?	04	Цели
	<hr/>		<hr/>		<hr/>		<hr/>
	стр. 4		стр. 6		стр. 10		стр. 14
		05	Компетенции	06	Структура и содержание	07	Методология
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 20		стр. 24		стр. 38
		08	Профиль наших учащихся	09	Руководство курса	10	Влияние на карьеру
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 46		стр. 50		стр. 68
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					<hr/>		<hr/>
					стр. 72		стр. 76

01

Добро пожаловать

Процесс глобализации привел к созданию различных высококонкурентных рынков. Компаниям необходимо адаптироваться к новым условиям и выходить на международную арену, осваивая зарубежные рынки с целью расширения своего бизнеса. Это требует развития правильных навыков управления бизнесом. Благодаря этой программе у вас будет возможность научиться успешно управлять бизнесом и освоить изменения в финансовой и стратегической сфере компаний, выходящих на международный уровень.



International MBA
TECH Технологического университета



“

Интернационализированные компании работают в условиях жесткой конкуренции, поэтому специалисты должны иметь соответствующую квалификацию для управления ими”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

TESH – это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе”

В TESH Технологического университета



Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя.

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной мультимедиа-системы.



Высокие требования

Чтобы поступить в TESH, не потребуются большие затраты. Чтобы учиться у нас, вам не нужно делать большие инвестиции. Однако для того, чтобы получить диплом в TESH, необходимо проверить уровень знаний и возможностей студента. Наши академические стандарты очень высоки...

95%

студентов TESH успешно завершают обучение



Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TESH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

100 000+

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

200+

разных национальностей



Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

+500+

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

TESH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



Мультикультурный контекст

Обучаясь в TESH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в многокультурном контексте. В данной программе мы применяем глобальный подход, благодаря которому вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.



TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



Анализ

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



Академическое превосходство

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последипломного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



Экономия за счет масштаба

TECH — крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последипломных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.



Учитесь у лучших

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"

03

Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и вопросах личного развития, включая следующие:

01

Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.

02

Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.

03

Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами из области высшего менеджмента.

04

Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

45% наших студентов получают повышение внутри компании.

05

Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.

06

Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.

07

Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.

08

Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологического университета.

Мы даем вам возможность специализироваться с командой признанных преподавателей на международной сцене.

04

Цели

Эта программа предназначена для укрепления управленческих и лидерских навыков студентов, а также для развития новых компетенций и навыков, которые будут необходимы в их профессиональном развитии. После окончания программы будут способны принимать глобальные решения с инновационной перспективой и международным мировоззрением.



“

Достигайте своих профессиональных целей благодаря передовым знаниям, которые вы сможете приобрести благодаря этой программе”

TECH делает цели своих студентов своими собственными

Мы работаем вместе для достижения этих целей

Программа International MBA научит вас:

01

Определять фундаментальные элементы, составляющие корпоративные финансы, проанализировать переменные, участвующие в принятии инвестиционных решений с целью максимизации экономической ценности организации

02

Объяснять важность финансовых отчетов компании, интерпретировать политику выплаты дивидендов, виды задолженности, виды самофинансирования и т.д

03

Устанавливать отношения, отражающие их статус с корпоративным управлением и корпоративными финансами на международном уровне





04

Определять элементы стратегии как главную основу международного стратегического менеджмента

05

Анализировать стратегические показатели деятельности на различных уровнях

06

Описать логику процесса стратегического управления и значение каждого из его этапов

07

Определять основные отношения компании с окружающей средой

08

Анализировать влияние stakeholders или заинтересованных сторон на компанию

09

Развивать навыки выявления, анализа и решения проблем





10

Определять различные пути роста, которые могут выбрать компании

11

Описывать характеристики, проблемы и человеческие, экономические, политико-правовые и организационные последствия различных форм стратегического развития

12

Знать все финансовые инструменты, используемые для хеджирования возможных колебаний цен на товары

05

Компетенции

После прохождения International MBA специалист приобретает профессиональные навыки, необходимые для качественной и обновленной практики, основанной в самой инновационной методологии преподавания.





“

Приобретите навыки, необходимые для успеха на международном рынке и конкурируйте с лучшими”

01

Овладеть навыками стратегического управления в условиях глобализации, добиваясь успеха на бизнес-уровне

02

Успешно управлять международной компанией и ее кадровыми ресурсами

03

Делать ставку на инновации и творчество для разработки новых продуктов

04

Сформировать глубокие знания в области распределения и организации многонациональной компании

05

Осуществлять международные инвестиции высокой ценности в интересах компании



06

Управлять и руководить всеми отделами компании надлежащим образом

08

Развивать цифровой маркетинг и электронную коммерцию как неотъемлемую часть компании

09

Управлять всеми процессами компании для контроля уровня качества

07

Знать о международном налогообложении, которое будет применимо к компании в связи с ее участием в глобальном рынке

10

Иметь глубокое понимание международных правил, которые необходимо учитывать при ведении международного бизнеса

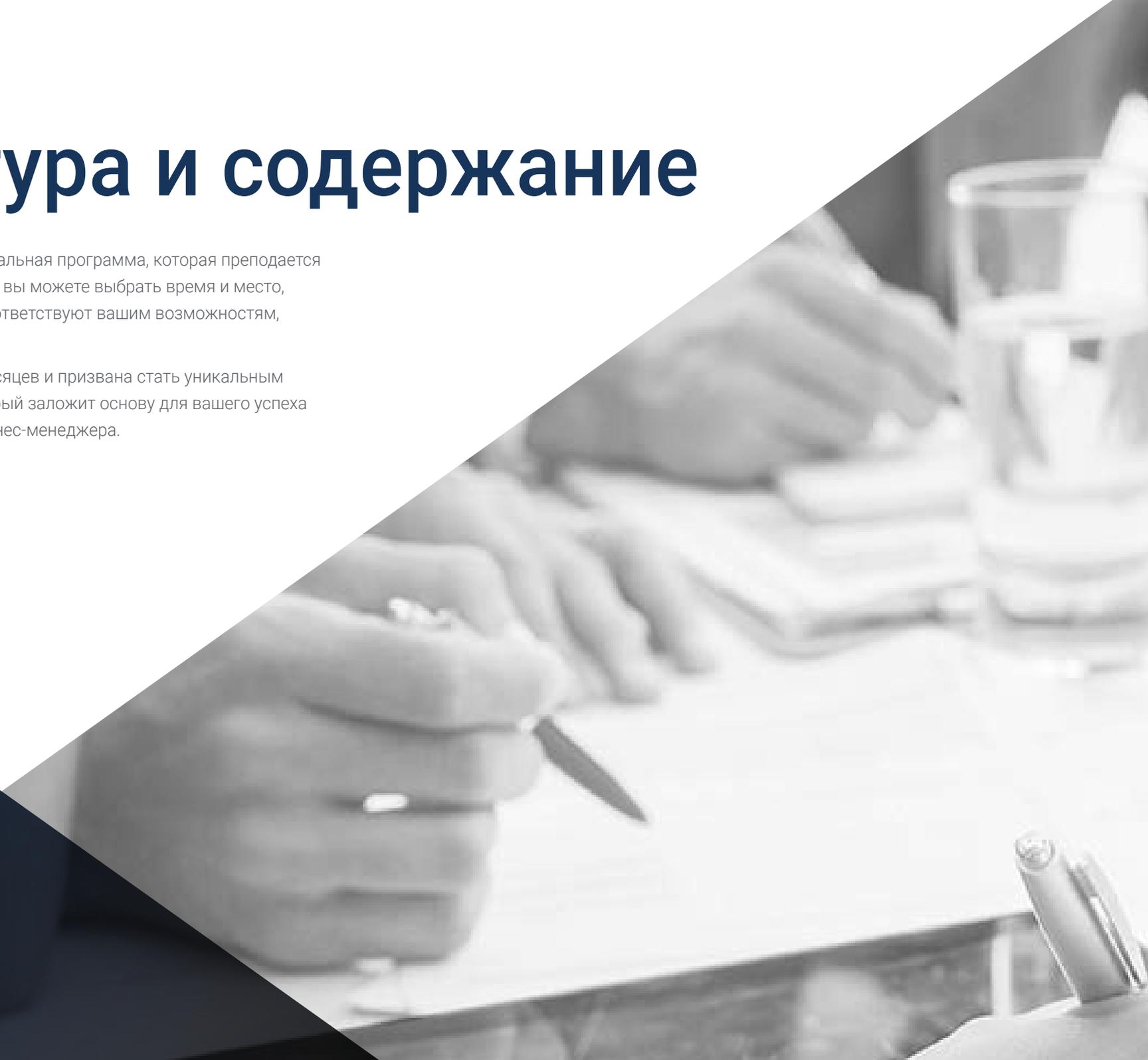


06

Структура и содержание

International MBA — это индивидуальная программа, которая преподается в 100% онлайн-формате, поэтому вы можете выбрать время и место, которые наилучшим образом соответствуют вашим возможностям, расписанию и интересам.

Программа рассчитана на 12 месяцев и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве Международного бизнес-менеджера.



“

*Комплексная учебная программа,
разработанная для того, чтобы вы могли
самостоятельно управлять своим обучением,
приобретая самые необходимые навыки для
достижения успеха в международном бизнесе”*

Учебный план

International MBA в TECH Технологического университета – это интенсивная программа, которая подготовит вас к принятию решений в сфере делового управления. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 1500 часов обучения вы будете анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, что позволит вам получить глубокие знания, которые пригодятся в вашей повседневной практике. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Данная программа углубленно рассматривает различные области бизнеса и предназначена для менеджеров, чтобы понять управление международного бизнеса со стратегической и инновационной точки зрения.

План, разработанный и ориентированный на ваше профессиональное совершенствование, который подготовит вас к достижению превосходства в области менеджмента и управления бизнесом. Программа, которая понимает ваши потребности и потребности вашей компании благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что даст вам навыки решения критических ситуаций креативным и эффективным способом.

Эта программа рассчитана на 12 месяцев и состоит из 16 модулей:

Модуль 1

Управленческие навыки

Модуль 2

Организация, люди и организационная культура

Модуль 3

Корпоративные финансы I

Модуль 4

Корпоративные финансы II

Модуль 5

Международные финансы

Модуль 6

Международное управление людьми и управление культурным разнообразием

Модуль 7

Управление международными операциями

Модуль 8

Маркетинг и международные продажи

Модуль 9

Международный маркетинг

Модуль 10

Международное налогообложение

Модуль 11

Планирование проектов

Модуль 12

Bussiness & Internacional Strategy

Модуль 13

Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

Модуль 14

Управление персоналом и талантами

Модуль 15

Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг

Модуль 16

Исполнительный менеджмент

Где, когда и как учиться?

TECH предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять учебным временем.

*Уникальный, ключевой
и решающий опыт
обучения для
повышения вашего
профессионального роста"*



Модуль 1. Управленческие навыки

1.1. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей

- 1.1.1. Межличностная коммуникация
- 1.1.2. Коммуникативные навыки и влияние
- 1.1.3. Барьеры в коммуникации

1.2. Коммуникация и лидерство

- 1.2.1. Лидерство и стили лидерства
- 1.2.2. Воля
- 1.2.3. Возможности и навыки лидера 2.0

1.3. Личный брендинг

- 1.3.1. Стратегии личного брендинга
- 1.3.2. Законы личного брендинга
- 1.3.3. Инструменты для создания личного бренда

1.4. Управление командами

- 1.4.1. Работа в командах и проведение совещаний
- 1.4.2. Управление процессами изменений
- 1.4.3. Управление мультикультурными командами
- 1.4.4. Коучинг

1.5. Переговоры и разрешение конфликтов

- 1.5.1. Эффективные методы ведения переговоров
- 1.5.2. Межличностные конфликты
- 1.5.3. Кросс-культурные переговоры

1.6. Эмоциональный интеллект

- 1.6.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 1.6.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 1.6.3. Самооценка и язык эмоций

1.7. Реляционный капитал: Коворкинг

- 1.7.1. Управление человеческим капиталом
- 1.7.2. Анализ производительности
- 1.7.3. Управление равенством и многообразием
- 1.7.4. Инновации в управлении персоналом

1.8. Управление временем

- 1.8.1. Планирование, организация и контроль
- 1.8.2. Методология управления временем
- 1.8.3. Планы действий
- 1.8.4. Инструменты для эффективного управления временем

1.9. Теория игр

1.10. Управление стратегическими изменениями

Модуль 2. Организация, люди и организационная культура

2.1. Организации, типология и ключевые аспекты

- 2.1.1. Таксономия организаций в зависимости от размера/масштаба и функций мегакорпорации vs. Среднее предприятие
- 2.1.2. Конкретный кейс: *Стартап*

2.2. Функция управления персоналом

- 2.2.1. Анклав в организации
- 2.2.2. Основные ограничения для функции управления персоналом
 - 2.2.2.1. Юридические нормы
 - 2.2.2.2. Организационный
 - 2.2.2.3. Талант
- 2.2.3. Основные атрибуции

2.3. Внутренние отделы

- 2.3.1. Управление талантами
- 2.3.2. Управление производительностью
- 2.3.3. Обучение и повышение квалификации
- 2.3.4. Корпоративная культура

2.4. Определение размеров отделов

- 2.4.1. Цепочка создания стоимости
- 2.4.2. Люди анализа разрывов - вакансии
- 2.4.3. Объем работ и определение размеров
- 2.4.4. Рычаги повышения эффективности
 - 2.4.4.1. Пересмотр каталога услуг
 - 2.4.4.2. Консолидация
 - 2.4.4.3. Автоматизация
 - 2.4.4.4. Аутсорсинг

2.5. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

- 2.5.1. Производительность
- 2.5.2. Рычаги для повышения производительности
- 2.5.3. Рычаги привлечения, удержания и привлечения талантов

2.6. Денежная компенсация vs. Неденежная

- 2.6.1. Модели диапазонов заработной платы
- 2.6.2. Модели неденежного вознаграждения
 - 2.6.2.1. Рабочая модель
 - 2.6.2.2. Корпоративное сообщество
 - 2.6.2.3. Имидж компании
- 2.6.3. Денежная компенсация vs. Неденежная

2.7. Корпоративная культура

- 2.7.1. Согласование культуры и стратегических целей
- 2.7.2. Структура типичного проекта
- 2.7.3. Корпоративная культура и ее реализация

2.8. Управление изменениями

- 2.8.1. Компоненты анализа в управлении изменениями
- 2.8.2. Важность управления изменений в сложных проектах
- 2.8.3. Структура типичного проекта

2.9. Преобразования в сложных корпоративных условиях

- 2.9.1. Преобразование
- 2.9.2. Структура типичного проекта
- 2.9.3. Факторы, способствующие преобразованию

2.10. Преобразование vs. Управление изменениями

- 2.10.1. Основные различия в проекте
- 2.10.2. Роль менеджера по управлению изменениями vs. Менеджера по управлению преобразованием
- 2.10.3. Инструменты управления

Модуль 3. Корпоративные финансы I**3.1. Введение в корпоративные финансы**

- 3.1.1. Финансовая корпоративная среда
 - 3.1.1.1. Финансовая цель компании
 - 3.1.1.2. Финансовые потребности компании
- 3.1.2. Роль финансового менеджмента

3.2. Инвестиции в компанию

- 3.2.1. Классификация инвестиций в компанию
- 3.2.2. Этапы анализа инвестиций

3.3. Оценка инвестиций

- 3.3.1. Оценка инвестиций NPV, ВНД и окупаемость
 - 3.3.1.1. Критерий чистой приведенной стоимости (NPV)
 - 3.3.1.2. Критерий внутренней нормы доходности (ВНД)
 - 3.3.1.3. Принятие и управление инвестиционными проектами в соответствии с показателями NPV и ВНД
 - 3.3.1.4. Критерий периода окупаемости

3.4. Анализ предпринимательских переменных, участвующих в принятии инвестиционных решений

- 3.4.1. Критерии для определения денежных потоков
 - 3.4.1.1. Критерии построения денежных потоков
 - 3.4.1.2. Общая структура для построения денежных потоков
 - 3.4.1.3. Классификация денежных потоков
 - 3.4.1.4. Остаточная стоимость или стоимость списания

3.5. Финансирование компании

- 3.5.1. Источники финансирования
- 3.5.2. Типы затрат в финансировании
 - 3.5.2.1. Стоимость собственного капитала
 - 3.5.2.2. Стоимость долга
 - 3.5.2.3. Средневзвешенная стоимость капитала (WACC) в оценке инвестиционных проектов

3.6. Структура капитала

- 3.6.1. Оптимальный капитал, акционисты и налоги
 - 3.6.1.1. Структура капитала: теории и концепции
 - 3.6.1.2. Максимизация стоимости компании против максимизации интересов акционеров
 - 3.6.1.3. Влияние налогообложения на решения о структуре капитала
 - 3.6.1.4. Ограничения на использование долга

3.7. Оценка облигаций

- 3.7.1. Стратегии инвестирования в облигации
 - 3.7.1.1. Понятия, классификация и стратегии инвестирования в облигации
 - 3.7.1.2. Поведение рыночных процентных ставок
 - 3.7.1.3. Базовая модель оценки облигаций
 - 3.7.1.4. Показатели доходности и доходности

3.8. Оценка акций

- 3.8.1. Рынок ценных бумаг
- 3.8.2. Оценка акций

3.9. Инвестиции с риском

- 3.9.1. Классификация рисков
- 3.9.2. Портфельная теория Марковица
- 3.9.3. Риск и прибыльность. Модель CAPM

Модуль 4. Корпоративные финансы II

4.1. Стратегическое видение корпоративных финансов

- 4.1.1. Стратегии корпоративных финансов в условиях глобализации
- 4.1.2. Операционный рычаг
 - 4.1.2.1. Операционный рычаг
 - 4.1.2.2. Финансовый рычаг

4.2. Политика оплаты дивидендов

- 4.2.1. Дивидендная политика

4.3. Виды долга

- 4.3.1. Внутреннее финансирование
 - 4.3.1.1. Краткосрочный уход
 - 4.3.1.2. Долгосрочный уход
- 4.3.2. Внешнее финансирование
 - 4.3.2.1. Краткосрочный уход
 - 4.3.2.2. Долгосрочный уход

4.4. Финансовая отчетность и использование финансовых коэффициентов

- 4.4.1. Важность финансовой отчетности
 - 4.4.1.1. Отчет для акционеров
 - 4.4.1.2. Использование финансовых коэффициентов
 - 4.4.1.2.1. Коэффициенты ликвидности
 - 4.4.1.2.2. Коэффициенты активности
 - 4.4.1.2.3. Коэффициенты задолженности
 - 4.4.1.2.4. Коэффициенты прибыльности
 - 4.4.1.2.5. Рыночные коэффициенты

4.5. Инвестиции с риском

- 4.5.1. Классификация рисков
 - 4.5.1.1. Измерение и классификация риска
 - 4.5.1.2. Бета
 - 4.5.1.3. Портфельная теория Марковица
 - 4.5.1.4. Коэффициент Шарпа
 - 4.5.1.5. Риск и прибыльность. Модель CAPM

4.6. Слияния и поглощения

- 4.6.1. Мотиваторы сращивания и пошложения
- 4.6.2. Финансовые формулы для приобретения компаний
 - 4.6.2.1. Процесс поглощения
 - 4.6.2.2. Процесс слияния

4.7. Корпоративное управление

- 4.7.1. Объективное корпоративное управление и функции
 - 4.7.1.1. Корпоративное управление и затраты агентства
 - 4.7.1.2. Надзор со стороны администрации
 - 4.7.1.3. Компенсационная политика
 - 4.7.1.4. Управление конфликтами в агентстве

4.8. Корпоративное международное финансирование

- 4.8.1. Рынки капитала
 - 4.8.1.1. Международно интегрированные
 - 4.8.1.2. Международно сегментированные
- 4.8.2. Курсовой риск

4.9. Оценка и международные сборы

4.10. Самофинансирование

Модуль 5. Международные финансы**5.1. Business & International Strategy**

- 5.1.1. Интернационализация
- 5.1.2. Глобализация
- 5.1.3. Рост и развитие на развивающихся рынках
- 5.1.4. Международная валютная система

5.2. Валютный рынок

- 5.2.1. Валютные операции
- 5.2.2. Форвардный валютный рынок
- 5.2.3. Производные инструменты для хеджирования валютных и процентных рисков
- 5.2.4. Удорожание и обесценивание валюты

5.3. Международные средства платежа и инкассации

- 5.3.1. Банкноты, личные чеки и банковские чеки
- 5.3.2. Перевод, платежное поручение и денежный перевод
- 5.3.3. Документарные положения и документарные аккредитивы
- 5.3.4. Факторинг, международный своп и другие средства

5.4. Финансирование операций на международных рынках

- 5.4.1. Инкотермс
- 5.4.2. Производные инструменты для хеджирования возможных колебаний цен на сырьевые товары
- 5.4.3. Официально поддерживаемые экспортные кредиты
- 5.4.4. Хеджирование своп-контрактов
- 5.4.5. Консенсус ОЭСР

5.5. Международные финансовые институты

- 5.5.1. Фонд интернационализации компании
- 5.5.2. Группа Всемирного банка
- 5.5.3. Межамериканский банк развития
- 5.5.4. Карибский банк развития

5.6. Формирование обменного курса

- 5.6.1. Теория паритета процентных ставок
- 5.6.2. Теория ожиданий обменного курса
- 5.6.3. Теория паритета покупательной способности (ППС)
- 5.6.4. Равновесие на рынке капитала

5.7. Программы конвертации долга

- 5.7.1. Правовая база
- 5.7.2. Функционирование
- 5.7.3. Конвертация долга в государственные инвестиции
- 5.7.4. Конвертация долга в частные инвестиции

5.8. Международный фондовый рынок

- 5.8.1. Фондовый рынок Уолл-стрит (Нью-Йорк)
- 5.8.2. Рынок золота
- 5.8.3. Глобальный внешний долг
- 5.8.4. Парижский клуб
- 5.8.5. Рынок ценных бумаг АДР и ГДР

Модуль 6. Международное управление людьми и управление культурным разнообразием**6.1. Стратегическое лидерство****6.2. Аудит и контроль управления человеческими ресурсами****6.3. Управление талантом в международных компаниях****6.4. Управление международной карьерой**

- 6.3.1. Глобальное видение управления талантами
- 6.3.2. Карта талантов в организации
- 6.3.3. Тенденции в области культуры и интернационализации
- 6.3.4. Интернационализация управления талантами

- 6.4.1. Профиль международного специалиста
- 6.4.2. Глобальная мобильность
- 6.4.3. Управление экспатриантами

6.5. Управление многообразием

- 6.5.1. Работа в условиях разнообразия
- 6.5.2. Разнообразие, КСО и коучинг
- 6.5.3. Управление равенством и многообразием
- 6.5.4. Управление мультикультурными командами

6.6. Новая система производственных отношений

- 6.6.1. Трудовая реформа
- 6.6.2. Обсуждение коллективного договора
- 6.6.3. Стратегические отношения с профсоюзами
- 6.6.4. Рабочие отношения и корпоративная реструктуризация

6.7. HR-маркетинг: международная перспектива

- 6.7.1. Брендинг работодателя
- 6.7.2. Клиентский опыт в сфере HR

6.8. Транснациональные компании и права человека

- 6.8.1. Глобализация, права человека и транснациональные компании
- 6.8.2. Транснациональные компании и международное право
- 6.8.3. Конкретные правовые документы

6.9. Управление экспатриантами

- 6.9.1. Управление процессом экспатриации
- 6.9.2. Репатриация
- 6.9.3. Индивидуальные компетенции для успешной работы в международных направлениях

6.10. Пакет вознаграждения для экспатриантов. Основные надбавки и льготы

- 6.10.1. Финансовое вознаграждение
- 6.10.2. Место и валюта платежа
- 6.10.3. Налоговая политика

Модуль 7. Управление международными операциями

7.1. Обзор. Международная торговля	7.2. Анализ международного рынка	7.3. Ориентация на присутствие на зарубежных рынках и электронную коммерцию	7.4. Торговый протекционизм: таможенные органы
7.5. Международное сотрудничество в области нетарифных мер	7.6. Формулы контрактов	7.7. Внешние потоки прямых инвестиций	7.8. Анализ ИНКОТЕРМС Международной торговой палаты
7.9. Управление международными цепями поставок	7.10. Международный маркетинг		

Модуль 8. Маркетинг и международные продажи

8.1. Функция маркетинга и продажи в сфере консалтинга 8.1.1. Маркетинг и позиционирование 8.1.2. Взаимосвязь между маркетингом и продажами 8.1.3. Продажа в сфере консалтинга	8.2. Превращение идеи в рыночное предложение 8.2.1. Процесс 8.2.2. Предложение 8.2.3. Валидация и осуществимость 8.2.4. Размер рынка: TAM, SAM, SOM 8.2.5. Целевой клиент 8.2.6. Рыночный кейс	8.3. Структурирование процесса продаж 8.3.1. Общая структура в процессе продаж 8.3.2. Воронка продаж 8.3.3. Фазы и этапы каждой части процесса	8.4. Процесс создания 8.4.1. Источники создания 8.4.2. Возможность 8.4.3. Следующие шаги
8.5. Оценка возможностей 8.5.1. Бизнес вашего клиента 8.5.2. Оценка возможностей: процесс и критерии 8.5.3. Значение создания стоимости	8.6. Взаимодействие с различными стейкхолдерами 8.6.1. Покупатель и другие заинтересованные стороны 8.6.2. Взаимодействие с ними: стратегии 8.6.3. Профили взаимодействия с людьми: важность адаптации сообщения к аудитории	8.7. Ключевые компоненты предложения 8.7.1. Минимальная структура и содержание 8.7.2. Исполнительное резюме 8.7.3. Сфера деятельности и управление рисками	8.8. Важность создания стоимости в рыночном предложении 8.8.1. Как говорить о стоимости 8.8.2. Разница между стоимостью и ценой 8.8.3. Различные модели установления стоимости: последствия и риски
8.9. Процесс переговоров и закрытия сделки 8.9.1. Типичные шаги в переговорах 8.9.2. Важность создания альтернатив 8.9.3. Управление рисками и контрактами	8.10. Руководство процессом продаж 8.10.1. Продолжительность и управление процессом продаж 8.10.2. Технологии в процессе продаж 8.10.3. Мониторинг процесса 8.10.4. Важность обратной связи или feedback		

Модуль 9. Международный маркетинг**9.1. Исследование международного рынка**

- 9.1.1. Маркетинг развивающихся рынков
- 9.1.2. PEST-анализ
- 9.1.3. Что, как и куда экспортировать?
- 9.1.4. Стратегии международного маркетинга-микс

9.2. Международная сегментация

- 9.2.1. Критерии сегментации международного рынка
- 9.2.2. Ниши рынка
- 9.2.3. Стратегии международной сегментации.

9.3. Международное позиционирование

- 9.3.1. Брендинг на международных рынках
- 9.3.2. Стратегии позиционирования на международных рынках
- 9.3.3. Глобальные, региональные и местные бренды

9.4. Продуктовые стратегии на международных рынках

- 9.4.1. Модификация, адаптация и диверсификация продуктов
- 9.4.2. Глобальные стандартизированные продукты
- 9.4.3. Ассортимент продукции

9.5. Цены и экспорт

- 9.5.1. Расчет экспортных цен
- 9.5.2. Инкотермс
- 9.5.3. Международная стратегия ценообразования

9.6. Качество в международном маркетинге

- 9.6.1. Качество в международном маркетинге
- 9.6.2. Стандарты и сертификаты
- 9.6.3. Маркировка CE

9.7. Международное продвижение

- 9.7.1. Международное продвижение маркетинг-микса
- 9.7.3. Реклама
- 9.7.4. Международные ярмарки
- 9.7.5. Марка страны

9.8. Распространение по международным каналам

- 9.8.1. Маркетинг каналов сбыта и торговли
- 9.8.2. Экспортные консорциумы
- 9.8.3. Виды экспорта и внешней торговли

Модуль 10. Международное налогообложение**10.1. Основные принципы международного налогообложения**

- 10.1.1. Введение в международное налогообложение
- 10.1.2. Принцип резидентства vs. Источник
- 10.1.3. Международное двойное налогообложение, концепции, классы и решения

10.2. Источники международного налогообложения. Международные договоры и конвенции об избежании двойного налогообложения

- 10.2.2. Источники международного налогообложения
- 10.2.2. Что такое международный договор?
- 10.2.3. Соглашения об избежании двойного налогообложения
- 10.2.4. Типовые конвенции ОЭСР и ООН
- 10.2.5. Мягкое право
- 10.2.6. Право Европейского союза
- 10.2.7. Внутреннее право

10.3. Толкование конвенций об избежании двойного налогообложения

- 10.3.1. Примат Конвенции об избежании двойного налогообложения над внутренним законодательством
- 10.3.2. Толкование конвенций об избежании двойного налогообложения
- 10.3.3. Сфера применения конвенций об избежании двойного налогообложения

10.4. Организации, на которые распространяется специальный режим атрибуции доходов (ERAR)

- 10.4.1. Организации, на которые распространяется специальный Испанский режим атрибуции доходов
- 10.4.2. Организации, на которые распространяется специальный в области режим атрибуции доходов включает в себя большое осуществленные за рубежом
- 10.4.3. Организации, на которые распространяется специальный в области режим атрибуции доходов включает в себя большое осуществленные за рубежом язык представлен на
- 10.4.4. Организации, на которые распространяется специальный в области режим атрибуции доходов включает в себя большое осуществленные за рубежом

10.5. Сравнение нерезидентов стран EC vs RoW**10.6. Официальные обязательства**

- 10.6.1. Модель 1:213

Модуль 11. Планирование проектов

11.1. Проект и его взаимосвязь с управлением

- 11.1.1. Проект и управление проектом
 - 11.1.1.1. Проект
 - 11.1.1.2. Управление проектом
 - 11.1.1.3. Жизненный цикл
 - 11.1.1.4. Роли в управлении проектами
 - 11.1.1.5. Преимущества управления проектами
- 11.1.2. Типология проектов
 - 11.1.2.1. Процессы
 - 11.1.2.2. Интеграция и технологии
 - 11.1.2.3. Стратегия
- 11.1.3. Организация проекта

11.2. Соответствующие соображения в управлении проектом

- 11.2.1. PMBOK
 - 11.2.1.1. Значимые факторы
 - 11.2.1.2. Основные преимущества
- 11.2.2. *Управление по реализации ценностей*
 - 11.2.2.1. Значимые факторы.
 - 11.2.2.2. Основные преимущества
- 11.2.3. *Waterfall*
 - 11.2.3.1. Значимые факторы
 - 11.2.3.2. Основные проекты, на которые направлена данная методология
 - 11.2.3.3. Основные преимущества
- 11.2.4. AGILE
 - 11.2.4.1. Значимые факторы
 - 11.2.4.2. Основные проекты, на которые направлена данная методология
 - 11.2.4.3. Основные преимущества

11.3. Управление объемом и ожиданиями

- 11.3.1. План управления объемом
 - 11.3.1.1. Объем
 - 11.3.1.2. Основные характеристики
 - 11.3.1.3. Убедиться в объеме
- 11.3.2. Управление ожиданиями
 - 11.3.2.1. Определение ожиданий клиента
 - 11.3.2.2. Матрица объем vs. Ожидания
 - 11.3.2.3. Подтверждение и закрытие окончательного объема
- 11.3.3. Риски и преимущества

11.4. Планирование проекта

- 11.4.1. Планирование проекта
 - 11.4.1.1. Планирование целей, мероприятий и основных этапов
 - 11.4.1.2. Планирование основных результатов
 - 11.4.1.3. Инструменты планирования (*панель индикаторов*)
- 11.4.2. Командное планирование
 - 11.4.2.1. Методы и инструменты оценки ресурсов (*Top-down, Bottom up, оценка Delphi, параметрическая оценка, etc.*)
 - 11.4.2.2. Оценка ресурсов: роли, обязанности и затраты
 - 11.4.2.3. План по обеспечению непрерывности обслуживания
- 11.4.3. Планирование времени
 - 11.4.3.1. Последовательность действий
 - 11.4.3.2. Разработка графика работ
 - 11.4.3.3. Контроль графика работ

11.5. Управление командой (HR)

- 11.5.1. План команды
 - 11.5.1.1. План по персоналу
 - 11.5.1.2. Подбор команды проекта
 - 11.5.1.3. Системы оценки эффективности
- 11.5.2. Развитие команды проекта
 - 11.5.2.1. Приобретение оборудования
 - 11.5.2.2. Назначение оборудования для проекта
- 11.5.3. Управление командой проекта
 - 11.5.3.1. Обязанности для эффективной координации и руководства командой
 - 11.5.3.2. Инструменты для управления работой команд на основе сотрудничества
 - 11.5.3.3. Управление конфликтами
 - 11.5.3.4. План по обеспечению непрерывности обслуживания
 - 11.5.3.5. *Обратная связь* и оценка работы команды

11.6. Управление затратами

- 11.6.1. Оценка стоимости
 - 11.6.1.1. План управления затратами
 - 11.6.1.2. Оценка стоимости проекта
 - 11.6.1.3. Методы и инструменты управления затратами
- 11.6.2. Бюджет
 - 11.6.2.1. Определение бюджета
 - 11.6.2.2. Методологии выбора бюджета
 - 11.6.2.3. Техники и инструменты для определения бюджета
- 11.6.3. Контроль затрат
 - 11.6.3.1. Цели контроля затрат
 - 11.6.3.2. Измерение динамики затрат по проекту
 - 11.6.3.3. Методы и инструменты контроля затрат

11.7. Управление коммуникациями

- 11.7.1. Определение заинтересованных сторон (*stakeholders*)
 - 11.7.1.1. Идентификация внутренних и внешних заинтересованных сторон
 - 11.7.1.2. Определение ожиданий заинтересованных сторон
 - 11.7.1.3. Техники и инструменты для идентификации и категоризации заинтересованных сторон
- 11.7.2. Коммуникационный план
 - 11.7.2.1. Определение ключевых сообщений для каждой типологии заинтересованных сторон
 - 11.7.2.2. Выявление и определение основных каналов коммуникации
 - 11.7.2.3. Анализ требований к коммуникациям
 - 11.7.2.4. Типология коммуникаций: устные-письменные/формальные-неформальные
 - 11.7.2.5. Техники и инструменты коммуникации

- 11.7.3. Контроль коммуникативных действий
 - 11.7.3.1. Планирование действий (расписание, ресурсы, сроки, ожидаемые результаты и т.д.)
 - 11.7.3.2. Инструменты для мониторинга коммуникационных действий
 - 11.7.3.3. Измерение результатов коммуникационных действий

11.8. Управление качеством

- 11.8.1. Анализ качества и контроль качества (*Quality Analysis - QA*)
 - 11.8.1.1. Управление качеством
 - 11.8.1.2. Ожидаемые результаты
 - 11.8.1.3. Показатели (стандарты) измерения качества
- 11.8.2. Действия по обеспечению качества
 - 11.8.2.1. Планирование обзорных мероприятий: ежемесячные отчеты, годовые отчеты и т.д.
 - 11.8.2.2. Аудиты качества
 - 11.8.2.3. Непрерывное совершенствование
- 11.8.3. Контроль качества проекта
 - 11.8.3.1. Инструменты *обратной связи* для контроля качества результатов работ
 - 11.8.3.2. Управление соответствием и несоответствием поставляемой работы
 - 11.8.3.3. "*Peer Review*" и его основные преимущества
 - 11.8.3.4. Измерение качества результатов работ

11.9. Управление рисками

- 11.9.1. Планирование рисков
 - 11.9.1.1. Планирование управления рисками
 - 11.9.1.2. Определение рисков
 - 11.9.1.3. Инструменты категоризации рисков
- 11.9.2. Мониторинг плана действий в непредвиденных ситуациях
 - 11.9.2.1. Количественный и качественный анализ рисков
 - 11.9.2.2. Оценка вероятности и воздействия
 - 11.9.2.3. Инструменты мониторинга
- 11.9.3. Мониторинг и контроль рисков
 - 11.9.3.1. Регистрация рисков: владельцы, действия, симптомы, уровни риска
 - 11.9.3.2. Планирование действий по снижению риска
 - 11.9.3.3. Аудит и мониторинг рисков
 - 11.9.3.4. Контроль результатов выполненных планов действий
 - 11.9.3.5. Переоценка риска

11.10. Закрытие проекта и управление изменениями

- 11.10.1. Управление изменениями
 - 11.10.1.1. Передача знаний
 - 11.10.1.2. Стадии передачи знаний
 - 11.10.1.3. Планирование передачи знаний: обучение, материалы и т.д.
- 11.10.2. Закрытие проекта
 - 11.10.2.1. Сбор информации
 - 11.10.2.2. Заключительный анализ и основные выводы
 - 11.10.2.3. Заключительная встреча
 - 11.10.2.4. Анализ последующих шагов
- 11.10.3. Влияние проекта
 - 11.10.3.1. Важность измерения достигнутого воздействия
 - 11.10.3.2. Воздействие в организации
 - 11.10.3.3. Управление воздействием на клиента

Модуль 12. Bussiness & Internacional Strategy

12.1. Бизнес и международная стратегия

- 12.1.1. Интернационализация
- 12.1.2. *Рост и развитие на развивающихся рынках*
- 12.1.3. Международная валютная система

12.2. Стратегическое управление международным бизнесом

- 12.2.1. Интернационализация в новом мировом порядке
- 12.2.2. Влияние культуры на международный бизнес
- 12.2.3. Выбор рынков и стран
- 12.2.4. Перемещение и *офшоринг*

12.3. Стратегии интернационализации

- 12.3.1. Причины и требования для выхода на зарубежные рынки
- 12.3.2. Стратегические альянсы в процессе международной экспансии
- 12.3.3. Способы выхода на новые международные рынки

12.4. Решения по интернационализации

- 12.4.1. Исследование рынка и принятие решений
- 12.4.2. Выбор места и режима работы
- 12.4.3. Выбор правильной правовой формы

12.5. Этапы процесса интернационализации

- 12.5.1. Анализ международного спроса
- 12.5.2. Диагностика экспортного потенциала
- 12.5.3. Планирование интернационализации
- 12.5.4. Этапы экспорта

12.6. Интернационализация по типу компании

- 12.6.1. Компании, производящие продукцию, и компании, оказывающие услуги
- 12.6.2. Интернационализированные и многонациональные компании
- 12.6.3. МСП и их модель интернационализации

12.7. Препятствия на пути интернационализации

- 12.7.1. Правовые ограничения
- 12.7.2. Логистические, финансовые и коммерческие препятствия
- 12.7.3. Препятствия для прямых инвестиций

12.8. Кросс-культурный менеджмент

- 12.8.1. Культурный аспект международного менеджмента
- 12.8.2. Глобализация в управлении бизнесом
- 12.8.3. Межкультурное лидерство

12.9. Международное разнообразие и производительность

12.10. Разнообразие продуктов и рынков

Модуль 13. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

13.1. Глобализация и руководство

- 13.1.1. Руководство и корпоративное управление
- 13.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
- 13.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления

13.2. Деловая этика

- 13.2.1. Этика и мораль
- 13.2.2. Деловая этика
- 13.2.3. Лидерство и этика в компаниях

13.3. Устойчивость

- 13.3.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 13.3.2. Повестка дня на 2030 год
- 13.3.3. Устойчивые предприятия

13.4. Корпоративная социальная ответственность

- 13.4.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 13.4.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
- 13.4.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

13.5. Системы и инструменты ответственного управления

- 13.5.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
- 13.5.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
- 13.5.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 13.5.4. Инструменты и стандарты КСО

13.6. Транснациональные компании и права человека

- 13.6.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
- 13.6.2. Транснациональные компании и международное право
- 13.6.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

13.7. Правовое регулирование и корпоративное управление

- 13.7.1. Международные стандарты импорта и экспорта
- 13.7.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
- 13.7.3. Международное трудовое право

Модуль 14. Управление персоналом и талантами

14.1. Стратегическое управление персоналом

- 14.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
- 14.1.2. Стратегическое управление персоналом

14.2. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций

- 14.2.1. Анализ потенциала
- 14.2.2. Политика вознаграждения
- 14.2.3. Планирование карьеры/повышения

14.3. Оценка производительности и управление эффективностью

- 14.3.1. Управление производительностью
- 14.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс

14.4. Инновации в управлении талантами и людьми

- 14.4.1. Модели стратегического управления талантами
- 14.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
- 14.4.3. Лояльность и удержание
- 14.4.4. Проактивность и инновации

14.5. Воля

- 14.5.1. Природа мотивации
- 14.5.2. Теория ожиданий
- 14.5.3. Теории потребностей
- 14.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

14.6. Развитие высокоэффективных команд

- 14.6.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
- 14.6.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами

14.7. Управленческая коммуникация

- 14.7.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
- 14.7.2. Департаменты коммуникации
- 14.7.3. Менеджер по связям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям

14.8. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

- 14.8.1. Производительность
- 14.8.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 15. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг**15.1. Управление продажами**

- 15.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
- 15.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
- 15.1.3. Роль коммерческих менеджеров

15.2. Маркетинг

- 15.2.1. Концепция маркетинга
- 15.2.2. Основы маркетинга
- 15.2.3. Маркетинговая деятельность компании

15.3. Управление стратегическим маркетингом

- 15.3.1. Концепция стратегического маркетинга
- 15.3.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
- 15.3.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования

15.4. Цифровой маркетинг и электронная коммерция

- 15.4.1. Цели цифрового маркетинга и электронной коммерции
- 15.4.2. Цифровой маркетинг и средства массовой информации, которые он использует
- 15.4.3. Электронная коммерция. Общий контекст

- 15.4.4. Категории электронной коммерции
- 15.4.5. Преимущества и недостатки *электронной коммерции* по сравнению с традиционной торговлей

15.5. Цифровой маркетинг для укрепления бренда

- 15.5.1. Онлайн-стратегии для улучшения репутации вашего бренда
- 15.5.2. *Брендированный контент и сторителлинг*

15.6. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов

- 15.6.1. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
- 15.6.2. *Управление взаимоотношениями с посетителями*
- 15.6.3. Гиперсегментация

15.7. Управление цифровыми кампаниями

- 15.7.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
- 15.7.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
- 15.7.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний

15.8. Стратегия продаж

- 15.8.1. Стратегия продаж
- 15.8.2. Методы продаж

15.9. Корпоративная коммуникация

- 15.9.1. Понятие
- 15.9.2. Важность коммуникации в организации
- 15.9.3. Тип коммуникации в организации
- 15.9.4. Функции коммуникации в организации
- 15.9.5. Элементы коммуникации
- 15.9.6. Проблемы коммуникации
- 15.9.7. Сценарии коммуникации

15.10. Коммуникация и цифровая репутация

- 15.10.1. Онлайн-репутация
- 15.10.2. Как измерить цифровую репутацию?
- 15.10.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
- 15.10.4. Отчет о репутации в Интернете
- 15.10.5. *Брендинг онлайн*

Модуль 16. Управленческий менеджмент**16.1. Общий менеджмент**

- 16.1.1. Концепция общего менеджмента
- 16.1.2. Действия генерального директора
- 16.1.3. Генеральный директор и его функции
- 16.1.4. Трансформация работы менеджмента

16.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

- 16.2.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

16.3. Управление операциями

- 16.3.1. Важность управления
- 16.3.2. Цепочка создания стоимости
- 16.3.3. Управление качеством

16.4. Средства личной и организационной коммуникации

- 16.4.1. Межличностная коммуникация
- 16.4.2. Инструменты межличностной коммуникации
- 16.4.3. Коммуникация в организации
- 16.4.4. Инструменты в организации

16.5. Кризисная коммуникация

- 16.5.1. Кризис
- 16.5.2. Фазы кризиса
- 16.5.3. Сообщения: содержание и моменты

16.6. Подготовка кризисного плана

- 16.6.1. Анализ потенциальных проблем
- 16.6.2. Планирование
- 16.6.3. Адекватность персонала

07

Методология

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

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





“

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

Бизнес-школа ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

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

“

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



Эта программа подготовит вас к решению бизнес-задач в условиях неопределенности и достижению успеха в бизнесе.



Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху.

Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

“

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

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

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

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

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

Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.

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

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



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

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

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

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



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



Учебный материал

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

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



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



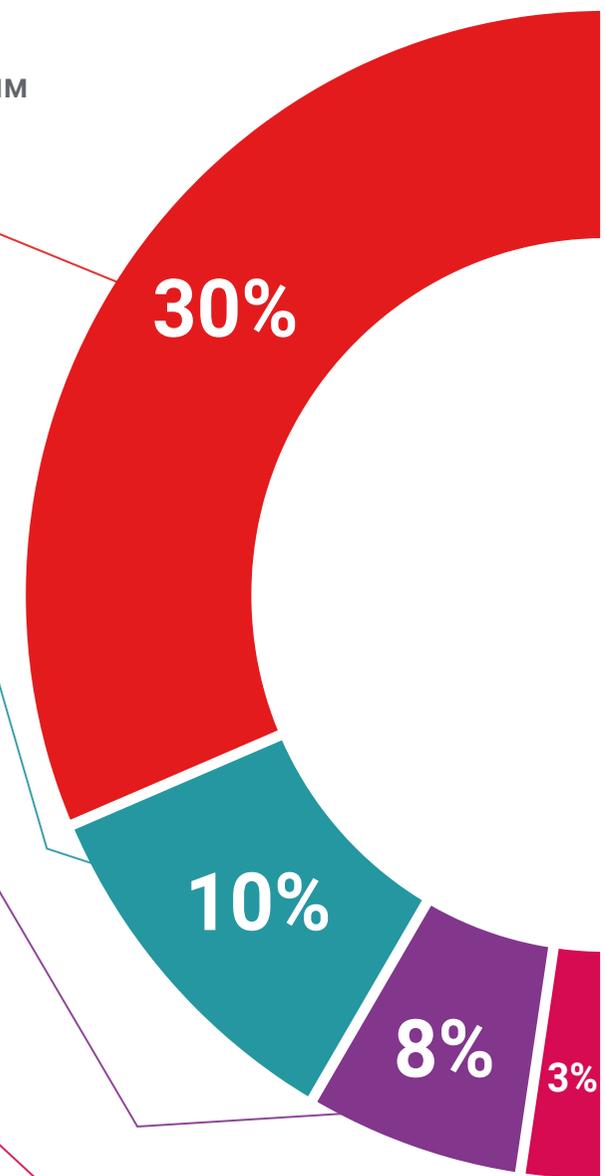
Практика управленческих навыков

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

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





Метод кейсов

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



Интерактивные конспекты

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

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



Тестирование и повторное тестирование

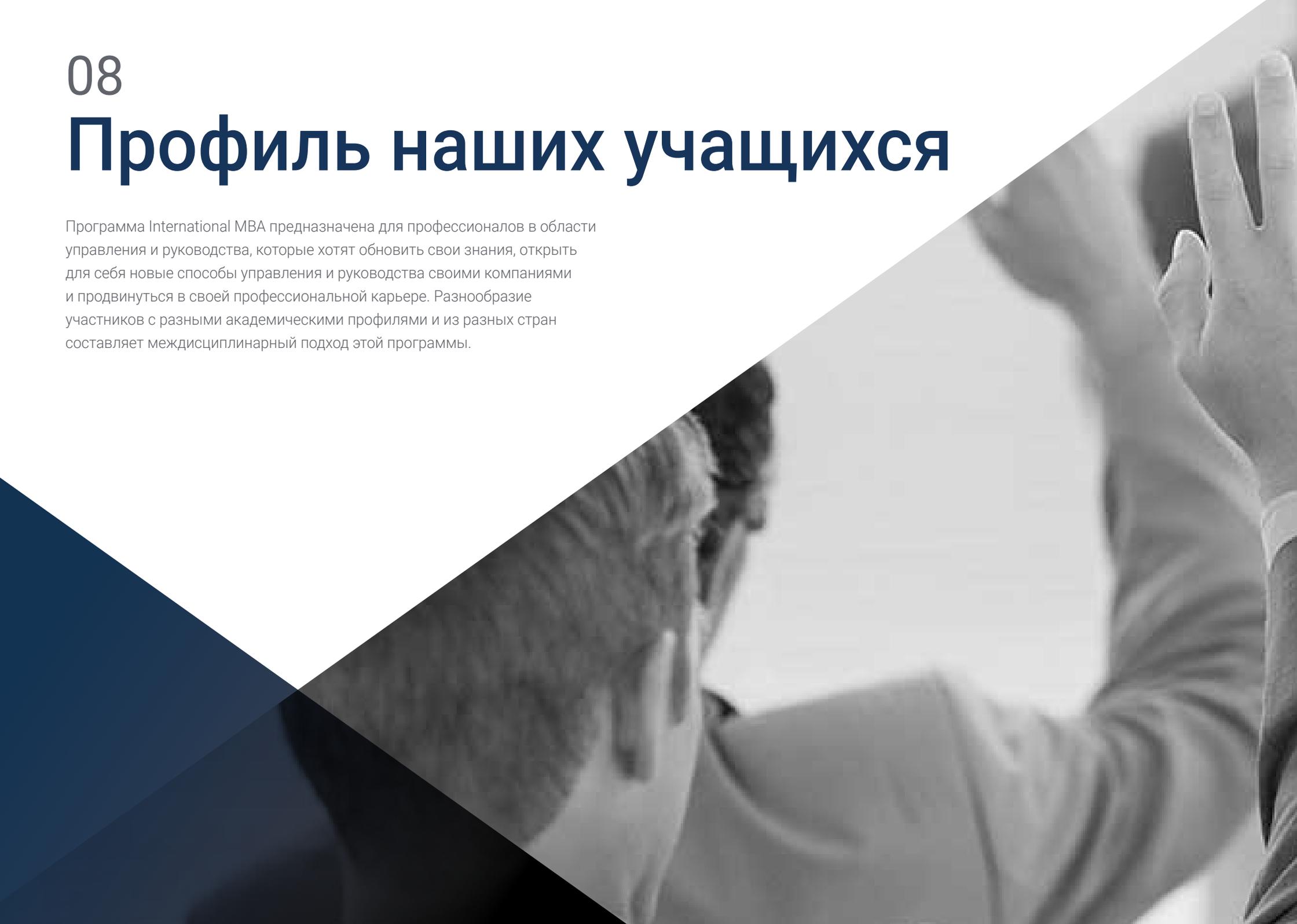
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

Профиль наших учащихся

Программа International MBA предназначена для профессионалов в области управления и руководства, которые хотят обновить свои знания, открыть для себя новые способы управления и руководства своими компаниями и продвинуться в своей профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



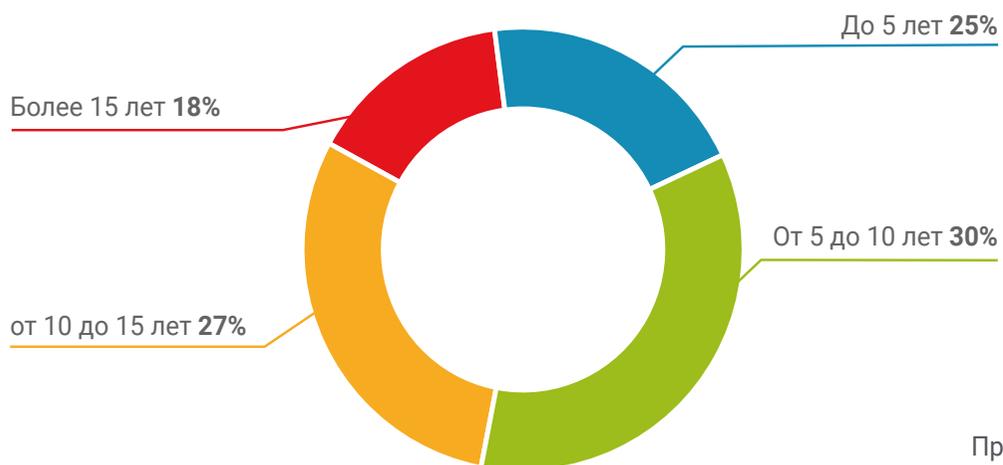
“

Студенты TESH – это профессионалы с опытом работы, которые стремятся к лучшей работе”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

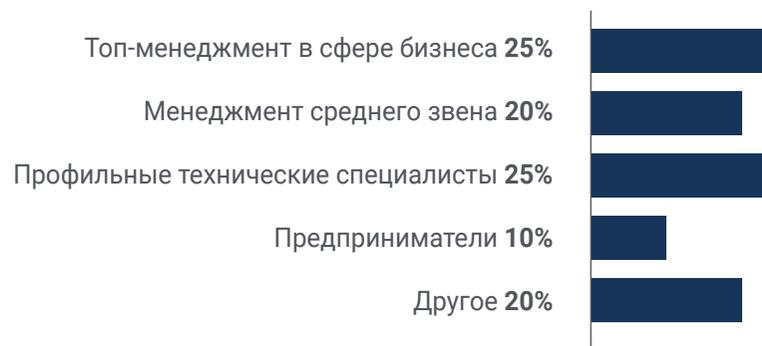
Годы практики



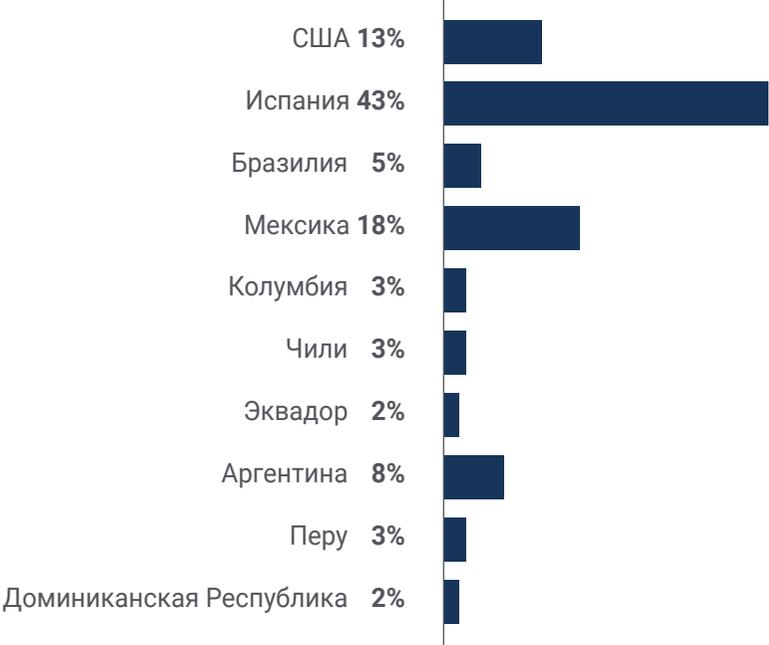
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Эктор Альбереда

Бизнес-менеджер в США и Азии

"Международный бизнес требует широкой специализации и знания финансов и глобальных рынков. Поэтому обновление знаний просто необходимо, поскольку вы работаете в высококонкурентной и постоянно меняющейся среде. К счастью, в TECH я нашел эту программу, которую рекомендую всем, кто хочет специализироваться в этой области"

09

Руководство курса

В преподавательский состав входят ведущие эксперты в области управления бухгалтерским учетом, которые привносят в программу свой многолетний опыт. Кроме того, в разработке и подготовке программы принимают участие другие специалисты, пользующиеся авторитетом в смежных областях, которые дополняют программу MBA на междисциплинарной основе, что делает ее уникальным и очень полезным опытом на академическом уровне для студента. Таким образом, данная программа предоставит студентам самое инновационное и мощное содержание, которое поможет им стать успешным руководителем в области бухгалтерского учета.



“

*Наша опытная команда преподавателей
предоставит вам новейшую
информацию по бухгалтерскому учету”*

Приглашенный международный руководитель

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.

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



Г-жа. Дав, Дженнифер

- Вице-президент по привлечению талантов в Mastercard, Нью-Йорк, США
- Директор по привлечению талантов, NBCUniversal Media, Нью-Йорк, США
- Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
- Директор 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
- Исполнительный директор по работе с клиентами в BNC
- Менеджер по работе с клиентами в Vault
- Степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами

“

Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения, который поможет вам повысить свой профессиональный уровень”

Приглашенный международный руководитель

Технологический лидер с десятилетним опытом работы в крупнейших технологических транснациональных корпорациях, Рик Готьер добился значительных успехов в области облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как лидер и руководитель высокоэффективных команд, проявляя природный талант к обеспечению высокого уровня вовлеченности своих сотрудников.

Он — прирожденный стратег и руководитель инноваций, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свой успех качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-услуги 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 замечательными способностями повышать эффективность, производительность и общую удовлетворенность клиентов.



Г-н. Готьер, Рик

- Региональный руководитель отдела ИТ-Amazon, Сиэтл
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент в компании Wimmer Solutions
- Старший директор производственно-технических служб в Microsoft
- Диплом в области кибербезопасности в Western Governors University
- Технический сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
- Диплом в области экологических исследований в Государственном колледже Эвергрин



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

Приглашенный международный руководитель

Роми Арман - известный международный эксперт с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. На протяжении всей своей карьеры он не раз шел на риск и постоянно выступал за инновации и изменения в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Благодаря этому он помог таким компаниям, как Shell, 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 данных, цифровых и технологических. 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 применения искусственного интеллекта в бизнесе, по которому он имеет диплом аспирантуры Лондонской школы бизнеса. В то же время он накопил опыт в области IoT и Salesforce.



Г-н. Арман, Роми

- Директор по цифровой трансформации (CDO) в энергетической корпорации Shell, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в энергетической корпорации Shell
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (автомобильные производители комплектующих и розничные продавцы) в компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре
- Степень бакалавра Университета Лидса
- Диплом последипломного образования по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена от Лондонской школы бизнеса
- Сертификация профессионалов в области клиентского опыта CCXP
- Курс по цифровой трансформации для руководителей от IMD

“

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

Приглашенный международный руководитель

Мануэль Аренс – опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. На самом деле Аренс занимает должность менеджера по глобальным закупкам в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он провел большую часть своей карьеры. Работая в Маунтин-Вью, штат Калифорния, он предлагал решения операционных проблем технологического гиганта, таких как целостность основных данных, обновление данных о поставщиках и определение приоритетов поставщиков. Он руководил планированием цепочки поставок для центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что привело к значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиа-аналитику, измерение и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе премию за лидерство в области BIM, премию за лидерство в области поиска, премию за программу генерации экспортных лидов и премию за лучшую модель продаж в EMEA.

Аренс также занимал должность менеджера по продажам в Дублине, Ирландия. На этой должности он расширил команду от 4 до 14 человек за три года и руководил отделом продаж, добиваясь результатов и хорошо взаимодействуя друг с другом и межфункциональными командами. Он также работал старшим отраслевым аналитиком в Гамбурге, Германия, создавая сюжетные линии для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и писал углубленные отчеты, демонстрирующие его мастерство в данной области, включая понимание макроэкономических и политических/нормативных факторов, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также руководил группами в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт работы с клиентами и управления 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 отраслевых задач сделали его выдающимся лидером в своей области.



Г-н. Аренс, Мануэль

- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в Google, США
- Менеджер по продажам в Google, Ирландия
- Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- Accounts Payable в Eaton, Великобритания
- Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия

“

Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим дидактическим материалам, находящимся на переднем крае технологий и образования и реализуемым всемирно признанными специалистами в этой области”

Приглашенный международный руководитель

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, мерчендайзингом и коммуникациями. Все это связано с такими престижными брендами, как Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein и другими.

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

В качестве директора по глобальному бренду и мерчендайзингу 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 создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Он также отвечал за условия, стоимость, процессы и сроки доставки различных операций.

Благодаря этому опыту Андреа Ла Сала стал одним из лучших 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

- ♦ Менеджер по глобальному бренду и мерчендайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- ♦ Директор по мерчендайзингу в Calvin Klein
- ♦ Ответственный за марку в Gruppo Coin
- ♦ Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- ♦ Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Аналитик рынка 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 международный руководитель

Мик Грам является ярким примером 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 бизнес-анализу и аналитике в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики для Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Cargemini
- Старший аналитик в Nordea
- Главный 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 международный руководитель

Скотт Стивенсон - выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. На этой должности он курировал логистику и творческие процессы на различных цифровых платформах, включая социальные сети, поиск, показ 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. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию искусственного интеллекта в бизнесе. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере маркетинга и цифровых медиа.



Г-н. Стивенсон, Скотт

- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете
- 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 международный руководитель

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

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

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

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



Д-р. Найквист, Эрик

- Директор по коммуникациям и влиянию, NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент NASCAR по стратегическому планированию
- Старший директор по деловым вопросам в NASCAR
- Исполнительный вице-президент по франшизам Чикаго Уайт Сокс
- Исполнительный вице-президент, франшиза Чикаго Буллз
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бута Чикагского университета
- Бакалавр международной экономики Карлтонского колледжа

“

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

10

Влияние на карьеру

Мы понимаем, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста, и с данной Специализированной магистратурой у вас есть все шансы достичь этого. Поэтому не стоит упускать возможность, которую предоставляет ТЕСН, специализироваться с лучшей командой в этой области, пользующейся большим профессиональным спросом.



“

Наша цель - добиться позитивных изменений в вашей карьере, и мы полностью готовы помочь вам в достижении этой цели”

Готовы ли вы решиться на перемены? Вас ждет отличный профессиональный рост

Бизнес-магистратура TECH в области International MBA — это интенсивная программа, которая готовит студентов к разрешению проблем и принятию деловых решений на международном уровне. Главная цель — способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Поэтому те, кто хочет улучшить себя, добиться перемен на профессиональном уровне и общаться с лучшими, найдут свое место в TECH.

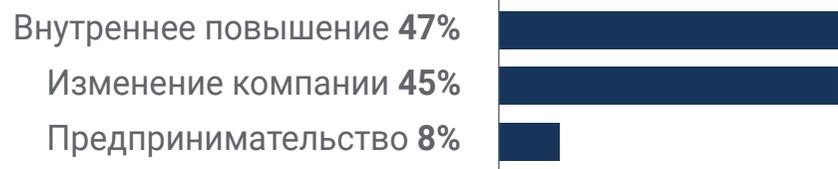
Достигните профессиональных изменений, которых вы заслуживаете, пройдя эту комплексную программу.

Успешно управляйте международным бизнесом и достигайте целей вашей компании.

Время перемен



Что изменится



Повышение заработной платы

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на **25,22%**



11

Преимущества для вашей компании

Программа International MBA способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой программы — это уникальная возможность приобрести необходимые навыки для развития в развитие высшего менеджмента, а также получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



“

После обучения в ТЕСН вы сможете привнести в компанию новое видение бизнеса, с помощью которого сможете осуществить соответствующие изменения в организации”

Развитие и удержание талантов в компаниях – лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

Профессионал привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к соответствующим изменениям в организации.

02

Удержание руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

03

Создание агентов изменений

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

04

Расширение возможностей для международной экспансии

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.



05

Разработка собственных проектов

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

06

Повышение конкурентоспособности

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

Бизнес-магистратура в области International MBA гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

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

Данная **Бизнес-магистратура в области International MBA** содержит самую полную и современную программу на рынке.

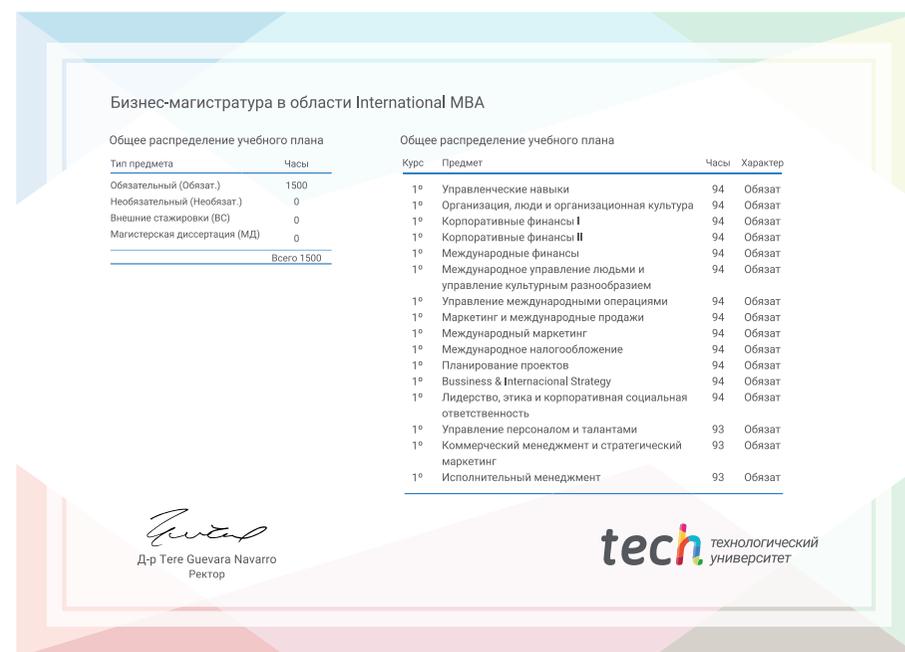
После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура** выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Бизнес-магистратура International MBA**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



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

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение
Бизнес-магистратура
International MBA

tech технологический
университет

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

Бизнес-магистратура

International MBA