

Бизнес-магистратура

MBA в области управления креативными компаниями





Бизнес-магистратура МВА в области управления креативными компаниями

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Квалификация: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: выпускников и дипломированных специалистов университетов, которые ранее получили любую специальностей в области управления бизнесом, маркетинга, коммуникации или дизайна

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

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. 26 | | стр. 40 |
| | | 08 | Профиль наших учащихся | 09 | Руководство курса | 10 | Влияние на карьеру |
| | | | <hr/> | | <hr/> | | <hr/> |
| | | | стр. 48 | | стр. 52 | | стр. 76 |
| | | | | 11 | Преимущества для вашей компании | 12 | Квалификация |
| | | | | | <hr/> | | <hr/> |
| | | | | | стр. 80 | | стр. 84 |

01

Добро пожаловать

Хотя дисциплина руководства креативными индустриями только начинает пробивать себе дорогу, все больше компаний используют ее методологию для достижения успеха в своих процессах. Для его развития требуются высококвалифицированные специалисты, способные превратить ценность творчества в экономический актив компании. Поэтому TECH разработал эту программу, в рамках которой профессионалы из разных отраслей научатся эффективно руководить процессом выдвижения идей и реализации креативных предложений, способствуя финансовому и денежному росту организации. Учебный план, рассчитанный на 12 месяцев и знаменующий собой "до" и "после" профессиональной карьеры студента, с приглашенным руководителем высочайшего международного уровня.



МВА в области управления креативными компаниями
TECH Технологического университета



“

Станьте лидером в области руководства креативными компаниями благодаря 10 комплексным мастер-классам, которые известный международный эксперт включил в эту университетскую программу”

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

95%

студентов TECH успешно завершают обучение



Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, 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.

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



Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, 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

ТЕСН разработал эту программу MBA в области управления креативными компаниями с основной целью – помочь студентам приобрести навыки, инструменты и знания, которые позволят им работать в компаниях такого рода, способствующих созданию и реализации инновационных идей. С этой целью был подготовлен полный учебный план, который обеспечит 360° обзор всех особенностей профессии и будет преподаваться передовым преподавательским составом.



“

Конечная цель программы МВА в области управления креативными компаниями TECH – выпускать наиболее компетентных и подготовленных профессионалов на рынке”

Ваши цели – это цели TECH

Мы работаем вместе, чтобы помочь вам их достичь

Программа MBA в области управления креативными компаниями поможет студентам:

01

Приобрести и понять знания, полезные для обучения студентов, обеспечивая их навыками для разработки и применения оригинальных идей в личной и профессиональной деятельности

02

Понять, как творчество и инновации стали движущей силой экономики

03

Решать проблемы в новых условиях и в междисциплинарных контекстах в области управления креативностью

04

Объединить собственные знания с другими, формулируя обоснованные суждения и рассуждения на основе информации, доступной в каждом конкретном случае



05

Уметь управлять процессом создания и реализации новых идей по заданной теме

06

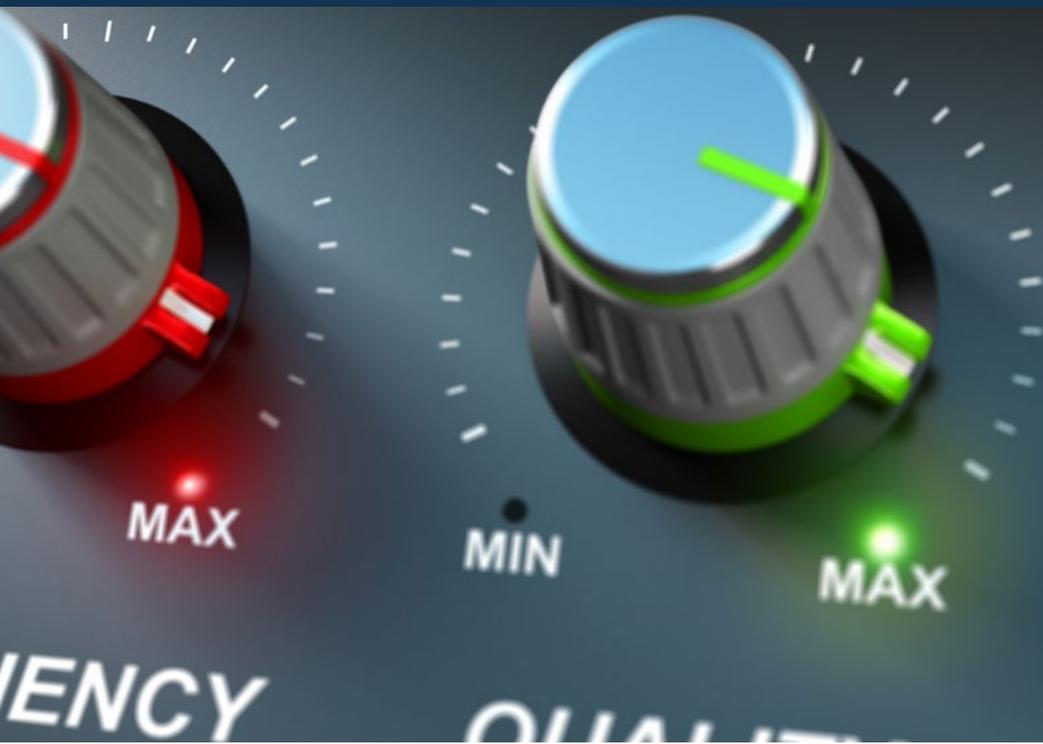
Приобрести специальные знания для управления компаниями и организациями в новом контексте творческих индустрий

07

Прогрессивно и постоянно обновлять знания в автономных учебных средах

08

Владеть инструментами для анализа экономических, социальных и культурных реалий, в которых сегодня развиваются и трансформируются креативные индустрии



09

Помочь студентам приобрести необходимые навыки для развития и совершенствования своего профессионального профиля в деловой и предпринимательской среде

10

Получить знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий

11

Организовывать и планировать задачи, используя имеющиеся ресурсы, чтобы решать их в точные сроки





12

Использовать новые информационные и коммуникационные технологии как инструменты образования и обмена опытом в изучаемой области

13

Разработать коммуникативные навыки, как письменные, так и устные, а также проводить эффективные профессиональные презентации в повседневной практике

14

Приобрести навыки исследования рынка, стратегического видения, цифровых методологий и совместного создания

05

Компетенции

После завершения этой комплексной программы, разработанной профессионалами ТЕСН, вы приобретете ряд компетенций и навыков, которые позволят вам с большей степенью успеха работать в сфере управления креативными индустриями. Академический опыт, преподаваемый в полностью онлайн-формате, позволит профессионалу продолжать развивать свою карьеру, не пренебрегая работой и остальными ежедневными обязанностями. Поэтому вам понадобится только электронное устройство с доступом в Интернет, чтобы получить доступ к самому полному и эффективному хранилищу знаний на рынке.



“

Познакомьтесь с особенностями программы MBA в области управления креативными компаниями и развивайте необходимые навыки для достижения успеха в этой области”

01

Работать в компаниях креативного сектора, умея успешно управлять ими

02

Обладать глубокими знаниями о деятельности новых творческих индустрий и их глобальном контексте

03

Иметь глубокие знания в области всех вопросов защиты творческой продукции, начиная с защиты интеллектуальной собственности и заканчивая рекламным правом

04

Уметь осуществлять правильное экономическое и финансовое управление компаниями в креативной индустрии



05

Уметь рассчитывать прибыль, рентабельность и затраты в рамках проектов для творческой индустрии

06

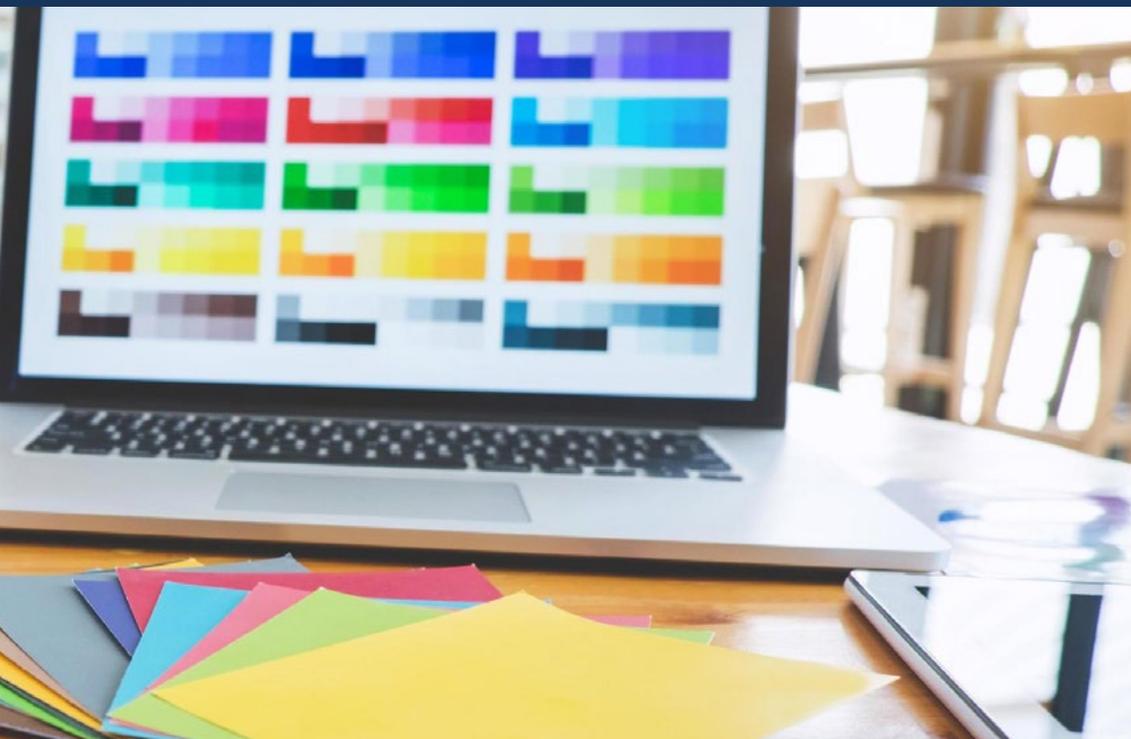
Овладеть комплексными навыками работы с методологией *Future Thinking*, чтобы применять ее преимущества в повседневной работе

07

Научиться осуществлять правильное управление изменениями и прогнозирование будущего компаний в креативной индустрии

08

Научиться вести эффективное управление потребителями креативных компаний



09

Уметь управлять коммуникационными процессами на интегральном уровне для компаний креативной индустрии

10

Принимать активное участие в процессе брендинга в креативных компаниях

11

Обладать глубокими знаниями, позволяющими специалисту управлять процессом цифровизации в творческих индустриях





12

Уметь применять инновационные стратегии цифрового маркетинга для креативных компаний

13

Осуществлять предпринимательскую деятельность в рамках креативной индустрии, извлекая максимальную пользу из главной идеи

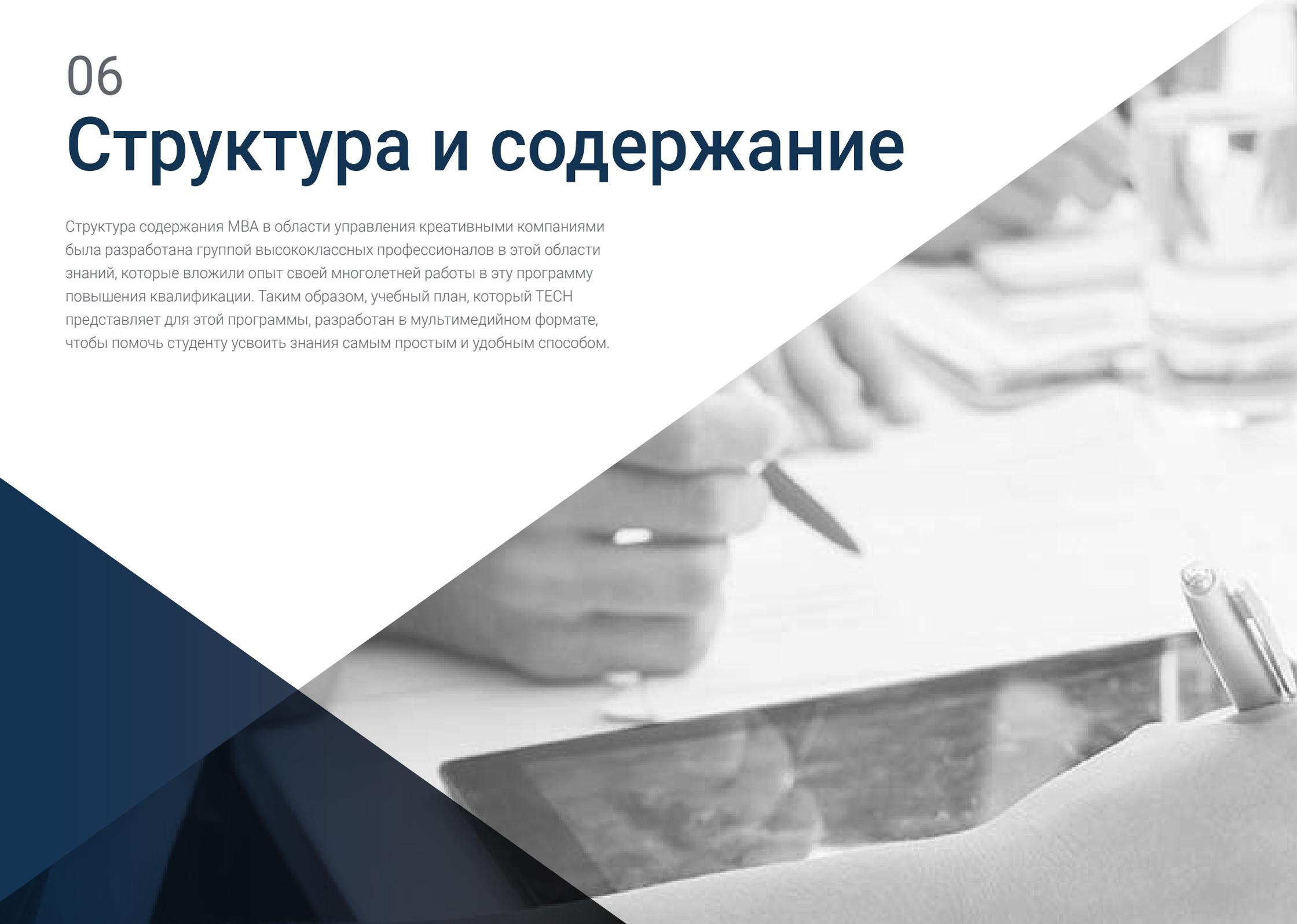
14

Приобрести инструменты для управления лидерскими качествами в этих отраслях

06

Структура и содержание

Структура содержания MBA в области управления креативными компаниями была разработана группой высококлассных профессионалов в этой области знаний, которые вложили опыт своей многолетней работы в эту программу повышения квалификации. Таким образом, учебный план, который TECH представляет для этой программы, разработан в мультимедийном формате, чтобы помочь студенту усвоить знания самым простым и удобным способом.



“

То, что вы изучаете, очень важно. Навыки и компетенции, которые вы приобретаете, являются ключевыми. Вы не найдете более полного учебного плана, чем этот, поверьте нам...”

Учебный план

Традиционно креатив и менеджмент считались антагонистическими дисциплинами. Однако сегодня креатив и инновации стали основными движущими силами экономического прогресса наряду с технологиями. Эта реальность требует новых профессиональных профилей, способных гармонично и эффективно развивать эти инструменты в руководстве так называемыми креативными индустриями.

С помощью этой комплексной программы студент овладевает всеми предметами, необходимыми для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий. Программа не фокусируется исключительно на управлении искусством, но стремится предоставить инструменты для анализа экономических, социальных и культурных реалий, в которых сегодня развиваются и трансформируются креативные индустрии.

Аналогичным образом, эта программа рассчитана на изучение методологии, способствующей приобретению навыков в области маркетинговых исследований, стратегического видения, цифровых инструментов и совместной работы.

С другой стороны, рабочие места в этом секторе постоянно развиваются. По этой причине программа направлена на то, чтобы студенты приобрели необходимые навыки для развития и совершенствования своего профессионального профиля в деловой и предпринимательской среде.

Все это объединено в академическую программу, разделенную на десять учебных модулей, которые изучаются в течение 12 месяцев и призваны стать поворотным пунктом в профессиональной карьере студента. Таким образом, после завершения программы студент сможет начать работать в компаниях креативной индустрии с большей долей успеха.

Эта программа рассчитана на 12 месяцев и состоит из 14 модулей:

| | |
|------------------|--|
| Модуль 1 | Новые креативные индустрии |
| Модуль 2 | Защита креативных и нематериальных продуктов на современном рынке |
| Модуль 3 | Экономическое и финансовое управление креативными компаниями |
| Модуль 4 | <i>Futures Thinking</i> : как трансформировать сегодняшний день из завтрашнего |
| Модуль 5 | Управление потребителями или пользователями в креативных компаниях |
| Модуль 6 | Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов |
| Модуль 7 | Лидерство и инновации в креативных индустриях |
| Модуль 8 | Цифровая трансформация в креативной индустрии |
| Модуль 9 | Новые стратегии цифрового маркетинга |
| Модуль 10 | Предпринимательство в креативных индустриях |
| Модуль 11 | Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность |
| Модуль 12 | Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность |
| Модуль 13 | Финансово-экономическое управление |
| Модуль 14 | Управленческий менеджмент |

Где, когда и как учиться?

TECH предлагает возможность обучения по программе MBA в области управления креативными компаниями полностью в онлайн-формате. 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. Новые креативные индустрии

1.1. Новые креативные индустрии

- 1.1.1. От индустрии культуры к креативной индустрии
- 1.1.2. Современные креативные индустрии
- 1.1.3. Виды деятельности и секторы, составляющие креативные индустрии

1.2. Экономический вес креативных индустрий сегодня

- 1.2.1. Вклад
- 1.2.2. Движущие силы роста и изменений
- 1.2.3. Перспективы трудоустройства в творческих отраслях

1.3. Новый глобальный контекст креативных индустрий

- 1.3.1. Рентгенография креативных индустрий в мире
- 1.3.2. Источники финансирования творческой индустрии в каждой стране
- 1.3.3. Практические кейсы: модели управления и государственная политика

1.4. Природное и культурное наследие

- 1.4.1. Историческое и культурное наследие
- 1.4.2. Продукция и услуги музеев, археологических и исторических объектов и культурных ландшафтов
- 1.4.3. Нематериальное культурное наследие

1.5. Изобразительное искусство

- 1.5.1. Пластические искусства
- 1.5.2. Фотография
- 1.5.3. Ремесло

1.6. исполнительское искусство

- 1.6.1. Театр и танец
- 1.6.2. Музыка и фестивали
- 1.6.3. Ярмарки и цирк

1.7. Аудиовизуальные средства массовой информации

- 1.7.1. Кино, телевидение и аудиовизуальный контент
- 1.7.2. Радио, подкасты и аудиоконтент
- 1.7.3. Видеоигры

1.8. Актуальные публикации

- 1.8.1. Литература, эссе и поэзия
- 1.8.2. Издательство
- 1.8.3. Пресса

1.9. Креативные услуги

- 1.9.1. Дизайн и мода
- 1.9.2. Архитектура и ландшафтный дизайн
- 1.9.3. Реклама

1.10. Связи креативной экономики или оранжевой экономики

- 1.10.1. Каскадная модель и концентрические круги
- 1.10.2. *Спилловер* креативности, производства и знания
- 1.10.3. Культура в интересах креативной экономики

Модуль 2. Защита креативных и нематериальных продуктов на современном рынке

2.1. Правовая защита нематериальных активов

2.2. Интеллектуальная собственность I

2.3. Интеллектуальная собственность II

2.4. Интеллектуальная собственность III

2.5. Промышленная собственность I: бренды

2.6. Промышленная собственность II: промышленный дизайн

2.7. Промышленная собственность III: патенты и полезные модели

2.8. Интеллектуальная и промышленная собственность: практика

2.9. Рекламное право I

2.10. Рекламное право II

Модуль 3. Экономическое и финансовое управление креативными компаниями

| | | | |
|--|---|--|---|
| 3.1. Необходимая экономическая устойчивость | 3.2. Доходы и расходы современного творческого предприятия | 3.3. Виды прибыли в компании | 3.4. Инвестиции в креативный сектор |
| 3.1.1. Финансовая структура креативной компании | 3.2.1. Учет затрат | 3.3.1. Рентабельность производства | 3.4.1. Инвестиции в креативную индустрию |
| 3.1.2. Бухгалтерский учет в креативной компании | 3.2.2. Вид затрат | 3.3.2. Точка безубыточности | 3.4.2. Оценка стоимости инвестиций |
| 3.1.3. Тройной итог | 3.2.3. Распределение затрат | 3.3.3. Оценка альтернатив | 3.4.3. Метод NPV: чистая приведенная стоимость |
| 3.5. Прибыльность в креативной индустрии | 3.6. Движение денежных средств: ликвидность и платежеспособность | 3.7. Формулы финансирования, существующие в настоящее время на творческом рынке | 3.8. Ценообразование на продукцию в творческой индустрии |
| 3.5.1. Экономическая рентабельность | 3.6.1. Движение денежных средств | 3.7.1. Фонд венчурных инвестиций | 3.8.1. Ценообразование |
| 3.5.2. Экономическая эффективность времени | 3.6.2. Балансовый отчет и отчет о прибылях и убытках | 3.7.2. Бизнес-ангелы | 3.8.2. Прибыль vs. Конкуренция |
| 3.5.3. Финансовая рентабельность | 3.6.3. Ликвидация и леверидж | 3.7.3. Гранты и субсидии | 3.8.3. Стратегия ценообразования |
| 3.9. Стратегия ценообразования в творческом секторе | 3.10. Операционные бюджеты | | |
| 3.9.1. Виды стратегий ценообразования | 3.10.1. Инструмент стратегического планирования | | |
| 3.9.2. Преимущества | 3.10.2. Элементы, включенные в операционный бюджет | | |
| 3.9.3. Недостатки | 3.10.3. Разработка и реализация операционного бюджета | | |

Модуль 4. Futures Thinking: как трансформировать сегодняшний день из завтрашнего?

| | | | |
|--|---|---|--|
| 4.1. Методика Futures Thinking | 4.2. Признаки перемен | 4.3. Виды будущего | 4.4. Прогнозирование будущего |
| 4.1.1. Futures Thinking | 4.2.1. Сигнал к переменам | 4.3.1. Путешествие в прошлое | 4.4.1. В поисках драйверов |
| 4.1.2. Преимущества использования данной методологии | 4.2.2. Выявление сигналов об изменениях | 4.3.2. Четыре вида будущего | 4.4.2. Как создать прогноз на будущее? |
| 4.1.3. Роль "фьючера" в креативной компании | 4.2.3. Интерпретация сигналов | 4.3.3. Применение методологии Futures Thinking в работе | 4.4.3. Как написать сценарий будущего? |
| 4.5. Методы психической стимуляции | 4.6. Совместное прогнозирование | 4.7. Эпические победы | 4.8. Желаемое будущее |
| 4.5.1. Прошлое, будущее и эмпатия | 4.6.1. Будущее как игра | 4.7.1. От открытия к инновационному предложению | 4.8.1. Желаемое будущее |
| 4.5.2. Факты vs. Опыт | 4.6.2. Future wheel | 4.7.2. Эпическая победа | 4.8.2. Техники |
| 4.5.3. Альтернативные пути | 4.6.3. Будущее с разных подходов | 4.7.3. Справедливость в игре будущего | 4.8.3. Работа в обратном направлении от будущего |
| 4.9. От прогноза к действию | 4.10. ЦУР. Глобальное и междисциплинарное видение будущего | | |
| 4.9.1. Образы будущего | 4.10.1. Устойчивое развитие как глобальная цель | | |
| 4.9.2. Артефакты будущего | 4.10.2. Бережное отношение человека к природе | | |
| 4.9.3. План действий | 4.10.3. Социальная устойчивость | | |

Модуль 5. Управление потребителями или пользователями в креативных компаниях

5.1. Пользователь в текущем контексте

- 5.1.1. Изменение потребителя в последнее время
- 5.1.2. Важность исследований
- 5.1.3. Анализ тенденций

5.2. Стратегия с человеком в центре

- 5.2.1. Стратегия *человеко-ориентированного подхода*
- 5.2.2. Ключи и преимущества *человеко-ориентированного подхода*
- 5.2.3. Истории успеха

5.3. Данные стратегии *человеко-ориентированного подхода*

- 5.3.1. Данные стратегии *человеко-ориентированного подхода*
- 5.3.2. Ценность данных
- 5.3.3. 360° градусный обзор для клиентов

5.4. Реализация стратегии *человеко-ориентированного подхода* в креативной индустрии

- 5.4.1. Преобразование разрозненной информации в знания о клиенте
- 5.4.2. Анализ возможностей
- 5.4.3. Стратегии и инициативы по максимизации

5.5. Методология *человеко-ориентированной стратегии*

- 5.5.1. От исследования до создания прототипа
- 5.5.2. Модель «двойного алмаза»: процесс и фазы
- 5.5.3. Инструменты

5.6. *Дизайн-мышление*

- 5.6.1. *Дизайн-мышление*
- 5.6.2. Методология
- 5.6.3. Методы и инструменты *дизайн-мышления*

5.7. Позиционирование бренда в сознании пользователя

- 5.7.1. Анализ позиционирования
- 5.7.2. Типология
- 5.7.3. Методология и инструменты

5.8. *Инсайты пользователей* в креативных компаниях

- 5.8.1. *Инсайты* и их важность
- 5.8.2. *Путешествие клиента* и актуальность карты путешествия
- 5.8.3. Методы исследования

5.9. Профиль пользователя (архетипы и персона покупателя)

- 5.9.1. Архетипы
- 5.9.2. Личность покупателя
- 5.9.3. Методологии анализа

5.10. Исследовательские ресурсы и методы

- 5.10.1. Техники в контексте
- 5.10.2. Техники визуализации и создания
- 5.10.3. Техники голосовых контрастов

Модуль 6. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов

6.1. *Бренды и брендинг*

- 6.1.1. Бренды
- 6.1.2. Эволюция *брендинга*
- 6.1.3. Позиционирование, индивидуальность бренда, известность

6.2. Создание бренда

- 6.2.1. Маркетинг-микс
- 6.2.2. Архитектура бренда
- 6.2.3. Идентичность бренда

6.3. Выражение бренда

- 6.3.1. Графическая идентификация бренда
- 6.3.2. Визуальный имидж бренда
- 6.3.3. Другие элементы, отражающие знак

6.4. Коммуникация

- 6.4.1. Подходы
- 6.4.2. *Точки соприкосновения с брендом*
- 6.4.3. Техники и инструменты коммуникации

6.5. *Содержание бренда*

- 6.5.1. От брендов до развлекательных платформ
- 6.5.2. Рост брендированного контента
- 6.5.3. Связь с аудиторией через уникальные истории

6.6. *Визуальный сторителлинг*

- 6.6.1. Анализ бренда
- 6.6.2. Креативные рекламные концепции
- 6.6.3. Креативные продажи

6.7. *Пользовательский опыт*

- 6.7.1. *Пользовательский опыт (CX)*
- 6.7.2. *Путешествие клиента*
- 6.7.3. Согласование бренда и CX

6.8. Стратегическое планирование

- 6.8.1. Цели
- 6.8.2. Определение аудитории и инсайтов
- 6.8.3. Разработка стратегии

6.9. *Производительность*

- 6.9.1. Брифинг
- 6.9.2. Тактика
- 6.9.3. Производственный план

6.10. Оценка

- 6.10.1. Что оценивать?
- 6.10.2. Как оценить? (измерительные инструменты)
- 6.10.3. Отчетность о результатах

Модуль 7. Лидерство и инновации в креативных индустриях

| | | | |
|---|---|--|--|
| 7.1. Применение креативности в промышленности 7.1.1. Творческое самовыражение 7.1.2. Творческие ресурсы 7.1.3. Творческие приемы | 7.2. Новая инновационная культура 7.2.1. Контекст инноваций 7.2.2. Почему инновации терпят неудачу? 7.2.3. Академические теории | 7.3. Размеры и рычаги инноваций 7.3.1. Плоскости или измерения инноваций 7.3.2. Отношение к инновациям 7.3.3. Интрапренерство и технологии | 7.4. Сдерживающие факторы и барьеры для инноваций в креативной индустрии 7.4.1. Личные и групповые ограничения 7.4.2. Социальные и организационные ограничения 7.4.3. Промышленные и технологические ограничения |
| 7.5. Закрытая и открытая инновация 7.5.1. От закрытых инноваций к открытым 7.5.2. Практика внедрения открытых инноваций 7.5.3. Опыт применения открытых инноваций в компаниях | 7.6. Инновационные бизнес-модели в культурной и творческой индустрии 7.6.1. Тенденции развития бизнеса в креативной экономике | 7.6.2. Кейс-стади 7.6.3. Отраслевая революция | 7.7. Руководство и управление инновационной стратегией 7.7.1. Обеспечение внедрения 7.7.2. Руководство процессом 7.7.3. Карты портфолио |
| 7.8. Финансирование инноваций 7.8.1. Финансовый директор: венчурный инвестор 7.8.2. Динамическое финансирование 7.8.3. Реагирование на трудности | 7.9. Гибридизация: инновации в креативной экономике 7.9.1. Пересечение секторов 7.9.2. Генерирование революционных решений 7.9.3. Эффект Медици | 7.10. Новые креативные и инновационные экосистемы 7.10.1. Формирование инновационной среды 7.10.2. Креативность как стиль жизни 7.10.3. Экосистемы | |

Модуль 8. Цифровая трансформация в креативной индустрии

| | | | |
|--|---|--|--|
| 8.1. Цифровое будущее креативной индустрии 8.1.1. Цифровая трансформация 8.1.2. Состояние сектора и его сравнительный анализ 8.1.3. Будущие задачи | 8.2. Четвертая промышленная революция 8.2.1. Промышленная революция 8.2.2. Область применения 8.2.3. Влияние | 8.3. Цифровые средства обеспечения роста 8.3.1. Операционная эффективность, ускорение и улучшение 8.3.2. Непрерывная цифровая трансформация 8.3.3. Решения и услуги для креативных индустрий | 8.4. Применение Больших Данных на предприятии 8.4.1. Ценность данных 8.4.2. Данные в процессе принятия решений 8.4.3. <i>Data driven company</i> |
| 8.5. Когнитивные технологии 8.5.1. ИИ и цифровое взаимодействие 8.5.2. IoT и робототехника 8.5.3. Другие цифровые практики | 8.6. Использование и применение технологии блокчейн 8.6.1. <i>Блокчейн</i> 8.6.2. Значение для культурной и творческой индустрии 8.6.3. Универсальность транзакций | 8.7. Омниканальность и развитие трансмедиа 8.7.1. Влияние на сектор 8.7.2. Анализ проблемы 8.7.3. Развитие | 8.8. Предпринимательские экосистемы 8.8.1. Роль инноваций и венчурного капитала 8.8.2. Экосистема <i>стартапов</i> и составляющие ее участники |
| 8.8.3. Как добиться максимальной эффективности от отношений между креативным агентом и <i>стартапом</i> ? | 8.9. Новые инновационные бизнес-модели 8.9.1. Основанные на коммерциализации (платформы и <i>маркетплейсы</i>) 8.9.2. На основе предоставления услуг (модели <i>freemium, premium</i> или подписки) | 8.9.3. На основе сообщества (от <i>краудфандинга</i> , социальных сетей или блогов) | 8.10. Методологии продвижения культуры инноваций в творческой индустрии 8.10.1. Стратегия инноваций голубого океана 8.10.2. Инновационная стратегия <i>бережливого стартапа</i> 8.10.3. Стратегия гибких инноваций |

Модуль 9. Новые стратегии цифрового маркетинга

9.1. Технология и аудитория

- 9.1.1. Цифровая стратегия и различия между типами пользователей
- 9.1.2. Целевые аудитории, исключающие факторы и поколения
- 9.1.3. Портрет *идеального потребителя* (ICP) и персона покупателя

9.2. Цифровая аналитика для диагностики

- 9.2.1. Аналитика до разработки цифровой стратегии
- 9.2.2. Момент истины (MOT)
- 9.2.3. KPI и метрики, типологии, классификация по методологиям

9.3. Электронное развлечение: влияние электронной коммерции на индустрию развлечений

- 9.3.1. *Электронная коммерция*, типологии и платформы
- 9.3.2. Важность веб-дизайна: UX и UI
- 9.3.3. Оптимизация онлайн-пространства: минимальные требования

9.4. Социальные сети и маркетинг влияния

- 9.4.1. Влияние и эволюция сетевого маркетинга
- 9.4.2. Убеждение, ключи к контенту и вирусные действия
- 9.4.3. Планирование кампаний социального маркетинга и *маркетинга влияния*

9.5. Мобильный маркетинг

- 9.5.1. Мобильный пользователь
- 9.5.2. Веб- и мобильные приложения
- 9.5.3. Действия *мобильного* маркетинга

9.6. Реклама в онлайн-среде

- 9.6.1. Реклама в социальных сетях и цели социальной рекламы
- 9.6.2. Воронка конверсии или *воронка продаж*: категории
- 9.6.3. Социальные рекламные платформы

9.7. Методология инбаунд маркетинга

- 9.7.1. *Социальные продажи*, фундаментальные основы и стратегия
- 9.7.2. CRM-платформа в цифровой стратегии
- 9.7.3. Входящий маркетинг или маркетинг привлечения: действия и SEO

9.8. Автоматизация маркетинга

- 9.8.1. *Маркетинг электронной почты* и типология электронной почты
- 9.8.2. Автоматизация через *маркетинг по электронной почте*, приложения, платформы и преимущества
- 9.8.3. Появление *маркетинга ботов и чатботов*: типология и платформы

9.9. Инструменты управления данными

- 9.9.1. CRM в области цифровой стратегии, типологий и приложений, платформ и тенденций
- 9.9.2. Большие данные: Большие данные, *бизнес-аналитика* и *бизнес-интеллект*
- 9.9.3. Большие данные, искусственный интеллект и *наука о данных*

9.10. Измерение рентабельности

- 9.10.1. ROI: определение окупаемости инвестиций и ROI vs. ROAS
- 9.10.2. Оптимизация ROI
- 9.10.3. Ключевые показатели

Модуль 10. Предпринимательство в креативных индустриях**10.1. Предпринимательский проект**

- 10.1.1. Предпринимательство, виды и жизненный цикл
- 10.1.2. Портрет предпринимателя
- 10.1.3. Темы, представляющие интерес для предпринимательства

10.2. Личное лидерство

- 10.2.1. Самосознание
- 10.2.2. Предпринимательские навыки
- 10.2.3. Развитие навыков и способностей предпринимательского лидерства

10.3. Выявление возможностей для инноваций и предпринимательства

- 10.3.1. Анализ мегатрендов и конкурентных сил
- 10.3.2. Поведение потребителей и оценка спроса
- 10.3.3. Оценка возможностей для бизнеса

10.4. Генерация бизнес-идей в творческой индустрии

- 10.4.1. Инструменты для генерации идей: *брейсторминг*, ментальные карты, *дроусторминг*, и тд..
- 10.4.2. Дизайн ценностного предложения: CANVAS, 5W
- 10.4.3. Разработка ценностного предложения

10.5. Создание прототипов и валидация

- 10.5.1. Разработка прототипа
- 10.5.2. Валидация
- 10.5.3. Корректировка прототипов

10.6. Дизайн бизнес-модели

- 10.6.1. Бизнес-модель
- 10.6.2. Методологии для создания бизнес-моделей
- 10.6.3. Дизайн бизнес-модели для предложенной идеи

10.7. Лидерство в команде

- 10.7.1. Профили команд в соответствии с темпераментами и личностными особенностями
- 10.7.2. Навыки лидера коллектива
- 10.7.3. Методы командной работы

10.8. Рынки культуры

- 10.8.1. Природа рынков культуры
- 10.8.2. Типы рынков культуры
- 10.8.3. Выявление близлежащих культурных рынков

10.9. Маркетинговый план и личный брендинг

- 10.9.1. Проекция личного и предпринимательского проекта
- 10.9.2. Средне- и краткосрочный стратегический план
- 10.9.3. Переменные для измерения успеха

10.10. Коммерческое предложение

- 10.10.1. Презентация проекта для инвесторов
- 10.10.2. Подготовка привлекательных презентаций
- 10.10.3. Развитие навыков эффективной коммуникации

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

11.1. Глобализация и руководство

- 11.1.1. Руководство и корпоративное управление
- 11.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
- 11.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления

11.2. Лидерство

- 11.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
- 11.2.2. Лидерство в бизнесе
- 11.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом

11.3. Кросс-культурный менеджмент

- 11.3.1. Концепция *кросс-культурного менеджмента*
- 11.3.2. Вклад в познание национальных культур
- 11.3.3. Управление разнообразием

11.4. Развитие менеджмента и лидерства

- 11.4.1. Концепция развития менеджмента
- 11.4.2. Концепция лидерства
- 11.4.3. Теории лидерства
- 11.4.4. Стили лидерства
- 11.4.5. Интеллект в лидерстве
- 11.4.6. Проблемы лидерства сегодня

11.5. Деловая этика

- 11.5.1. Этика и мораль
- 11.5.2. Деловая этика
- 11.5.3. Лидерство и этика в компаниях

11.6. Устойчивость

- 11.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 11.6.2. Повестка дня на 2030 год
- 11.6.3. Устойчивые предприятия

11.7. Корпоративная социальная ответственность

- 11.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 11.7.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
- 11.7.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

11.8. Системы и инструменты ответственного управления

- 11.8.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
- 11.8.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
- 11.8.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 11.8.4. Инструменты и стандарты КСО

11.9. Транснациональные компании и права человека

- 11.9.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
- 11.9.2. Транснациональные компании и международное право
- 11.9.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

11.10. Правовое регулирование и корпоративное управление

- 11.10.1. Международные стандарты импорта и экспорта
- 11.10.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
- 11.10.3. Международное трудовое право

Модуль 12. Управление персоналом и талантами**12.1. Стратегическое управление персоналом**

- 12.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
- 12.1.2. Стратегическое управление персоналом

12.2. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций

- 12.2.1. Анализ потенциала
- 12.2.2. Политика вознаграждения
- 12.2.3. Планирование карьеры/повышения

12.3. Оценка производительности и управление эффективностью

- 12.3.1. Управление производительностью
- 12.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс

12.4. Инновации в управлении талантами и людьми

- 12.4.1. Модели стратегического управления талантами
- 12.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
- 12.4.3. Лояльность и удержание
- 12.4.4. Проактивность и инновации

12.5. Воля

- 12.5.1. Природа мотивации
- 12.5.2. Теория ожиданий
- 12.5.3. Теории потребностей
- 12.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

12.6. Развитие высокоэффективных команд

- 12.6.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
- 12.6.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами

12.7. Управление изменениями

- 12.1.7. Управление изменениями
- 12.2.7. Тип процессов управления изменениями
- 12.3.7. Этапы или фазы управления изменениями

12.8. Переговоры и управление конфликтами

- 12.8.1. Переговоры
- 12.8.2. Управление конфликтами
- 12.8.3. Антикризисное управление

12.9. Управленческая коммуникация

- 12.9.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
- 12.9.2. Департаменты коммуникации
- 12.9.3. Менеджер по коммуникациям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям

12.10. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

- 12.10.1. Производительность
- 12.10.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 13. Финансово-экономическое управление

13.1. Экономическая среда

- 13.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
- 13.1.2. Финансовые учреждения
- 13.1.3. Финансовые рынки
- 13.1.4. Финансовые активы
- 13.1.5. Прочие организации финансового сектора

13.2. Управленческий учет

- 13.2.1. Основные понятия
- 13.2.2. Активы компании
- 13.2.3. Обязательства компании
- 13.2.4. Чистая стоимость компании
- 13.2.5. Счет прибылей и убытков

13.3. Информационные системы и Business Intelligence

- 13.3.1. Основы и классификация
- 13.3.2. Этапы и методы распределения затрат
- 13.3.3. Выбор центра затрат и эффекта

13.4. Бюджет и управленческий контроль

- 13.4.1. Модель бюджета
- 13.4.2. Капитальный бюджет
- 13.4.3. Операционный бюджет
- 13.4.5. Бюджет казначейства
- 13.4.6. Мониторинг бюджета

13.5. Финансовый менеджмент

- 13.5.1. Финансовые решения компании
- 13.5.2. Финансовый отдел
- 13.5.3. Денежные излишки
- 13.5.4. Риски, связанные с управлением финансами
- 13.5.5. Управление рисками в финансовом менеджменте

13.6. Финансовое планирование

- 13.6.1. Определение финансового планирования
- 13.6.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
- 13.6.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
- 13.6.4. Таблица движения денежных средств
- 13.6.5. Таблица оборотных активов

13.7. Корпоративная финансовая стратегия

- 13.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
- 13.7.2. Продукты корпоративного финансирования

13.8. Стратегическое финансирование

- 13.8.1. Самофинансирование
- 13.8.2. Увеличение собственных средств
- 13.8.3. Гибридные ресурсы
- 13.8.4. Финансирование через посредников

13.9. Финансовый анализ и планирование

- 13.9.1. Анализ бухгалтерского баланса
- 13.9.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
- 13.9.3. Анализ рентабельности

13.10. Анализ и решение кейсов/проблем

- 13.10.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Модуль 14. Управленческий менеджмент**14.1. Общий менеджмент**

- 14.1.1. Концепция общего менеджмента
- 14.1.2. Действия генерального директора
- 14.1.3. Генеральный директор и его функции
- 14.1.4. Трансформация работы менеджмента

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

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

14.3. Управление операциями

- 14.3.1. Важность управления
- 14.3.2. Цепочка создания стоимости
- 14.3.3. Управление качеством

14.4. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей

- 14.4.1. Межличностная коммуникация
- 14.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
- 14.4.3. Барьеры коммуникации

14.5. Средства личной и организационной коммуникации

- 14.5.1. Межличностная коммуникация
- 14.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
- 14.5.3. Коммуникация в организации
- 14.5.4. Инструменты в организации

14.6. Кризисная коммуникация

- 14.6.1. Кризис
- 14.6.2. Фазы кризиса
- 14.6.3. Сообщения: содержание и моменты

14.7. Подготовка кризисного плана

- 14.7.1. Анализ потенциальных проблем
- 14.7.2. Планирование
- 14.7.3. Адекватность персонала

14.8. Эмоциональный интеллект

- 14.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 14.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 14.8.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация

14.9. Личный брендинг

- 14.9.1. Стратегии личного брендинга
- 14.9.2. Законы личного брендинга
- 14.9.3. Инструменты для создания личного бренда

14.10. Лидерство и управление командой

- 14.10.1. Лидерство и стили лидерства
- 14.10.2. Возможности и проблемы лидеров
- 14.10.3. Управление процессами изменений
- 14.10.4. Управление мультикультурными командами

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 TECH 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 TECH 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.



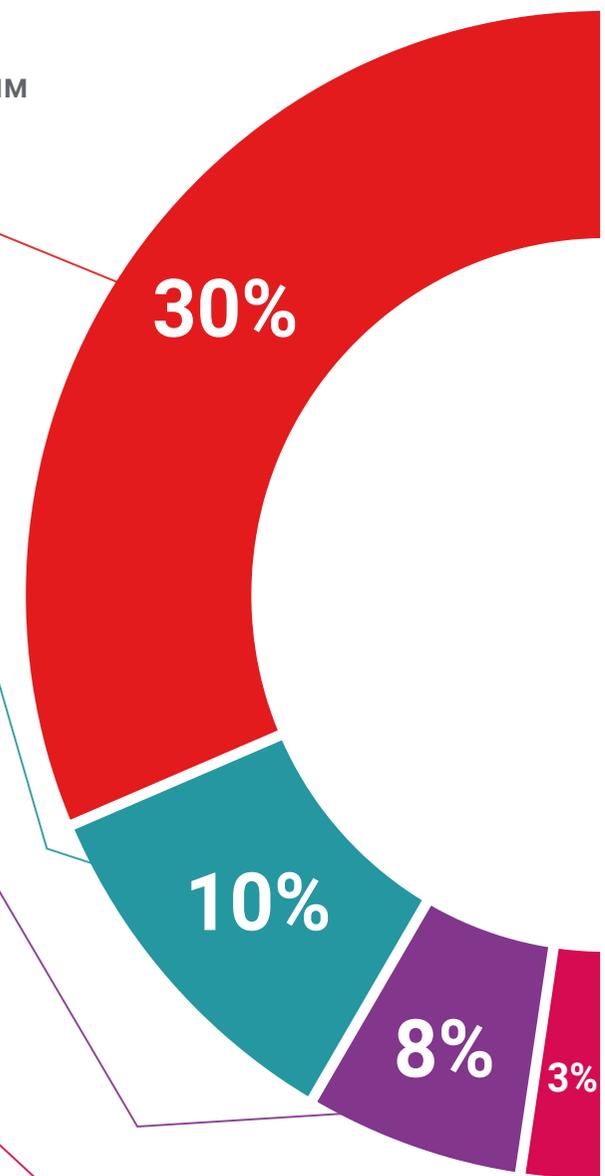
Практика управленческих навыков

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.



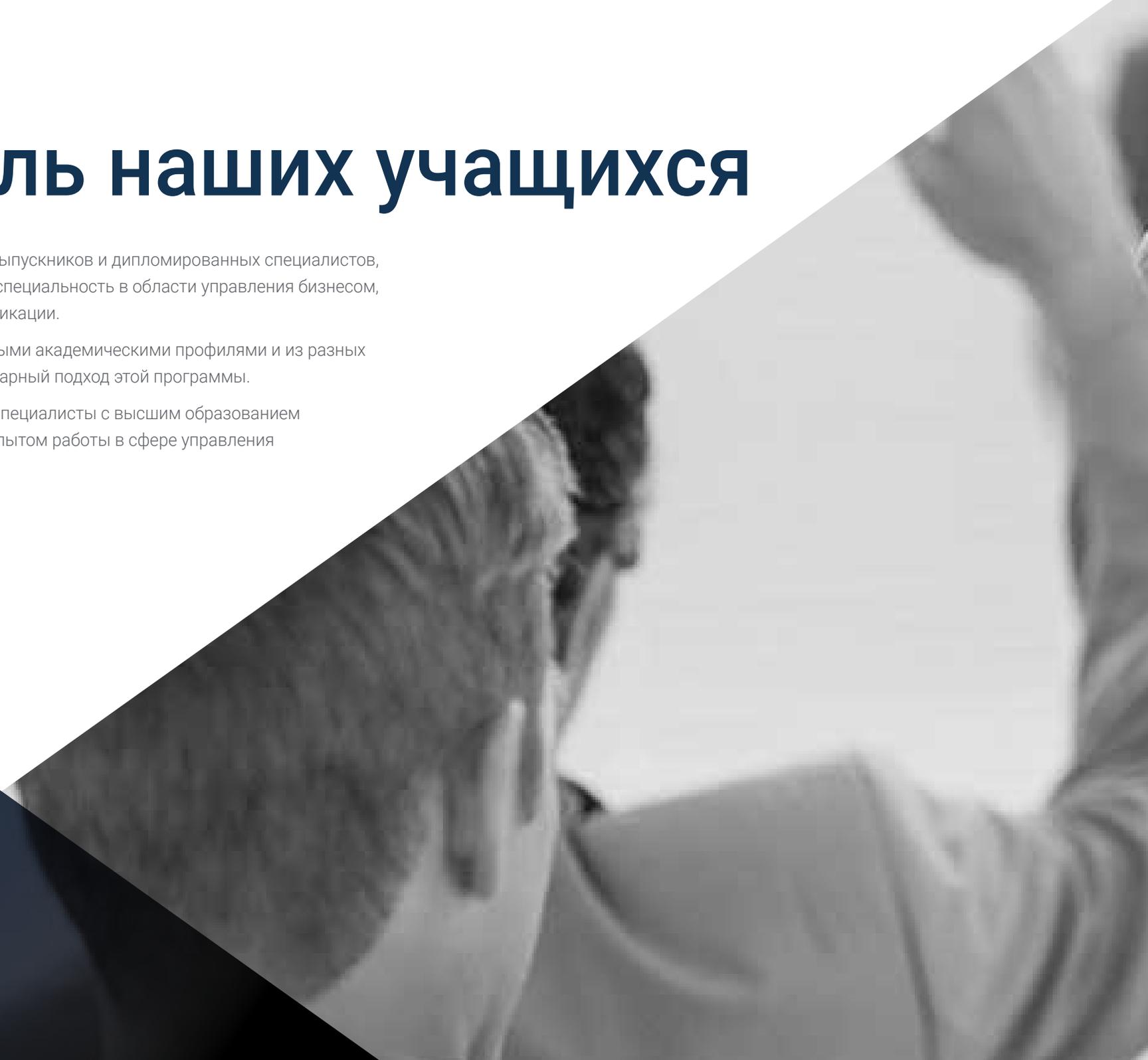
08

Профиль наших учащихся

Программа предназначена для выпускников и дипломированных специалистов, которые ранее получили любую специальность в области управления бизнесом, маркетинга, дизайна или коммуникации.

Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.

Программу также могут пройти специалисты с высшим образованием в любой области и двухлетним опытом работы в сфере управления креативными компаниями.



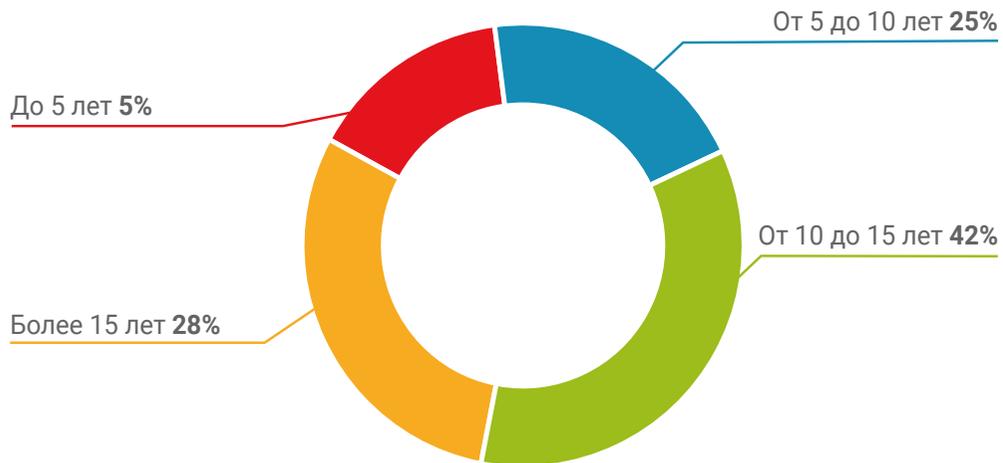
“

Если вы хотите стать частью нашей избранной группы выпускников и расширить ваши профессиональные возможности, то эта программа для вас”

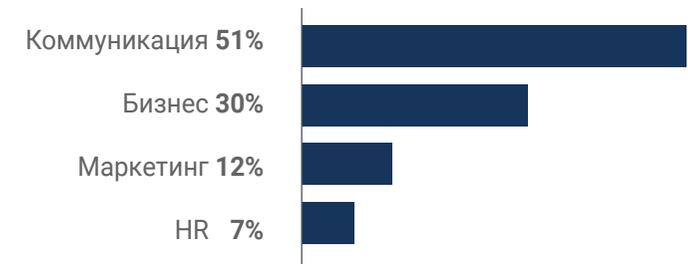
Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



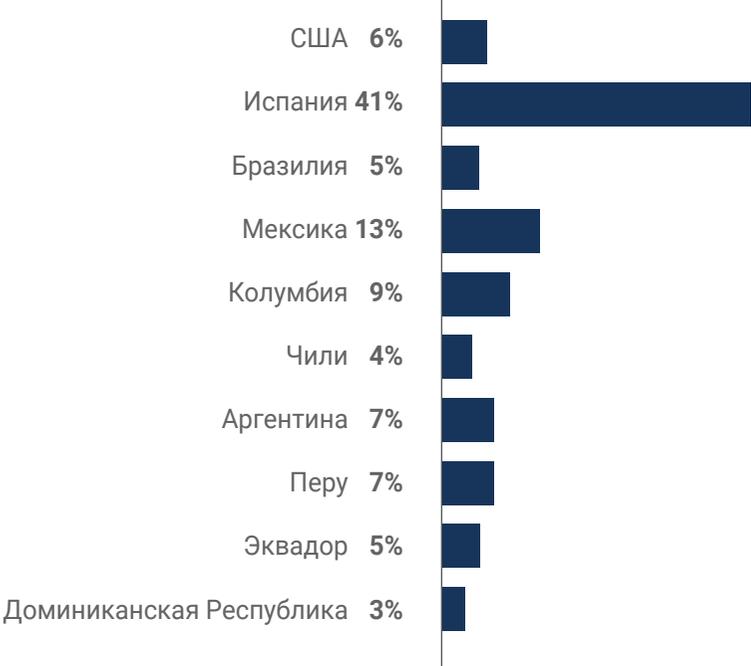
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Ариадна Гонсалес Суарес

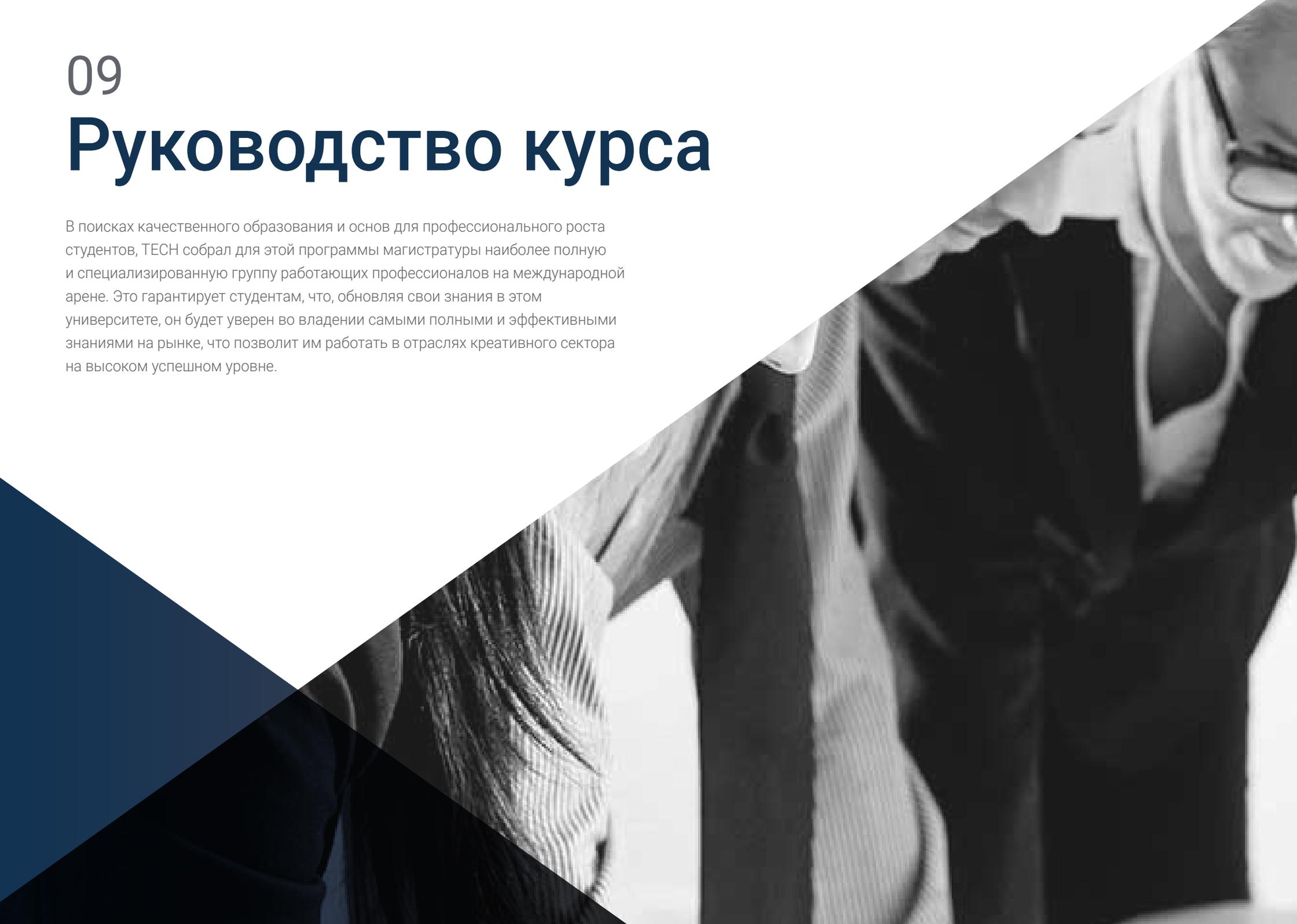
Генеральный директор текстильной компании

"Без сомнения, обучение в TECH стало для меня большим открытием. Я искал программу, которая помогла бы мне развить креативность в руководстве моей компанией, и с этой программой я достигла этого. Кроме того, во время этой программы я приобрела отличные знакомства, которые помогут мне в будущем"

09

Руководство курса

В поисках качественного образования и основ для профессионального роста студентов, ТЕСН собрал для этой программы магистратуры наиболее полную и специализированную группу работающих профессионалов на международной арене. Это гарантирует студентам, что, обновляя свои знания в этом университете, он будет уверен во владении самыми полными и эффективными знаниями на рынке, что позволит им работать в отраслях креативного сектора на высоком успешном уровне.



“

У нас есть команда опытных преподавателей, которые помогут вам получить специализацию в этой области”

Приглашенный руководитель международного уровня

С. Марк Янг — всемирно известный эксперт, который сосредоточил свои исследования на **индустрии развлечений**. Его результаты отмечены многочисленными наградами, в том числе премией Американской ассоциации бухгалтерского учета за жизненные достижения в области бухгалтерского учета и менеджмента в 2020 году. Он также получил три награды за вклад в научную литературу в этих областях.

Одной из самых заметных вех в его карьере стала публикация исследования *"Нарциссизм и знаменитости"*, проведенного совместно с Дрю Пински. В этом тексте были собраны непосредственные данные о знаменитых деятелях кино и телевидения. Кроме того, в статье, которая впоследствии стала бестселлером, эксперт проанализировал нарциссическое поведение звезд целлулоида и то, как оно нормализовалось в современных СМИ. В то же время он рассмотрел их влияние на современную молодежь.

На протяжении всей своей профессиональной деятельности Янг также изучал организацию и направленность киноиндустрии. В частности, он исследовал модели прогнозирования кассового успеха крупных фильмов. Он также внес свой вклад в бухгалтерский учет на основе деятельности и разработку систем контроля. В частности, хорошо известно его влияние на внедрение **эффективного управления на основе сбалансированной системы показателей**.

Академическая деятельность также была отмечена в его профессиональной жизни, и он был избран на исследовательскую кафедру Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в области бизнеса спорта и развлечений. Он также читал лекции и участвовал в учебных программах, связанных с бухгалтерским учетом, журналистикой и коммуникациями. В то же время его учеба в бакалавриате и магистратуре связана с престижными американскими университетами, такими как Питтсбург и Огайо.



Д-р Янг, С. Марк

- ♦ Заведующий кафедрой Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в Университете Южной Калифорнии, Лос-Анджелес, США
- ♦ Официальный историк мужской теннисной команды Университета Южной Калифорнии
- ♦ Академический исследователь, специализирующийся на разработке прогностических моделей для киноиндустрии
- ♦ Соавтор книги "Нарциссизм и знаменитости"
- ♦ Доктор наук по бухгалтерскому учету Питтсбургского университета
- ♦ Степень магистра бухгалтерского учета в Университете штата Огайо
- ♦ Степень бакалавра экономики в Оберлинском колледже
- ♦ Член: Центр передового опыта в преподавании

“

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

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!"

Руководство



Д-р Велар Лера, Маргарита

- ♦ Консультант по коммуникациям с опытом работы в сфере моды
- ♦ Генеральный директор Forefashion Lab
- ♦ Директор по корпоративному маркетингу в SGN Group
- ♦ Консультант по корпоративным коммуникациям в LLYC
- ♦ Консультант по коммуникации и бренду, *фриланс*
- ♦ Руководитель отдела коммуникаций в Университете Вильянуэва
- ♦ Преподаватель университетских курсов, связанных с маркетингом
- ♦ Докторская степень в области коммуникации Мадридского университета имени Карлоса III
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальной коммуникации Университета Комплутенсе в Мадриде
- ♦ MBA в области руководства компаниями в сфере моды ISEM Fashion Business School

Преподаватели

Г-жа Эйсагирре Виланова, Каролина

- ♦ Юридический советник и дизайнер с опытом работы в креативной индустрии
- ♦ Юридический советник в Ассоциации саморегулирования маркетинговых коммуникаций
- ♦ Юридический советник генерального директора компании Eley Hawk
- ♦ Дизайнер National Geographic и El Mueble
- ♦ Преподаватель магистратуры в университете
- ♦ Степень бакалавра права Университет Помпеу Фабра
- ♦ Степень бакалавра дизайна в Университете Помпеу Фабра
- ♦ Официальная магистратура в области интеллектуальной собственности Папского университета Комильяс
- ♦ Курс по рекламному праву Ассоциации саморегулирования маркетинговых коммуникаций

Д-р Браво Дуран, Сандра

- ♦ Генеральный директор UX в Mute
- ♦ Генеральный директор и основатель Ch2 Abroad & Events
- ♦ Социолог туристической обсерватории Саламанки
- ♦ Цифровой консультант в Everis
- ♦ Исследователь в Runroom
- ♦ Преподаватель магистерской программы по управлению маркетингом в сфере моды и роскоши и магистерской программы по управлению брендами в сфере бизнеса роскоши в MSMK - Madrid School of Marketing
- ♦ Докторская степень по прикладной креативности в Университете Наварры
- ♦ Степень по социологии Университета Саламанки
- ♦ Степень бакалавра в области экономики Университета Саламанки
- ♦ Степень исполнительного магистра в области управления бизнесом в сфере моды Университета Наварры

Д-р Сан-Мигель Арреги, Патрисиа

- ♦ Исследователь-эксперт в области цифрового маркетинга
- ♦ Основатель и руководитель Digital Fashion Brands
- ♦ Исследователь и коллаборатор маркетинговых исследований
- ♦ Автор книги *Influencer Marketing*
- ♦ Автор научных публикаций в престижных журналах
- ♦ Постоянный докладчик на национальных и международных конференциях и семинарах по коммуникациям и маркетингу
- ♦ Преподаватель в бакалавриате и аспирантуре университета
- ♦ Докторская степень в области цифрового маркетинга для модных компаний Университета Наварры
- ♦ Степень бакалавра по рекламе и связям с общественностью Мадридского университета Комплутенсе
- ♦ MBA в области Executive Fashion от ISEM

Д-р Пауле Вианес, Йессика

- ♦ Специалист исследовательской группы по управлению и экономике бизнеса Университета короля Хуана Карлоса
- ♦ Коммерческий советник DKV Seguros y Reaseguros
- ♦ Административный помощник Фонда развития управления Касереса
- ♦ Доктор социальных и юридических наук в Университете короля Хуана Карлоса
- ♦ Степень магистра в области вычислительной статистической обработки информации в Мадридском университете Комплутенсе
- ♦ Степень бакалавра в области финансов университета Эстремадуры
- ♦ Степень бакалавра в области делового администрирования и менеджмента в Университете Эстремадуры
- ♦ Член Европейской академии управления и экономики компаний

Г-н Санхосе, Карлос

- ♦ Специалист в области цифрового маркетинга
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в Designable
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в MURPH
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в 25 Gramos
- ♦ Руководитель отдела контента в Unánime Creativos
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью в университете CEU Карденаль Эррера

Г-н Хусто Рейес, Румен

- ♦ Аудиовизуальный продюсер и эксперт по *менторскому* сопровождению стартапов
- ♦ Продюсер документальных и художественных фильмов
- ♦ Финансовый и юридический консультант по фильмам
- ♦ Инвестор в креативные *стартапы*
- ♦ Основатель и директор Международного фестиваля независимого и авторского кино на Канарских островах
- ♦ Советник по предпринимательству в CEOE Tenerife
- ♦ *Ментор стартапа* в Asociación Afedes
- ♦ *Ментор стартапа* в *Bridge for Billions*
- ♦ Степень бакалавра в области делового администрирования и управления в Университете Ла-Лагуны
- ♦ Магистр в области PRL от SGS
- ♦ Программа последипломного образования в области технологического надзора
- ♦ Специалист по управлению человеческими ресурсами Университета Виго





Г-жа Арройо Вильюрия, Кристина

- Технический консультант и координатор учебных проектов
- Партнер и директор по проектам и предпринимательству в компании Factoría de Industrias Creativas
- Координатор Acerca Cultura Madrid
- Внештатный редактор контента для электронного обучения в Издательство LID
- Координатор по обучению в Factoría Cultural Madrid
- Степень бакалавра в области трудовых наук Университета Вальядолида
- Степень магистра в области руководства и управления персоналом в Бизнес-школе Сан-Пабло CEU
- Степень магистра в области электронного обучения и образовательных технологий, подготовка в электронном обучении
- Профессиональное среднее образование в области предотвращения рисков, специализация по гигиене труда в Институте интегрального обучения
- Профессиональное среднее образование по профилактике профессиональных рисков, специализирующийся на эргономике и психосоциологии труда в Институте интегрального обучения

Г-жа Гальего Мартинес, Ана Белен

- Консультант бизнес-стратегий
- Независимый консультант в Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- Степень бакалавра в области права Мадридского Университета Комплутенсе
- МВА магистратура в области управления бизнесом и администрирования, специализирующийся на финансовом менеджменте, Университет Камило Хосе Села
- Программа для руководителей по цифровой трансформации от Школы промышленной организации

10

Влияние на карьеру

ТЕСН осознает, 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.



“

*Создать положительные изменения
в вашей профессиональной карьере —
вот наша задача. Мы полностью готовы
помочь вам в достижении этой цели”*

*В конкурентном мире
труда специализация
– лучший актив
профессионала
состоит в том,
чтобы его профиль
выделялся
среди других.*

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

MBA в области руководства креативными компаниями TECH – это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению сложных задач и принятию деловых решений в области руководства идеями, проектами и работой. Ее основная цель – способствовать личностному и профессиональному росту студентов, развивать их креативные способности и помогать им развивать креативность других. Таким образом, TECH мотивирует профессионалов двигаться к успеху.

Если вы стремитесь к самосовершенствованию, позитивным изменениям на профессиональном уровне и общению с лучшими, это место для вас.

*Получите
заслуженное
повышение зарплаты,
пройдя эту полную
программу с TECH.*

Время перемен



Что изменится



Повышение заработной платы

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

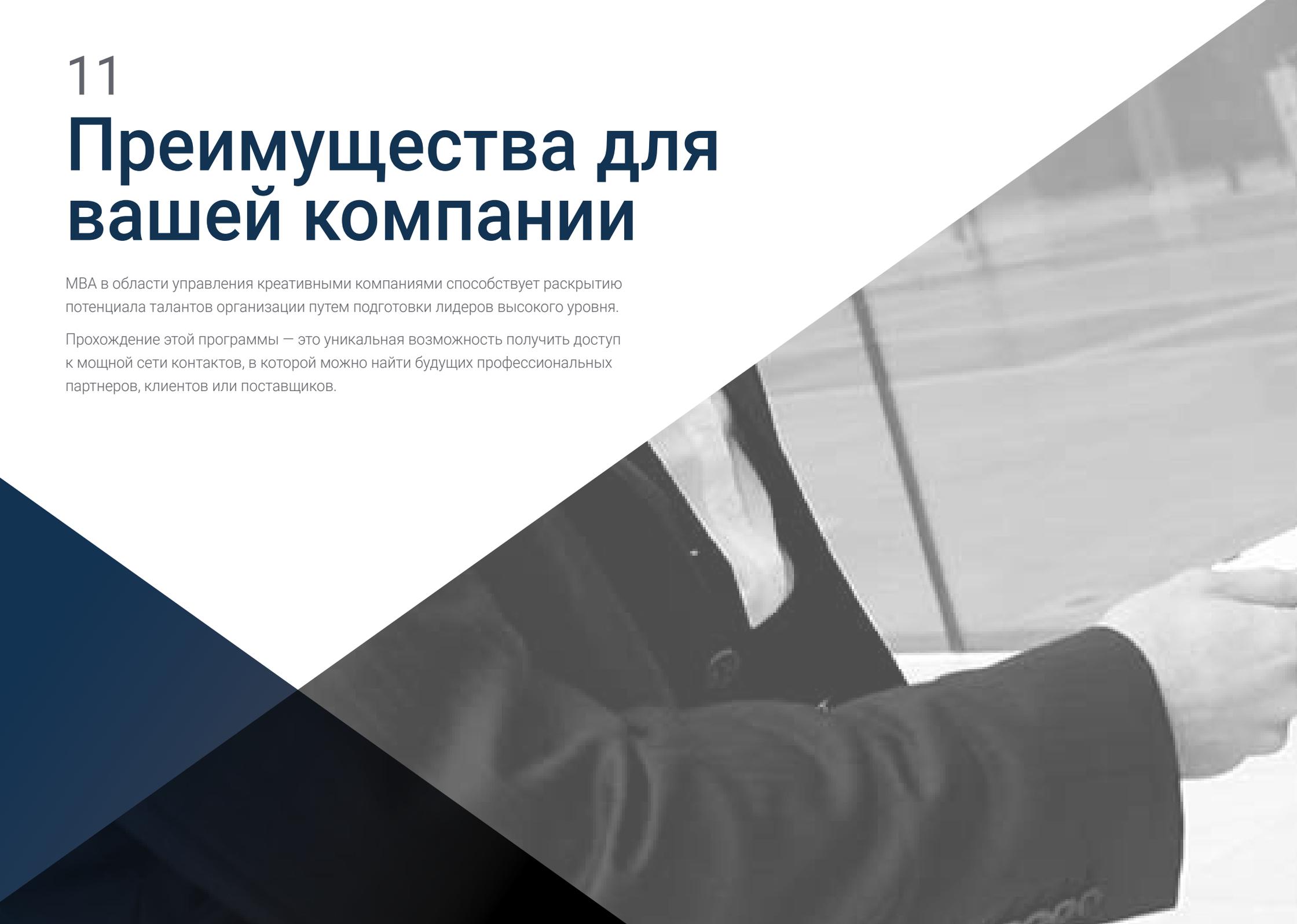


11

Преимущества для вашей компании

МВА в области управления креативными компаниями способствует раскрытию потенциала талантов организации путем подготовки лидеров высокого уровня.

Прохождение этой программы — это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



“

В период непрерывных социальных и технологических изменений умение правильно распоряжаться креативностью становится ключевым элементом, когда речь идет о том, чтобы выделить организацию на фоне других”

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 MBA в области управления креативными компаниями гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



““

*Успешно пройдите эту программу
и получите диплом университета
без сложной бумажной волокиты”*

Данная **Бизнес-магистратура MBA в области управления креативными компаниями** 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**.

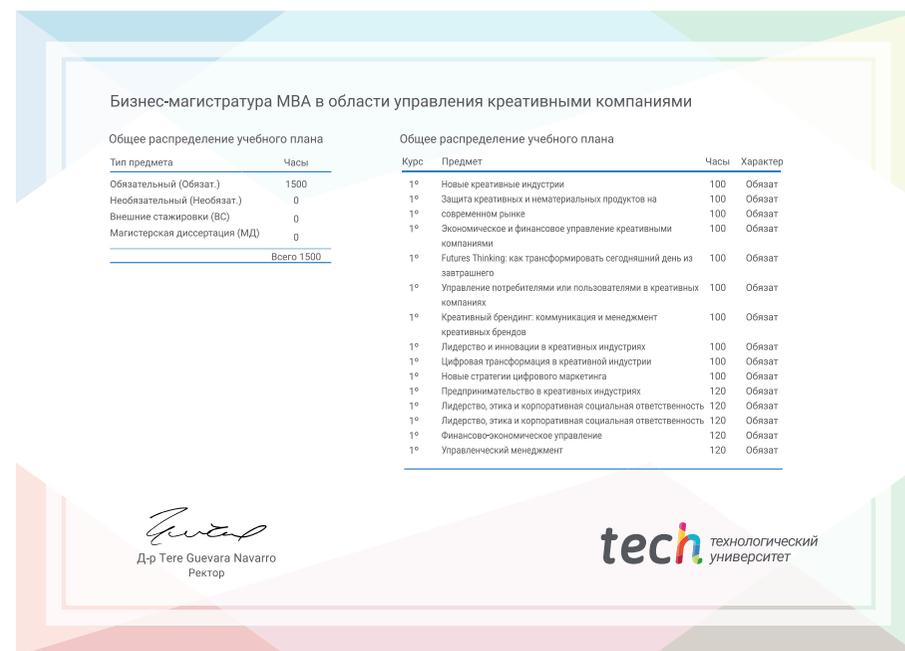
Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Бизнес-магистратура, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.



Диплом: **Бизнес-магистратура MBA в области управления креативными компаниями**

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 Институты

Знания Настоящее Качество

Веб обучение креативными компаниями

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический университет

Бизнес-магистратура
MBA в области управления
креативными компаниями

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

Бизнес-магистратура

МВА в области управления креативными компаниями