

# Бизнес-магистратура

## МВА в области управления туристическим бизнесом





## Бизнес-магистратура МВА в области управления туристическим бизнесом

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: профессионалов с подтвержденным опытом работы в данном секторе

Веб-доступ: [www.techtute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-tourism-company-managment](http://www.techtute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-tourism-company-managment)

# 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. 72
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					<hr/>		<hr/>
					стр. 76		стр. 80

# 01

# Добро пожаловать

Менеджмент в туризме требует глобальных знаний о секторе, а также о смежных областях, таких как продвижение или маркетинг, что позволяет специалистам развивать необходимые организаторские и лидерские навыки. Необходимо учитывать, что этот сектор находится в постоянном развитии и в нем необходимо соблюдать очень высокие критерии качества, чтобы удовлетворить потребности туристов. По этой причине ТЕСН разработал эту интенсивную и специальную программу по управлению туристическим бизнесом, с помощью которой руководители расширят свои знания и добьются профессионального успеха. Помимо инновационных методик обучения, в рамках этой университетской программы вы получите 10 эксклюзивных *мастер-классов*, которые будут проводиться с максимальной строгостью известным приглашенным международным лектором.



МВА в области управления туристическим бизнесом  
ТЕСН Технологический университет



“

*Благодаря этому обучению вы получите в свое распоряжение 10 обширных мастер-классов, которые проведет выдающийся и опытный приглашенный лектор международного уровня”*

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 Технологическом университете



### Иновации

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 последиplomного 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 последиplomных 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 в области туризма, а также для развития новых компетенций и навыков, которые будут необходимы для профессионального развития студента. После окончания программы вы сможете принимать глобальные решения с инновационной перспективой и международным мировоззрением.



““

*Одна из наших основных задач — помочь вам  
развить необходимые навыки для стратегического  
управления туристическим бизнесом”*

**TECH делает цели своих студентов своими собственными**  
**Мы работаем вместе для достижения этих целей**

Программа МВА в области управления туристическим бизнесом позволит студентам:

01

Понимать особенности управления культурой

04

Понимать и применять концепции сегментации и позиционирования

02

Ознакомиться с основными инициативами по укреплению культурного наследия

03

Понимать важность лояльности клиентов для туристических продуктов и маркетинга взаимоотношений

05

Разобраться в основных понятиях туризма в связи с историей, экономикой, культурой, обществом и устойчивостью

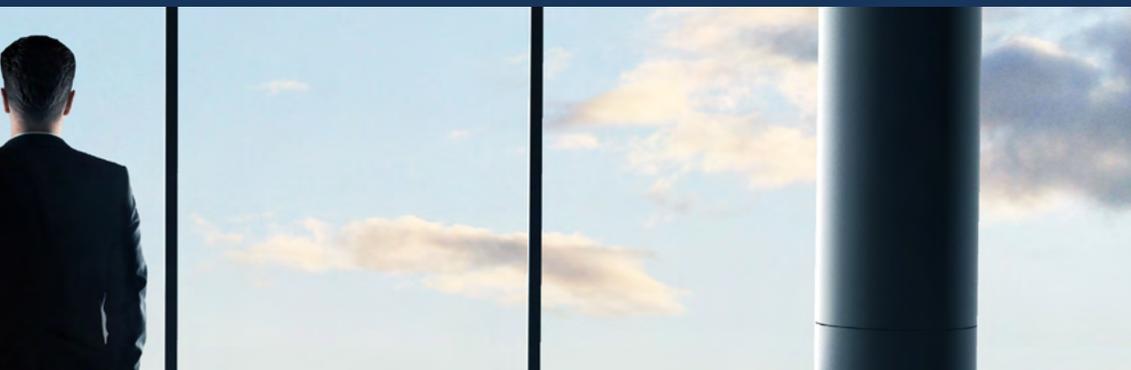


06

Понять эволюцию туризма в различных сценариях его развития и в текущем контексте

08

Знать эволюцию маркетинга от его основополагающих принципов до нынешней версии 4.0.



09

Изучить основные понятия в системах и процессах рекламной коммуникации и связей с общественностью, разграничивая их по отношению к другим смежным академическим и профессиональным областям

07

Изучить структуру туристических рынков и их последствия для социального, экономического и экологического аспекта

10

Развивать навыки, необходимые для профессиональной практики, в основном путем создания механизмов для повышения творческого потенциала, интеллектуальной любознательности, ответственности и уважения человеческого достоинства

11

Изучить государственное управление туристическими направлениями с точки зрения различных инструментов вмешательства и планирования туризма

12

Изучить компетенции и функции органов управления инновационной политикой

13

Научиться отбирать и использовать актуальную и полезную информацию из сферы туризма

14

Научиться разрабатывать стратегии развития туристических продуктов и дестинаций



15

Знать и понимать правовое содержание различных областей, составляющих правовую базу туризма

16

Знать структуры, функции и политико-административные цели, которые развивают их деятельность в сфере туризма

17

Знать официальные источники информации, которые государственная администрация предоставляет для ознакомления с нормативными актами и постановлениями по вопросам туризма

18

Приобрести необходимые навыки для критического анализа правовых вопросов в различных ситуациях, возникающих в управлении туризмом



05

# Компетенции

После прохождения аттестации по программе MBA в области управления туристическим бизнесом специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной дидактической методологии.



“

*Эта программа позволит вам приобрести навыки, необходимые для успешной работы в области планирования и управления туризмом”*

01

Управлять и руководить различными видами туристических предприятий

02

Определять и управлять туристическими объектами и направлениями

03

Управлять территорией туризма в соответствии с принципами устойчивого развития

04

Организовывать и использовать информацию из различных контекстов для оценки влияния правовой среды на управление туризмом

05

Применять содержание дисциплины "Связи с общественностью" в туризме посредством критического мышления и размышлений на основе анализа содержания и конкретных примеров



06

Анализировать международную стандартизацию: инициативы в области международной стандартизации и ключевые игроки

08

Распознавать психографические профили людей в их поведении как потребителей услуг отдыха и туризма

09

Понимать процесс принятия решения о покупке и факторы, влияющие на него

07

Проанализировать инновационные модели и стандартизацию творческих процессов инноваций

10

Интерпретировать модели поведения потребителей



11

Проанализировать и осмыслить современные социальные условия, опосредующие взаимосвязь между рекламным сообщением и психологическими характеристиками потребителей

13

Определять инструменты, используемые в настоящее время для анализа посещаемости сайта



12

Определять форматы интернет-рекламы и их взаимосвязь

14

Изучать политические и административные структуры туризма

15

Изучить различные подсектора туризма и их функционирование в туристических направлениях по всему миру

17

Использовать разные маркетинговые стратегии



16

Анализировать воздействие, оказываемое туристической деятельностью

18

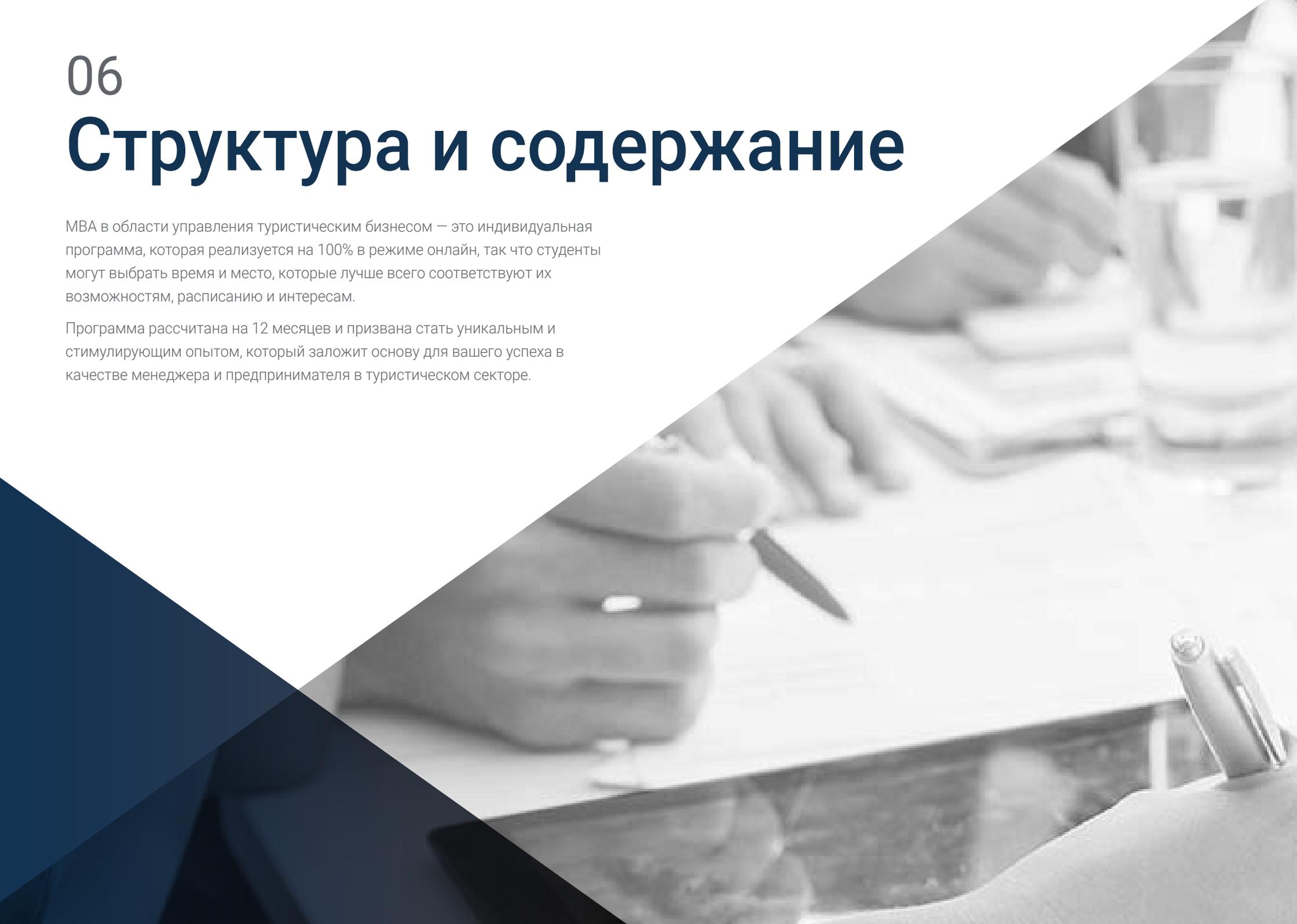
Правильно проводить SWOT-анализ

06

# Структура и содержание

МВА в области управления туристическим бизнесом — это индивидуальная программа, которая реализуется на 100% в режиме онлайн, так что студенты могут выбрать время и место, которые лучше всего соответствуют их возможностям, расписанию и интересам.

Программа рассчитана на 12 месяцев и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве менеджера и предпринимателя в туристическом секторе.



“

*Наша учебная программа даст вам возможность быть в курсе последних событий в этой области”*

## Учебный план

МВА в области управления туристическим бизнесом в ТЕСН Технологический университет — это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению бизнес-задач и принятию решений как на национальном, так и на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 2700 часов обучения студенты будут анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, добиваясь глубокого усвоения материала, что позволит им развить свои навыки в этой области и применять их в своей повседневной работе. Таким образом, это настоящее погружение в реальные ситуации туристического бизнеса.

Эта программа углубленно изучает различные области бизнеса и предназначена для подготовки менеджеров, которые понимают планирование туризма со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для профессионалов, направленный на их профессиональное совершенствование и готовящий их к достижению совершенства в управлении бизнесом и администрировании в сфере туризма. 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 позволит вам приобрести навыки решения критических ситуаций творческим и эффективным способом.

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

<b>Модуль 1.</b>	Управление культурным наследием
<b>Модуль 2.</b>	Основы маркетинга
<b>Модуль 3.</b>	Структура туристских рынков
<b>Модуль 4.</b>	Интерактивная туристическая реклама и коммуникация
<b>Модуль 5.</b>	Управление качеством и инновации в туризме
<b>Модуль 6.</b>	Поведение потребителей
<b>Модуль 7.</b>	Реклама и связи с общественностью
<b>Модуль 8.</b>	Государственное управление туристическими направлениями
<b>Модуль 9.</b>	Консалтинг и исследования в области туризма
<b>Модуль 10.</b>	Туристическое право и законодательство
<b>Модуль 11.</b>	Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
<b>Модуль 12.</b>	Управление персоналом и талантами
<b>Модуль 13.</b>	Финансово-экономическое управление
<b>Модуль 14.</b>	Управленческий менеджмент



### Где, когда и как учиться?

TECH предлагает возможность пройти данную Специализированную магистратуру MBA в области управления туристическим бизнесом полностью в онлайн-режиме. 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. Управление культурным наследием

<p><b>1.1. Введение в культурное наследие</b></p> <p>1.1.1. Туризм и культурное наследие</p> <p>1.1.2. Ресурсы культурного туризма</p>	<p><b>1.2. Устойчивость как ориентир в туризме и культурном наследии</b></p> <p>1.2.1. Концепция городской устойчивости</p> <p>1.2.2. Устойчивое развитие туризма и культуры</p>	<p><b>1.3. Ёмкость туристических объектов и ее применение в туристических направлениях</b></p> <p>1.3.1. Концептуализация</p> <p>1.3.2. Измерения ёмкости туристических объектов</p> <p>1.3.3. Кейс-стади</p> <p>1.3.4. Подходы и предложения по изучению ёмкости туристических объектов</p>	<p><b>1.4. Использование туристами пространства</b></p> <p>1.4.1. Потoki посетителей и объекты туристического наследия</p> <p>1.4.2. Общие модели туристической мобильности и использования пространства</p> <p>1.4.3. Туризм и объекты наследия: эффекты и проблемы, возникающие в связи с туристическими потоками.</p>
<p><b>1.5. Задачи управления пространством</b></p> <p>1.5.1. Стратегии диверсификации туристического использования пространства</p> <p>1.5.2. Меры по управлению туристическим спросом</p> <p>1.5.3. Улучшение наследия и контроль доступности</p> <p>1.5.4. Управление посетителями на пространствах наследия со сложными моделями посещения. Кейс-стади</p>	<p><b>1.6. Продукт культурного туризма</b></p> <p>1.6.1. Городской и культурный туризм</p> <p>1.6.2. Культура и туризм</p> <p>1.6.3. Трансформации на рынке культурных путешествий</p>	<p><b>1.7. Политика сохранения наследия</b></p> <p>1.7.1. Международные нормы и стандарты</p> <p>1.7.2. Региональное законодательство</p>	<p><b>1.8. Управление культурными ресурсами в туристической зоне</b></p> <p>1.8.1. Продвижение и управление городским туризмом</p> <p>1.8.2. Управление туризмом наследия</p> <p>1.8.3. Государственное и частное управление</p>
<p><b>1.9. Трудоустройство в культурном туризме</b></p> <p>1.9.1. Особенности трудоустройства в культурном туризме</p> <p>1.9.2. Образование и профили в культурном туризме</p> <p>1.9.3. Туристический гид и интерпретация наследия</p>	<p><b>1.10. Кейс-стади историй успеха в управлении культурным наследием в сфере туризма</b></p> <p>1.10.1. Стратегии культурного и туристического развития местного наследия</p> <p>1.10.2. Ассоциативное управление государственным проектом</p> <p>1.10.3. Анализ посещаемости как инструмент культурного менеджмента</p> <p>1.10.4. Местная политика по развитию туризма и основные культурные достопримечательности</p> <p>1.10.5. Местное планирование и управление туризмом в городе всемирного наследия</p>		

## Модуль 2. Основы маркетинга

<p><b>2.1. Введение в маркетинг</b></p>	<p><b>2.2. Маркетинг в компании: стратегический и операционный. Маркетинговый план</b></p>	<p><b>2.3. Деловая среда и рынок организаций</b></p>	<p><b>2.4. Поведение потребителей</b></p>
<p><b>2.5. Этапы процесса потребительской покупки</b></p>	<p><b>2.6. Сегментация рынка в организационной стратегии</b></p>	<p><b>2.7. Критерии сегментации потребительского и промышленного рынков</b></p>	<p><b>2.8. Рынок спроса и предложения. Оценка сегментации</b></p>

2.9. Маркетинг-микс

2.10. Современные стратегии управления портфелем продуктов. Стратегии роста и конкурентного маркетинга

2.11. Компоненты маркетинговой информационной системы

2.12. Понятие, цели, применение и источники маркетинговых исследований

2.13. Методология проведения маркетингового исследования

**Модуль 3. Структура туристских рынков**

**3.1. Введение в туризм**

- 3.1.1. Понятие туризма, происхождение и эволюция
- 3.1.2. Определения туризма
- 3.1.3. Виды туризма
- 3.1.4. Жизненный цикл туристского продукта
- 3.1.5. Устойчивый туризм

**3.2. Туризм во времени**

- 3.2.1. История туризма до XX века
- 3.2.2. Современный туризм (XX и XXI век)

**3.3. Планирование туризма**

- 3.3.1. Процесс территориального планирования туризма
- 3.3.2. Инструменты планирования туризма: План развития туризма (ПРТ)
- 3.3.3. Устойчивость как критерий планирования туризма

**3.4. Экономика туризма**

- 3.4.1. Производственный процесс в туризме
- 3.4.2. Важность экономических последствий туризма
- 3.4.3. Платежный баланс туризма

**3.5. Туристические потоки**

- 3.5.1. Международные туристические потоки
- 3.5.2. Туристические направления и исходные рынки

**3.6. Туристический спрос**

- 3.6.1. Расчет туристического спроса
- 3.6.2. Въездной туризм
- 3.6.3. Выездной туризм
- 3.6.4. Факторы, обуславливающие туристический спрос
- 3.6.5. Сезонный характер спроса
- 3.6.6. Тенденции туристического спроса

**3.7. Туристское предложение**

- 3.7.1. Анализ туристского предложения
- 3.7.2. Обеспечение туристическими ресурсами: природными и культурными
- 3.7.3. Туристское предложение в связи с технологическими инновациями: новые бизнес-модели
- 3.7.4. Устойчивый туризм в применении к туристскому предложению.

**3.8. Туристическое предприятие**

- 3.8.1. Концепция туристического предприятия
- 3.8.2. Типы туристических предприятий
- 3.8.3. Среда деятельности туристического предприятия

**3.9. Введение в основные подсектора туризма**

- 3.9.1. Гостиничный сектор
- 3.9.2. Сектор общественного питания
- 3.9.3. Туристические агентства и туроператоры
- 3.9.4. Воздушный транспорт
- 3.9.5. Дополнительные услуги

**3.10. Структура туристического рынка**

- 3.10.1. Структура мирового туристического рынка: глобализация
- 3.10.2. Структура рынка международного туризма
- 3.10.3. Структура внутреннего туристического рынка
- 3.10.4. Структура регионального туристического рынка

#### Модуль 4. Интерактивная туристическая реклама и коммуникация

<b>4.1. Введение: обзор Интернета</b> 4.1.1. Трансформация моделей туристического бизнеса	<b>4.2. Основы цифрового маркетинга. Цифровая стратегия</b> 4.2.1. Стратегии цифрового маркетинга для туристической компании	<b>4.3. Социальные сети и СМИ. Facebook. Twitter. Instagram</b>	<b>4.4. Стратегия и управление контентом. Blogger. Wordpress. Medium. About.me</b>
<b>4.5. Цифровые метрики. Веб-аналитика 2.0</b>	<b>4.6. Mobile и Apps</b>	<b>4.7. Реклама и цифровые носители</b>	<b>4.8. Поисковые системы. SEO. SEM. Google AdSense. Google AdWords</b>
<b>4.9. Коммуникация 2.0. Онлайн-репутация. Комьюнити-менеджмент</b>	<b>4.10. Email-маркетинг</b>		

#### Модуль 5. Управление качеством и инновации в туризме

<b>5.1. Управление качеством услуг</b> 5.1.1. Качество услуг 5.1.2. Характеристики и измерения качества услуг 5.1.3. Качество с точки зрения клиентов. Уровни качества	<b>5.2. Управление качеством туристических услуг</b> 5.2.1. Основы управления качеством 5.2.2. Системы управления качеством 5.2.3. Качество как инструмент управления 5.2.4. Системы управления качеством 5.2.5. Системы всеобщего управления качеством 5.2.6. Национальная и международная стандартизация качества	<b>5.3. Введение в качество: концепции и эволюция</b> 5.3.1. Качество обслуживания в секторе туризма 5.3.2. Концепции качества 5.3.3. Эволюция концепции качества 5.3.4. Измерения и принципы концепции качества 5.3.5. Процесс обеспечения качества для внутренних и внешних потребителей	<b>5.4. Основные теории качества</b> 5.4.1. Теории качества, применяемые к сектору туризма 5.4.2. Всеобщее управление качеством (Деминг) 5.4.3. Всеобщее управление качеством (Джуран) 5.4.4. Всеобщее управление качеством (Кросби) 5.4.5. Всеобщее управление качеством (Фейгенбаум) 5.4.6. Всеобщее управление качеством (Исикава) 5.4.7. Всеобщее управление качеством (Тагути) 5.4.8. Всеобщее управление качеством (TQM) в применении к сектору туризма
<b>5.5. Затраты на качество на предприятиях туризма</b> 5.5.1. Понятие и классификация затрат, связанных с качеством 5.5.2. Затраты, возникающие в результате неудач 5.5.3. Отмена профилактических мероприятий 5.5.4. Расходы, связанные с мониторингом и оценками 5.5.5. Кривая общих затрат, связанных с качеством 5.5.6. Важность управления затратами на качество в туристической компании	<b>5.6. Анализ, диагностика, планирование и контроль качества в туризме</b> 5.6.1. Процесс качественного обслуживания туристического обслуживания 5.6.2. Разработка и внедрение системы качества в туристической компании 5.6.3. Этапы процесса внедрения системы качества	<b>5.7. Процессы внедрения системы качества и охраны окружающей среды</b> 5.7.1. Интерпретация стандарта 5.7.2. Внедрение процессов и руководств по качеству 5.7.3. Инструменты качества 5.7.4. Планы по совершенствованию 5.7.5. Внутренний и внешний аудит	<b>5.8. Качество туризма</b> 5.8.1. Качество в государственной и региональной политике в области туризма 5.8.4. Стандарты UNE и ISO в области качества туризма 5.8.5. Международные стандарты качества туризма

**5.9. Управление качеством в сфере туристических услуг**

- 5.9.1. Качество туристических услуг и восприятие клиентов
- 5.9.2. Методы выявления удовлетворенности потребителей
- 5.9.3. Онлайн-управление репутацией предложений и жалоб
- 5.9.4. Модель SERQUAL применительно к туристическому предприятию
- 5.9.5. Модель HOTELQUAL

**5.10. Инновации в туристическом секторе**

- 5.10.1. Управление инновациями
- 5.10.2. Введение в инновации
- 5.10.3. Виды инноваций. Инновации в процессах управления
- 5.10.4. Инновационный менеджмент: стратегии
- 5.10.5. Стандартизация в НИОКР

**Модуль 6. Поведение потребителей**
**6.1. Знание рынка и потребителя**
**6.2. CRM и реляционный маркетинг**
**6.3. Маркетинг баз данных и управление отношениями с клиентами**
**6.4. Психология и поведение потребителей**
**6.5. Области управления CRM**
**6.6. Маркетинг, ориентированный на потребителя**
**6.7. Методы управления CRM**
**6.8. Преимущества и недостатки внедрения CRM**
**Модуль 7. Реклама и связи с общественностью**
**7.1. Реклама и связи с общественностью: концептуальные основы**

- 7.1.1. Что такое убеждающая коммуникация?
- 7.1.2. Понятие и аспекты рекламы и связей с общественностью

**7.2. Исторический подход к феномену рекламы и связей с общественностью**

- 7.2.1. Современные новые тенденции в рекламе. Актуальные области применения PR
- 7.2.2. Спонсорство, меценатство, лоббирование, реклама

**7.3. Основы системы и процесса рекламы**

- 7.3.1. Отправитель в рекламе: рекламодатель и рекламное агентство
- 7.3.2. Общие характеристики процесса

**7.4. Сообщение в рекламе**

- 7.4.1. Рекламные сообщения в обычных СМИ

**7.5. Канал в рекламе: средства массовой информации, медиа и рекламные формы**

- 7.5.1. Обычные медиа и медиа *below the line*

**7.6. Получатель в рекламе: целевая аудитория**

- 7.6.1. Поведение потребителей: обусловленные факторы

**7.7. Основы рекламного процесса**

- 7.7.1. Стратегическое планирование рекламы
- 7.7.2. Предварительный этап: брифинг и цели рекламы
- 7.7.3. Креативная стратегия. Медиа-стратегия

**7.8. Основы системы и процесса связей с общественностью**

- 7.8.1. Отправитель в связях с общественностью
- 7.8.2. Связи с общественностью в организациях
- 7.8.3. Компания по связям с общественностью

**7.9. Сообщение в сфере связей с общественностью**

- 7.9.1. Копирайтинг в сфере связей с общественностью
- 7.9.2. Выступление в сфере связей с общественностью

**7.10. Канал в связях с общественностью**

- 7.10.1. Личные и массовые СМИ
- 7.10.2. Получатель в сфере связей с общественностью
- 7.10.3. Стратегическая аудитория по связям с общественностью

**Модуль 8. Государственное управление туристическими направлениями**

**8.1. Туристическая политика**

- 8.1.1. Туристическая политика: понятие и обоснование ее использования

**8.2. Административная организация туризма**

- 8.2.1. Политико-административные рамки для планирования туристических объектов
- 8.2.2. Планирование как функция туристской политики

**8.3. Управление туристическими направлениями**

- 8.3.1. Модели управления туристическими направлениями на уровне стран, регионов и государств, городов и объектов

**8.4. Важность руководства в управлении**

- 8.4.1. Перспективы политики туризма с участием местного населения

**8.5. Модели управления местным туризмом**

- 8.5.1. Секторальные инструменты и территориальные планы
- 8.5.2. Процесс территориального планирования для туризма
- 8.5.3. Территориальные планы по туризму. Кейс-стади

**8.6. Туристические обсерватории как индикаторы государственного управления**

- 8.6.1. Отчеты по макротуризму
- 8.6.2. Качественные и количественные отчеты о проделанной работе
- 8.6.3. Конкретные исследования

**8.7. Кластеры и инновационные бизнес-ассоциации**

- 8.7.1. Определение инновационного кластера бизнес-ассоциаций
- 8.7.2. Преимущества и стратегии принадлежности к инновационному кластеру

**8.8. Умные направления туризма**

- 8.8.1. Понятие умных направлений туризма
- 8.8.2. Сеть умных направлений

**Модуль 9. Консалтинг и исследования в области туризма**

**9.1. Исследования в области туризма**

- 9.1.1. Источники информации в секторе туризма
- 9.1.2. Методы обработки информации

**9.2. Методологии исследования туризма**

- 9.2.1. Эмпирические исследования туризма: научный метод и процесс исследования
- 9.2.2. Качественный подход: инструменты
- 9.2.3. Количественный подход: инструменты

**9.3. Исследования, применяемые в туризме**

- 9.3.1. Обработка официальных статистических источников
- 9.3.2. Анализ документов и изображений

**9.4. Исследовательские отчеты в сфере туризма**

- 9.4.1. Исследовательский проект
- 9.4.2. Отчет об исследовании

**9.5. Управление туристическими проектами**

- 9.5.1. Анализ, формулирование и реализация стратегий
- 9.5.2. Изучение рынка
- 9.5.3. Техническое исследование
- 9.5.4. Экономическое исследование
- 9.5.5. Оценка проектов

**9.6. Туристические направления**

- 9.6.1. Разработка и стратегия развития туристических направлений
- 9.6.2. Создание туристического продукта
- 9.6.3. Изучение туристического рынка
- 9.6.4. Развитие туристического направления
- 9.6.5. План развития туризма

**9.7. Маркетинг туристического направления**

- 9.7.1. Продвижение туристического направления
- 9.7.2. Туристический брендинг
- 9.7.3. Оффлайн и онлайн менеджмент туристического направления

**9.8. Анализ кейсов по стратегическому менеджменту**

- 9.8.1. Стратегические альянсы
- 9.8.2. Адаптация к изменяющейся среде
- 9.8.3. Технологии для туристических направлений
- 9.8.4. Конкурентные стратегии в секторе авиаперевозок

**9.9. Туристический консалтинг**

- 9.9.1. Определение и эволюция консалтинга
- 9.9.2. Основные понятия консультационной деятельности
- 9.9.3. Техники работы консультанта
- 9.9.4. Управление проектом
- 9.9.5. Туристический консалтинг

**9.10. Модуль консалтинга по вопросам направлений**

- 9.10.1. Методы консалтинга по вопросам направлений
- 9.10.2. Консалтинг туристического бизнеса
- 9.10.3. Типология действий
- 9.10.4. Выявление возможностей для бизнеса
- 9.10.5. Создание продукта и маркетинг

**Модуль 10. Туристическое право и законодательство****10.1. Введение**

- 10.1.1. Введение
- 10.1.2. Концепция туризма
- 10.1.3. Концепция туристского права
- 10.1.4. Законодательство о туризме

**10.2. Право**

- 10.2.1. Исходная система
- 10.2.2. Концепция права
- 10.2.3. Исходная система. Нормативная иерархия
- 10.2.4. Закон, понятие и виды

**10.3. Характеристики**

- 10.3.1. Пользователь: понятие, требования и классы
- 10.3.2. Общие принципы права
- 10.3.3. Юриспруденция и аналогия
- 10.3.4. Эффективность закона, незнание закона и уклонение от закона

**10.4. Основные институты гражданского права**

- 10.4.1. Гражданское право: понятие и виды
- 10.4.2. Физическое и юридическое лицо
- 10.4.3. Обязательство
- 10.4.4. Контракты

**10.5. Компания, предприниматель и организованный экономический оператор. Коммерческие компании**

- 10.5.1. Коммерческое право. Понятие
- 10.5.2. Источники коммерческого права
- 10.5.3. Бизнес и предприниматель
- 10.5.4. Социальный предприниматель

**10.6. Законодательство о туризме: распределение полномочий между государством и регионом в вопросах туризма**

- 10.6.1. Управление по туризму. Функции
- 10.6.2. Разделение компетенций в области туризма

**10.7. Субъекты туризма. Размещение туристов (I): гостиничные предприятия**

- 10.7.1. Введение: понятие и классификация мест размещения туристов
- 10.7.2. Гостиничные заведения
- 10.7.3. Основа классификации гостиничных предприятий
- 10.7.4. Первая группа - отели
- 10.7.5. Вторая группа - апарт-отели
- 10.7.6. Третья группа - пансионаты
- 10.7.7. Специализация гостиниц
- 10.7.8. Требования директора

**10.8. Субъекты туризма. Размещение туристов (II): не гостиничные учреждения**

- 10.8.1. Апартаменты для туристов
- 10.8.2. Туристические кемпинги
- 10.8.3. Размещение в сельской местности

**10.9. Административная деятельность по ограничению в сфере туризма. Туристическая инспекция**

- 10.9.1. Административный контроль в сфере туризма
- 10.9.2. Основание и характер полномочий туристической инспекции
- 10.9.3. Инспектор по туризму
- 10.9.4. Планы и инструменты для проведения инспекций

**10.10. В частности, туристические контракты. Регулирование и содержание**

- 10.10.1. Туристические контракты. Общие сведения
- 10.10.2. Контракт на пакетное путешествие
- 10.10.3. Договор на приобретение прав таймшера на недвижимое имущество для туристического использования

- 10.10.4. Договор на оказание индивидуальных услуг
- 10.10.5. Договор об условном резерве
- 10.10.6. Договор страхования туристов
- 10.10.7. Договор на размещение
- 10.10.8. Договор на управление гостиницей

**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 персоналом по компетенциям**

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

**12.3. Оценка работоспособности и управление ею**

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

**12.4. Инновации в управлении талантами и людьми**

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

**12.5. Мотивация**

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

**12.6. Развитие высокоэффективных команд**

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

**12.7. Управление изменениями**

- 12.7.1. Управление изменениями
- 12.7.2. Тип процессов управления изменениями
- 12.7.3. 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 связям 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 бизнес-интеллект**

- 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



*Полный учебный план, который откроет вам двери в многообещающее профессиональное будущее"*

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.



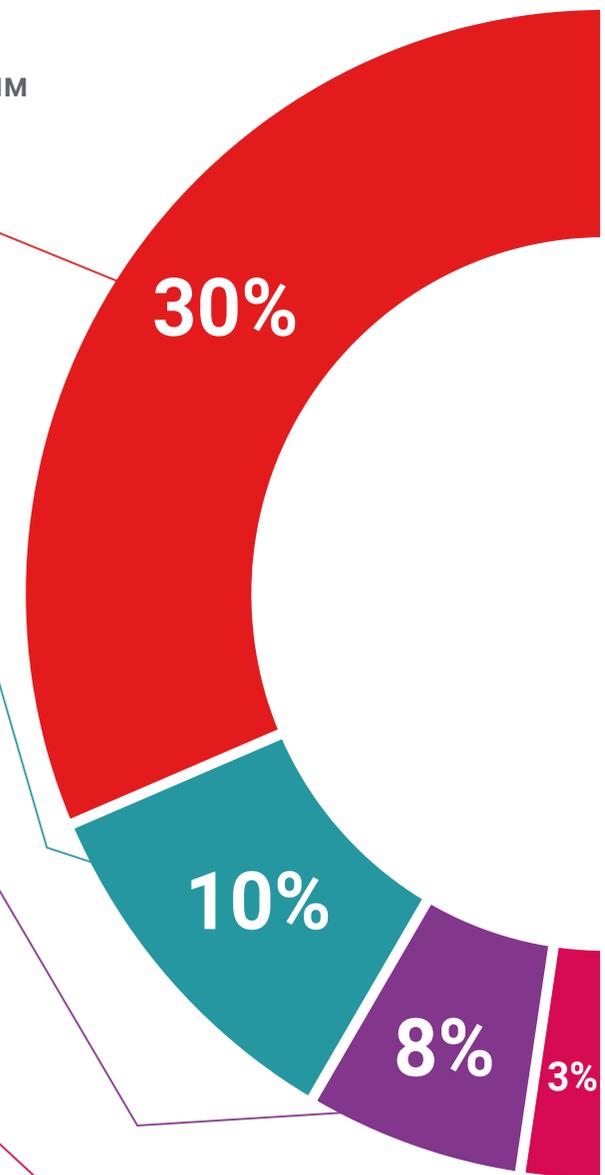
#### Практика управленческих навыков

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

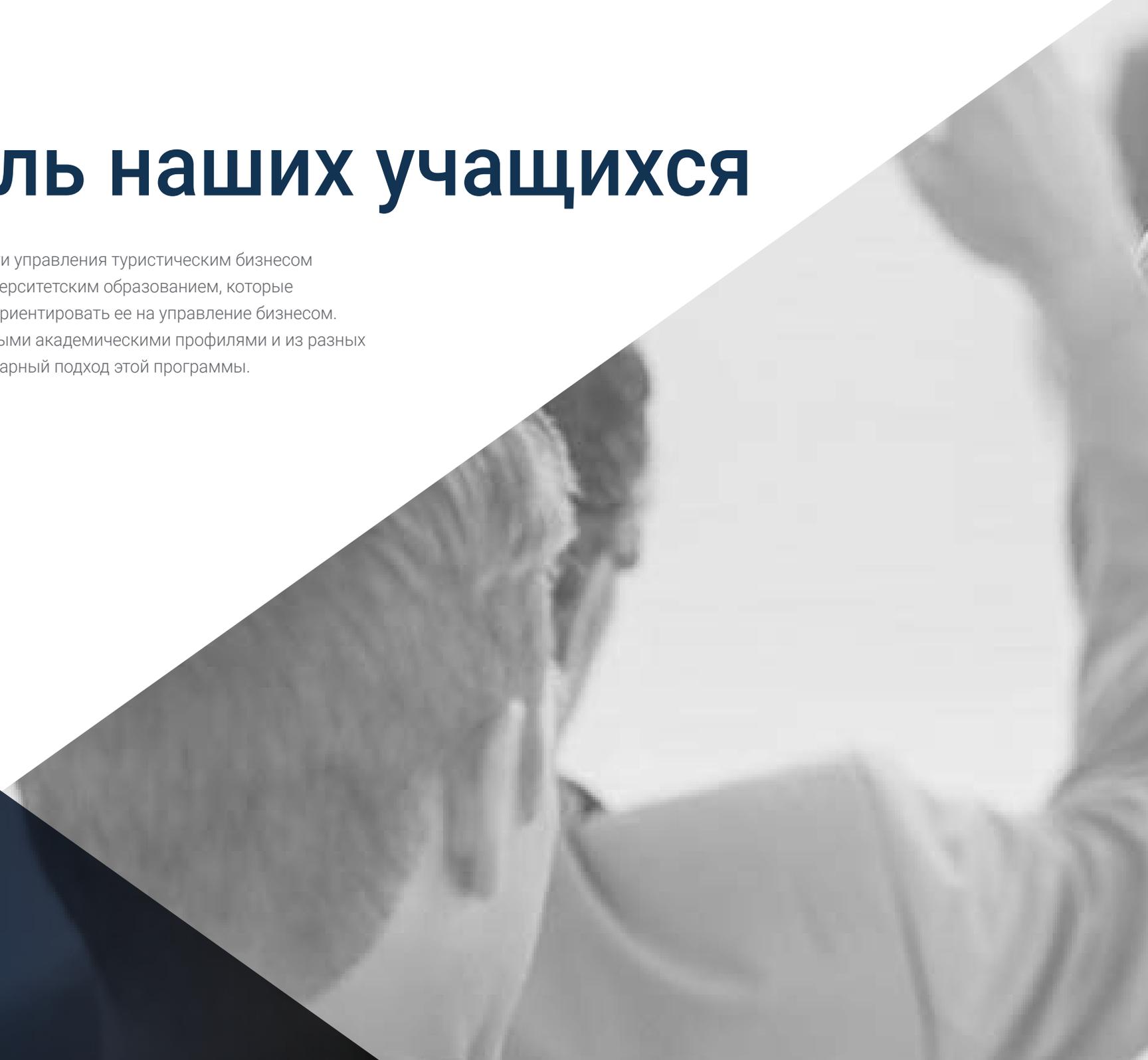
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

# Профиль наших учащихся

Данная программа MBA в области управления туристическим бизнесом предназначена для людей с университетским образованием, которые хотят изменить свою карьеру и ориентировать ее на управление бизнесом. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



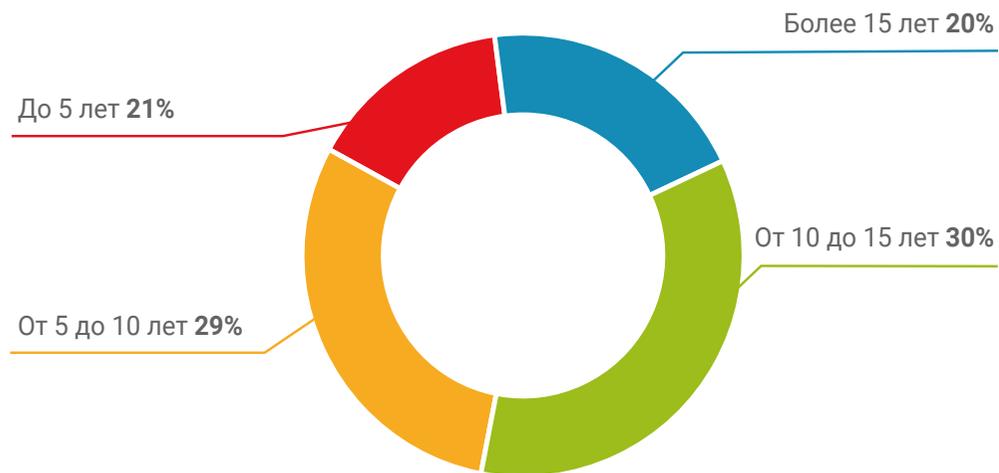
“

*Мы ищем профессионалов в области туризма, которые хотят расширить свою подготовку с помощью самой полной программы на рынке на сегодняшний день”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



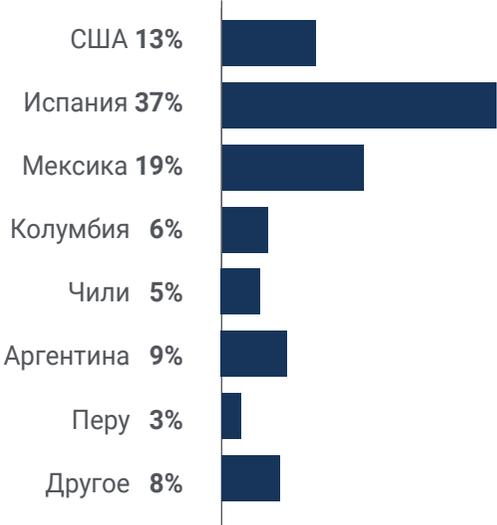
## Образование



## Академический профиль



### Географическое распределение



## Сильвия Родригес

Руководитель туристической компании

*"Знания в области планирования и управления туризмом необходимы всем профессионалам в этом секторе, поскольку они помогают приобрести специальные навыки и глубокое понимание среды, в которой мы работаем. Поэтому прохождение этой программы TECH дало мне возможность повысить свою квалификацию и сделать рывок в своей профессии"*

09

# Руководство курса

Эта программа TESH гарантирует профессиональное мастерство и лучшие навыки руководства бизнесом благодаря преподавательскому составу. Все эксперты, составляющие эту академическую команду, имеют большой опыт в руководстве, управлении и координации гостиничных и туристических услуг и инфраструктур. Поэтому, благодаря теоретическим и практическим знаниям, студенты этой программы получают доступ к наиболее эффективным организационным стратегиям и инструментам, используемым в настоящее время в этом конкурентном секторе.



“

*Благодаря ТЕСН у вас будет преподавательский состав с большим опытом работы в области управления и руководства туристическими компаниями”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Благодаря обширной профессиональной карьере, посвященной миру гостиничного бизнеса и туризма, доктор Макаранд Моды считается признанным экспертом в области управления и координации проектов для этого сектора. Этот бизнес-лидер получил международное признание благодаря своему вкладу в область экономики сотрудничества и проводит различные исследования по пересечению этих услуг с другими областями, такими как здравоохранение.

Эксперт неоднократно получал награды за свои научные заслуги, например, он имеет официальное признание Международного общества преподавателей путешествий и туризма (ISTTE). Он также работал в отелях, авиакомпаниях, агентствах и проводил маркетинговые исследования для различных компаний. Его карьера связана с гостиничным бизнесом в таких странах, как Индия, Великобритания, Швейцария и США. Таким образом, он накопил комплексное понимание бизнеса и менеджмента, основанное на реальном мире, но концептуально обоснованное.

С другой стороны, эксперт публикуется в ведущих журналах в этой области, таких как International Journal of Contemporary Hospitality Management, Tourism Management, Journal of Service Management и других. В то же время он регулярно выступает на конференциях, курсах и специализированных семинарах, анализируя такие актуальные вопросы, как влияние Airbnb на инфраструктуру путешествий и размещения.

Кроме того, этот профессор является руководителем программ и директором по исследованиям в Школе гостиничного администрирования Бостонского университета. В этой роли он возглавляет работу по созданию возможностей для сотрудничества с другими организациями и компаниями.

Макаранд Моды получил степень доктора в Университете Пердью и степень магистра в Университете Стратклайд в Шотландии. Он является членом Международной ассоциации продаж и маркетинга в гостиничном бизнесе и Международного совета по гостиничному бизнесу, общественному питанию и институциональному образованию.



## Д-р Моди, Макаранд

- Директор по исследованиям Школы гостиничного администрирования Бостонского университета, США
- Руководитель программ бакалавриата в Школе гостиничного администрирования Бостонского университета, Бостон, Массачусетс
- Директор отдела качественных исследований рынка в IMRB International, Мумбаи
- Аналитик по вопросам качества в авиакомпании Kingfisher Airlines, Мумбаи
- Сотрудник по обучению в отеле Hyatt Regency Mumbai
- Советник редакционного совета таких научных журналов, как Journal of Hospitality & Tourism Research и Tourism Economics
- Степень доктора в области управления гостеприимством и туризмом Университета Пердью
- MBA по управлению человеческими ресурсами в сфере туризма и гостиничного бизнеса Университета Стратклайд, Глазго, Шотландия
- Степень бакалавра в области управления гостеприимством в Школе управления гостиничным бизнесом Kohinoor-IMI, Индия, и Университетском центре IMI, Люцерн, Швейцария
- Член: Международная ассоциация маркетинга и продаж в сфере гостиничного бизнеса, Международный совет по гостиничному, ресторанному и институциональному образованию, Центр ответственных путешествий

“

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

## Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области технологического рекрутинга и стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка **Fortune 50**, включая **NBCUniversal** и **Comcast**. Ее послужной список позволил ей добиться успеха в конкурентной среде с высокими темпами роста.

В качестве вице-президента по привлечению талантов в **Mastercard** она отвечает за стратегию и реализацию программы привлечения талантов, сотрудничая с бизнес-лидерами и отделом кадров для достижения операционных и стратегических целей найма. В частности, она стремится создать разнообразные, инклюзивные и высокопроизводительные команды, которые будут способствовать инновациям и росту продуктов и услуг компании. Кроме того, она является экспертом в использовании инструментов для привлечения и удержания лучших специалистов со всего мира. Она также отвечает за усиление бренда и ценностного предложения **Mastercard** через публикации, мероприятия и социальные сети.

Дженнифер Дав демонстрирует свою приверженность постоянному профессиональному развитию, активно участвуя в работе сетей HR-специалистов и принимая участие в принятии на работу большого количества сотрудников в различных компаниях. Получив степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами, она занимала руководящие должности в сфере рекрутинга в компаниях различных направлений.

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



## Г-жа Дав, Дженнифер

---

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



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

## Приглашенный руководитель международного уровня

Лидер в области технологий с десятилетним опытом работы в крупных транснациональных корпорациях, Рик Готье занимает видное место в сфере облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как высокоэффективный лидер и руководитель команды, демонстрирующий природный талант обеспечивать высокий уровень вовлеченности своих сотрудников.

Рик Готье прекрасно разбирается в стратегии и инновациях, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свои успехи качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-службы компании в США. В Microsoft он руководил командой из 104 человек, отвечая за обеспечение корпоративной ИТ-инфраструктуры и поддержку отделов разработки продуктов по всей компании.

Этот опыт позволил ему выделиться как высокоэффективному руководителю с выдающимися способностями к повышению эффективности, производительности и общей удовлетворенности клиентов.



## Г-н Готье, Рик

---

- Региональный директор по ИТ в Amazon, Сиэтл, США
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент компании Wimmer Solutions
- Старший директор по продуктивным инженерным услугам в Microsoft
- Диплом по кибербезопасности университета Western Governors University
- Технический сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
- Степень бакалавра наук в области экологических исследований в Эвергринском государственном колледже

“

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

## Приглашенный руководитель международного уровня

Роми Арман — известный международный эксперт с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. За свою долгую карьеру он не раз шел на риск и постоянно выступал за инновации и изменения в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Он помог таким компаниям, как Shell Energy, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют скрытый эффект, поскольку позволили нескольким корпорациям улучшить опыт потребителей, сотрудников и акционеров. Успех этого эксперта можно оценить с помощью таких осязаемых показателей, как CSAT, вовлеченность сотрудников в работу учреждений, в которых он работал, и рост финансового показателя EBITDA в каждом из них.

Кроме того, в своей профессиональной карьере он возвращал и возглавлял высокоэффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В частности, в Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать "экономически эффективную декарбонизацию" и перестроить фрагментированный ландшафт цифровых и технологических данных. Таким образом, его усилия показали, что для достижения устойчивого успеха необходимо исходить из потребностей потребителей и закладывать основы для трансформации процессов, данных, технологий и культуры.

С другой стороны, руководитель выделяется своим мастерством в области бизнес-применения искусственного интеллекта, в области которого он имеет степень последипломного образования, полученную в Лондонской школе бизнеса. В то же время он накопил опыт в области IoT и Salesforce.



## Г-н Арман, Роми

---

- Директор по цифровой трансформации (CDO) в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (ОЕМ-производители автомобилей и розничная торговля) компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре
- Степень бакалавра Университета Лидса
- Диплом последипломного образования по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена от Лондонской школы бизнеса
- Сертификация CCXP Customer Experience Professional
- Курс по цифровой трансформации для руководителей в IMD

“

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

## Приглашенный руководитель международного уровня

Мануэль Аренс — опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. В действительности Аренс занимает должность **менеджера по глобальным закупкам** в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он проработал большую часть своей карьеры. Находясь в Маунтин-Вью (Калифорния), он занимался решением таких операционных задач технологического гиганта, как обеспечение целостности основных данных, обновление данных о поставщиках и определение их приоритетности. Он руководил планированием цепочки поставок центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что позволило добиться значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области предоставления цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиааналитику, измерения и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе BIM Leadership Award, Search Leadership Award, Export Lead Generation Programme Award и EMEA Best Sales Model Award.

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

Мануэль возглавлял команды в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт управления клиентами и цепочками поставок. Его особенно отмечают за то, что он постоянно превосходит ожидания, **выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации**, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения проблем отрасли сделали его выдающимся лидером в своей области.



## Г-н Аренс, Мануэль

---

- Менеджер по глобальным закупкам в области Google, Маунтин-Вью, США
- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B, Google, США
- Директор по продажам в Google, Ирландия
- Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- Кредиторская задолженность в Eaton, Великобритания
- Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия



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

## Приглашенный руководитель международного уровня

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

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

В качестве директора по глобальному бренду и мерчандайзингу **Giorgio Armani** он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли и потребностей и поведения потребителей. В этой роли Ла Сала также отвечал за формирование маркетинга продукции на различных рынках, выступая в качестве руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж.

С другой стороны, в таких компаниях, как **Calvin Klein** или **Gruppo Coin**, он занимался проектами, направленными на развитие структуры, разработки и маркетинга различных коллекций. Он также отвечал за составление эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Кроме того, он управлял условиями, стоимостью, процессами и сроками поставки для различных операций.

Благодаря этому опыту Андреа Ла Сала стал одним из ведущих и наиболее квалифицированных корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши. Благодаря высокому управленческому потенциалу ему удалось эффективно реализовать позитивное позиционирование различных брендов и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



## Г-н Ла Сала, Андреа

---

- ♦ Глобальный директор по марке и мерчандайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- ♦ Директор по мерчандайзингу 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 руководитель международного уровня

Мик Грам является синонимом инноваций и передового опыта в области бизнес-аналитики на международном уровне. Его успешная карьера связана с руководящими должностями в таких транснациональных корпорациях, как **Walmart** и **Red Bull**. Он также известен своей способностью **определять новые технологии**, которые в долгосрочной перспективе окажут долгосрочное влияние на корпоративную среду.

С другой стороны, руководитель считается пионером в использовании методов **визуализации данных**, которые упрощали сложные массивы, делая их доступными и облегчая принятие решений. Это умение стало основой его профессионального профиля, превратив его в желанного сотрудника для многих организаций, делающих ставку на **сбор информации и выработку конкретных действий** на ее основе.

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

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как **Университет Беркли** в США и **Копенгагенский университет** в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых компетенций. Таким образом, он стал считаться прирожденным **лидером новой глобальной экономики**, в центре которой — стремление к данным и их безграничным возможностям.



## Г-н Грам, Мик

---

- Директор по бизнес-аналитике и аналитике в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики в Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Cargemini
- Старший аналитик в Nordea
- Старший консультант по бизнес-аналитике в SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Executive MBA в области электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавр и магистр математики и статистики в Копенгагенском университете



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

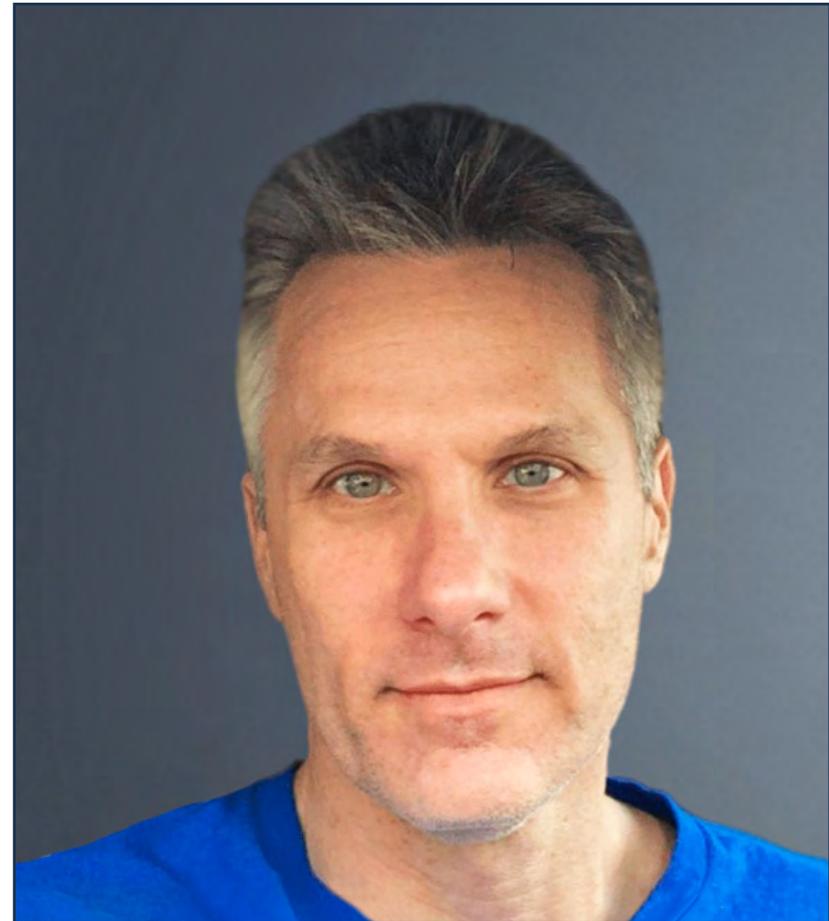
## Приглашенный руководитель международного уровня

Скотт Стивенсон — выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. В этой должности он играл ключевую роль в контроле логистики и творческих рабочих процессов на различных цифровых платформах, включая социальные, поисковые, *дисплейные* и линейные медиа.

Его руководство сыграло решающую роль в разработке стратегий производства платных медиа, что привело к заметному улучшению показателей конверсии в компании. В то же время он занимал и другие должности, такие как директор по маркетинговым услугам и менеджер по трафику в той же транснациональной компании во время своего предыдущего руководства.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по продаже цифровой недвижимости. Он также отвечал за внедрение операционных стратегий, связанных с формированием, завершением и доставкой звукового и графического контента для телевизионных рекламных роликов и *трейлеров*.

Кроме того, он получил степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды и степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области коммуникации и повествования. Он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию искусственного интеллекта в бизнесе. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере маркетинга и цифровых медиа.



## Г-н Стивенсон, Скотт

---

- Директор по маркетингу цифровых технологий в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма Калифорнийского университета
- Степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды

“

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

## Приглашенный руководитель международного уровня

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 посты, 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.



## Г-н Найквист, Эрик

---

- Директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент по стратегическому планированию, NASCAR
- Старший директор по деловым вопросам NASCAR
- Исполнительный вице-президент, франшиза 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
- Степень доктора права 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

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. По этой причине ТЕСН направляет все свои усилия и инструменты в ваше распоряжение, чтобы вы приобрели необходимые навыки и способности, которые позволят вам добиться этих изменений.



“

*Если вы стремитесь к позитивным изменениям в своей профессиональной карьере, в TECH мы предоставляем в ваше распоряжение все наши инструменты, чтобы помочь вам достичь этого”*

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

МВА в области управления туристическим бизнесом в ТЕСН Технологический университет — это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению бизнес-задач и принятию решений как на национальном, так и на международном уровне. Главная цель — способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Поэтому в ТЕСН найдут свое место те, кто стремится к самосовершенствованию, позитивным изменениям на профессиональном уровне и общению с лучшими.

*Сделайте профессиональный скачок вперед, пройдя обучение по этой программе МВА в области управления туристическим бизнесом.*

*Узнайте об основных проблемах планирования туризма и работайте над тем, чтобы ваш бизнес был успешным.*

## Время профессиональных перемен для наших студентов



## Что изменится



## Повышение заработной платы

---

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



11

# Преимущества для вашей компании

Программа MBA в области управления туристическим бизнесом способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Это программа, которая готовит студентов к достижению профессионального роста через высшую квалификацию, гарантированную университетом ТЕСН. Кроме того, обучение по этой магистратуре — это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой вы сможете найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.





“

*Это дает новые стратегии для управления туризмом”*

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



““

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

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

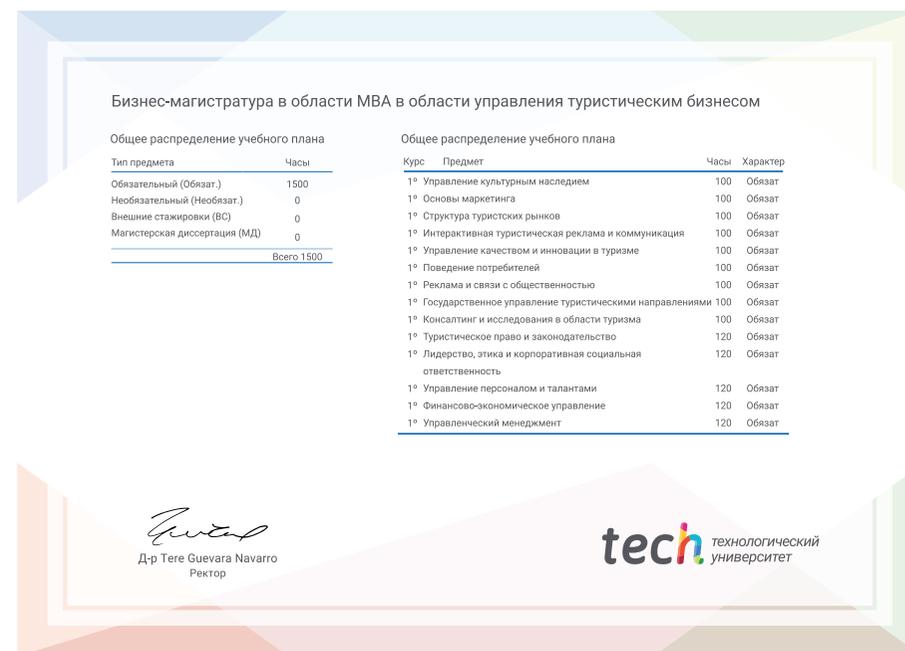
После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Бизнес-магистратура в области MBA в области управления туристическим бизнесом**

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.



## Бизнес-магистратура МВА в области управления туристическим бизнесом

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

# Бизнес-магистратура

## МВА в области управления туристическим бизнесом