

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент
в логистике

ММАДЛ



tech технологический
университет



tech технологический
университет

Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент в логистике

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

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

Оглавление

01

Презентация программы

стр. 4

02

Почему стоит учиться
в TECH?

стр. 8

03

Учебный план

стр. 12

04

Цели обучения

стр. 32

05

Возможности карьерного
роста

стр. 38

06

Методика обучения

стр. 42

07

Преподавательский
состав

стр. 52

08

Квалификация

стр. 72

01

Презентация программы

Управление рисками стало критически важным элементом для высшего менеджмента в сфере логистики, особенно в бизнес-среде, характеризующейся высокой волатильностью. В этом контексте недавний отчет, подготовленный Международным валютным фондом, показывает, что 60% сбоев в глобальных цепочках поставок вызваны неожиданными событиями, такими как экономические колебания или природные катастрофы. В ответ на эту реальность профессионалы должны овладеть современными методологиями для выявления этих рисков и разработки стратегий их минимизации, чтобы обеспечить операционную устойчивость организаций. С учетом этого TECH запускает инновационную онлайн-программу университетского уровня, сфокусированную на передовых техниках оптимизации цепочки поставок. Кроме того, престижные приглашенные лекторы международного уровня проведут инновационные *мастер-классы*.



“

Благодаря этой Профессиональной магистерской специализации на 100% вы сможете эффективно управлять логистическими операциями, чтобы повысить эффективность организации, сократить расходы и повысить конкурентоспособность на рынке”

Логистика является ключевым элементом создания ценности в современных компаниях. Поэтому стратегические решения затрагивают все аспекты операций — от снабжения до дистрибуции. Однако, с учетом растущей глобализации рынков, предприятиям необходимо внедрять гибкие и эффективные логистические модели, способные адаптироваться к изменяющейся среде. В связи с этим специалистам требуется всестороннее понимание процессов оценки высшего менеджмента в логистике, основанное на стратегическом планировании, технологических инновациях и управлении цепочками поставок.

В этом контексте ТЕСН разработал передовую программу Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в логистике. Созданная ведущими экспертами отрасли, эта учебная программа охватывает широкий спектр тем: от основ управленческого менеджмента и внедрения в бизнес передовых технологий, таких как *big data*, до самых современных методов оптимизации цепочек дистрибуции. Таким образом, студенты приобретут продвинутые технические навыки для эффективного управления логистическими операциями в глобальной и конкурентной среде.

Что касается методологии обучения, программа основана на системе *Relearning*, разработанной ТЕСН, которая гарантирует глубокое усвоение сложных концепций. Важно отметить, что для доступа к Виртуальному кампусу специалистам нужен только устройство с выходом в интернет, где их ждет множество мультимедийных ресурсов, включая обучающие видеоматериалы. Кроме того, признанные приглашенные лекторы международного уровня проведут эксклюзивные *мастер-классы*.

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

- Разбор практических кейсов, представленных специалистами в области высшего менеджмента в логистике
- Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- Особое внимание уделяется инновационным методикам в области финансовой практики
- Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Известные приглашенные международные лекторы проведут интенсивные мастер-классы, на которых представят самые инновационные стратегии для оптимизации эффективности логистических операций”

“

Характерная для TECH система Relearning позволит вам учиться в своем собственном темпе, не завися от внешних ограничений в обучении”

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

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

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

Вы будете обладать обширными знаниями в области управления цепочками поставок и передового опыта в сфере логистики.

Вы будете руководить проектами, направленными на оптимизацию устойчивости, качества и устойчивости логистической деятельности.

TRAD
METHODO



AGILE



02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

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



“

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

Лучший онлайн-университет в мире по версии FORBES

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

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Самые полные учебные программы в университетской среде

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

Лучший международный преподавательский состав

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

Profesorado
TOP
Internacional

La metodología
más eficaz

Уникальный метод обучения

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

Крупнейший цифровой университет в мире

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

Официальный онлайн-университет NBA

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

Лидеры по трудоустройству

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



Google Partner Premier

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



Университет, получивший самые высокие оценки от своих студентов

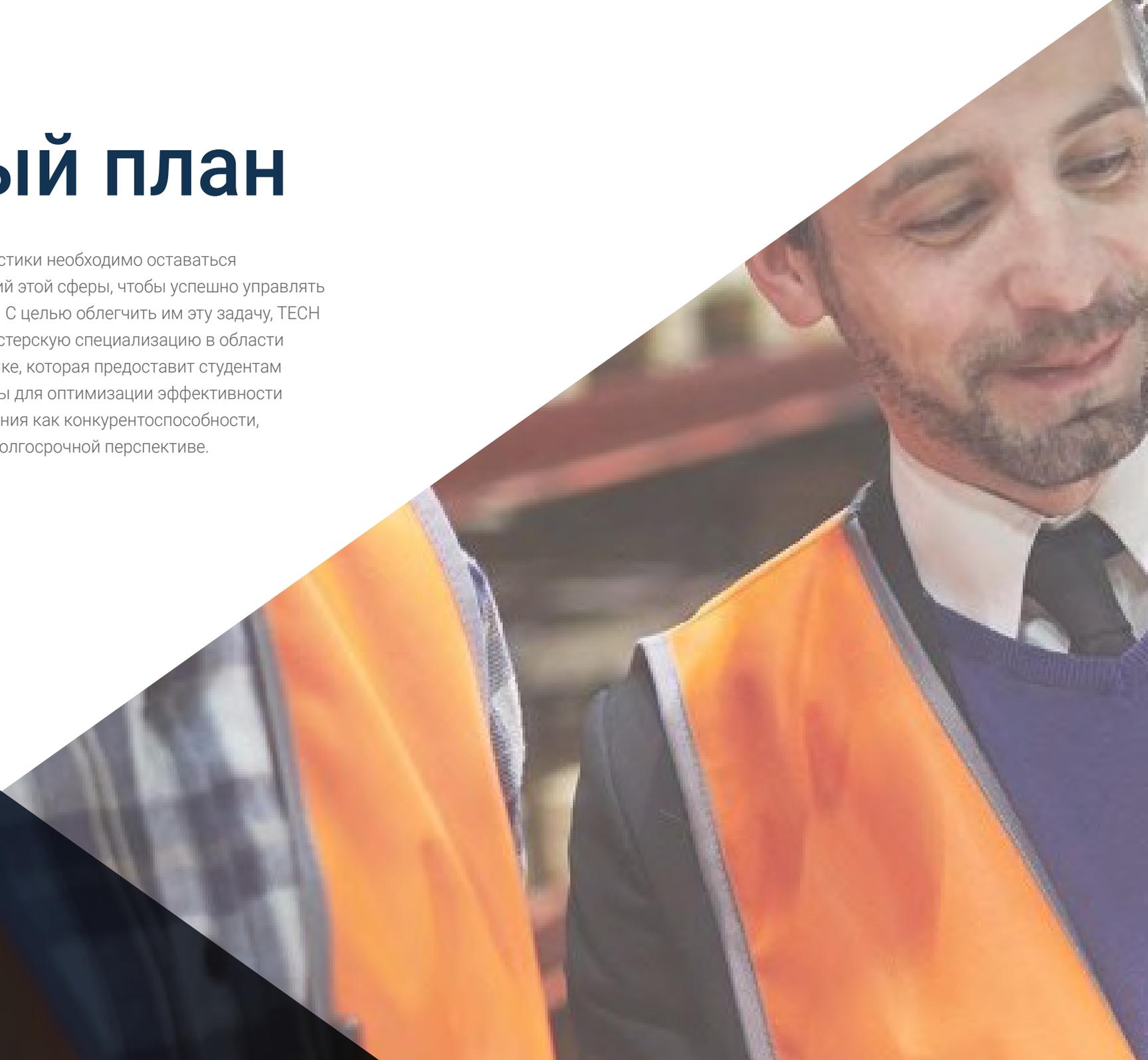
Крупнейшие рейтинговые сайты признали TECH самым высоко оцененным университетом в мире по мнению его студентов. Данные платформы с отзывами, известные своей надежностью и престижем благодаря строгой проверке и валидации подлинности каждого мнения, присвоили TECH исключительно высокие оценки. Эти рейтинги ставят TECH в качестве абсолютного университета-эталона на международном уровне.



03

Учебный план

Профессионалам в области логистики необходимо оставаться на передовой новейших тенденций этой сферы, чтобы успешно управлять различными бизнес-операциями. С целью облегчить им эту задачу, TESH создал Профессиональную магистерскую специализацию в области высшего менеджмента в логистике, которая предоставит студентам самые современные инструменты для оптимизации эффективности цепочки поставок и стимулирования как конкурентоспособности, так и инноваций организаций в долгосрочной перспективе.



“

Вы будете использовать самые сложные методы предиктивной аналитики для выявления опасных факторов в цепочке поставок и разработки стратегий, обеспечивающих операционную устойчивость”

Модуль 1. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

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

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

Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

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

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

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

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

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

- 3.22. Инновации в управлении талантами и людьми
 - 3.22.1. Инновации в организациях
 - 3.22.2. Новые задачи для отдела кадров
 - 3.22.3. Управление инновациями
 - 3.22.4. Инструменты для инноваций
- 3.23. Управление знаниями и талантами
 - 3.23.1. Управление знаниями и талантами
 - 3.23.2. Внедрение управления знаниями
- 3.24. Трансформация человеческих ресурсов в цифровую эпоху
 - 3.24.1. Социально-экономический контекст
 - 3.24.2. Новые формы организации бизнеса
 - 3.24.3. Новые методологии

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- 4.1. Экономическая среда
 - 4.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
 - 4.1.2. Финансовые учреждения
 - 4.1.3. Финансовые рынки
 - 4.1.4. Финансовые активы
 - 4.1.5. Прочие организации финансового сектора
- 4.2. Финансирование компании
 - 4.2.1. Источники финансирования
 - 4.2.2. Виды затрат на финансирование
- 4.3. Управленческий учет
 - 4.3.1. Основные понятия
 - 4.3.2. Активы компании
 - 4.3.3. Обязательства компании
 - 4.3.4. Чистая стоимость компании
 - 4.3.5. Подсчет результатов
- 4.4. От общего бухгалтерского учета к учету затрат
 - 4.4.1. Элементы калькуляции затрат
 - 4.4.2. Расходы в целом и учет затрат
 - 4.4.3. Классификация затрат
- 4.5. Информационные системы и бизнес-аналитика
 - 4.5.1. Основы и классификация
 - 4.5.2. Этапы и методы распределения затрат
 - 4.5.3. Выбор центра затрат и эффекта
- 4.6. Бюджет и управленческий контроль
 - 4.6.1. Модель бюджета
 - 4.6.2. Капитальный бюджет
 - 4.6.3. Операционный бюджет
 - 4.6.5. Бюджет денежных средств
 - 4.6.6. Мониторинг бюджета
- 4.7. Управление казначейством
 - 4.7.1. Учет оборотного капитала и потребности в оборотном капитале
 - 4.7.2. Расчет операционных потребностей в денежных средствах
 - 4.7.3. *Кредитный менеджмент*
- 4.8. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.8.1. Основные понятия налогообложения
 - 4.8.2. Корпоративный подоходный налог
 - 4.8.3. Налог на добавленную стоимость
 - 4.8.4. Прочие налоги, связанные с коммерческой деятельностью
 - 4.8.5. Бизнес как помощник в работе государства
- 4.9. Системы управления предприятием
 - 4.9.1. Анализ финансовой отчетности
 - 4.9.2. Баланс компании
 - 4.9.3. Счет прибылей и убытков
 - 4.9.4. Отчет о движении денежных средств
 - 4.9.5. Анализ соотношений
- 4.10. Финансовый менеджмент
 - 4.10.1. Финансовые решения компании
 - 4.10.2. Финансовый отдел
 - 4.10.3. Денежные излишки
 - 4.10.4. Риски, связанные с управлением финансами
 - 4.10.5. Управление рисками в финансовом менеджменте

- 4.11. Финансовое планирование
 - 4.11.1. Определение финансового планирования
 - 4.11.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
 - 4.11.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
 - 4.11.4. Таблица движения денежных средств
 - 4.11.5. Таблица оборотных активов
- 4.12. Корпоративная финансовая стратегия
 - 4.12.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
 - 4.12.2. Продукты корпоративного финансирования
- 4.13. Макроэкономический контекст
 - 4.13.1. Макроэкономический контекст
 - 4.13.2. Соответствующие экономические показатели
 - 4.13.3. Механизмы контроля макроэкономических масштабов
 - 4.13.4. Экономические циклы
- 4.14. Стратегическое финансирование
 - 4.14.1. Самофинансирование
 - 4.14.2. Увеличение собственных средств
 - 4.14.3. Гибридные ресурсы
 - 4.14.4. Финансирование через посредников
- 4.15. Деньги и рынки капитала
 - 4.15.1. Денежный рынок
 - 4.15.2. Рынок фиксированного дохода
 - 4.15.3. Рынки акций
 - 4.15.4. Валютный рынок
 - 4.15.5. Рынок деривативов
- 4.16. Финансовый анализ и планирование
 - 4.16.1. Анализ бухгалтерского баланса
 - 4.16.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
 - 4.16.3. Анализ рентабельности
- 4.17. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 4.17.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Руководство и управление операциями
 - 5.1.1. Роль операций
 - 5.1.2. Влияние операций на управление бизнесом
 - 5.1.3. Введение в стратегию операций
- 5.2. Организация производства и логистика
 - 5.2.1. Отдел организации производства
- 5.3. Структура и типы производства (MTS, MTO, ATO, ETO и т.д.)
 - 5.3.1. Производственная система
 - 5.3.2. Стратегия производства
 - 5.3.3. Системы управления инвентаризацией
 - 5.3.4. Производственные показатели
- 5.4. Структура и виды закупок
 - 5.4.1. Функции закупок
 - 5.4.2. Управление закупками
 - 5.4.3. Виды закупок
 - 5.4.4. Эффективное управление закупками компании
 - 5.4.5. Этапы процесса принятия решения о покупке
- 5.5. Экономический контроль закупок
 - 5.5.1. Экономическое влияние покупок
 - 5.5.2. Центр затрат
 - 5.5.3. Бюджетирование
 - 5.5.4. Сопоставление бюджетирования с фактическими расходами
 - 5.5.5. Инструменты контроля бюджета
- 5.6. Контроль складских операций
 - 5.6.1. Контроль инвентаризации
 - 5.6.2. Система инвентаризации
 - 5.6.3. Методы управления запасами
 - 5.6.4. Система хранения
- 5.7. Стратегическое управление закупками
 - 5.7.1. Стратегия бизнеса
 - 5.7.2. Стратегическое планирование
 - 5.7.3. Стратегия закупок

- 5.8. Типологии цепочки поставок (SCM)
 - 5.8.1. Цепь поставок
 - 5.8.2. Выгоды от управления цепочками поставок
 - 5.8.3. Управление логистикой в цепочке поставок
 - 5.9. *Управление цепями поставок*
 - 5.9.1. Концепция управления цепочками поставок (SCM)
 - 5.9.2. Стоимость и эффективность цепочки операций
 - 5.9.3. Модели спроса
 - 5.9.4. Операционная стратегия и изменения
 - 5.10. Взаимодействие SCM со всеми областями
 - 5.10.1. Взаимодействие в цепочке поставок
 - 5.10.2. Взаимодействие в цепочке поставок. Интеграция по частям
 - 5.10.3. Вопросы интеграции цепей поставок
 - 5.10.4. Цепочка поставок 4.0.
 - 5.11. Затраты на логистику
 - 5.11.1. Логистические затраты
 - 5.11.2. Проблемы логистических затрат
 - 5.11.3. Оптимизация логистических затрат
 - 5.12. Прибыльность и эффективность логистических цепей: KPI
 - 5.12.1. Логистическая цепь
 - 5.12.2. Рентабельность и эффективность логистической цепи
 - 5.12.3. Показатели прибыльности и эффективности цепи поставок
 - 5.13. Управление процессами
 - 5.13.1. Управление процессами
 - 5.13.2. Процессный подход: картирование процессов
 - 5.13.3. Улучшения в управлении процессами
 - 5.14. Распределение и транспортная логистика
 - 5.14.1. Распределение в цепи поставок
 - 5.14.2. Транспортная логистика
 - 5.14.3. Географические информационные системы как поддержка логистики
 - 5.15. Логистика и клиенты
 - 5.15.1. Анализ спроса
 - 5.15.2. Прогнозирование спроса и продаж
 - 5.15.3. Планирование продаж и операций
 - 5.15.4. Совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов (CPFR)
 - 5.16. Международная логистика
 - 5.16.1. Процессы экспорта и импорта
 - 5.16.2. Таможня
 - 5.16.3. Методы и средства международных платежей
 - 5.16.4. Международные логистические платформы
 - 5.17. *Аутсорсинг операций*
 - 5.17.1. Управление операциями и *аутсорсинг*
 - 5.17.2. Внедрение аутсорсинга в логистическую среду
 - 5.18. Конкурентоспособность в операциях
 - 5.18.1. Управление операциями
 - 5.18.2. Операционная конкурентоспособность
 - 5.18.3. Операционная стратегия и конкурентное преимущество
 - 5.19. Управление качеством
 - 5.19.1. Внутренние и внешние клиенты
 - 5.19.2. Затраты на качество
 - 5.19.3. Непрерывное совершенствование и философия Деминга
- Модуль 6. Управление информационными системами**
- 6.1. Технологические среды
 - 6.1.1. Технологии и глобализация
 - 6.1.2. Экономическая среда и технологии
 - 6.1.3. Технологическая среда и ее влияние на бизнес
 - 6.2. Информационные системы и технологии в бизнесе
 - 6.2.1. Эволюция ИТ-модели
 - 6.2.2. Организация и отдел информационных технологий
 - 6.2.3. Информационные технологии и экономическая среда

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

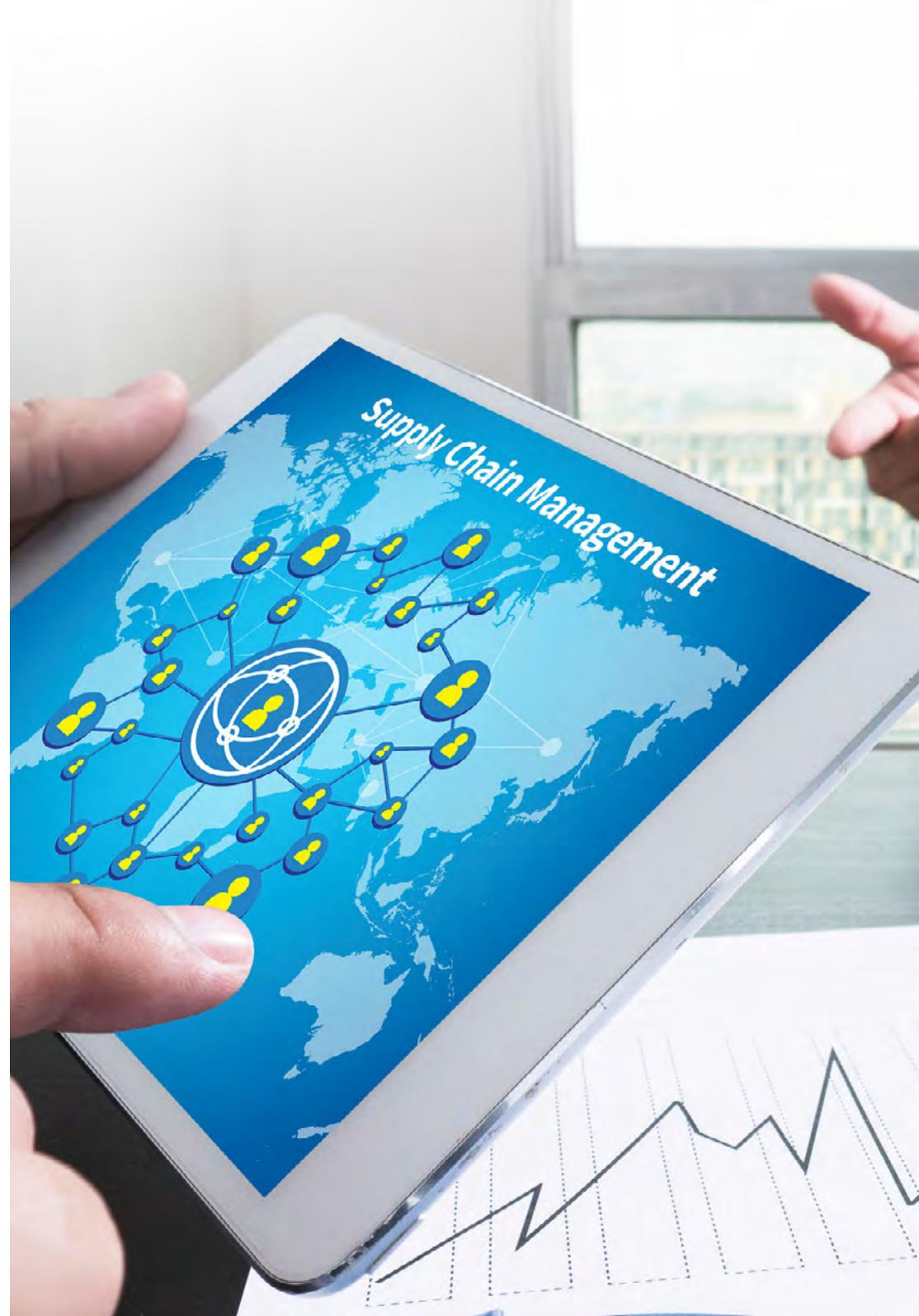
Модуль 7. Коммерческий менеджмент, стратегический маркетинг и корпоративные коммуникации

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

- 7.14. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.14.1. Программы мотивации, социальных акций, участия и обучения персонала
 - 7.14.2. Инструменты и средства внутренней коммуникации
 - 7.14.3. План внутренней коммуникации
- 7.15. Коммуникация и цифровая репутация
 - 7.15.1. Онлайн-репутация
 - 7.15.2. Как измерить цифровую репутацию?
 - 7.15.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
 - 7.15.4. Отчет о репутации онлайн
 - 7.15.5. *Брендинг онлайн*

Модуль 8. Исследование рынка, реклама и управление маркетингом

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





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

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

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

Модуль 9. Инновации и управление проектами

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

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

Модуль 10. Исполнительное руководство

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

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

Модуль 11. Видение компании

- 11.1. Миссия, видение, корпоративные ценности
 - 11.1.1. Задача, видение и ценности
 - 11.1.2. Их взаимосвязь с функциями операционного директора
 - 11.1.3. Примеры миссии, видения и ценностей в ведущих компаниях
- 11.2. Организация бизнеса: основные отделы
 - 11.2.1. Сведения об основных отделах
 - 11.2.2. Органы управления
 - 11.2.3. Влияние операционного директора на работу отделов
- 11.3. Коммерческая организация: торговля и управление коммерческой деятельностью
 - 11.3.1. Коммерческий отдел
 - 11.3.2. Отдел коммерческого управления
 - 11.3.3. Координация между коммерческим отделом и остальными подразделениями компании
- 11.4. Организация производства и логистика
 - 11.4.1. Отдел организации производства
 - 11.4.2. Отдел внутренней логистики
 - 11.4.3. Отдел внешней логистики
- 11.5. Управленческие функции и компетенции
 - 11.5.1. Отдел, возглавляемый операционным директором
 - 11.5.2. Функции операционного директора
 - 11.5.3. Компетентностный подход
- 11.6. Лидерство
- 11.7. Управление персоналом и команды по профилактике профессиональных рисков
 - 11.7.1. Управление человеческими ресурсами
 - 11.7.2. Управление командами
 - 11.7.3. План предотвращения профессиональных рисков
- 11.8. Горизонтальная и вертикальная коммуникация
 - 11.8.1. Горизонтальная коммуникация
 - 11.8.2. Вертикальная коммуникация
 - 11.8.3. Управленческая коммуникация
- 11.9. Расходы
 - 11.9.1. Учет затрат
 - 11.9.2. Различия между расходами, покупкой, инвестициями, платежами и затратами
 - 11.9.3. Типология и классификация затрат

- 11.10. Информационные системы
 - 11.10.1. Концепция маркетинговой информационной системы (МИС)
 - 11.10.2. Особенности МИС
 - 11.10.3. Информация в МИС
- 11.11. Индустрия 4.0. в кратко- и среднесрочной перспективе
 - 11.11.1. *Большие данные*
 - 11.11.2. IoT
 - 11.11.3. Аддитивное производство
- 11.12. Индустрия 4.0. в долгосрочной перспективе
 - 11.12.1. *Машинное обучение*
 - 11.12.2. Коллаборативная робототехника
 - 11.12.3. Дополненная реальность, виртуальная реальность и кибербезопасность

Модуль 2. Организация производства, закупок и складов

- 12.1. Структура и типы производства (MTS, MTO, ATO, ETO и т.д.)
 - 12.1.1. Система и стратегии производства
 - 12.1.2. Системы управления инвентаризацией
 - 12.1.3. Производственные показатели
- 12.2. Структура, виды и каналы сбыта
 - 12.2.1. Структура сбыта: организация, каналы и сектор
 - 12.2.2. Структура сбыта: офисы и группы сбыта
 - 12.2.3. Определение структуры продаж
- 12.3. Структура и виды закупок
 - 12.3.1. Функция закупок
 - 12.3.2. Управление закупками
 - 12.3.3. Процесс принятия решения о закупке
- 12.4. Проектирование производственных предприятий
 - 12.4.1. Промышленная архитектура и планировка
 - 12.4.2. Основные типы планировки
 - 12.4.3. Характеристики для подходящей планировки
- 12.5. Экономический контроль закупок
 - 12.5.1. Передовое проектирование складов
 - 12.5.2. *Комплектование и сортировка*
 - 12.5.3. Управление материальными потоками

- 12.6. Проектирование процессов
 - 12.6.1. Определение проектирования процессов
 - 12.6.2. Принципы проектирования процессов
 - 12.6.3. Моделирование процессов
- 12.7. Распределение ресурсов
 - 12.7.1. Введение в выделение ресурсов
 - 12.7.2. Управление проектами
 - 12.7.3. Распределение ресурсов
- 12.8. Контроль производственных операций
 - 12.8.1. Контроль процессов и их характеристики
 - 12.8.2. Примеры производственных процессов
 - 12.8.3. Промышленные средства управления
- 12.9. Контроль складских операций
 - 12.9.1. Складские операции
 - 12.9.2. Системы контроля и размещения запасов
 - 12.9.3. Методы управления запасами
- 12.10. Операции по обслуживанию
 - 12.10.1. Промышленное обслуживание и типология
 - 12.10.2. Планирование обслуживания
 - 12.10.3. Компьютерное управление техническим обслуживанием

Модуль 13. Управление операциями I: Планирование, производство и хранение

- 13.1. Прогнозирование спроса
 - 13.1.1. Система планирования и контроля производства
 - 13.1.2. Спрос и виды спроса
 - 13.1.3. Прогнозирование спроса и методология
- 13.2. Планирование ресурсов и производства. Вместимость
 - 13.2.1. Агрегатное планирование производства
 - 13.2.2. Система основного планирования производства
 - 13.2.3. Система грубого планирования производственных мощностей
- 13.3. Секвенирование
 - 13.3.1. Планирование потребности в материалах
 - 13.3.2. Планирование потребностей в производственной мощности
 - 13.3.3. Планирование производственных ресурсов (MRPII)

- 13.4. Подготовка производства
 - 13.4.1. Запуск и система контроля производственной деятельности
 - 13.4.2. Планирование производства
 - 13.4.3. Последовательность. Производственный контроль
- 13.5. Контроль обслуживания
 - 13.5.1. Контроль обслуживания
 - 13.5.2. Цикл контроля обслуживания
 - 13.5.3. Разработка плана обслуживания
- 13.6. *Бережливый склад*
 - 13.6.1. Введение в бережливое производство
 - 13.6.2. Структура Lean-системы
 - 13.6.3. Методы бережливого производства
- 13.7. Проектирование и управление складом
 - 13.7.1. Передовое проектирование складов
 - 13.7.2. *Комплектование и сортировка*
 - 13.7.3. Управление материальными потоками
- 13.8. Производственные затраты
 - 13.8.1. Производственные затраты
 - 13.8.2. Прочие общепроизводственные расходы
 - 13.8.3. Системы затрат
- 13.9. Затраты на хранение
 - 13.9.1. Введение в затраты на хранение
 - 13.9.2. Классификация затрат на хранение
 - 13.9.3. Оценка товарных запасов
- 13.10. Информационные системы в планировании и производстве
 - 13.10.1. Общие информационные системы
 - 13.10.2. Информационные системы в планировании и производстве
 - 13.10.3. Рыночные операции
- 13.11. Информационные системы для складов
 - 13.11.1. Информационные системы для складов
 - 13.11.2. Информационные технологии на складах
 - 13.11.3. Варианты рынка

Модуль 14. Управление операциями II: Логистика SCM

- 14.1. Разработка и управление цепями поставок
 - 14.1.1. Введение в цепь поставок: компоненты
 - 14.1.2. Проектирование цепей поставок
 - 14.1.3. Управление цепями поставок
- 14.2. Ключевые аспекты цепи поставок
 - 14.2.1. Эволюция цепей поставок
 - 14.2.2. Ключевые аспекты цепи поставок
 - 14.2.3. Оценка сценария
- 14.3. Разработка стратегического планирования в рамках цепи поставок
 - 14.3.1. Стратегическое проектирование цепи поставок
 - 14.3.2. Планирование цепи поставок
 - 14.3.3. Методология стратегического проектирования цепи поставок
- 14.4. Комплектация заказов
 - 14.4.1. Введение в комплектацию заказов
 - 14.4.2. Основные соображения по комплектации заказов
 - 14.4.3. Этапы комплектации заказов
- 14.5. Управление ресурсами. Производительность и графики
 - 14.5.1. Управление ресурсами и обучение персонала
 - 14.5.2. Методы управления ресурсами
 - 14.5.3. Графики
- 14.6. Планирование внешней логистики
 - 14.6.1. Введение в комплексную логистику
 - 14.6.2. Важность логистического планирования
 - 14.6.3. Ключевые моменты логистического планирования
- 14.7. Обратная логистика и устойчивое развитие
 - 14.7.1. Устойчивое развитие
 - 14.7.2. Обратная логистика
 - 14.7.3. Зеленая логистика
- 14.8. Международная логистика распределения
 - 14.8.1. Передовое проектирование складов
 - 14.8.2. Комплектование и сортировка
 - 14.8.3. Управление материальными потоками

- 14.9. Обслуживание клиентов
 - 14.9.1. Методики
 - 14.9.2. Показатели
 - 14.9.3. Взаимосвязь с логистикой
- 14.10. Бережливое управление
 - 14.10.1. Основы бережливого производства с применением в международной логистике
 - 14.10.2. Основные последствия и требования
 - 14.10.3. Другие методологии совершенствования процессов
- 14.11. Затраты в цепи поставок
 - 14.11.1. Проект по улучшению затрат (*Cost Cutting*)
 - 14.11.2. Этапы
 - 14.11.3. Практический кейс
- 14.12. Информационные системы
 - 14.12.1. Кейс Amazon
 - 14.12.2. Интеграция с Amazon
 - 14.12.3. Поток сообщений

Модуль 15. Управление операциями III: стратегическое управление закупками

- 15.1. Стратегическое управление закупками
 - 15.1.1. Стратегическое управление: преимущества и модели
 - 15.1.2. Стратегическое управление закупками и его факторы
 - 15.1.3. Стратегия закупок
- 15.2. Бережливое управление в процессах закупок
 - 15.2.1. Бережливая покупка
 - 15.2.2. Аутсорсинг в SCM
 - 15.2.3. Бережливое снабжение
- 15.3. Дизайн стратегии закупок
 - 15.3.1. Аутсорсинг
 - 15.3.2. Аутсорсинг процессов
 - 15.3.3. Глобализация
 - 15.3.4. Релокализация

- 15.4. *Аутсорсинг - инсорсинг*
 - 15.4.1. Модели и процессы закупок
 - 15.4.2. Модели сегментации
 - 15.4.3. Роль *электронных закупок*
- 15.5. Стратегические закупки
 - 15.5.1. Выбор поставщика и стратегия
 - 15.5.2. Получение стоимости от стратегического сорсинга
 - 15.5.3. Логистические операторы в сфере закупок
- 15.6. Управление транспортом и дистрибуцией
 - 15.6.1. Координация между транспортировкой и хранением
 - 15.6.2. Зоны логистической деятельности
- 15.7. *Глобальные цепочки поставок*
 - 15.7.1. Введение и классификация сложности цепей поставок
 - 15.7.2. Области возможностей в глобальных цепях поставок
 - 15.7.3. Тенденции развития глобальных цепей поставок
- 15.8. Управление импортом
 - 15.8.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
 - 15.8.2. Международные торговые институты и соглашения
 - 15.8.3. Управление предприятием и международные закупки
- 15.9. Инкотермс и международный документооборот
 - 15.9.1. Экспорт или развертывание
 - 15.9.2. Агентский договор, договор о дистрибуции и договор о международных продажах и закупках
 - 15.9.3. Промышленная и интеллектуальная собственность
 - 15.9.4. Классификация тарифов
- 15.10. Методы и средства международных платежей
 - 15.10.1. Выбор средств платежа
 - 15.10.2. Документарный аккредитив
 - 15.10.3. Банковская гарантия и документарный аккредитив
- 15.11. Затраты на стратегическое управление закупками
 - 15.11.1. Цепочка создания стоимости
 - 15.11.2. Затраты на закупки
 - 15.11.3. Оценка запасов

- 15.12. Информационные системы закупок
 - 15.12.1. Мастер-данные
 - 15.12.2. Процессы
 - 15.12.3. EDI-сообщения

Модуль 16. Управление операциями IV: качество

- 16.1. Принципы статистики применительно к контролю качества
 - 16.1.1. Введение
 - 16.1.2. Показатели центральной тенденции
 - 16.1.3. Меры дисперсии
- 16.2. Операционное определение дефекта
 - 16.2.1. Эволюция качества в SCM
 - 16.2.2. Определение, контроль и каталогизация дефектов
 - 16.2.3. Критерии для приема или отказа от продукции
- 16.3. Основные понятия контроля
 - 16.3.1. Определения
 - 16.3.2. Стандарт ISO 9001
 - 16.3.3. Требования стандарта ISO 9001
- 16.4. Контрольные графики по переменным и признакам
 - 16.4.1. Контроль по переменным и атрибутам
 - 16.4.2. Контрольные графики
 - 16.4.3. График ОС
- 16.5. Выборочный контроль
 - 16.5.1. Типологии
 - 16.5.2. Методология
 - 16.5.3. Размер выборки
- 16.6. Возможности процесса
 - 16.6.1. Сопутствующая статистика
 - 16.6.2. Вариабельность
 - 16.6.3. Показатель Cp
- 16.7. Six sigma. Методология и стратегии
 - 16.7.1. Определение понятия "шести сигм"
 - 16.7.2. Методология "шести сигм"
 - 16.7.3. Структура "шести сигм"

- 16.8. Стоимость качества
 - 16.8.1. Виды технической целесообразности
 - 16.8.2. Техническая целесообразность
 - 16.8.3. Пример использования
- 16.9. Информационные системы
 - 16.9.1. Внедрение качества ERP
 - 16.9.2. Контроль качества в событиях
 - 16.9.3. Периодические проверки

Модуль 17. Стратегическое планирование и управление ИТ-проектами

- 17.1. Глобальная карта ИТ-систем (I): ERP, MRP, SGA, MES
 - 17.1.1. Описание каждой системы
 - 17.1.2. Варианты рынка
 - 17.1.3. Процессы внедрения
- 17.2. Глобальная карта ИТ-систем (II): *Электронная коммерция*, корпоративный веб, BI, моделирование, *машинное обучение* и CMMS
 - 17.2.1. Описание каждой системы
 - 17.2.2. Варианты рынка
 - 17.2.3. Процессы внедрения
- 17.3. ИТ-системы: высокая доступность, безопасность и обслуживание
 - 17.3.1. Аспекты, которые следует учитывать
 - 17.3.2. Варианты рынка
 - 17.3.3. Процессы внедрения
- 17.4. Стратегическое планирование ИС
 - 17.4.1. Аспекты, которые следует учитывать
 - 17.4.2. Управление технологическими ресурсами
 - 17.4.3. Смежные процессы: *отчетность* и оценка
- 17.5. Управление ИТ-проектами
 - 17.5.1. Общая методология
 - 17.5.2. Манифест Agile
 - 17.5.3. SRUM

- 17.6. Корпоративная социальная ответственность в ИТ-проектах
- 17.7. Ответственное финансирование и инвестирование в ИТ-проекты
- 17.8. Бизнес и окружающая среда в ИТ-проектах
- 17.9. Ответственные системы и инструменты управления ИТ
- 17.10. Деловая этика в ИТ-проектах

Модуль 18. Управление финансовыми цепями поставок

- 18.1. Глобальная экономическая среда
 - 18.1.1. Основы глобальной экономики
 - 18.1.2. Глобализация бизнеса и финансовых рынков
 - 18.1.3. *Рост и развитие на развивающихся рынках*
 - 18.1.4. Международная валютная система
- 18.2. Финансовый учет в управлении цепями поставок
 - 18.2.1. Бухгалтерский баланс
 - 18.2.2. Прибыль и убыток
 - 18.2.3. Интерпретация коэффициентов
- 18.3. Управленческий учет в цепи поставок
 - 18.3.1. Измеряемые показатели: производительность
 - 18.3.2. Эффективность и рентабельность
 - 18.3.3. Коэффициенты и управление
- 18.4. Анализ и финансовое планирование цепи поставок
 - 18.4.1. Определения
 - 18.4.2. Планирование
 - 18.4.3. Примеры финансового планирования
- 18.5. Финансовая диагностика
 - 18.5.1. Показатели для анализа финансовой отчетности
 - 18.5.2. Анализ рентабельности
 - 18.5.3. Экономическая и финансовая рентабельность компании
- 18.6. Экономический анализ решений
 - 18.6.1. Бюджетный контроль
 - 18.6.2. Анализ конкуренции. Сравнительный анализ
 - 18.6.3. Принятие решений. Инвестиции в бизнес или дезинвестирование

- 18.7. Основные финансовые аспекты в управлении цепями поставок
 - 18.7.1. Введение в управление операциями
 - 18.7.2. Основные вопросы
 - 18.7.3. Интерпретация коэффициентов
- 18.8. Инструменты управления цепями поставок в условиях кризиса
 - 18.8.1. Определение инструментов и их преимущества
 - 18.8.2. Инструменты управления
 - 18.8.3. Рыночные операции
- 18.9. Прибыльность и эффективность логистических цепей: KPI
 - 18.9.1. Рентабельность и эффективность посреднических услуг
 - 18.9.2. Общие показатели логистических цепей
 - 18.9.3. Специфические показатели

Модуль 19. Операционная стратегия и методологии бережливого управления

- 19.1. *Бережливое управление*
 - 19.1.1. Основные принципы бережливого управления
 - 19.1.2. Группы по совершенствованию и решению проблем
 - 19.1.3. Новые формы технического обслуживания и управления качеством
- 19.2. Внедрение глобальной бережливой методологии
 - 19.2.1. Бережливая методология
 - 19.2.2. Процесс внедрения
 - 19.2.3. Непрерывное совершенствование
- 19.3. Совершенствование процессов и быстро реагирующее производство (QRM)
 - 19.3.1. Локализация точек улучшения
 - 19.3.2. BPM, моделирование и цифровой двойник
 - 19.3.3. Выбор необходимого инструмента
- 19.4. Инновации и инжиниринг продукции в логистике. Организации и разработка продукции
 - 19.4.1. Аспекты, которые следует учитывать
 - 19.4.2. Организации и развитие рынка
 - 19.4.3. Варианты рынка

- 19.5. Всеобщее управление качеством и передовое управление логистическими проектами
 - 19.5.1. Оценка общего качества
 - 19.5.2. Локализация точек улучшения
 - 19.5.3. Передовое управление проектами
- 19.6. Оценка рыночных тенденций в логистике
 - 19.6.1. Оценка тенденций
 - 19.6.2. Линии действия
 - 19.6.3. Варианты рынка
- 19.7. Оценка тенденций развития ИС
 - 19.7.1. Оценка новых тенденций развития ИС
 - 19.7.2. Инструменты
 - 19.7.3. Варианты рынка

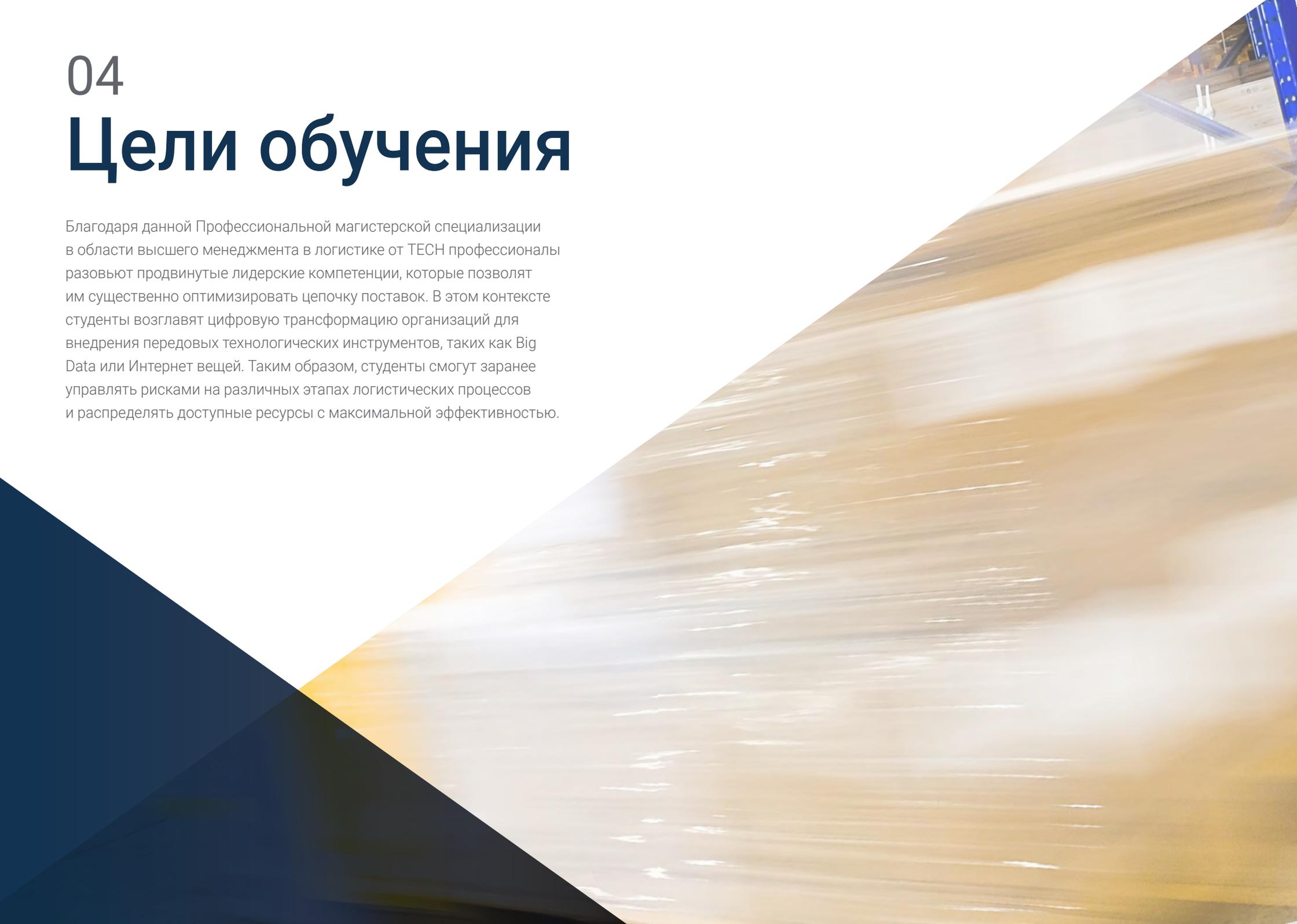


Вы получите ценные лекции, решая реальные логистические задачи в смоделированной учебной среде. Поступайте сейчас!"

04

Цели обучения

Благодаря данной Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в логистике от TЭCH профессионалы разовьют продвинутые лидерские компетенции, которые позволят им существенно оптимизировать цепочку поставок. В этом контексте студенты возглавят цифровую трансформацию организаций для внедрения передовых технологических инструментов, таких как Big Data или Интернет вещей. Таким образом, студенты смогут заранее управлять рисками на различных этапах логистических процессов и распределять доступные ресурсы с максимальной эффективностью.



“

Вы создадите передовые стратегии для сокращения воздействия логистических операций на окружающую среду и обеспечите соблюдение нормативных требований, связанных с корпоративной социальной ответственностью”



Общие цели

- ♦ Определять политику закупок/снабжения в рамках интегрированной логистики
- ♦ Разработать международный взгляд на цепочку поставок
- ♦ Улучшить трудоустройство студентов
- ♦ Улучшить знания в областях, дополняющих управление проектами, бизнес-стратегию и финансовый менеджмент
- ♦ Определять политику, практику и рычаги, определяющие управление закупками, а также отношения между клиентами и поставщиками
- ♦ Использовать наиболее подходящие инструменты закупок для выбора и оценки лучших поставщиков
- ♦ Структурировать требования в области закупок
- ♦ Реализовывать план по повышению производительности и снижению затрат
- ♦ Оценивать и измерять результаты путем определения ключевых показателей
- ♦ Разрабатывать стратегии ведения переговоров, обеспечивающие стабильные и позитивные отношения с поставщиками
- ♦ Осуществлять и руководить проведением и аудитом закупок
- ♦ Разработать стратегии по оптимизации обслуживания клиентов и повышению прибыльности компании на национальном и международном рынке
- ♦ Применять концепции бережливого управления во всей цепочке поставок
- ♦ Описать последние изменения в секторе благодаря сотрудничеству государственного сектора и частного бизнеса, как на национальном, так и на международном уровне
- ♦ Внедрять методы разработки политики электронной коммерции, а также работать над взаимодействием между магазином и логистикой, управлением каталогами, закупками и снабжением, складскими операциями, транспортировкой и распределением, обслуживанием клиентов и т.д.
- ♦ Внедрять инструменты для оперативного и экономического контроля операций
- ♦ Описать процедуры установления критериев принятия решений для аутсорсинга процессов, проведения тендеров и заключения контрактов на оказание логистических услуг
- ♦ Подробно описать механизмы создания стоимости в цепочке поставок
- ♦ Объяснить взаимодействие и влияние операционных решений на другие функции компании
- ♦ Конкурировать за счет инновации процессов
- ♦ Перейти от технической стороны управления к управленческой в организациях
- ♦ Улучшить управление высокопроизводительными командами и людьми
- ♦ Уметь управлять бизнесом, работой и людьми в условиях высокой неопределенности
- ♦ Иметь горизонтальное и вертикальное видение организаций.
- ♦ Повысить потенциал реализации
- ♦ Знать, как работать более эффективно, более гибко и более согласованно с новыми технологиями и текущими инструментами



Конкретные цели

Модуль 1. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- ♦ Развивать лидерские навыки, которые интегрируют этические принципы в принятие бизнес-решений
- ♦ Применять этические модели при разрешении корпоративных дилемм и в продвижении устойчивых практик

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- ♦ Приобретать продвинутые компетенции для формирования и реализации стратегий на корпоративном уровне
- ♦ Углублять анализ бизнес-среды для принятия обоснованных стратегических решений

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- ♦ Реализовывать передовые стратегии управления талантами для максимизации производительности персонала
- ♦ Содействовать созданию инклюзивной и мотивирующей рабочей среды для улучшения как производительности, так и благополучия сотрудников

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- ♦ Приобретать навыки принятия экономических решений для оптимизации финансовых ресурсов
- ♦ Внедрять сложные инструменты для оценки жизнеспособности и рентабельности операций

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- ♦ Быть способным разрабатывать и контролировать эффективные и прибыльные логистические процессы
- ♦ Улучшать производство и распределение товаров и услуг, гарантируя как качество, так и соблюдение сроков

Модуль 6. Управление информационными системами

- ♦ Разрабатывать стратегии для эффективного использования технологий в принятии решений и бизнес-поддержке
- ♦ Внедрять информационные технологии, которые улучшают операционную эффективность и конкурентоспособность организации

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, стратегический маркетинг и корпоративные коммуникации

- ♦ Управлять корпоративной коммуникацией эффективно для укрепления имиджа бренда
- ♦ Применять принципы стратегического маркетинга для улучшения конкурентоспособности бизнеса

Модуль 8. Исследование рынка, реклама и управление маркетингом

- ♦ Использовать эффективные рекламные техники для продвижения продуктов и услуг на различных рынках
- ♦ Руководить и управлять коммерческой деятельностью, отвечающей на потребности рынка

Модуль 9. Инновации и управление проектами

- ♦ Управлять проектами эффективно, обеспечивая их соответствие корпоративной стратегии
- ♦ Применять инструменты для планирования и реализации инновационных проектов, способствующих росту бизнеса

Модуль 10. Исполнительный менеджмент

- ♦ Улучшать навыки коммуникации и лидерства в организационном контексте
- ♦ Развивать компетенции в принятии решений и управлении ресурсами на уровне руководства

Модуль 11. Видение компании

- ♦ Иметь глубокое понимание бизнес-динамики и ее влияния на глобальную стратегию
- ♦ Внедрять действия, основанные на прогнозировании рыночных тенденций и конкурентоспособности

Модуль 12. Организация производства, закупок и хранения

- ♦ Оптимизировать управление запасами и складами для улучшения операционной эффективности
- ♦ Применять стратегии непрерывного улучшения для обеспечения качества и доступности продуктов

Модуль 13. Управление операциями I: Планирование, производство и хранение

- ♦ Управлять складами и процессами производства с акцентом на эффективность или снижение затрат
- ♦ Улучшать эффективность производственных процессов и оптимизировать распределение ресурсов

Модуль 14. Управление операциями II: Логистика SCM

- ♦ Оптимизировать эффективность распределения продукции, от производства до конечного потребителя
- ♦ Внедрять логистические практики, которые увеличат конкурентоспособность и удовлетворенность клиентов

Модуль 15. Управление операциями III: стратегическое управление закупками

- ♦ Развивать компетенции для эффективных переговоров с поставщиками и принятия стратегических решений
- ♦ Внедрять политику и процедуры, которые улучшат эффективность закупки материалов и услуг

Модуль 16. Управление операциями IV: качество

- ♦ Обеспечивать соблюдение стандартов качества для улучшения удовлетворенности клиентов
- ♦ Внедрять техники непрерывного улучшения для повышения эффективности и снижения ошибок в производстве

Модуль 17. Стратегическое планирование и управление IT-проектами

- ♦ Применять гибкие методологии и инструменты управления для обеспечения успеха IT-проектов
- ♦ Развивать способности в управлении технологическими проектами, которые оптимизируют бизнес-эффективность

Модуль 18. Управление финансовыми цепями поставок

- ♦ Интегрировать финансовое управление с логистическими операциями для обеспечения глобальной эффективности в цепочке создания стоимости
- ♦ Применять финансовые методы для улучшения рентабельности и снижения рисков в цепочке поставок

Модуль 19. Операционная стратегия и методологии бережливого управления

- ♦ Приобретать компетенции в сокращении отходов и оптимизации ресурсов в операционных процессах
- ♦ Использовать инструменты LEAN для улучшения качества, снижения затрат и увеличения конкурентоспособности организации



С системой Relearning от TECH вам не придется тратить большое количество учебных часов, сосредоточившись на наиболее актуальных концепциях"

05

Возможности карьерного роста

После завершения Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в логистике профессионалы получают глубокое понимание наиболее эффективных логистических стратегий для оптимизации цепочки поставок и управления глобальными операциями. В то же время, студенты будут разрабатывать и внедрять инновационные решения, повышающие эффективность и снижающие затраты. Таким образом, специалисты улучшат свои профессиональные перспективы и займут специализированные должности, например, в качестве директора по логистике.





“

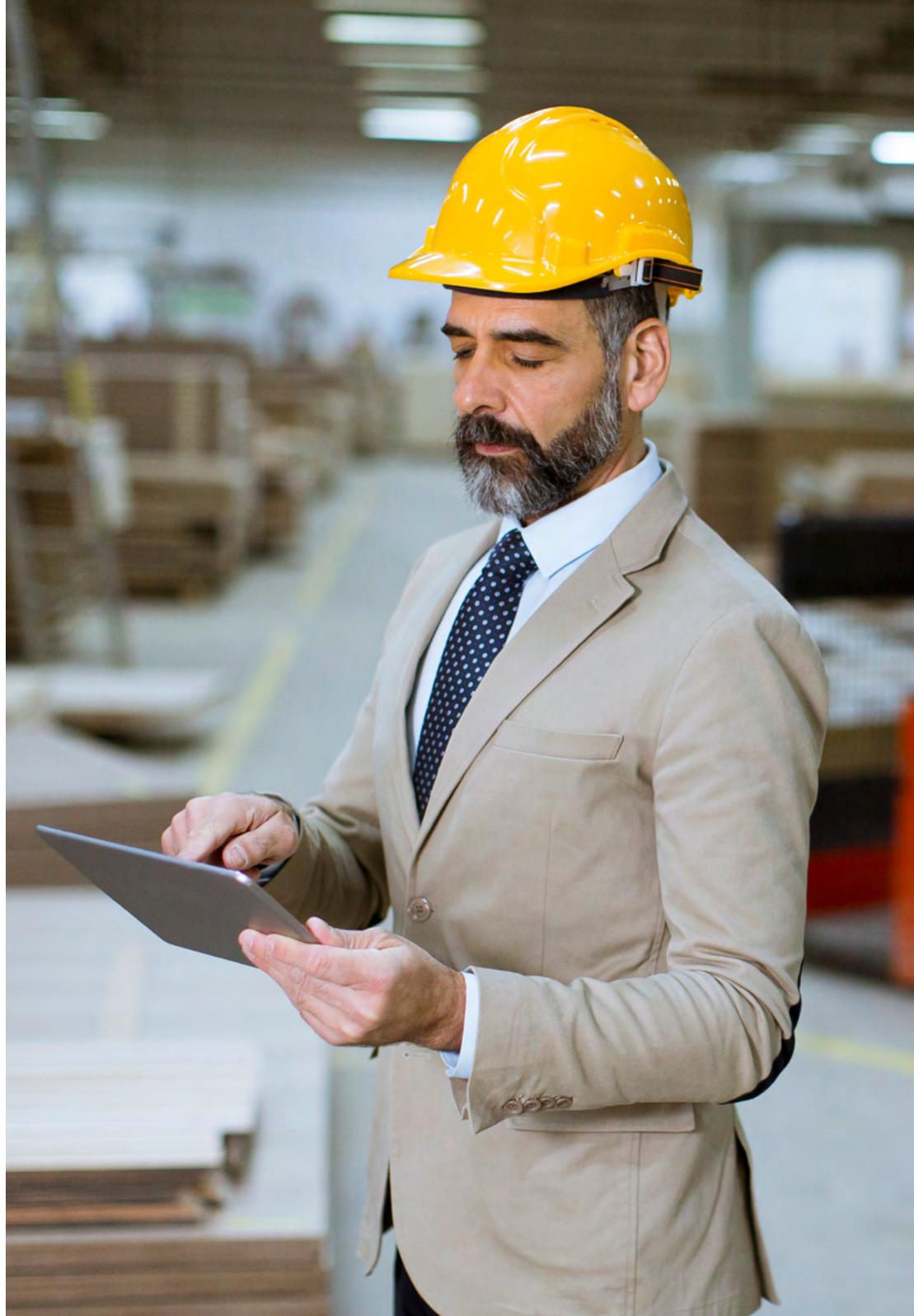
Вы будете работать в роли директора по логистике, обеспечивая оптимизацию цепочки поставок и эффективность распределения продукции”

Профиль выпускника

Выпускник Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента по логистике – это высококвалифицированный специалист, способный управлять и оптимизировать цепочки поставок и сложные логистические операции. Кроме того, он обладает глубокими знаниями в области логистических стратегий, передовых технологий и методологий непрерывного улучшения, необходимых для повышения эффективности и снижения затрат. Также он подготовлен для разработки и внедрения индивидуальных логистических решений, для сотрудничества с мультидисциплинарными командами и координации действий между поставщиками, клиентами и стратегическими партнерами, способствуя эффективной и устойчивой логистике, которая стимулирует успех организации.

Вы будете контролировать все этапы логистики, от закупки сырья до доставки товаров клиентам.

- ♦ **Критическое мышление и решение проблем:** Профессионалы развивают способность применять критическое мышление для анализа логистических ситуаций, выявления проблем и генерации креативных решений
- ♦ **Управление проектами и временем:** Ключевое умение – эффективно управлять логистическими проектами, что включает управление временем, организацию ресурсов и разрешение конфликтов
- ♦ **Цифровая компетенция:** В современных условиях крайне важно, чтобы специалисты использовали цифровые инструменты для оптимизации логистического управления – от применения специализированного программного обеспечения до внедрения таких передовых технологий, как искусственный интеллект и интернет вещей
- ♦ **Стратегическое мышление:** Студенты развивают способность разрабатывать и внедрять логистические стратегии, согласованные с корпоративными целями, способствующие росту и конкурентоспособности организации



После завершения Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в логистике вы сможете применять свои знания и навыки на следующих должностях:

- 1. Директор по логистике:** Эксперт в управлении логистическими операциями компании, оптимизирующий цепочку поставок и обеспечивающий эффективность распределения продукции.
- 2. Менеджер по цепочке поставок:** Специалист, отвечающий за контроль и координацию всех этапов цепочки поставок – от закупки сырья до доставки готовой продукции клиенту.
- 3. Координатор логистических операций:** Ответственный за координацию ежедневных логистических процессов, обеспечивающий соблюдение сроков и оптимальное использование имеющихся ресурсов.
- 4. Логист-аналитик:** Специалист по анализу логистических процессов, выявлению областей для улучшения и предложению инновационных решений для повышения эффективности.
- 5. Менеджер по транспорту:** Ответственный за управление и контроль транспортных операций, обеспечивая соблюдение нормативов и оптимизацию маршрутов.
- 6. Логистический консультант:** Консультирует компании по оптимизации логистических процессов, внедрению новых технологий и совершенствованию цепочки поставок.
- 7. Специалист по международной торговле:** Ответственный за управление и оптимизацию логистики в международных торговых операциях, включая координацию импорта и экспорта.
- 8. Менеджер склада:** Ответственный за эффективное управление складами, контроль запасов и надзор за операциями по хранению или распределению продукции.
- 9. Ответственный за закупки и снабжение:** Занимается управлением закупками и снабжением необходимых для компании материалов, ведет переговоры с поставщиками и обеспечивает как качество, так и приемлемую стоимость ресурсов.
- 10. Менеджер логистических проектов:** Ответственный за планирование, выполнение и контроль конкретных логистических проектов, гарантируя достижение целей по срокам, затратам и качеству.



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

06

Методика обучения

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

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



“

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

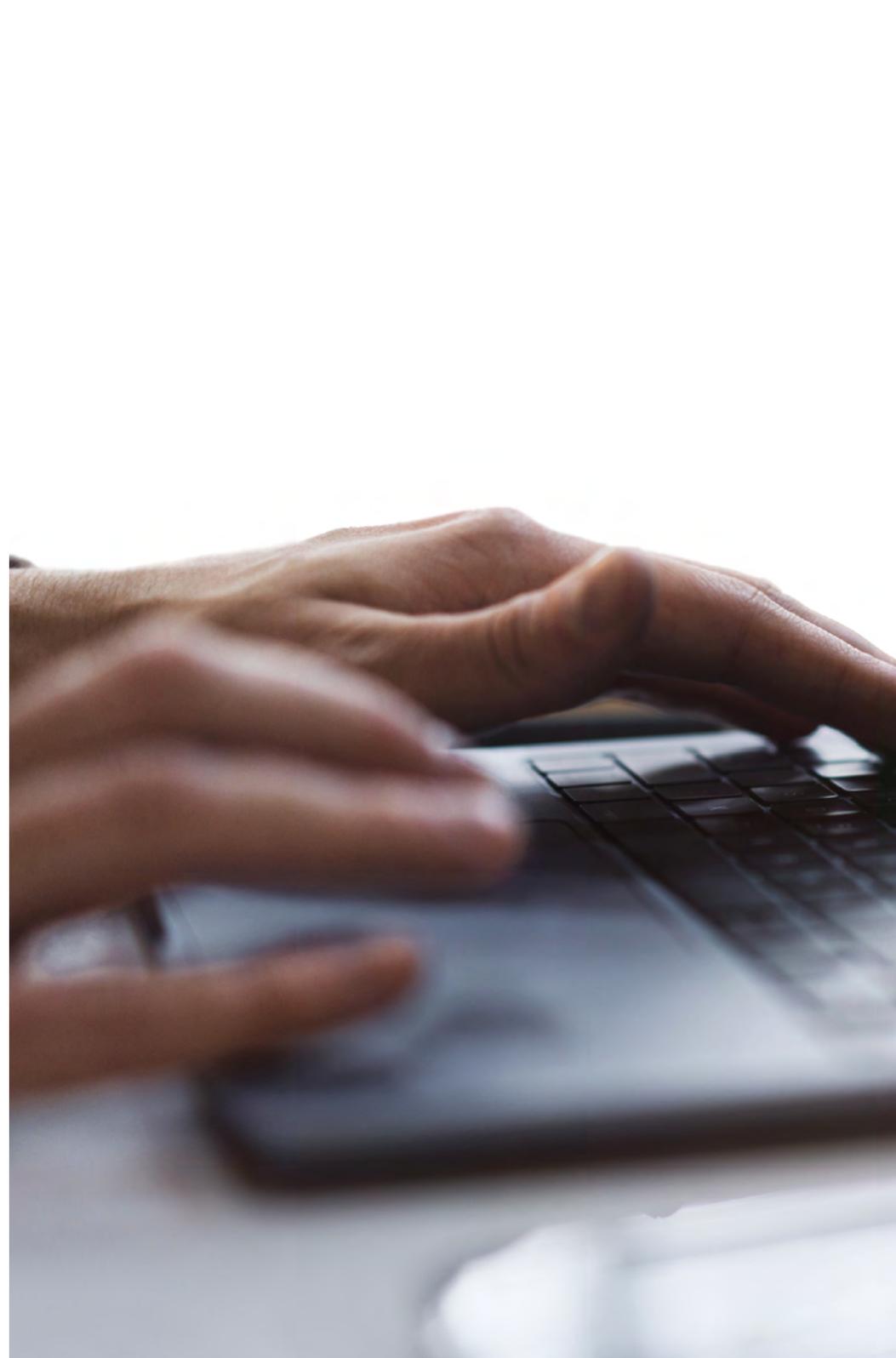
Студент — приоритет всех программ ТЕСН

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

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

“

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



Самые обширные учебные планы на международном уровне

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

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

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

“

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

Case studies или метод кейсов

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

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

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



Метод *Relearning*

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

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

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

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



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

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

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

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

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



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

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Студенты, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.

Методика университета, получившая самую высокую оценку среди своих студентов

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

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

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

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



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



Учебные материалы

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

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



Практика навыков и компетенций

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



Интерактивные конспекты

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

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



Дополнительная литература

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





Кейс-стади

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



Тестирование и повторное тестирование

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



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



Краткие справочные руководства

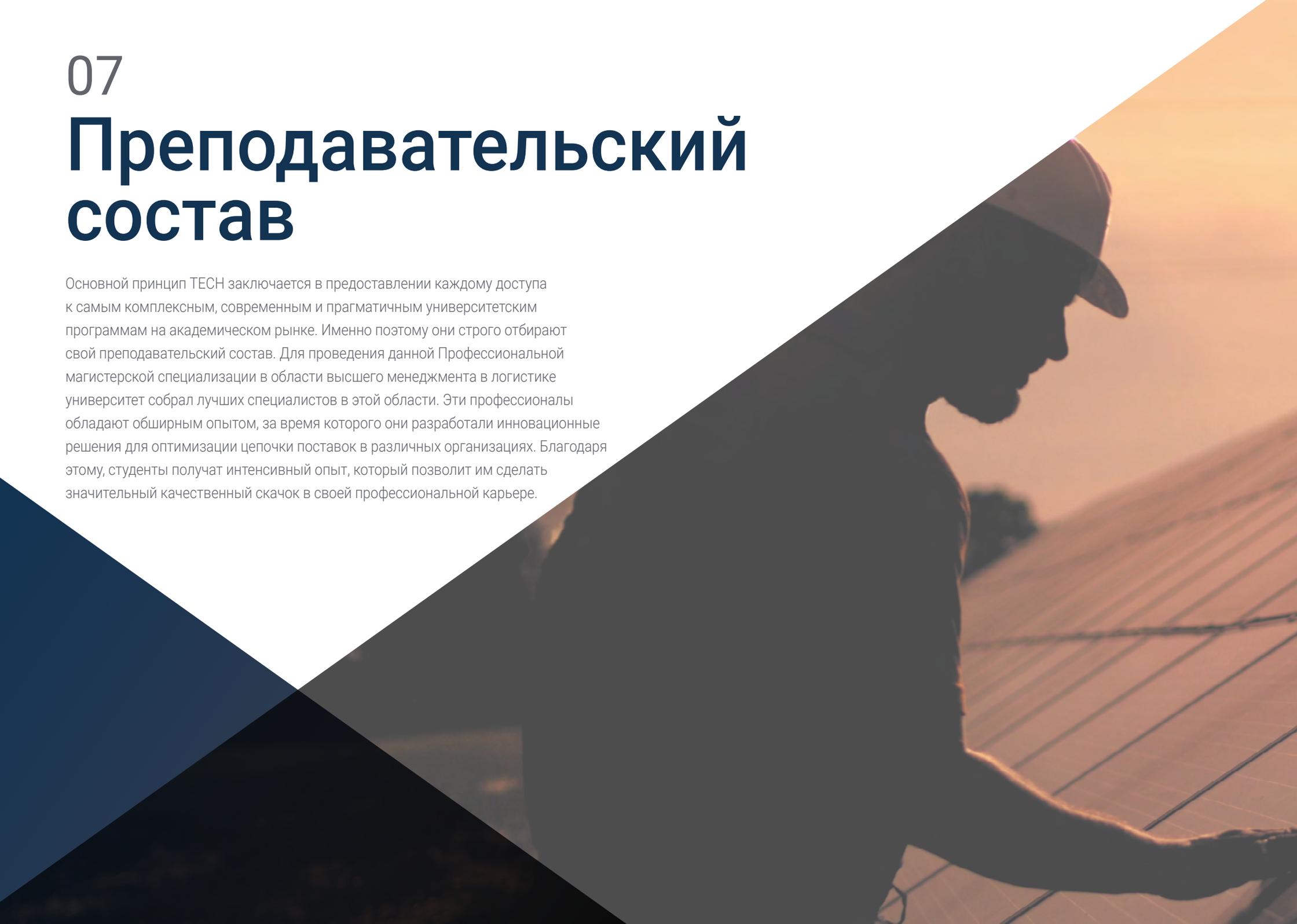
TECH предлагает наиболее актуальные материалы курса в виде карточек или кратких справочных руководств. Это сжатый, практичный и эффективный способ помочь студенту продвигаться в обучении.



07

Преподавательский состав

Основной принцип ТЕСН заключается в предоставлении каждому доступа к самым комплексным, современным и прагматичным университетским программам на академическом рынке. Именно поэтому они строго отбирают свой преподавательский состав. Для проведения данной Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в логистике университет собрал лучших специалистов в этой области. Эти профессионалы обладают обширным опытом, за время которого они разработали инновационные решения для оптимизации цепочки поставок в различных организациях. Благодаря этому, студенты получают интенсивный опыт, который позволит им сделать значительный качественный скачок в своей профессиональной карьере.



“

Вы сможете воспользоваться индивидуальными советами команды преподавателей, состоящей из профессионалов с большим опытом работы в управлении в сфере логистики”

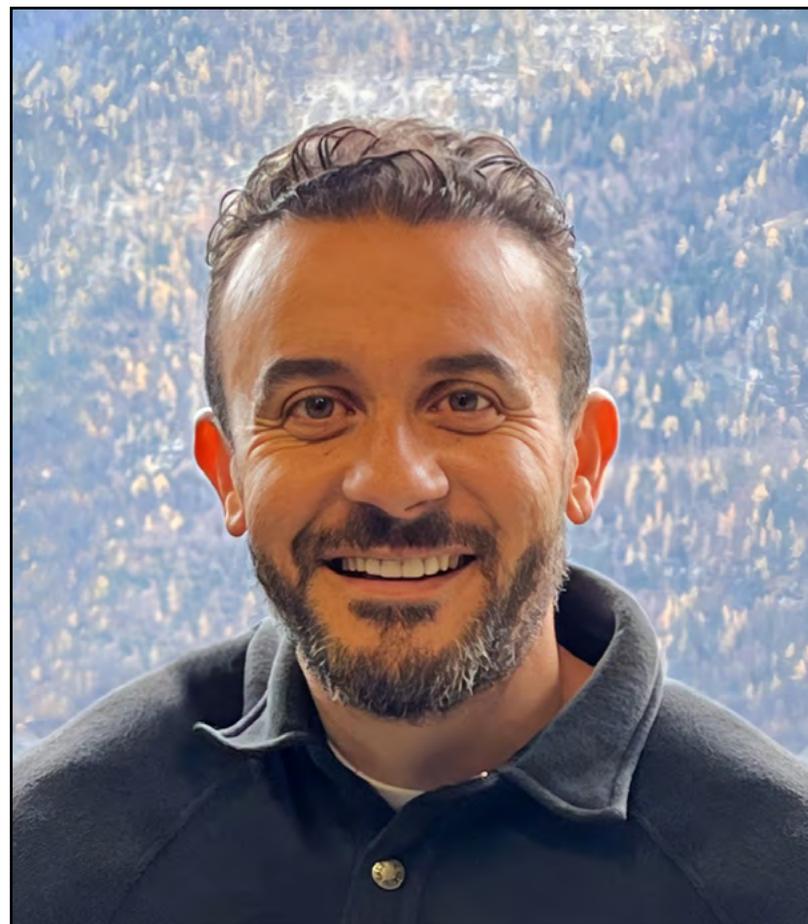
Приглашенный лектор международного уровня

Махмуд Шама — опытный руководитель с **обширным опытом руководства и управления цепочками поставок**. Его послужной список получил **международное признание** благодаря его способности реализовывать **комплексные стратегии, оптимизирующие затраты, повышающие эффективность**, обеспечивающие **соответствие нормативным требованиям** и высокий уровень качества обслуживания и удовлетворенности клиентов.

В своей профессиональной карьере в области логистики он работал на различных должностях. Среди них — планирование **спроса и предложения**, а также применение **ключей S&OP, контроль запасов, закупки, складирование, сетевой анализ** и другие. В то же время этого специалиста отличает несомненная способность к **лидерству и мотивации** подчиненных ему сотрудников. В результате он стал образцом профессионализма для ведущих мировых **транснациональных корпораций**.

В **компании Red Bull** Махмуд Шама занимал различные должности, в основном в качестве **старшего менеджера по цепочке поставок**. В частности, он сосредоточился на **повышении точности прогнозов и минимизации потерь**. В то же время он обеспечивал развитие строгого **управления запасами**.

Среди других корпораций, где работал этот специалист, — **Mondelēz International** в качестве директора по **планированию спроса** в Северной Америке и старшего менеджера по **обслуживанию клиентов и логистике**. С этих должностей он руководил **глобальной стратегией XC&L**, а также контролировал аутсорсинговое производство некоторых наиболее характерных продуктов бренда. Кроме того, опыт работы с другими брендами, такими как **Johnson & Johnson, Kraft Foods Group, Cadbury и PepsiCo**, позволил ему накопить знания и непосредственный взгляд на различные методологии и технологии, способствующие повышению продуктивности и организованности операционной среды. Он также имеет степень **MBA в области бизнеса**, что в сочетании с его техническими знаниями усиливает его деловую хватку.



Г-н Шама, Махмуд

- Старший директор по цепочке поставок, Red Bull, Калифорния, США
- Директор по планированию спроса в Северной Америке в Mondelez International
- Директор по глобальному планированию и S&OP в компании Johnson & Johnson
- Директор по обслуживанию клиентов и логистике в Mondelez International
- Директор по снабжению продуктами и лидер S&OP в Kraft Foods Group
- Директор по планированию, S&OP и проектам в регионе MENA в Cadbury's
- Директор по планированию и закупкам материалов в PepsiCo
- MBA в области бизнеса в Маастрихтской школе менеджмента
- Степень бакалавра в области машиностроения в Американском университете Каира

“

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

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



Г-жа Дав, Дженнифер

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

“

*Уникальный, важный
и значимый курс
обучения для развития
вашей карьеры”*

Приглашенный лектор международного уровня

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

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

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



Г-н Готье, Рик

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

“

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

Приглашенный лектор международного уровня

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

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

Кроме того, в своей профессиональной карьере он 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 лектор международного уровня

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

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

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

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



Г-н Аренс, Мануэль

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

“

Выбирайте TECH!

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

Приглашенный лектор международного уровня

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

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

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

С другой стороны, в таких компаниях, как **Calvin Klein** или **Gruppo Coin**, он занимался проектами, направленными на развитие структуры, разработки и маркетинга различных коллекций.

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

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



Г-н Ла Сала, Андреа

- Директор по глобальному бренду и мерчандайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- Директор по мерчандайзингу в компании Calvin Klein
- Управляющий брендом в Gruppo Coin
- Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- Маркетинговый аналитик в Fastweb
- Степень бакалавра бизнеса и экономики в Восточном университете Пьемонта

“

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

Приглашенный лектор международного уровня

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

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

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

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



Г-н Грам, Мик

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

“

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

Приглашенный лектор международного уровня

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

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

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

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



Г-н Стивенсон, Скотт

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

“

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

Приглашенный руководитель международного уровня

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

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

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

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



Г-жа Толе-Муир, Венди

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

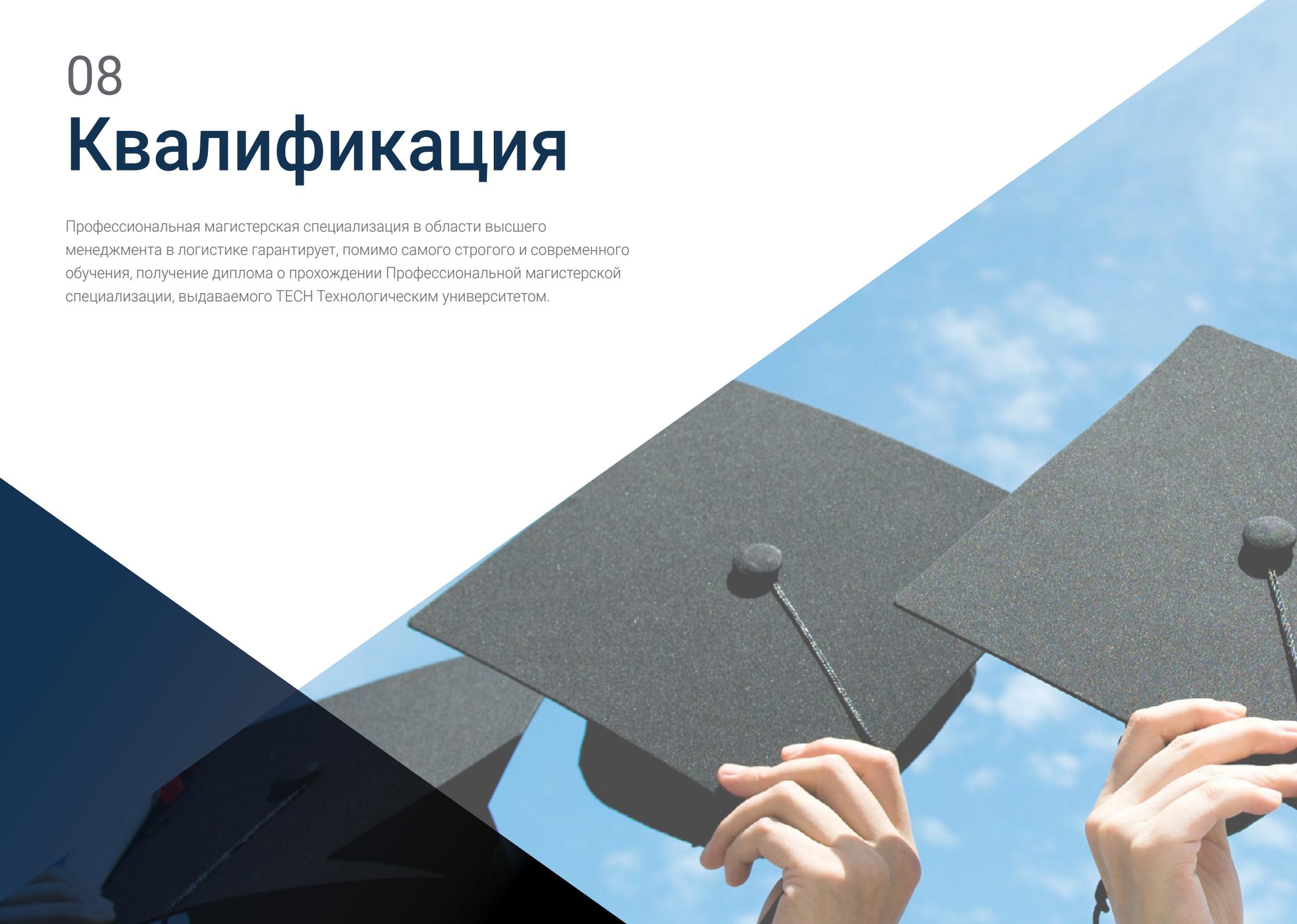
“

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

08

Квалификация

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



“

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

Данная **Специализированная магистратура в области высшего менеджмента в логистике** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, 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: **Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента в логистике**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **2 года**



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



**Профессиональная магистерская
специализация
Высший менеджмент
в логистике**

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

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент
в логистике

ММАДЛ

