

Профессиональная магистерская
специализация
Высший менеджмент компаний
в сфере культуры



tech технологический
университет

Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент компаний
в сфере культуры

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

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/humanities/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-cultural-sector-companies

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Руководство курса

стр. 18

05

Структура и содержание

стр. 22

06

Методология

стр. 42

07

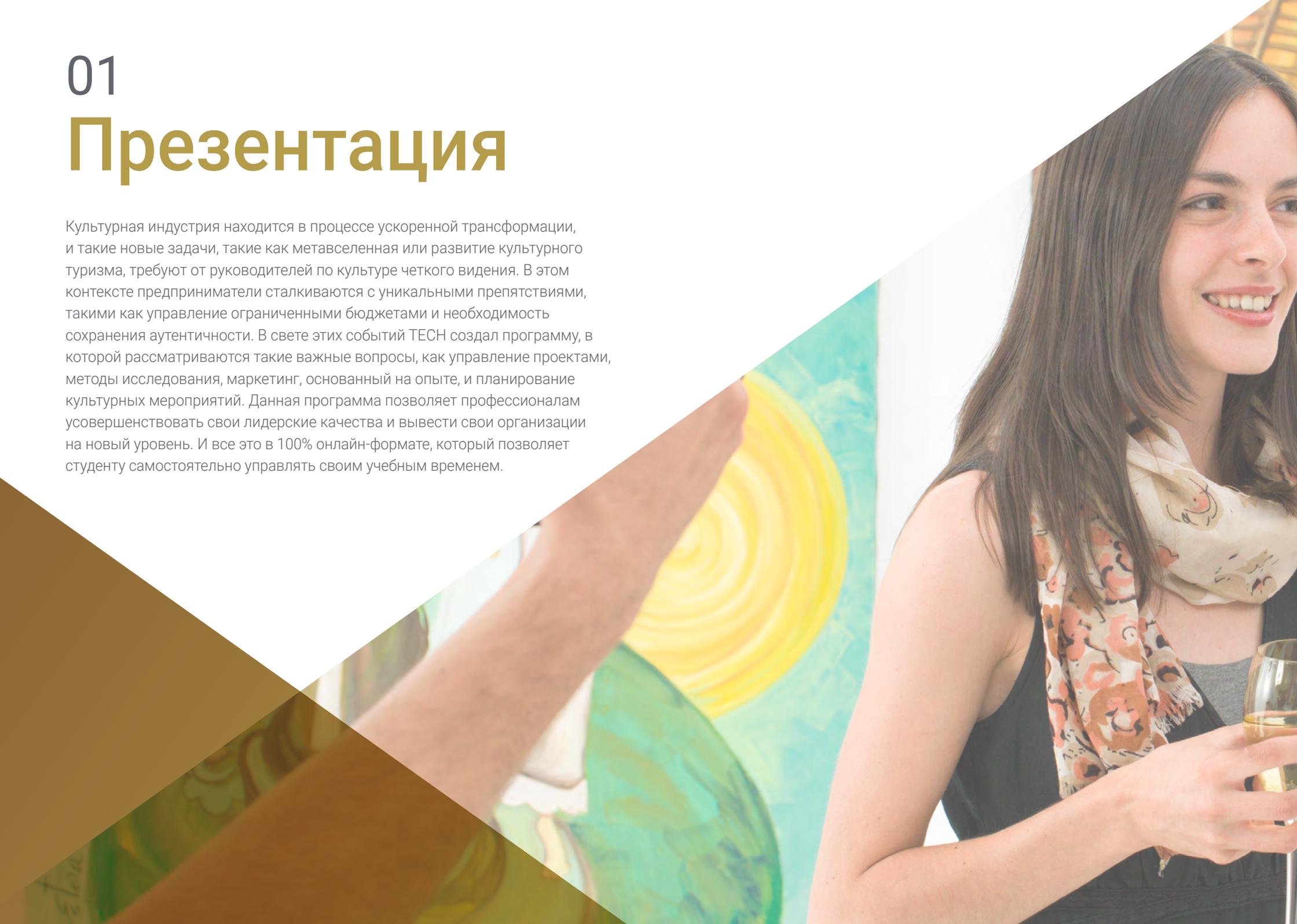
Квалификация

стр. 50

01

Презентация

Культурная индустрия находится в процессе ускоренной трансформации, и такие новые задачи, такие как метавселенная или развитие культурного туризма, требуют от руководителей по культуре четкого видения. В этом контексте предприниматели сталкиваются с уникальными препятствиями, такими как управление ограниченными бюджетами и необходимость сохранения аутентичности. В свете этих событий ТЕСН создал программу, в которой рассматриваются такие важные вопросы, как управление проектами, методы исследования, маркетинг, основанный на опыте, и планирование культурных мероприятий. Данная программа позволяет профессионалам усовершенствовать свои лидерские качества и вывести свои организации на новый уровень. И все это в 100% онлайн-формате, который позволяет студенту самостоятельно управлять своим учебным временем.





“

Специализируйтесь в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры с помощью 100% онлайн-программы, доступной с любого цифрового устройства с выходом в интернет”

В последние годы сфера культуры претерпела значительную эволюцию в связи с развитием цифровой среды, ростом значения маркетинга впечатлений и персонализацией культурного предложения для привлечения более широкой и разнообразной аудитории. Кроме того, увеличилось сотрудничество между компаниями, работающими в сфере культуры, и другими секторами, а также возросла забота об устойчивом развитии и социальном и культурном воздействии компаний.

Учитывая эти реалии, специалисты, желающие развивать свою работу в бизнес-экосистемах данного сектора, должны быть в курсе всех элементов, влияющих на успех проекта в этой отрасли. Для достижения этой цели данное учебное заведение создало Профессиональную магистерскую специализацию в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры.

Это программа с теоретико-практическим подходом, которая позволит студенту пройти путь от производства и менеджмента в области управления культурой, инноваций, сохранения наследия до приобретения лидерских качеств или реализации наиболее эффективных стратегий управления талантами и человеческими ресурсами, а также других тем. Это гибкое академическое предложение с мультимедийным дидактическим материалом, доступным 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.

Кроме того, благодаря методу *Relearning* студенты постепенно проходят учебный курс и быстро закрепляют наиболее важные понятия благодаря постоянному повторению на протяжении всего учебного курса. Это система, которая позволяет сократить количество учебных часов и повысить эффективность обучения.

Несомненно, это уникальная возможность продвижения по гибкой университетской программе. Студенту достаточно иметь при себе цифровое устройство с выходом в интернет, чтобы в любое время суток получить доступ к содержанию программы. Это академический вариант, который предлагает только TECH, крупнейший цифровой университет в мире.

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Наиболее характерными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области бизнес-проектов культурного менеджмента
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самостоятельной оценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области руководства компаниями в сфере культуры
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого устройства с выходом в Интернет



Академический вариант, который поможет вам изучить самые современные технические, экономические и рекламные элементы управления компанией в сфере культуры"

“

Многочисленные дидактические ресурсы позволят вам всего за 24 месяца получить эффективное образование в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры”

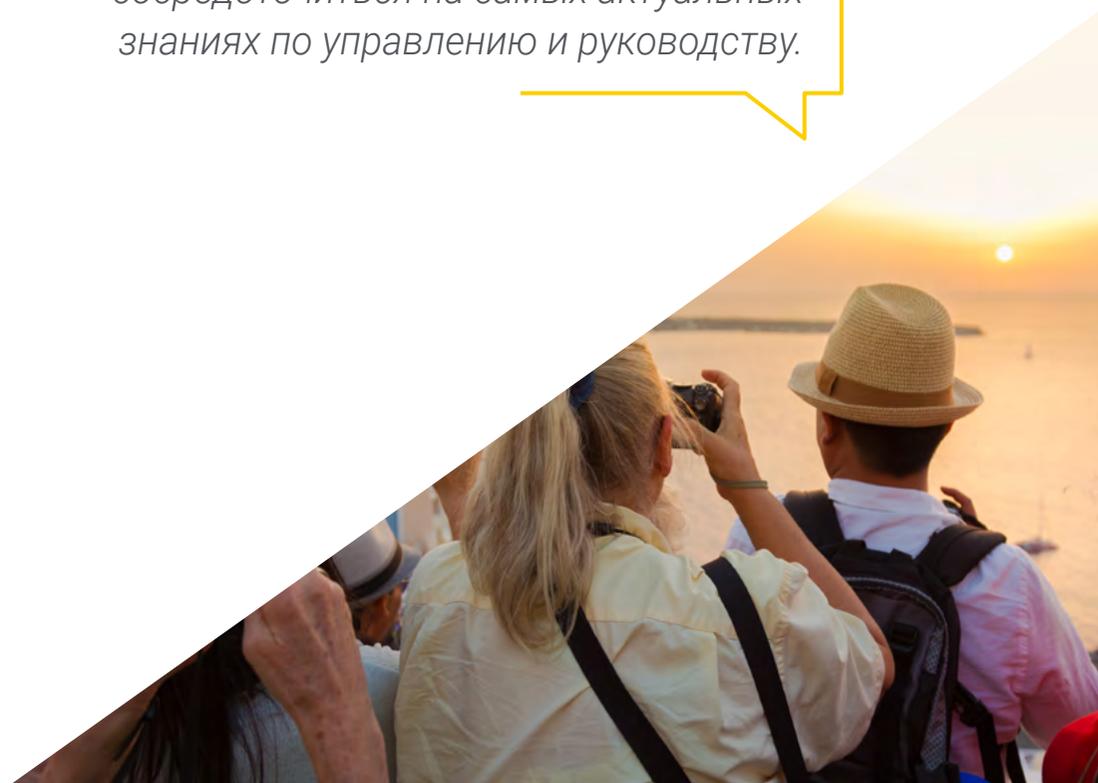
В преподавательский состав входят профессионалы в сфере культуры и бизнеса, которые привносят свой опыт в эту программу, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

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.

Включайте в свои проекты самые инновационные стратегии, позволяющие сделать музеи, галереи и выставки заметными.

Система Relearning поможет вам не тратить время на заучивание и сосредоточиться на самых актуальных знаниях по управлению и руководству.



02

Цели

Основная цель данной программы — дать студентам знания и навыки, необходимые для руководства и управления компаниями в сфере культуры в условиях растущей конкуренции. Конкретные цели курса включают развитие лидерских и управленческих навыков, понимание динамики рынка культуры, применение эффективных методов маркетинга и продаж, а также стратегическое внедрение технологий для повышения эффективности и прибыльности в данном секторе.



“

Изучение конкретных примеров в рамках этой программы позволит вам интегрировать лучшие практики в области управления операциями и логистикой”



Общие цели

- ♦ Разбираться в особенностях культурного менеджмента в контексте туристической отрасли
- ♦ Управлять культурным наследием в различных туристических объектах в соответствии с принципами устойчивого развития
- ♦ Определять и управлять существующими планами по защите коллекций изобразительного искусства
- ♦ Анализировать особенности спроса на культурный туризм в каждом туристическом объекте
- ♦ Познакомиться с управлением культурным наследием в различных пространствах
- ♦ Владеть источниками, планировать проекты и организовывать различные методы решения проблем
- ♦ Продемонстрировать порядок продвижения культурных идей.
- ♦ Понять важность и организацию гибридных мероприятий
- ♦ Получить глубокие знания о современных тенденциях в организации мероприятий



Хотите разрабатывать культурные мероприятия от начала до конца с полной уверенностью в успехе? Сделайте это с помощью обучения, предлагаемого TECH. Поступайте сейчас"





Конкретные цели

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- ♦ Понимать принципы этики и корпоративной социальной ответственности для формирования добросовестного и устойчивого лидерства
- ♦ Развить навыки лидерства и управления коллективом для создания справедливой и уважительной рабочей среды
- ♦ Научиться разрабатывать и реализовывать бизнес-стратегии на основе этического и устойчивого подхода
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик этического лидерства и корпоративной социальной ответственности

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- ♦ Понять, как определить возможности и проблемы рынка для разработки эффективных бизнес-стратегий
- ♦ Научиться применять методы стратегического планирования и анализа для принятия бизнес-решений
- ♦ Развивать управленческие и лидерские навыки для руководства и мотивации команд при реализации бизнес-стратегий
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик этического лидерства и корпоративной социальной ответственности

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- ♦ Развивать управленческие и лидерские навыки для мотивации команд на пути достижения бизнес-цели
- ♦ Научиться разрабатывать и внедрять эффективную кадровую политику для привлечения, удержания и развития талантливых сотрудников
- ♦ Понять, как определять и управлять результатами труда для обеспечения производительности и благополучия сотрудников
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик в области управления талантами и руководства персоналом

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- ♦ Понять фундаментальные принципы корпоративного финансового менеджмента
- ♦ Научиться применять методы стратегического планирования и анализа для принятия бизнес-решений
- ♦ Развивать навыки управления финансами для оптимизации деятельности и прибыльности компании
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик в области финансово-экономического управления

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- ♦ Научиться разрабатывать и оптимизировать производственные и логистические процессы для повышения эффективности и производительности компании
- ♦ Понять, как управлять цепочкой поставок для обеспечения качества и своевременности предлагаемых продуктов и услуг
- ♦ Развить лидерские качества для руководства командами при реализации стратегий в области производства и логистики
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик в управлении операциями и логистикой

Модуль 6. Управление информационными системами

- ♦ Понять важность информационных систем в управлении бизнесом и их использование для принятия стратегических решений
- ♦ Научиться разрабатывать и внедрять информационные системы для повышения эффективности и производительности бизнеса
- ♦ Развить навыки управления и сопровождения информационных систем для обеспечения безопасности, доступности, целостности и конфиденциальности информационных систем бизнеса
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик управления информационными системами и их влияния на конкурентоспособность бизнеса

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

- ♦ Развить навыки лидерства и принятия решений в области бизнеса и маркетинга, включая выявление возможностей для бизнеса и разработку стратегий их использования
- ♦ Понимать основные принципы и инструменты маркетинга и корпоративных коммуникаций, а также научиться применять их для создания ценности для клиентов и компании
- ♦ Анализировать и оценивать рыночную среду и конкуренцию для выявления основных тенденций и возможностей, а также разрабатывать эффективные маркетинговые и коммуникационные стратегии
- ♦ Развить навыки разработки и реализации комплексных маркетинговых и коммуникационных планов, начиная с маркетинговых исследований и сегментации потребителей и заканчивая рекламой, связями с общественностью и цифровым маркетингом.

Модуль 8. Маркетинг на культурном рынке

- ♦ Познакомиться с культурой в цифровом мире
- ♦ Установить исследование в качестве центрального инструмента маркетинга
- ♦ Открыть для себя культурные продукты с наибольшим потенциалом на рынке

Модуль 9. Инновации и управление проектами

- ♦ Понять важность инноваций в современной бизнес-среде и их использование для создания конкурентных преимуществ
- ♦ Научиться разрабатывать и применять методы управления проектами для достижения бизнес-целей и обеспечения максимальной эффективности и результативности реализации проектов
- ♦ Развить навыки руководства командами при реализации инновационных проектов, включая управление творческим подходом и решением проблем
- ♦ Анализировать бизнес-кейсы для выявления лучших практик в области управления проектами и инноваций в бизнесе и применять их в реальных бизнес-ситуациях

Модуль 10. Производство и руководство в культурном менеджменте

- ♦ Развивать культурное развитие в организациях третьего сектора
- ♦ Уметь распространять культурное наследие
- ♦ Создавать и управлять проектами

Модуль 11. Сохранение культурного наследия

- ♦ Познакомиться с различными методиками для диагностики состояния сохранности культурных ценностей
- ♦ Понять методы анализа и изучения материалов и техник
- ♦ Осознать критерии вмешательства в реставрацию и сохранение

Модуль 12. Управление музеями, галереями и выставками

- ♦ Понять роль музея в информационном обществе
- ♦ Изучить тенденции в международном коллекционировании
- ♦ Получить основы дидактики музеологии в музеях искусств

Модуль 13. Культурная документация: каталогизация и исследование

- ♦ Определить процессы информационного управления
- ♦ Узнать о различных платформах для распространения коллекций и существующих проектов
- ♦ Познакомиться с посредничеством и опытами участия

Модуль 14. Культурный менеджмент в области музыки и танца

- ♦ Узнать источники финансирования
- ♦ Овладеть государственной и частной сферами в отношении цен
- ♦ Быть способным выбирать между насыщенными нишами и заброшенными нишами



Модуль 15. Управление культурным туризмом

- ◆ Определить проблемы управления пространством
- ◆ Овладеть стратегиями культурного и туристического развития местного наследия
- ◆ Планировать и управлять культурными мероприятиями в городе, признанном Всемирным наследием ЮНЕСКО

Модуль 16. Технология и дизайн для продвижения культуры

- ◆ Изучить в контексте культуры основные концепции, принципы и теории культурной коммуникации и индустрии.
- ◆ Понимать и интерпретировать реальность на основе навыков и процедур культуры.
- ◆ Научиться разрабатывать и производить кампании или продукты, связанные с культурой.

Модуль 17. Дизайн культурных мероприятий

- ◆ Уметь определять целевую аудиторию
- ◆ Практиковать экспериментальный маркетинг
- ◆ Соответствующим образом выбирать место проведения мероприятия

Модуль 18. Планирование культурных мероприятий

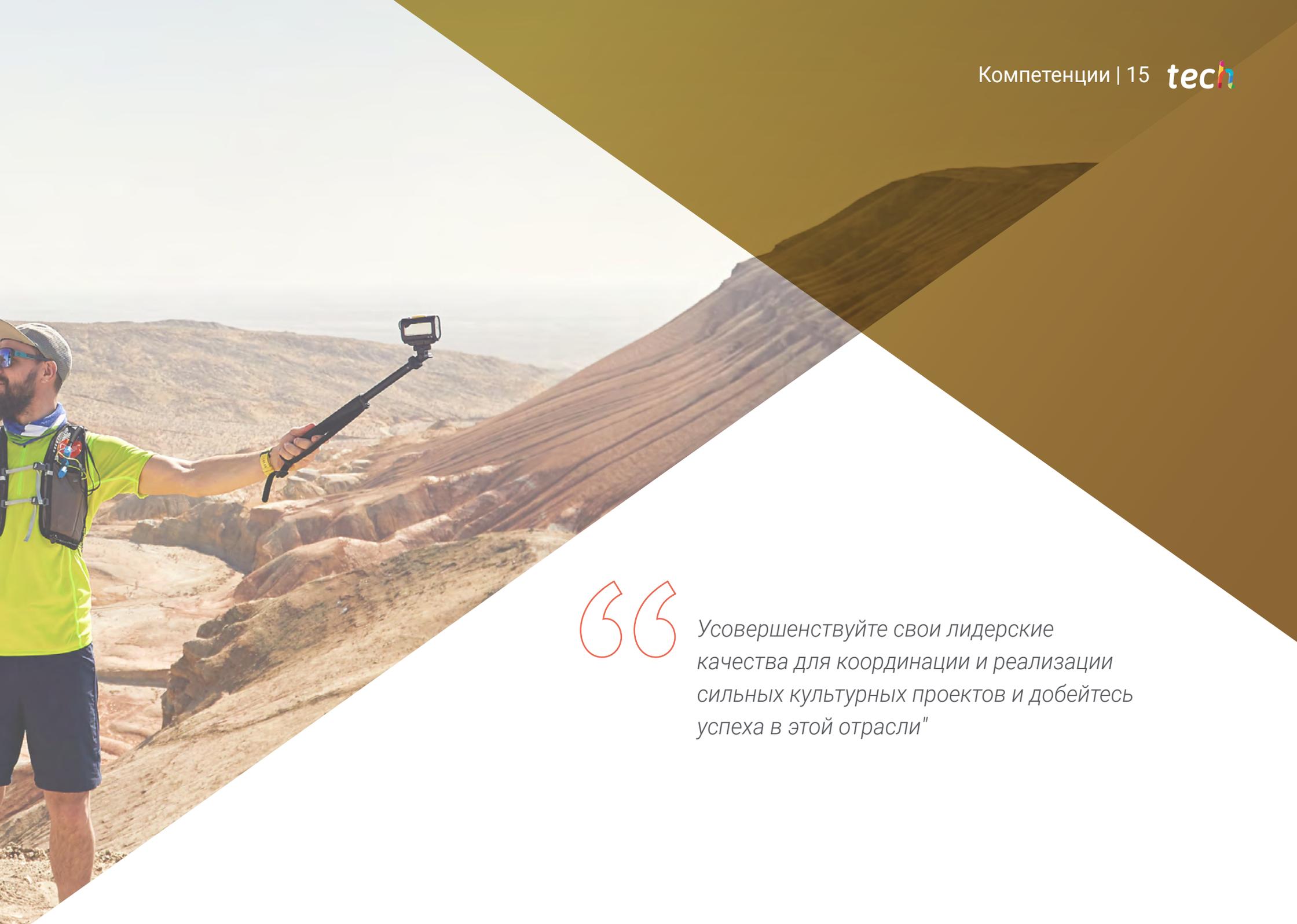
- ◆ Организовывать культурную программу
- ◆ Знать требования плана эвакуации и мер по обеспечению безопасности, которые должно соблюдать мероприятие
- ◆ Планировать доступ к местам проведения мероприятия

03

Компетенции

Благодаря полученным знаниям в рамках данной академической опции студент приобретает управленческие навыки и компетенции в области культурного бизнеса. Так, по окончании программы студенты смогут эффективно применять ключи к разработке правильного стратегического планирования, осуществлять правильное управление финансами, применять новейшие тенденции в области маркетинга, коммуникаций и, в целом, управлять культурными проектами.





“

Усовершенствуйте свои лидерские качества для координации и реализации сильных культурных проектов и добейтесь успеха в этой отрасли”

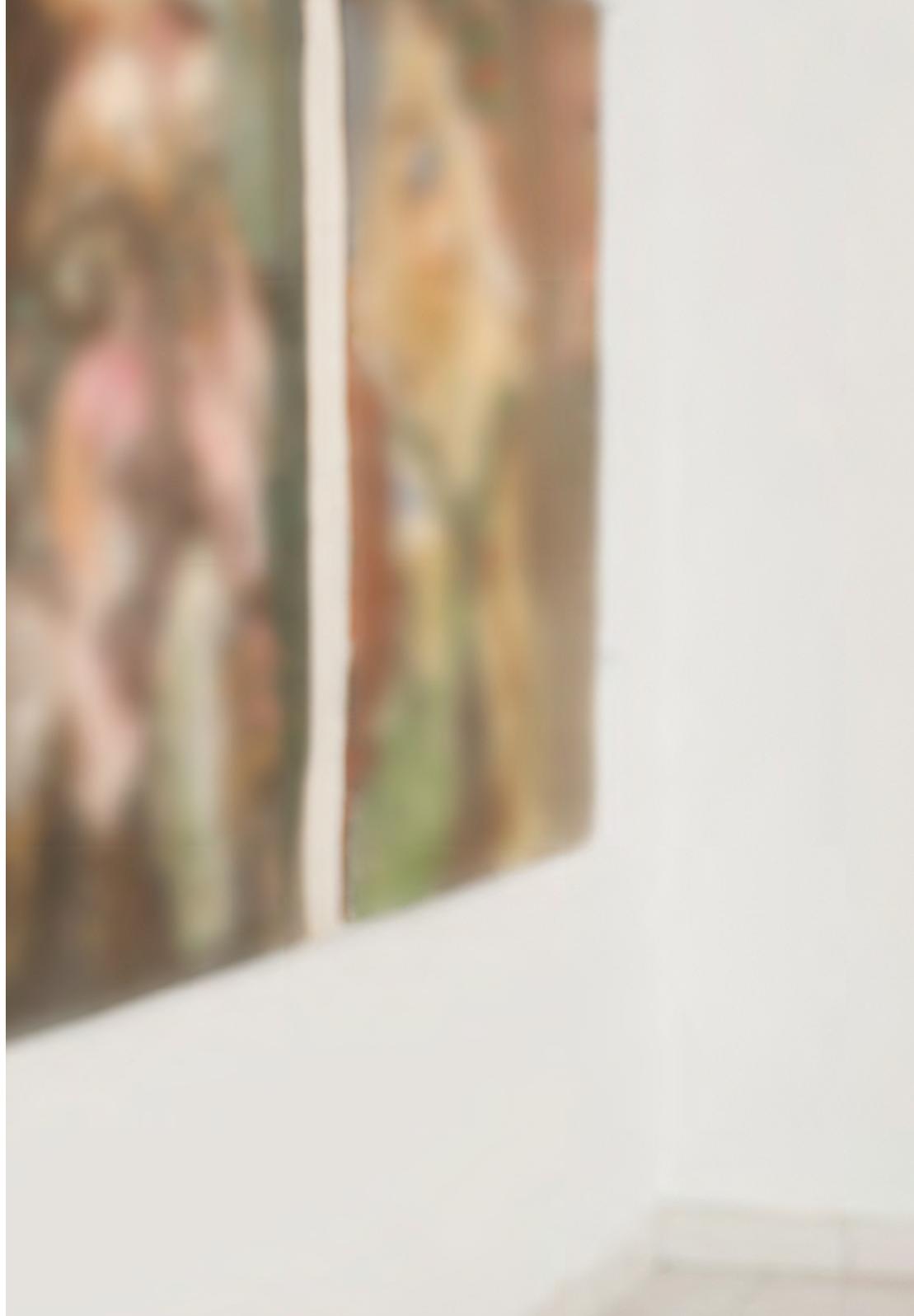


Общие профессиональные навыки

- ♦ Освоить цифровизацию мероприятия, наиболее используемые сегодня инструменты и новые тенденции
- ♦ Реализовать различные методологии сохранения культурного наследия
- ♦ Эффективно управлять актуальной или исторической информацией
- ♦ Придавать ценность роли музеев и галерей в образовании
- ♦ Разрешать конфликты на предприятии и проблемы между работниками
- ♦ Осуществлять правильное управление командой для повышения производительности и, следовательно, прибыли компании
- ♦ Осуществлять экономический и финансовый контроль компании
- ♦ Контролировать процессы логистики, закупок и снабжения компании

“

*Благодаря обучению,
полученному в рамках этой
100% онлайн-программы,
вы сможете гарантированно
решать текущие задачи, стоящие
перед сферой культуры”*





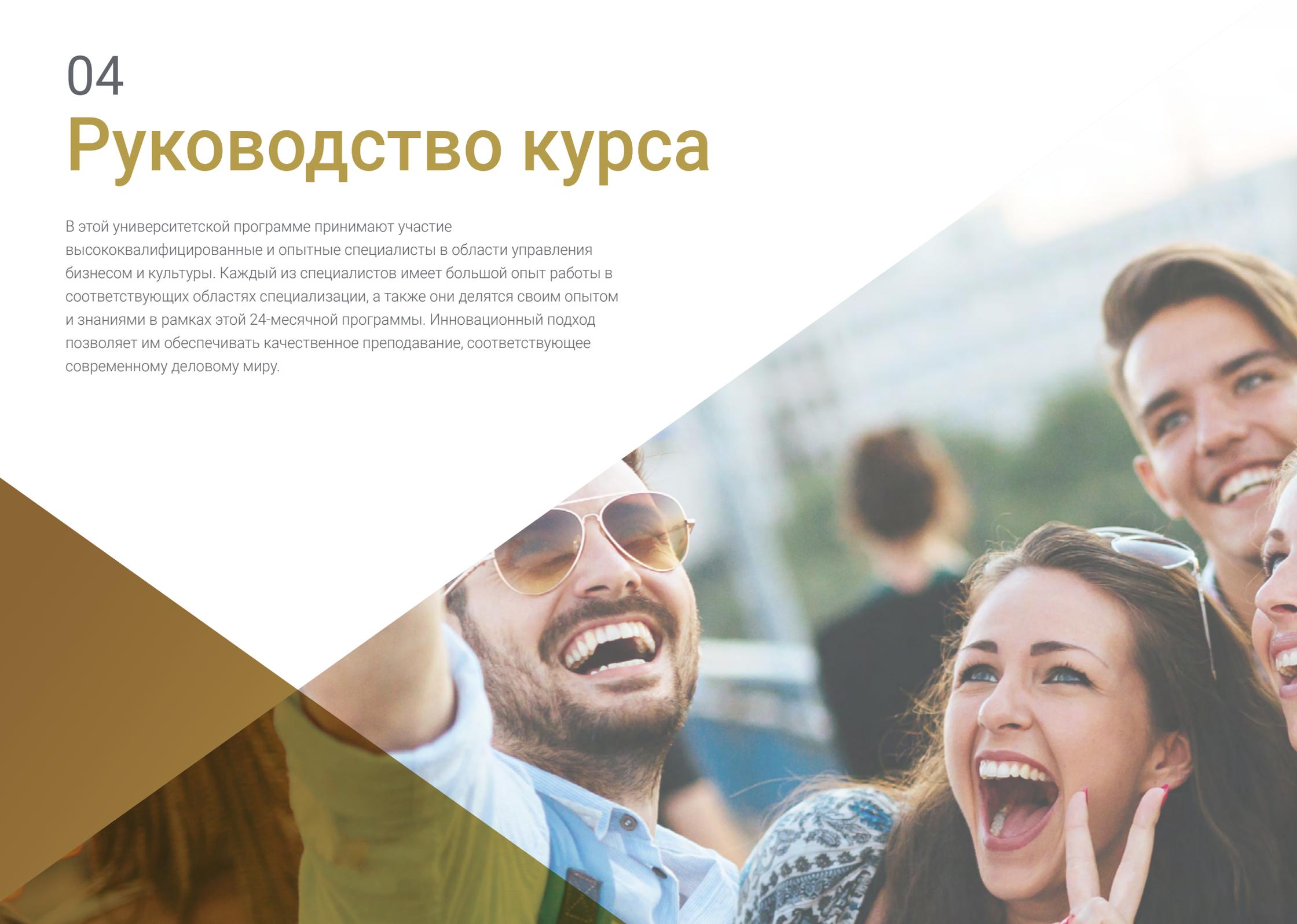
Профессиональные навыки

- ♦ Определять аудиторию, посещающую различные типы культурных мероприятий
- ♦ Планировать в соответствии с предложением и аудиторией
- ♦ Устанавливать стратегии коммуникации с успехом
- ♦ Знать различные культурные продукты
- ♦ Понимать роль организаций третьего сектора в обществе
- ♦ Планировать необходимые материальные и человеческие ресурсы для проведения культурного мероприятия
- ♦ Глубоко изучить новые бизнес-модели информационных систем
- ♦ Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов и услуг компании
- ♦ Разрабатывать и возглавлять маркетинговые планы
- ♦ Подробно изучить инновации во всех процессах и сферах деятельности компании
- ♦ Руководить различными проектами компании
- ♦ Глубоко изучить устойчивое развитие компании, избегая воздействия на окружающую среду

04

Руководство курса

В этой университетской программе принимают участие высококвалифицированные и опытные специалисты в области управления бизнесом и культуры. Каждый из специалистов имеет большой опыт работы в соответствующих областях специализации, а также они делятся своим опытом и знаниями в рамках этой 24-месячной программы. Инновационный подход позволяет им обеспечивать качественное преподавание, соответствующее современному деловому миру.





“

Отличный преподавательский состав, имеющий большой опыт управления бизнес-проектами, обеспечит вас самым современным учебным планом в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры”

Руководство



Д-р Ледесма Каррильо, Карлос Атсонья

- Эксперт в области международного бизнеса и юридического консалтинга для компаний
- Руководитель международного отдела в компании Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- Юридический консультант Transportes Interurbanos de Tenerife SA
- Менеджер по правовым вопросам в AvalonBiz Consulting Group SL
- Преподаватель курсов, ориентированных на защиту данных
- Докторская степень в области регионального развития Университета Ла-Лагуны
- Степень бакалавра в области права, Университет Ла-Лагуны
- Университетский курс в области управления проектами в Университете короля Хуана Карлоса
- MBA в области делового администрирования и менеджмента в Европейском университете Канарских островов

Преподаватели

Гн Гонсалес Пенья, Алексис Хосе

- ◆ Директор по финансовым вопросам в CajaSiete Caja Rural
- ◆ Старший внутренний аудитор в Bankia
- ◆ Старший внутренний аудитор в Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Опыт работы старшим аудитором в компании Deloitte
- ◆ Степень бакалавра в области управления бизнесом и администрирования Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария
- ◆ Степень магистра в области налогообложения и налогового консультирования от Центра финансовых исследований
- ◆ Степень магистра Executive Master в области финансового менеджмента и передовых финансов Высшего института банковской техники и практики
- ◆ Эксперт по финансовому планированию и управленческому контролю в банковской сфере от Analistas Financieros Internacionales
- ◆ Эксперт по повышению квалификации руководителей в области управления портфелями международных финансовых аналитиков

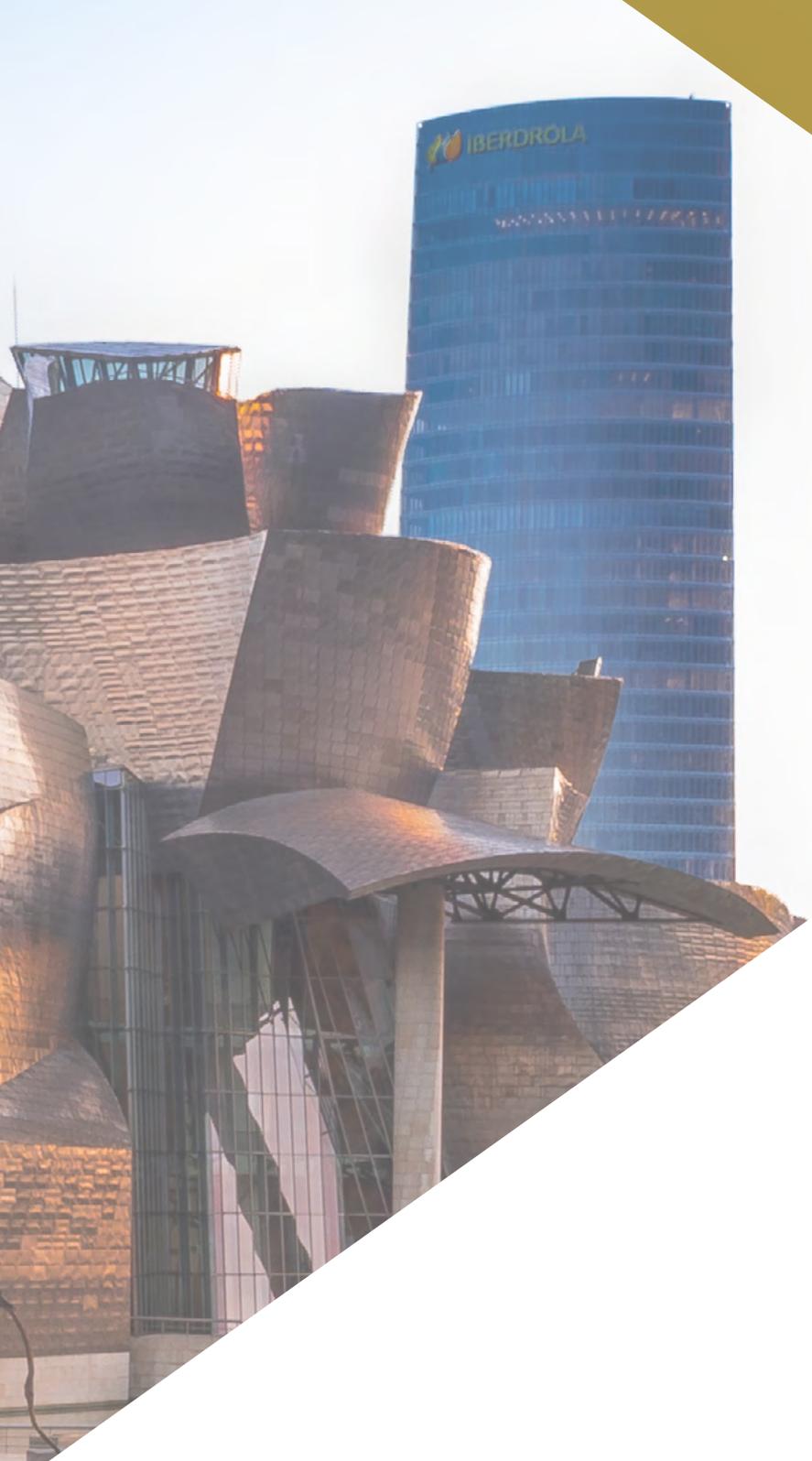


05

Структура и содержание

В течение 3000 учебных часов студенты будут изучать стратегии управления бизнесом в сфере культуры на основе многочисленных практических кейсов и мультимедийных учебных материалов. Таким образом, студенты изучат маркетинг, технологии и дизайн для продвижения культуры, а также тему сохранения наследия и планирования культурных мероприятий. Для получения этих знаний специалист будет иметь доступ к обширной виртуальной библиотеке 24 часа в сутки.





“

Обширная библиотека дидактических ресурсов позволит вам еще больше расширить возможности обучения по программе высшего менеджмента компаний в сфере культуры”

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- 1.1. Глобализация и управление
 - 1.1.1. Глобализация и тенденции: Интернационализация рынков
 - 1.1.2. Экономическая среда и корпоративное управление
 - 1.1.3. Accountability или подотчетность
- 1.2. Лидерство
 - 1.2.1. Межкультурная среда
 - 1.2.2. Лидерство и менеджмент компании
 - 1.2.3. Роли и обязанности руководства
- 1.3. Деловая этика
 - 1.3.1. Этика и добросовестность
 - 1.3.2. Этичное ведение бизнеса
 - 1.3.3. Деонтология, этические кодексы и кодексы поведения
 - 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции
- 1.4. Устойчивое развитие
 - 1.4.1. Бизнес и устойчивое развитие
 - 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
- 1.5. Корпоративная социальная ответственность
 - 1.5.1. Корпоративная социальная ответственность
 - 1.5.2. Роли и обязанности
 - 1.5.3. Внедрение корпоративной социальной ответственности

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- 2.1. Организационный анализ и дизайн
 - 2.1.1. Организационная культура
 - 2.1.2. Организационный анализ
 - 2.1.3. Дизайн организационной структуры
- 2.2. Корпоративная стратегия
 - 2.2.1. Стратегия корпоративного уровня
 - 2.2.2. Типологии стратегий корпоративного уровня
 - 2.2.3. Определение корпоративной стратегии
 - 2.2.4. Корпоративная стратегия и репутационный имидж

- 2.3. Стратегическое планирование и формулирование
 - 2.3.1. Стратегическое мышление
 - 2.3.2. Стратегическое планирование и формулирование
 - 2.3.3. Устойчивое развитие и корпоративная стратегия
- 2.4. Стратегические модели и паттерны
 - 2.4.1. Богатство, стоимость и возврат инвестиций
 - 2.4.2. Корпоративная стратегия: Методики
 - 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии
- 2.5. Стратегическое управление
 - 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
 - 2.5.2. Balanced Scorecard/Система сбалансированных показателей
 - 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
 - 2.5.4. Стратегическое управление и отчетность
- 2.6. Внедрение стратегии и исполнение
 - 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
 - 2.6.2. Мониторинг и стратегическое согласование
 - 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию
- 2.7. Управленческий менеджмент
 - 2.7.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
 - 2.7.2. Исполнительное руководство и разработка процессов
 - 2.7.3. Менеджмент знаний
- 2.8. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 2.8.1. Методология решения проблем
 - 2.8.2. Метод кейсов
 - 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

Модуль 3. Управление персоналом и талантами

- 3.1. Организационное поведение
 - 3.1.1. Теория организаций
 - 3.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
 - 3.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями

- 3.2. Стратегическое управление персоналом
 - 3.2.1. Разработка рабочих мест, найм и отбор персонала
 - 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
 - 3.2.3. Анализ рабочих мест; проектирование процесса подбора персонала
 - 3.2.4. Образование и профессиональное развитие
- 3.3. Развитие менеджмента и лидерства
 - 3.3.1. Управленческие навыки: Навыки и компетенции 21 века
 - 3.3.2. Не управленческие навыки
 - 3.3.3. Карта компетенций и навыков
 - 3.3.4. Лидерство и управление персоналом
- 3.4. Управление изменениями
 - 3.4.1. Анализ производительности
 - 3.4.2. Стратегический подход
 - 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессом
 - 3.4.4. Подход к постоянному совершенствованию
- 3.5. Переговоры и управление конфликтами
 - 3.5.1. Цели переговоров: отличительные элементы
 - 3.5.2. Эффективные методы ведения переговоров
 - 3.5.3. Конфликты: факторы и типологии
 - 3.5.4. Эффективное управление конфликтами: переговоры и коммуникация
- 3.6. Управленческая коммуникация
 - 3.6.1. Анализ производительности
 - 3.6.2. Управлять изменениями. Соппротивление изменениям
 - 3.6.3. Управление процессами изменений
 - 3.6.4. Управление мультикультурными командами
- 3.7. Управление командой и эффективность работы людей
 - 3.7.1. Многокультурная и многодисциплинарная среда
 - 3.7.2. Управление командой и людьми
 - 3.7.3. Коучинг и эффективность работы с людьми
 - 3.7.4. Совещания руководителей: Планирование и управление временем

- 3.8. Управление знаниями и талантами
 - 3.8.1. Выявление знаний и талантов в организациях
 - 3.8.2. Корпоративные модели управления знаниями и талантами
 - 3.8.3. Креативность и инновации

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- 4.1. Экономическая среда
 - 4.1.1. Теория организаций
 - 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
 - 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 4.2. Управленческий учет
 - 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
 - 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
 - 4.2.3. Бухгалтерская отчетность предприятий
 - 4.2.4. Анализ финансовых отчетов: принятие решений
- 4.3. Бюджет и управленческий контроль
 - 4.3.1. Планирование бюджета
 - 4.3.2. Управленческий контроль: структура и цели
 - 4.3.3. Мониторинг и отчетность
- 4.4. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.4.1. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.4.2. Налоговая процедура: страновой подход
- 4.5. Системы управления предприятием
 - 4.5.1. Типологии контроля
 - 4.5.2. Нормативно-правовое соответствие/соблюдение
 - 4.5.3. Внутренний аудит
 - 4.5.4. Внешний аудит
- 4.6. Финансовый менеджмент
 - 4.6.1. Введение в финансовый менеджмент
 - 4.6.2. Финансовый менеджмент и корпоративная стратегия
 - 4.6.3. Финансовый директор (CFO): управленческие компетенции

- 4.7. финансовое планирование
 - 4.7.1. Бизнес-модели и потребности в финансировании
 - 4.7.2. Инструменты финансового анализа
 - 4.7.3. Краткосрочное финансовое планирование
 - 4.7.4. Долгосрочное финансовое планирование
- 4.8. Корпоративная финансовая стратегия
 - 4.8.1. Корпоративные финансовые инвестиции
 - 4.8.2. Стратегический рост: типологии
- 4.9. Макроэкономический контекст
 - 4.9.1. Макроэкономический анализ
 - 4.9.2. Экономические показатели
 - 4.9.3. Экономический цикл
- 4.10. Стратегическое финансирование
 - 4.10.1. Банковский бизнес: Текущая среда
 - 4.10.2. Анализ и управление рисками
- 4.11. Деньги и рынки капитала
 - 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
 - 4.11.2. Переменный доход
 - 4.11.3. Оценка стоимости компании
- 4.12. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 4.12.1. Методология решения проблем
 - 4.12.2. Метод кейсов

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Управление операциями
 - 5.1.1. Определение стратегии операций
 - 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок
 - 5.1.3. Системы индикаторов
- 5.2. Управление закупками
 - 5.2.1. Управление запасами
 - 5.2.2. Управление складом
 - 5.2.3. Управление закупками и снабжением





- 5.3. Управление цепями поставок I
 - 5.3.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
 - 5.3.2. Изменение структуры спроса
 - 5.3.3. Изменение стратегии операций
- 5.4. Управление цепями поставок II. Исполнение
 - 5.4.1. Бережливое производство/Бережливое мышление
 - 5.4.2. Управление логистикой
 - 5.4.3. Закупки
- 5.5. Логистические процессы
 - 5.5.1. Организация и управление процессами
 - 5.5.2. Закупки, производство, распределение
 - 5.5.3. Качество, затраты на качество и инструменты
 - 5.5.4. Послепродажное обслуживание
- 5.6. Логистика и клиенты
 - 5.6.1. Анализ спроса и прогнозирование
 - 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж
 - 5.6.3. Совместное планирование, прогнозирование и замена
- 5.7. Международная логистика
 - 5.7.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
 - 5.7.2. Методы и средства международных платежей
 - 5.7.3. Международные логистические платформы
- 5.8. Конкуренция по операциям
 - 5.8.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество предприятия
 - 5.8.2. Новые технологии и науки
 - 5.8.3. Информационные системы в операциях

Модуль 6. Управление информационными системами

- 6.1. Управление информационными системами
 - 6.1.1. Информационные системы в бизнесе
 - 6.1.2. Стратегические решения
 - 6.1.3. Роль CIO

- 6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегия
 - 6.2.1. Анализ компании и отрасли
 - 6.2.2. Бизнес-модели на базе Интернета
 - 6.2.3. Значение ИТ в бизнесе
- 6.3. Стратегическое планирование ИС
 - 6.3.1. Процесс стратегического планирования
 - 6.3.2. Формулировка стратегии ИС
 - 6.3.3. План реализации стратегии
- 6.4. Информационные и интеллект бизнес-системы
 - 6.4.1. CRM-система и бизнес-аналитика
 - 6.4.2. Управление проектами бизнес-аналитики
 - 6.4.3. Архитектура бизнес-аналитики
- 6.5. Новые бизнес-модели на основе ИКТ
 - 6.5.1. Бизнес-модели на основе технологий
 - 6.5.2. Способность к инновациям
 - 6.5.3. Редизайн процессов цепочки создания стоимости
- 6.6. Электронная коммерция
 - 6.6.1. Стратегический план электронной коммерции
 - 6.6.2. Управление логистикой и обслуживание клиентов в электронной коммерции
 - 6.6.3. Электронная коммерция как возможность интернационализации
- 6.7. Стратегии электронного бизнеса
 - 6.7.1. Стратегии в социальных медиа
 - 6.7.2. Оптимизация каналов обслуживания и поддержки клиентов
 - 6.7.3. Цифровое регулирование
- 6.8. Цифровой бизнес
 - 6.8.1. Мобильная электронная коммерция
 - 6.8.2. Дизайн и юзабилити
 - 6.8.3. Операции электронной коммерции

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

- 7.1. Коммерческий менеджмент
 - 7.1.1. Управление продажами
 - 7.1.2. Коммерческая стратегия
 - 7.1.3. Техника продаж и ведения переговоров
 - 7.1.4. Управление отделом продаж
- 7.2. Маркетинг
 - 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
 - 7.2.2. Основные переменные маркетинга
 - 7.2.3. План маркетинга
- 7.3. Стратегическое управление маркетингом
 - 7.3.1. Источники инноваций
 - 7.3.2. Современные тенденции в маркетинге
 - 7.3.3. Инструменты маркетинга
 - 7.3.4. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами
- 7.4. Стратегия цифрового маркетинга
 - 7.4.1. Подход к цифровому маркетингу
 - 7.4.2. Инструменты цифрового маркетинга
 - 7.4.3. Входящий маркетинг и эволюция цифрового маркетинга
- 7.5. Стратегия продаж и коммуникаций
 - 7.5.1. Позиционирование и продвижение
 - 7.5.2. Связи с общественностью
 - 7.5.3. Стратегия продаж и коммуникаций
- 7.6. Корпоративная коммуникация
 - 7.6.1. Внутренние и внешние коммуникации
 - 7.6.2. Департаменты коммуникации
 - 7.6.3. Менеджеры по коммуникации (DIRCOM): управленческие компетенции и обязанности
- 7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.7.1. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.7.2. План коммуникации
 - 7.7.3. Написание пресс-релизов/клиппинг/реклама

Модуль 8. Маркетинг на культурном рынке

- 8.1. Культура вне индустрии
 - 8.1.1. Арт-рынок
 - 8.1.1.1. Среда культурной и творческой индустрии: место организаций культуры в обществе
 - 8.1.1.2. Глобальное экономическое воздействие культурной и креативной индустрии
 - 8.1.2. Культурное наследие и исполнительские искусства
 - 8.1.2.1. Культурное наследие и исполнительские искусства в обществе
 - 8.1.2.2. Культурное наследие и исполнительские искусства в средствах массовой информации
- 8.2. Культурные индустрии
 - 8.2.1. Концепция культурной индустрии
 - 8.2.1.1. Издательская индустрия
 - 8.2.1.2. Музыкальная индустрия
 - 8.2.1.3. Киноиндустрия
- 8.3. Журналистика и искусство
 - 8.3.1. Новые и старые формы коммуникации
 - 8.3.1.1. Зарождение и эволюция искусства в средствах массовой информации
 - 8.3.1.2. Новые формы коммуникации и письма
- 8.4. Культура в цифровом мире
 - 8.4.1. Культура в цифровом мире
 - 8.4.2. Вездесущность визуального ряда. Противоречия цифровой эпохи
 - 8.4.3. Передача информации через видеоигры
 - 8.4.4. Совместное искусство
- 8.5. Структура СМИ
 - 8.5.1. Аудиовизуальный и печатный сектор
 - 8.5.1.1. Влияние крупных медиагрупп на культуру
 - 8.5.1.2. Live платформы - задача для основных СМИ
 - 8.5.2. Сфера культурной журналистики
 - 8.5.2.1. Культурный рынок в глобальном мире. На пути к гомогенизации или диверсификации?
- 8.6. Введение в маркетинг
 - 8.6.1. 4 П
 - 8.6.1.1. Основы маркетинговой деятельности
 - 8.6.1.2. Маркетинг-микс
 - 8.6.1.3. Необходимость (или нет) маркетинга на культурном рынке
 - 8.6.2. Маркетинг и потребительство
 - 8.6.2.1. Потребление культуры
 - 8.6.2.2. Качество как сквозной фактор информационных продуктов
- 8.7. Маркетинг и ценность: искусство ради искусства, искусство в рамках идеологических программ и искусство как рыночный продукт
 - 8.7.1. Искусство ради искусства
 - 8.7.1.1. Искусство масс. Однородность искусства и его ценность
 - 8.7.1.2. Создается ли искусство для медиа или медиа передает искусство?
 - 8.7.2. Искусство в рамках идеологических программ
 - 8.7.2.1. Искусство, политика и активизм
 - 8.7.2.2. Основная символика в искусстве
 - 8.7.3. Искусство как рыночный продукт
 - 8.7.3.1. Искусство в рекламе
 - 8.7.3.2. Управление культурой для успешного развития работы
- 8.8. Маркетинг основных индустрий культуры
 - 8.8.1. Современные тенденции в основных отраслях культуры
 - 8.8.1.1. Запросы потребителей, представленные в бизнесе
 - 8.8.1.2. Успешные культурные продукты в СМИ
- 8.9. Исследования как центральный инструмент маркетинга
 - 8.9.1. Сбор данных о рынке и потребителях
 - 8.9.1.1. Дифференциация по отношению к конкурентам
 - 8.9.1.2. Другие стратегии исследования
- 8.10. Будущее маркетинга культуры
 - 8.10.1. Будущее маркетинга культуры
 - 8.10.1.1. Тренды маркетинга культуры
 - 8.10.1.2. Культурные продукты с наибольшим рыночным потенциалом

Модуль 9. Инновации и управление проектами

- 9.1. Инновации
 - 9.1.1. Макро-концепция инноваций
 - 9.1.2. Типологии инноваций
 - 9.1.3. Непрерывные и прерывистые инновации
 - 9.1.4. Обучение и инновации
- 9.2. Инновационная стратегия
 - 9.2.1. Инновации и корпоративная стратегия
 - 9.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
 - 9.2.3. Семинары по инновациям
- 9.3. Разработка и проверка бизнес-модели
 - 9.3.1. Методология «Бережливого стартапа»
 - 9.3.2. Инновационная бизнес-инициатива: этапы
 - 9.3.3. Способы финансирования
 - 9.3.4. Инструменты моделирования: карта эмпатии, Канва и метрики
 - 9.3.5. Рост и лояльность
- 9.4. Управление проектами
 - 9.4.1. Инновационные возможности
 - 9.4.2. Технично-экономическое обоснование и спецификация предложений
 - 9.4.3. Определение и разработка проектов
 - 9.4.4. Реализация проекта
 - 9.4.5. Закрытие проекта

Модуль 10. Производство и руководство в культурном менеджменте

- 10.1. Инструменты управления культурными организациями I
 - 10.1.1. Культурный менеджмент
 - 10.1.2. Классификация культурной продукции
 - 10.1.3. Цели культурного менеджмента
- 10.2. Инструменты управления культурными организациями II
 - 10.2.1. Культурные организации
 - 10.2.2. Типология
 - 10.2.3. ЮНЕСКО



- 10.3. Коллекционирование и меценатство
 - 10.3.1. Искусство коллекционирования
 - 10.3.2. Развитие вкуса к коллекционированию на протяжении истории
 - 10.3.3. Типы коллекций
- 10.4. Роль фондов
 - 10.4.1. Что такое фонды?
 - 10.4.2. Ассоциации и фонды
 - 10.4.2.1. Различия
 - 10.4.2.2. Аналогии
 - 10.4.3. Примеры культурных функций в мире
- 10.5. Развитие культуры в организациях третьего сектора
 - 10.5.1. Что такое организации третьего сектора?
 - 10.5.2. Роль организаций третьего сектора в обществе
 - 10.5.3. Сети
- 10.6. Государственные учреждения и органы
 - 10.6.1. Организационная модель культурной политики в Европе
 - 10.6.2. Основные государственные учреждения в Европе
 - 10.6.3. Культурная деятельность европейских международных организаций
- 10.7. Культурное наследие
 - 10.7.1. Культура как бренд страны
 - 10.7.2. Культурная политика
 - 10.7.2.1. Учреждения
 - 10.7.2.2. Фигуры
 - 10.7.3. Культура как наследие человечества
- 10.8. Распространение культурного наследия
 - 10.8.1. Что такое культурное наследие?
 - 10.8.2. Государственное управление
 - 10.8.3. Частное управление
 - 10.8.4. Скоординированное управление

- 10.9. Создание и управление проектами
 - 10.9.1. Что такое создание и управление проектами?
 - 10.9.2. Производство
 - 10.9.2.1. Государственные
 - 10.9.2.2. Частные
 - 10.9.2.3. Совместные производства
 - 10.9.2.4. Другие виды
 - 10.9.3. Планирование культурного менеджмента
- 10.10. Искусство, бизнес и общество
 - 10.10.1. Третий сектор как социальная возможность
 - 10.10.2. Социальная активность компаний через различные виды искусства
 - 10.10.2.1. Инверсия
 - 10.10.2.2. Прибыльность
 - 10.10.2.3. Продвижение
 - 10.10.2.4. Прибыль
 - 10.10.3. Искусство как включение и преобразование общества
 - 10.10.4. Театр как социальная возможность
 - 10.10.5. Фестивали с участием публики

Модуль 11. Сохранение культурного наследия

- 11.1. Теория консервации и реставрации исторического и художественного наследия
 - 11.1.1. Как осуществляется консервация наследия?
 - 11.1.2. Кто несет ответственность за его сохранение?
 - 11.1.3. Шаги, которые необходимо предпринять для его сохранения
 - 11.1.4. Исторические события
 - 11.1.5. Современные критерии
- 11.2. Куратор музея
 - 11.2.1. Описание должности куратора музея
 - 11.2.2. Шаги, которые необходимо предпринять, чтобы стать куратором музея
 - 11.2.3. Деонтология
 - 11.2.4. Функции

- 11.3. Методология диагностики состояния сохранности культурных ценностей
 - 11.3.1. Что такое BIC?
 - 11.3.2. Объекты культурного интереса или BIC
 - 11.3.3. Руководство по сохранению BIC
 - 11.3.4. Изменение и факторы разрушения
- 11.4. Методы анализа и изучения материалов и техники
 - 11.4.1. Определение метода и техники
 - 11.4.2. Научный анализ
 - 11.4.3. Методы изучения историко-художественного наследия
 - 11.4.4. Очистка и консолидация BIC
- 11.5. Критерии вмешательства в реставрацию и консервацию I
 - 11.5.1. Определение критериев
 - 11.5.2. Экстренные вмешательства
 - 11.5.3. Планы по защите коллекций изобразительного искусства
 - 11.5.4. Планы по защите этнографий
- 11.6. Критерии вмешательства в реставрацию и консервацию II
 - 11.6.1. Планы по защите археологических останков
 - 11.6.2. Планы по защите научных коллекций
 - 11.6.3. Планы по охране других элементов нематериального культурного наследия
 - 11.6.4. Важность реставрации
- 11.7. Проблемы, связанные с сохранением BIC
 - 11.7.1. Что включает в себя консервация?
 - 11.7.2. Проблемы консервации
 - 11.7.3. Критерии проведения реставрации культурного наследия
 - 11.7.4. Реставрация BIC
- 11.8. Превентивная консервация культурного наследия
 - 11.8.1. Концепция
 - 11.8.1.1. Что такое превентивная консервация?
 - 11.8.2. Методологии
 - 11.8.3. Техники
 - 11.8.4. Кто отвечает за консервацию?

- 11.9. Изучение контекста культурных объектов и коллекций наследия I
 - 11.9.1. Что такое оценка культурных объектов?
 - 11.9.2. Материалы, используемые при сохранении материальных объектов и коллекций наследия
 - 11.9.3. Хранение
 - 11.9.4. Экспозиция
- 11.10. Изучение контекста культурных объектов и коллекций наследия II
 - 11.10.1. Что включает и кто отвечает за упаковку?
 - 11.10.2. Упаковка культурных объектов и коллекций наследия
 - 11.10.3. Транспортировка культурных объектов и коллекций наследия
 - 11.10.4. Обращение с культурными объектами и коллекциями наследия

Модуль 12. Управление музеями, галереями и выставками

- 12.1. Музеи и галереи
 - 12.1.1. Развитие концепции музея
 - 12.1.2. История музеев
 - 12.1.3. Типологии, основанные на содержании
 - 12.1.4. Содержание
- 12.2. Организация музеев
 - 12.2.1. Каковы функции музея?
 - 12.2.2. Ядро музея: коллекции
 - 12.2.3. Невидимый музей: хранилища
 - 12.2.4. Программа DOMUS: интегрированная система документации и управления музеем
- 12.3. Распространение и коммуникация музея
 - 12.3.1. Планирование выставок
 - 12.3.2. Формы и типы выставок
 - 12.3.3. Направления распространения и коммуникации
 - 12.3.4. Музеи и культурный туризм
 - 12.3.5. Корпоративный имидж
- 12.4. Управление музеем
 - 12.4.1. Управление и администрирование
 - 12.4.2. Источники финансирования: государственные и частные
 - 12.4.3. Ассоциации друзей музеев
 - 12.4.4. Магазин

- 12.5. Роль музея в информационном обществе
 - 12.5.1. Различия между музеологией и музеографией
 - 12.5.2. Роль музея в современном обществе
 - 12.5.3. Информационные и коммуникационные технологии на службе музея
 - 12.5.4. Приложения для мобильных устройств
- 12.6. Арт-рынок и коллекционеры
 - 12.6.1. Что такое арт-рынок?
 - 12.6.2. Торговля предметами искусства
 - 12.6.2.1. Цепи
 - 12.6.2.2. Рынки
 - 12.6.2.3. Интернационализация
 - 12.6.3. Самые важные художественные ярмарки в мире
 - 12.6.3.1. Структура
 - 12.6.3.2. Организация
 - 12.6.4. Тенденции в международном коллекционировании
- 12.7. Художественные галереи
 - 12.7.1. Как спланировать художественную галерею?
 - 12.7.2. Функции и состав художественных галерей
 - 12.7.3. К новой типологии галерей
 - 12.7.4. Как управляются галереи
 - 12.7.4.1. Художники
 - 12.7.4.2. Маркетинг
 - 12.7.4.3. Рынки
 - 12.7.5. Различия между музеями, выставочными залами и галереями
- 12.8. Художники и их выставки
 - 12.8.1. Признание художника
 - 12.8.2. Художник и его работы
 - 12.8.3. Авторское право и права интеллектуальной собственности
 - 12.8.4. Награды и возможности
 - 12.8.4.1. Конкурсы
 - 12.8.4.2. Стипендии
 - 12.8.4.3. Премии
 - 12.8.5. Специализированные журналы
 - 12.8.5.1. Художественная критика
 - 12.8.5.2. Культурный журналист

- 12.9. Мотивы культуры
 - 12.9.1. Что представляет собой культура
 - 12.9.2. Что предлагает культура
 - 12.9.3. В чем нуждается культура
 - 12.9.4. Продвижение культуры
- 12.10. Основы дидактики музеографии в художественных музеях
 - 12.10.1. Художественные выставки и художественные музеи: дифференциальный факт
 - 12.10.2. Некоторые свидетельства и мнения обо всем этом: от Боаделлы до Гомбриха
 - 12.10.3. Искусство как набор конвенций
 - 12.10.4. Искусство, вписанное в очень специфические культурные традиции
 - 12.10.5. Искусство в музеях и пространствах для презентации наследия
 - 12.10.6. Искусство и дидактика
 - 12.10.7. Интерактивность как дидактический ресурс в художественных музеях

Модуль 13. Культурная документация: каталогизация и исследование

- 13.1. Музейная документация
 - 13.1.1. Что такое музейная документация?
 - 13.1.2. Что такое музейная документация?
 - 13.1.3. Музеи как центры сбора документации
 - 13.1.4. Документация, связанная с музейными предметами
- 13.2. Информационный менеджмент и его практическое применение
 - 13.2.1. Описание информационного менеджмента
 - 13.2.2. Возникновение и развитие информационного менеджмента
 - 13.2.2.1. XX век
 - 13.2.2.2. Современность
 - 13.2.3. Инструменты для внедрения информационного менеджмента
 - 13.2.4. Кто может отвечать за информационный менеджмент?
- 13.3. Документальная система I
 - 13.3.1. Документальное содержание архивов
 - 13.3.1.1. Архивирование в делопроизводстве
 - 13.3.1.2. Важность документальных архивов
 - 13.3.2. Роли сотрудников архива

- 13.3.3. Документальные инструменты
 - 13.3.3.1. Регистры
 - 13.3.3.2. Инвентаризация
 - 13.3.3.3. Каталог
- 13.4. Документальная система II
 - 13.4.1. Документация
 - 13.4.1.1. Диаграмма
 - 13.4.1.2. Техника
 - 13.4.1.3. Реставрация
 - 13.4.2. Документальные движения и фонды
 - 13.4.3. Административная документация и архивирование
- 13.5. Стандартизация документации
 - 13.5.1. Инструменты контроля терминологии
 - 13.5.1.1. Иерархические списки
 - 13.5.1.2. Словари
 - 13.5.1.3. Тезаурусы
 - 13.5.2. Стандарты качества
 - 13.5.3. Применение ИКТ
- 13.6. Исследования в музеях
 - 13.6.1. Теоретическая основа
 - 13.6.2. Документации versus исследования
 - 13.6.3. Процессы информационного менеджмента
- 13.7. Платформы распространения коллекций и проектов
 - 13.7.1. Передача знаний
 - 13.7.2. Социальные сети
 - 13.7.3. Средства массовой информации
- 13.8. Образование в контексте наследия и музеев
 - 13.8.1. Дидактика музеев
 - 13.8.2. Роль музеев и галерей в образовании
 - 13.8.3. Теоретические основы обучения
 - 13.8.3.1. Формальное
 - 13.8.3.2. Неформальное
 - 13.8.3.3. Информальное

- 13.9. Посредничество и опыт участия
 - 13.9.1. Образование для равенства и целостности
 - 13.9.2. Предложения по повышению осведомленности и уважения к окружающей среде
 - 13.9.3. Социомузеология
- 13.10. Департаменты образования и культурной деятельности
 - 13.10.1. История
 - 13.10.2. Структура
 - 13.10.3. Функции

Модуль 14. Культурный менеджмент в области музыки и танца

- 14.1. Концептуализации и источники
 - 14.1.1. Отношения в культурном менеджменте
 - 14.1.1.1. Экономика
 - 14.1.1.2. Социология
 - 14.1.1.3. Искусство
 - 14.1.2. Недостаток надежных баз данных и опросов
 - 14.1.3. Источники
 - 14.1.3.1. Веб-страницы
 - 14.1.3.2. Критика
 - 14.1.3.3. Пресса (все виды)
- 14.2. Музыка и танцы
 - 14.2.1. Искусство
 - 14.2.1.1. Во времени
 - 14.2.1.2. В пространстве
 - 14.2.3. Человеческие ресурсы для развития музыки и танца
 - 14.2.4. Диски и видео
 - 14.2.5. Обзор жанров по всему миру
- 14.3. Источники финансирования
 - 14.3.1. Исторические очертания
 - 14.3.2. Гранты на искусство классического канона за последние 70 лет
 - 14.3.3. Размышления о моделях
 - 14.3.4. Музыка и танцы неклассического канона

- 14.4. Типы организаций и человеческие ресурсы
 - 14.4.1. Принципиальные вопросы
 - 14.4.1.1. Организации-производители
 - 14.4.1.2. Субъекты-программисты
 - 14.4.1.3. Смешанные сущности
 - 14.4.2. Симфонические оркестры
 - 14.4.2.1. Фигура руководителя
 - 14.4.2.2. Фигура музыкального руководителя
 - 14.4.3. Камерные оркестры
 - 14.4.4. Оперные труппы
 - 14.4.5. Балетные труппы
 - 14.4.6. Аудитории
 - 14.4.7. Фестивали
 - 14.4.8. Самые значимые музыкальные группы мира
- 14.5. Инфраструктуры
 - 14.5.1. Типологии
 - 14.5.1.1. Театры
 - 14.5.1.2. Музеи
 - 14.5.1.3. Стадии
 - 14.5.1.4. Колизеи
 - 14.5.1.5. Прочее
 - 14.5.2. Размеры и количество мест для сидения
 - 14.5.3. Расположение и транспорт
- 14.6. Аудитория
 - 14.6.1. Какую аудиторию можно встретить в музыке и танцах?
 - 14.6.2. Связь между предложением и аудиторией
 - 14.6.3. Переменная типа потребления
 - 14.6.4. Переменная возраста
 - 14.6.5. Образовательная и культурная переменная
 - 14.6.6. Социально-экономическая переменная
- 14.7. Цены и их основные проблемы
 - 14.7.1. Организация поставок
 - 14.7.1.1. Циклы
 - 14.7.1.2. Сезоны
 - 14.7.1.3. Абонементы
 - 14.7.1.4. Программа
 - 14.7.1.5. Функции
 - 14.7.2. Государственная и частная сферы по отношению к ценам
 - 14.7.3. От Мадонны до григорианского песнопения
- 14.8. Выбор репертуаров. Насыщенные ниши против заброшенных ниш
 - 14.8.1. Проблемы
 - 14.8.2. Художник перед своим искусством
 - 14.8.3. Существует ли избыток форматов и репертуаров?
 - 14.8.4. Оказывают ли создатели мнений негативное влияние?
 - 14.8.5. Профиль программистов
 - 14.8.6. Личный вкус и музыкальная культура программистов
 - 14.8.7. Существуют ли решения?
- 14.9. Необходимые элементы
 - 14.9.1. Управление музыкой и танцами
 - 14.9.2. Политики
 - 14.9.3. Концертные агентства и агенты
 - 14.9.4. Музыкальные критики
 - 14.9.5. Радио и телевидение
 - 14.9.6. Лейблы звукозаписи и видео
- 14.10. Управление музыкальным наследием и авторским правом
 - 14.10.1. Письменные материалы и авторское право
 - 14.10.1.1. Музыкальные радиопередачи
 - 14.10.1.2. Хореографические
 - 14.10.1.3. Авторские права
 - 14.10.2. Исторические репертуары
 - 14.10.2.1. Проблемы изданий
 - 14.10.2.2. Возможности для самопубликации

- 14.10.3. Классические репертуары
 - 14.10.3.1. Проблемы с расходами
 - 14.10.3.2. Проблемы, связанные с низким уровнем сбора
- 14.10.4. Премьерные репертуары в популярных городских и джазовых канонах
- 14.10.5. Музыкальные архивы неопубликованного репертуара, рукописные или письменные
- 14.10.6. Звуковые библиотеки
- 14.10.7. Особый случай танцев

Модуль 15. Управление культурным туризмом

- 15.1. Введение в культурное наследие
 - 15.1.1. Культурный туризм
 - 15.1.2. Культурное наследие
 - 15.1.3. Ресурсы культурного туризма
- 15.2. Устойчивость как ориентир в туризме и культурном наследии
 - 15.2.1. Концепция городской устойчивости
 - 15.2.2. Устойчивость туризма
 - 15.2.3. Культурная устойчивость
- 15.3. Несущая способность и ее применение в туристических целях
 - 15.3.1. Концептуализация
 - 15.3.2. Размеры несущей способности туризма
 - 15.3.3. Кейс-стади
 - 15.3.4. Подходы и предложения по изучению несущей способности туризма
- 15.4. Использование туристами пространства
 - 15.4.1. Потоки посетителей и объекты туристического наследия
 - 15.4.2. Общие модели туристической мобильности и использования пространства
 - 15.4.3. Туризм и пространства наследия: эффекты и проблемы, возникающие в связи с туристическими потоками
- 15.5. Задачи управления пространством
 - 15.5.1. Стратегии диверсификации туристического использования пространства
 - 15.5.2. Меры по управлению туристическим спросом
 - 15.5.3. Улучшение наследия и контроль доступности
 - 15.5.4. Управление посетителями на пространствах наследия со сложными моделями посещения. Кейс-стади





- 15.6. Продукт культурного туризма
 - 15.6.1. Городской и культурный туризм
 - 15.6.2. Культура и туризм
 - 15.6.3. Трансформации на рынке культурных путешествий
- 15.7. Политика сохранения наследия
 - 15.7.1. Консервация vs. Эксплуатация наследия
 - 15.7.2. Международные нормы и стандарты
 - 15.7.3. Политика консервации
- 15.8. Управление культурными ресурсами в туристической зоне
 - 15.8.1. Продвижение и управление городским туризмом
 - 15.8.2. Управление туризмом наследия
 - 15.8.3. Государственное и частное управление
- 15.9. Трудоустройство в культурном туризме
 - 15.9.1. Характеристики трудоустройства в культурном туризме
 - 15.9.2. Исследования и профили в культурном туризме
 - 15.9.3. Туристический гид и интерпретация наследия
- 15.10. Кейс-стади историй успеха в управлении культурным наследием в сфере туризма
 - 15.10.1. Стратегии культурного и туристического развития местного наследия
 - 15.10.2. Ассоциативное управление государственным проектом
 - 15.10.3. Анализ посещаемости как инструмент культурного менеджмента
 - 15.10.4. Политика продвижения местного туризма и основные культурные достопримечательности
 - 15.10.5. Местное планирование и управление туризмом в городе всемирного наследия

Модуль 16. Технология и дизайн для продвижения культуры

- 16.1. Важность имиджа сегодня
 - 16.1.1. MTV
 - 16.1.1.1. Появление MTV
 - 16.1.1.2. Видеоклипы
 - 16.1.2. От MTV к YouTube
 - 16.1.3. Старый маркетинг vs. Цифровой
- 16.2. Создание контента
 - 16.2.1. Основная драматическая убежденность
 - 16.2.1.1. Цель постановки
 - 16.2.1.2. Эстетико-стилистическая стратегия
 - 16.2.1.3. Переход от театра к остальным видам искусства

- 16.2.2. Глобальный таргетинг потребителей
- 16.2.3. Создание контента
 - 16.2.3.1. Флаер
 - 16.2.3.2. Тизер
 - 16.2.3.3. Социальные сети
- 16.2.4. Средства распространения информации
- 16.3. Графический дизайнер и комьюнити-менеджер
 - 16.3.1. Фазы встречи
 - 16.3.2. Почему необходим графический дизайнер?
 - 16.3.3. Роль комьюнити-менеджера
- 16.4. Включение создателей в обычные средства отображения информации
 - 16.4.1. Включение ИКТ
 - 16.4.1.1. Личная сфера
 - 16.4.1.2. Профессиональная сфера
 - 16.4.2. Добавление DJ и VJ
 - 16.4.2.1. Использование DJ и VJ на выступлениях
 - 16.4.2.2. Использование DJ и VJ в театре
 - 16.4.2.3. Использование DJ и VJ в танцах
 - 16.4.2.4. Использование DJ и VJ на мероприятиях
 - 16.4.2.5. Использование DJ и VJ на спортивных мероприятиях
 - 16.4.3. Иллюстраторы в режиме реального времени
 - 16.4.3.1. Песок
 - 16.4.3.2. Рисование
 - 16.4.3.3. Прозрачность
 - 16.4.3.4. Визуальное повествование
- 16.5. ИКТ для сцены и творчества I
 - 16.5.1. Видеопроекция, видеостена, видеосплиттинг
 - 16.5.1.1. Различия
 - 16.5.1.2. Развитие
 - 16.5.1.3. От накаливания к лазерному люминофору
 - 16.5.2. Использование программного обеспечения в шоу
 - 16.5.2.1. Что используется?
 - 16.5.2.2. Почему используется?
 - 16.5.2.3. Как они поддерживают творчество и демонстрацию?
 - 16.5.3. Технический и художественный персонал
 - 16.5.3.1. Роли
 - 16.5.3.2. Управление
- 16.6. ИКТ для сцены и творчества II
 - 16.6.1. Интерактивные технологии
 - 16.6.1.1. Почему используется?
 - 16.6.1.2. Преимущества
 - 16.6.1.3. Недостатки
 - 16.6.2. AR
 - 16.6.3. VR
 - 16.6.4. 360°
- 16.7. ИКТ для сцены и творчества III
 - 16.7.1. Способы обмена информацией
 - 16.7.1.1. Drop Box
 - 16.7.1.2. Drive
 - 16.7.1.3. iCloud
 - 16.7.1.4. WeTransfer
 - 16.7.2. Социальные сети и их распространение
 - 16.7.3. Использование ИКТ в живых выступлениях
- 16.8. Средства отображения
 - 16.8.1. Обычные носители
 - 16.8.1.1. Что они из себя представляют?
 - 16.8.1.2. Какие из них известны?
 - 16.8.1.3. Малый формат
 - 16.8.1.4. Большой формат
 - 16.8.2. Нетрадиционные носители
 - 16.8.2.1. Что они из себя представляют?
 - 16.8.2.2. Что это такое?
 - 16.8.2.3. Где и как их можно использовать?
 - 16.8.3. Примеры
- 16.9. Корпоративные мероприятия
 - 16.9.1. Корпоративные мероприятия
 - 16.9.1.1. Что они из себя представляют?
 - 16.9.1.2. Что они собой представляют?

- 16.9.2. Конкретный обзор 5W+1H, применяемый в корпорации
- 16.9.3. Наиболее часто используемые носители информации
- 16.10. Аудиовизуальное производство
 - 16.10.1. Аудиовизуальные ресурсы
 - 16.10.1.1. Ресурсы в музеях
 - 16.10.1.2. Ресурсы на сцене
 - 16.10.1.3. Ресурсы на мероприятиях
 - 16.10.2. Функции
 - 16.10.3. Возникновение проектов
 - 16.10.4. Стадии процесса

Модуль 17. Дизайн культурных мероприятий

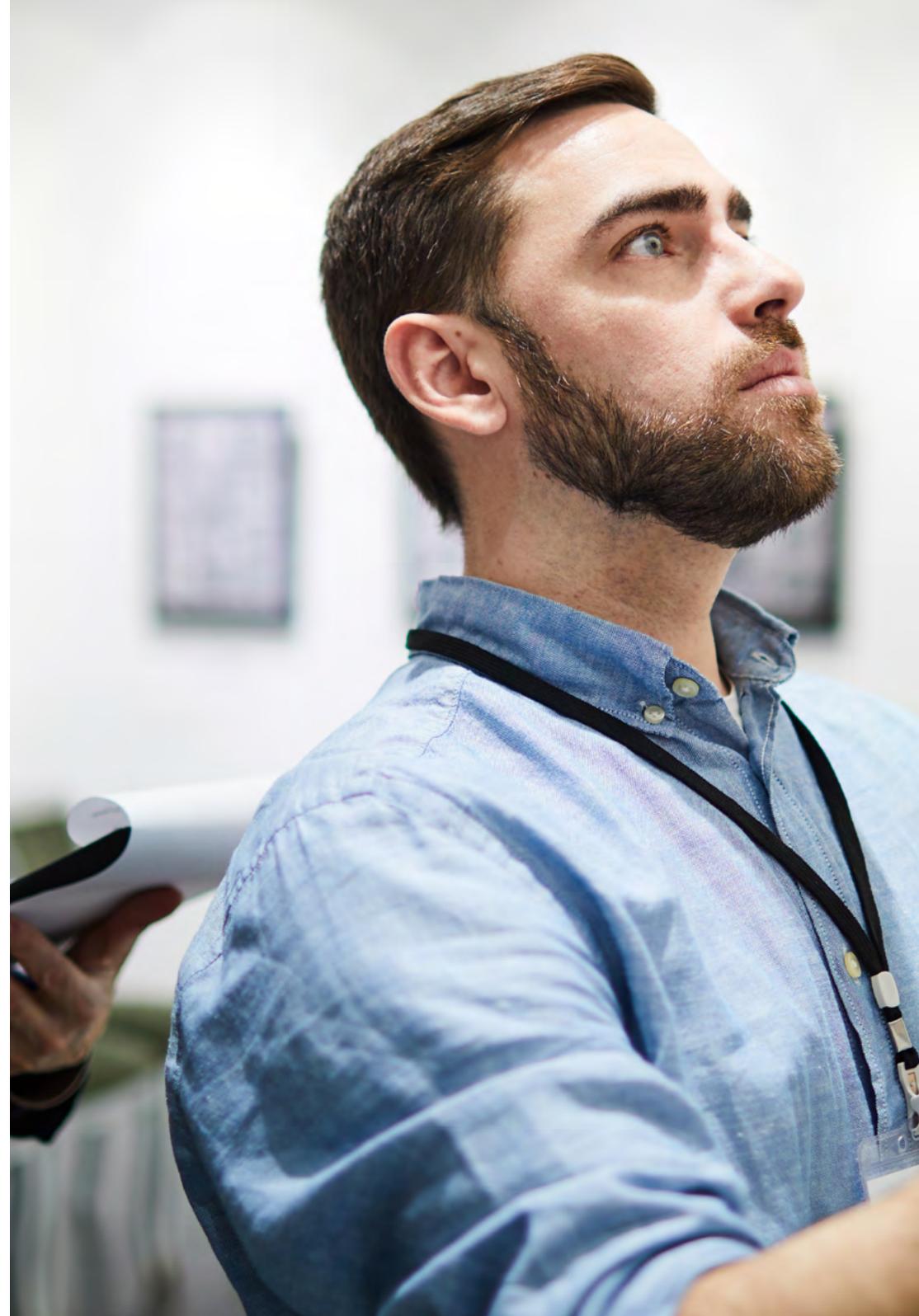
- 17.1. Управление проектами
 - 17.1.1. Сбор информации, начало проекта: Что делать?
 - 17.1.2. Изучение возможных мест мероприятия
 - 17.1.3. Плюсы и минусы выбранных вариантов
- 17.2. Методы расследования. Дизайн-мышление
 - 17.2.1. Составление карты заинтересованных лиц
 - 17.2.2. Фокус-группа
 - 17.2.3. Бенчмаркинг
- 17.3. Экспериментальное исследование проектного мышления
 - 17.3.1. Когнитивное погружение
 - 17.3.2. Скрытое наблюдение
 - 17.3.3. Всемирное кафе
- 17.4. Определение целевой аудитории
 - 17.4.1. На какую аудиторию рассчитано мероприятие?
 - 17.4.2. Почему мы проводим мероприятие?
 - 17.4.3. Какова цель мероприятия?
- 17.5. Тенденции
 - 17.5.1. Новые тенденции в постановке
 - 17.5.2. Цифровые вклады
 - 17.5.3. Иммерсивные и экспериментальные события
- 17.6. Персонализация и оформление пространства
 - 17.6.1. Адаптация пространства к бренду
 - 17.6.2. Брендинг
 - 17.6.3. Руководство по бренду

- 17.7. Экспериментальный маркетинг
 - 17.7.1. Проживание опыта
 - 17.7.2. Иммерсивное мероприятие
 - 17.7.3. Укрепление памяти
- 17.8. Таблички
 - 17.8.1. Техники оформления табличек
 - 17.8.2. Видение обслуживающего персонала
 - 17.8.3. Согласованность сюжета. Мероприятие с табличками
- 17.9. Места проведения мероприятия
 - 17.9.1. Изучение возможных мест проведения мероприятия. 5 Почему
 - 17.9.2. Выбор места проведения в соответствии с мероприятием
 - 17.9.3. Критерии выбора
- 17.10. Предлагаемая расстановка. Типы мест проведения
 - 17.10.1. Новые предложения по постановке
 - 17.10.2. Приоритетность близости к выступающему
 - 17.10.3. Места, предназначенные для взаимодействия

Модуль 18. Планирование культурных мероприятий

- 18.1. Тайминг и организация программы
 - 18.1.1. Доступное время для организации мероприятия
 - 18.1.2. Дни проведения мероприятия
 - 18.1.3. Деятельность мероприятия
- 18.2. Организация пространства
 - 18.2.1. Ожидаемое количество участников
 - 18.2.2. Количество одновременных залов
 - 18.2.3. Форматы залов
- 18.3. Выступающие и гости
 - 18.3.1. Выбор выступающих
 - 18.3.2. Контакт и подтверждение выступающих
 - 18.3.3. Управление участием выступающих

- 18.4. Протокол
 - 18.4.1. Круг приглашенных лиц
 - 18.4.2. Организация места управляющих
 - 18.4.3. Организация парламентов
- 18.5. Безопасность
 - 18.5.1. Контроль допуска: с точки зрения охраны
 - 18.5.2. Согласованность с охранной организацией Силой и корпусом безопасности (Испания)
 - 18.5.3. Внутренний контроль пространства
- 18.6. Чрезвычайные ситуации
 - 18.6.1. План эвакуации
 - 18.6.2. Оценка нужд в чрезвычайных ситуациях
 - 18.6.3. Создание пункта медицинской помощи
- 18.7. Способности
 - 18.7.1. Оценка возможностей
 - 18.7.2. Распределение участников в центральном отделении
 - 18.7.3. Максимальные возможности и принимаемые решения
- 18.8. Доступы
 - 18.8.1. Исследование количества доступов
 - 18.8.2. Пропускная способность каждого из доступов
 - 18.8.3. Расчет тайминга для входа и выхода в каждой точке доступа
- 18.9. Транспортировка
 - 18.9.1. Оценка транспортных возможностей
 - 18.9.2. Транспортная доступность
 - 18.9.3. Личный или общественный транспорт. Плюсы и минусы
- 18.10. Локации
 - 18.10.1. Сколько локаций у мероприятия
 - 18.10.2. Где они расположены
 - 18.10.3. Легкость доступа к местам проведения мероприятия





“

Это программа, приближающая вас к последним тенденциям в организации культурных мероприятий”

06

Методология

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

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



“

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

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

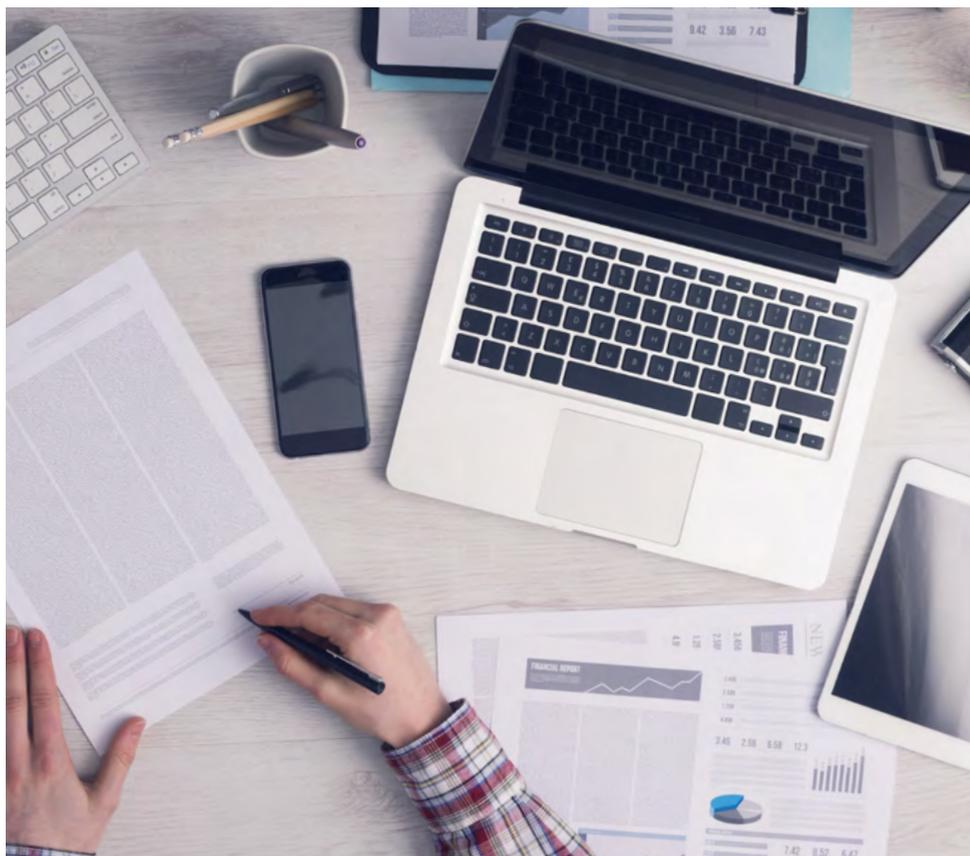
Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

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



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



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

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“*Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере*”

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

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

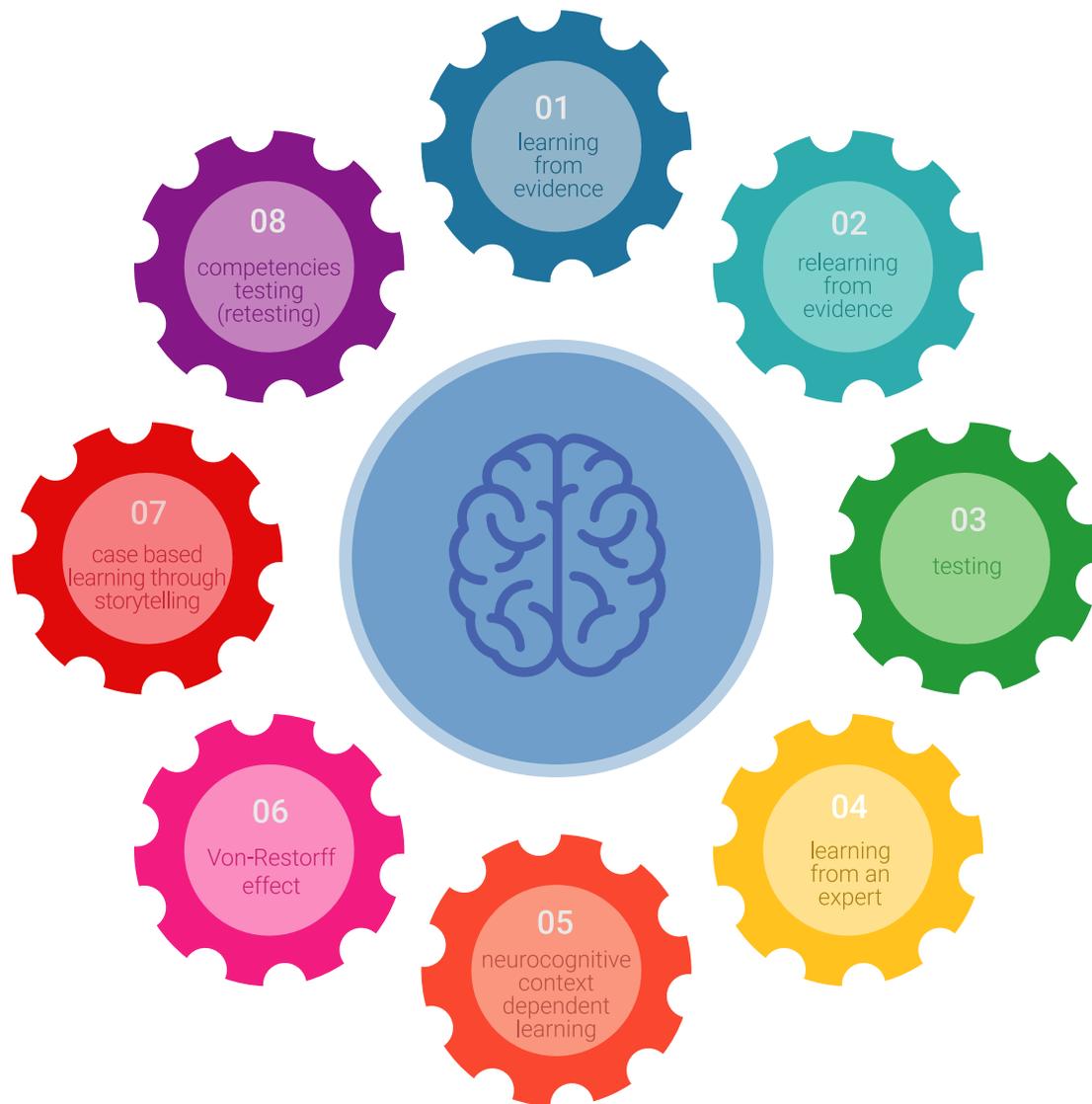
Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

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

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*. Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





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

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

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

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

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



Учебный материал

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

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



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



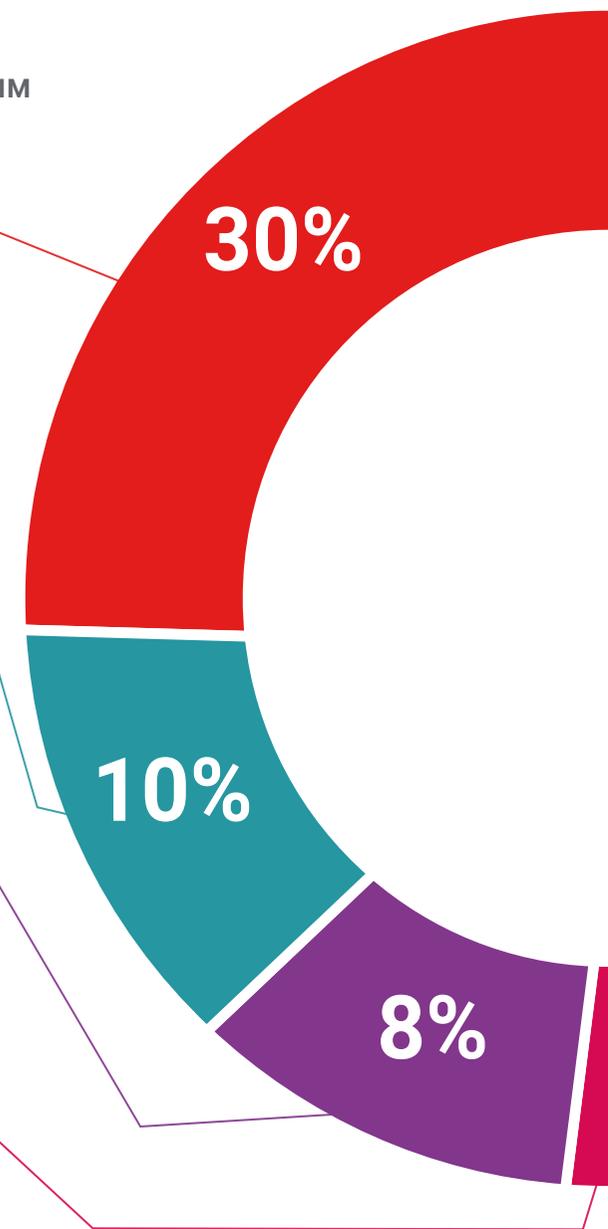
Практика навыков и компетенций

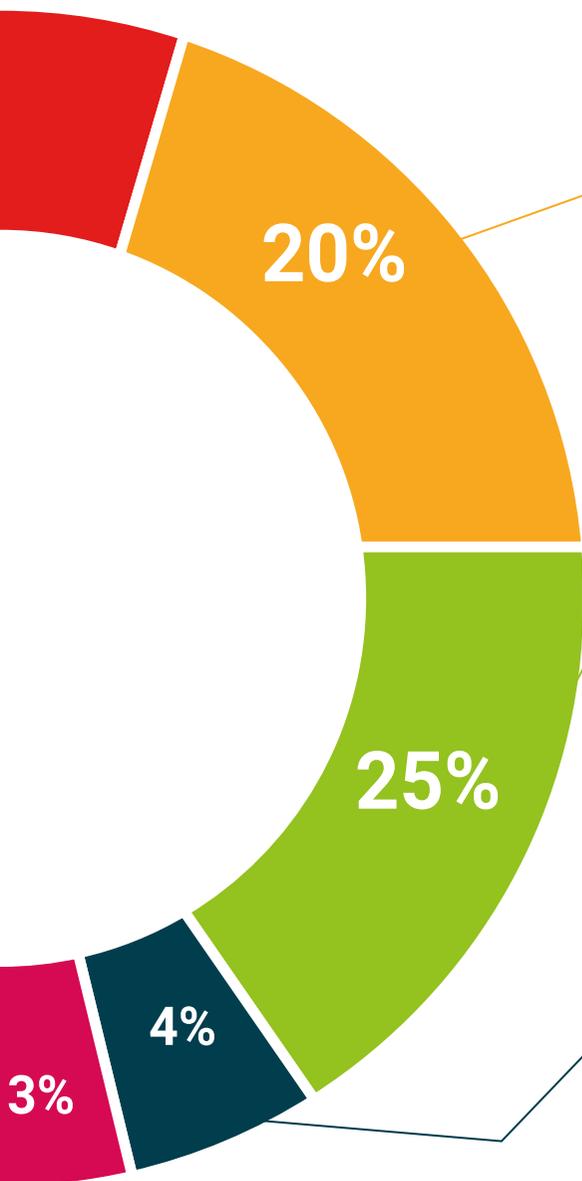
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

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





Метод кейсов

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



Интерактивные конспекты

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

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



Тестирование и повторное тестирование

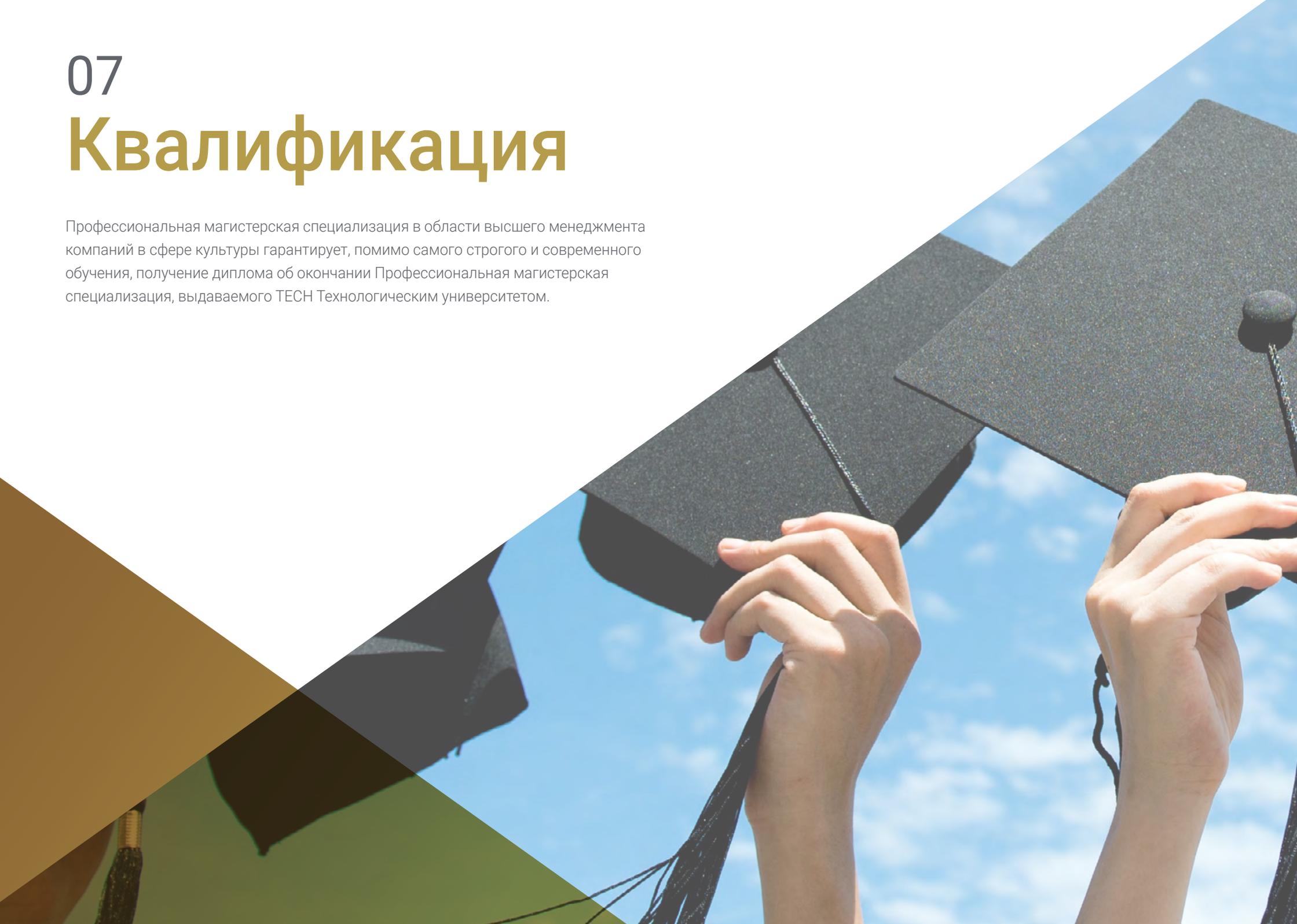
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Профессиональная магистерская специализация, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

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

Данная **Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Профессиональной магистерской специализации**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента компаний в сфере культуры**

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.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

tech технологический
университет

Профессиональная магистерская
специализация

Высший менеджмент компаний
в сфере культуры

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

Профессиональная магистерская
специализация
Высший менеджмент компаний
в сфере культуры

