

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент  
аудиовизуальной индустрии



## Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент аудиовизуальной индустрии

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/journalism-communication/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-audiovisual-industry](http://www.techitute.com/ru/journalism-communication/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-audiovisual-industry)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Компетенции

---

стр. 12

04

Руководство курса

---

стр. 16

05

Структура и содержание

---

стр. 20

06

Методология

---

стр. 34

07

Квалификация

---

стр. 40

# 01

# Презентация

В последние десятилетия аудиовизуальная индустрия переживает большой рост. Новые цифровые инструменты и новые форматы произвели революцию в этом секторе, и, хотя может показаться, что все уже сделано, инновации продолжают быть основой сферы, которая каждый день удивляет публику новой продукцией. Добавленная стоимость, которую эта отрасль приносит обществу, обуславливает необходимость наличия профессионалов с большим опытом и квалификацией в области управления компаниями такого типа, которым удастся стать эталонами хорошо выполненной работы. Но чтобы достичь этого, необходимо пройти академический путь, который позволит профессионалам журналистики развивать навыки и способности, необходимые для успешного управления на этих ответственных должностях. Именно это и стремится сделать ТЕСН, предлагая своим студентам такие программы, как эта, в которых студенты найдут самую актуальную и современную информацию о рынке в этой области.





“

*Обновите ваши знания в области высшего менеджмента аудиовизуальной индустрии, овладейте управлением компаний данного типа и достигните желаемого признания”*

Аудиовизуальная индустрия - одна из самых важных на культурном уровне, поскольку, так или иначе, продукты ее производства потребляют практически все граждане, и это, соответственно, влияет на мировую экономику. В сфере журналистики аудиовизуальный сектор приобретает все большее значение, так как сочетание изображения и звука позволяет эффективнее донести информацию до аудитории. Высший менеджмент в этой области является важным элементом для успеха компаний. По этой причине не менее важной становится высшая степень специализации журналистов в этой области, в связи с чем ТЕСН разработал эту комплексную академическую программу.

При таком подходе учебный план охватывает основные концепции аудиовизуальной и культурной индустрии, изучение культурной журналистики и принципов ее работы. Техническая часть также приобретает соответствующий раздел в этой программе, фокусируясь на реализации проектов, проводя студента от идеи до ее осуществления. Уникальная возможность изучить структуру аудиовизуальной системы и производство этого типа содержания, одновременно изучая новые жанры и форматы, которые используются на телевидении. Кроме того, чтобы приобрести точные навыки топ-менеджера, учебная программа дополнена самыми современными концепциями по управлению бизнесом, что станет плюсом для журналистов, которые уже некоторое время занимают ответственные должности и хотят обновить свои знания или же впервые хотят приступить к подобного типа работе.

Более того, одним из главных преимуществ этой программы является то, что обучение будет проходить в 100% режиме онлайн, без необходимости перемещаться или составлять конкретное расписание, так что студент сам сможет управлять своим обучением, планировать расписание и ритм обучения, чтобы иметь возможность совмещать его с другими повседневными обязанностями.

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

- » Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами в области журналистики
- » Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- » Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- » С особым акцентом на инновационные методики в управлении аудиовизуальными индустриями
- » Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- » Доступ к учебным материалам с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в Интернет



*Множество практических ресурсов этой программы помогут вам закрепить теоретические знания"*

“

*TECH предлагает вам самую инновационную методику обучения на современной академической сцене”*

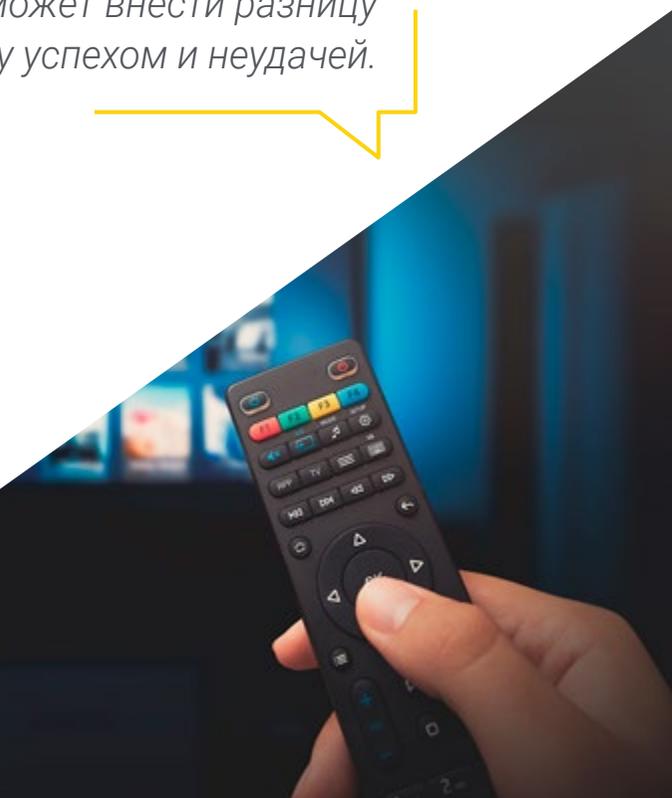
В преподавательский состав входят профессионалы из области журналистики, которые привносят свой опыт работы в эту программу, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит профессионалам проходить обучение в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, основанный на обучении в реальных ситуациях.

Структура данной программы сфокусирована на проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого студент должен попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие на протяжении всей программы. Для этого практикующему будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, созданная известными и опытными специалистами.

*100% онлайн-программа, позволяющая учиться в любое время и из любой точки мира.*

*Аудиовизуальная индустрия приносит огромную пользу бизнесу, поэтому правильное управление компаниями в этом секторе может внести разницу между успехом и неудачей.*



# 02

## Цели

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальной индустрии ТЕСН была разработана с основной целью предложить профессионалам журналистики конкретные инструменты, которые они могут применять в своей повседневной практике, добиваясь превосходной подготовки, которая станет основополагающей для их профессионального развития. Несомненно, это уникальная возможность обучения, которая проведет линию "до" и "после" в вашей карьере, улучшив возможности трудоустройства и карьерного роста.



“

Абсолютно новая Профессиональная магистерская специализация, которая проведет линию «до» и «после» в вашей подготовке”



## Общие цели

---

- » Развивать лидерские качества, необходимые для управления бизнесом
- » Знать и уметь управлять экономико-финансовыми сферами деятельности компании
- » Расширить знания и информацию студента с углубленным изучением области журналистики, хотя более конкретно области менеджмента аудиовизуальной индустрии
- » Научиться выполнять функции в этой области в специализированной и профессиональной среде

“

*Программа специализации,  
которая позволит вам стать  
руководителем высшего звена  
в аудиовизуальной индустрии”*





## Конкретные цели

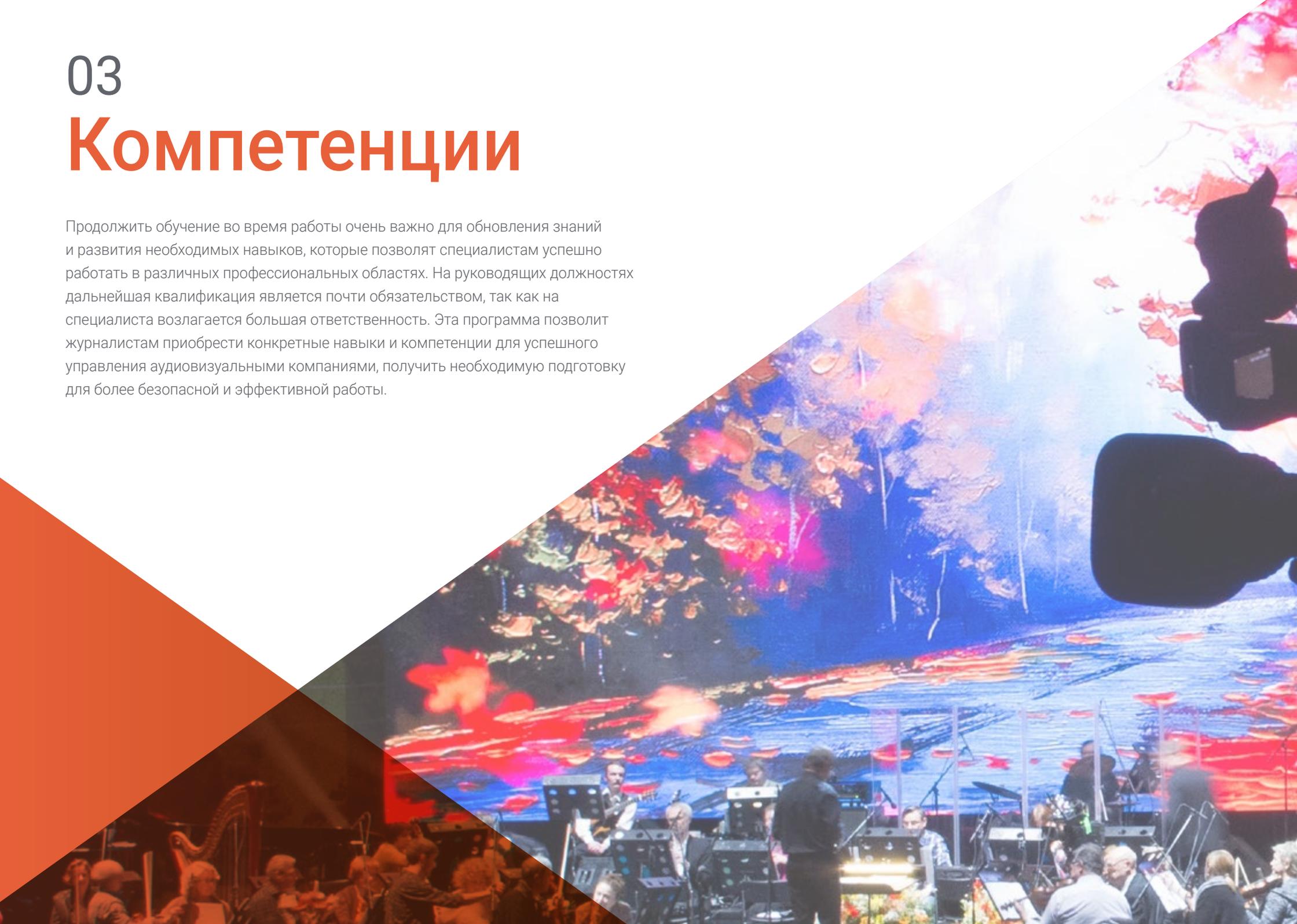
---

- » Определить последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализованную среду, которая определяет критерии высшего менеджмента
- » Развить основные лидерские качества, которые должны определять работающих профессионалов
- » Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде
- » Создавать корпоративные стратегии, которые задают сценарий, которому компания должна следовать, чтобы стать более конкурентоспособной и достичь своих целей
- » Развить необходимые компетенции для стратегического управления предпринимательской деятельностью
- » Овладеть общими и конкретными компетенциями, необходимыми для успешного противостояния реальности культурной журналистики в различных областях
- » Приобрести способность планировать повествовательную и документальную последовательность в соответствии с имеющимися возможностями доступных носителей
- » Изучить природу и взаимосвязи между субъектами аудиовизуальной коммуникации: Авторы, учреждения, компании, средства массовой информации и получатели
- » Изучить теоретические концепции, определяющие процессы производства аудиовизуальных произведений
- » Определить теоретические концепции, определяющие процессы производства аудиовизуальных произведений
- » Обеспечить студентов теоретическими и техническими основами, а также инструментальными навыками для того, чтобы они смогли работать с аудиовизуальными произведениями в различных средствах массовой информации и технологиях как с повествовательной, так и с эстетической точки зрения, с производством аудиовизуальной художественной литературы
- » Изучить трансформации, произошедшие в индустрии культуры в сфере предложения и потребления и потребления в цифровых сетях, в их экономических, политических и социокультурных аспектах
- » Ознакомиться с фундаментальными концепциями, регулирующими распространение, маркетинг и вещание аудиовизуального продукта в современном обществе
- » Уметь интерпретировать, анализировать и комментировать телевизионный формат с профессиональной, эстетической и культурной точек зрения
- » Понимать преобразования, вызванные внедрением цифровых технологий в аудиовизуальной индустрии
- » Понимать творческий и производственный процесс при создании художественного сценария для телевидения

# 03

## Компетенции

Продолжить обучение во время работы очень важно для обновления знаний и развития необходимых навыков, которые позволят специалистам успешно работать в различных профессиональных областях. На руководящих должностях дальнейшая квалификация является почти обязательством, так как на специалиста возлагается большая ответственность. Эта программа позволит журналистам приобрести конкретные навыки и компетенции для успешного управления аудиовизуальными компаниями, получить необходимую подготовку для более безопасной и эффективной работы.





“Добейтесь желаемого профессионального совершенствования, расширив вашу подготовку в этой области”



## Общие профессиональные навыки

- » Контролировать различные отделы компании для достижения ее общих целей
- » Адекватно управлять человеческими ресурсами компании
- » Разработать глобальное управление аудиовизуальным коммуникационным проектом со всеми его аспектами и полным контролем над различными агентами и вовлеченными в него процессами
- » Применять наиболее подходящие стратегии, способствующие росту аудиовизуальной компании

“

*Развивайте навыки,  
необходимые для успешного  
управления аудиовизуальными  
компаниями”*





## Профессиональные навыки

---

- » Осуществить глобальное управление компанией, применяя методы лидерства, которые влияют на эффективность работы сотрудников таким образом, чтобы достичь цели компании
- » Стать частью компании и руководить ее корпоративной и конкурентной стратегией
- » Разрешать деловые конфликты и проблемы между работниками
- » Осуществлять правильное управление командой с целью повышения производительности и, следовательно, прибыли компании
- » Осуществлять экономический и финансовый контроль компании
- » Контролировать логистические процессы, а также закупки и снабжение компании
- » Углубиться в новые бизнес-модели информационных систем
- » Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов компании
- » Разработать и возглавить маркетинговые планы
- » Сделать ставку на внедрении инноваций во все процессы и сферы деятельности компании
- » Использовать социальные сети в журналистской среде
- » Ознакомиться с составом команд по реализации аудиовизуальных продуктов
- » Организовать постановку аудиовизуального продукта, соответствующую целям аудиовизуального проекта
- » Планировать повествовательные действия с учетом имеющихся средств массовой информации
- » Освоить различные фазы аудиовизуального проекта
- » Знать и применять организационные структуры аудиовизуальной коммуникации
- » Уметь адаптироваться к формам потребления в любой момент времени
- » Знать реляционный код различных агентов аудиовизуальной коммуникации
- » Описать историческую эволюцию аудиовизуальной продукции
- » Создать продукты, адаптированные к доступному финансированию
- » Планировать амортизацию аудиовизуальной продукции
- » Создавать аудиовизуальный продукт в различных средствах массовой информации

# 04

## Руководство курса

Преподавательский состав, выбранный для разработки этой программы, состоит из группы высококвалифицированных профессионалов, которые понимают необходимость подготовки студентов для повышения их конкурентоспособности на рынке труда. Таким образом, они объединяют свой многолетний опыт на благо академической подготовки будущих выпускников, заинтересованных в повышении своих лидерских и управленческих навыков.





“

*TECH приблизит вас к активным профессионалам, которые вкладывают в эту программу MBA опыт своих лет работы во главе престижных компаний”*

## Руководство



### Г-н Ледесма Каррильо, Карлос Атксонья

- ♦ Руководитель международного / юридического отдела в Transporte Interurbanos Тенерифе SAU
- ♦ Менеджер по правовым вопросам в Avalon Biz Consulting
- ♦ Инструктор Rgpd в ESFOCC (Высшая школа образования и квалификации Канарских островов)
- ♦ Юридический советник в Transportes Interurbanos de Tenerife SAU
- ♦ Степень бакалавра в области права Университета Ла-Лагуны
- ♦ Эксперт в области управления трудовыми ресурсами в Европейской школе управления и предпринимательства. Мадрид
- ♦ Диплом по управлению знаниями в бизнесе, Университет короля Хуана Карлоса I
- ♦ Степень магистра делового администрирования и менеджмента MBA Европейского университета Канарских островов

## Преподаватели

### Г-н Гонсалес, Алексис

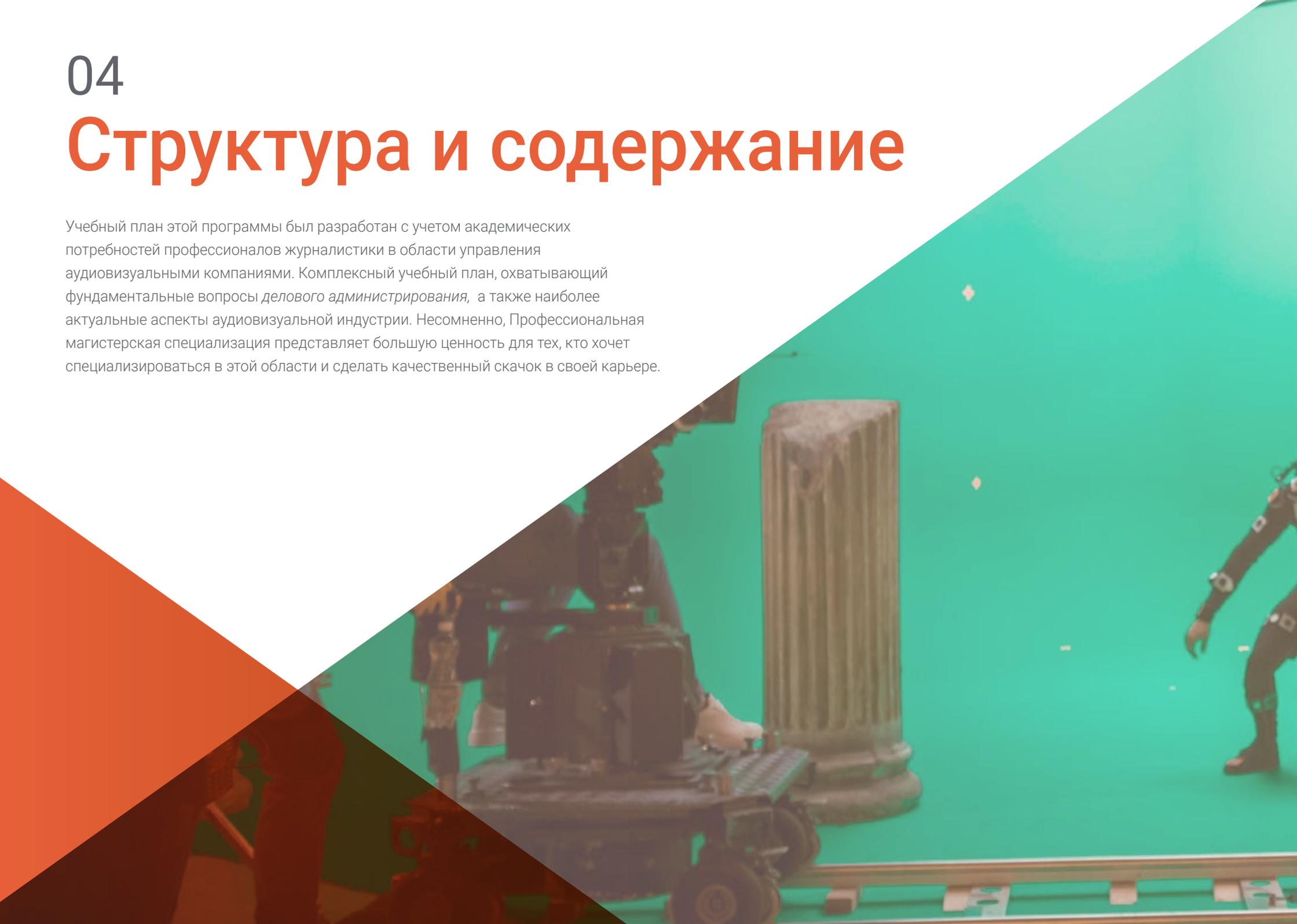
- » Финансовый директор банка Cajasiete на Тенерифе, Канарские острова
- » Соучредитель Инвестиционного клуба фондового рынка бизнес-исследований
- » Степень бакалавра Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария по специальности управления бизнесом и администрирование
- » Диплом в области бизнес-исследований Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария
- » Магистр в области налогообложения и налогового консультирования Центра финансовых исследований в сотрудничестве с Испанской ассоциацией налоговых консультантов
- » Магистр делового администрирования в области финансового менеджмента и продвинутых финансов Высшего института банковской техники и практики
- » Эксперт в области финансового планирования и управленческого контроля в банковской сфере Международной организации финансовых аналитиков (AFI)
- » Эксперт по повышению квалификации руководителей в области управления инвестиционными портфелями Международной организации финансовых аналитиков (AFI)



# 04

## Структура и содержание

Учебный план этой программы был разработан с учетом академических потребностей профессионалов журналистики в области управления аудиовизуальными компаниями. Комплексный учебный план, охватывающий фундаментальные вопросы *делового администрирования*, а также наиболее актуальные аспекты аудиовизуальной индустрии. Несомненно, Профессиональная магистерская специализация представляет большую ценность для тех, кто хочет специализироваться в этой области и сделать качественный скачок в своей карьере.





“

*Лучшая программа на рынке в  
области высшего менеджмента  
аудиовизуальных компаний”*

## 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 управление предприятиями
  - 1.2.3. Роли и обязанности руководства
- 1.3. Деловая этика
  - 1.3.1. Этика и полноценность
  - 1.3.2. Этическое поведение в компаниях
  - 1.3.3. Этика, этические кодексы и кодексы поведения
  - 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции
- 1.4. Устойчивое развитие
  - 1.4.1. Компания и устойчивое развитие
  - 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
  - 1.4.3. Повестка дня на 2030 год и цели устойчивого развития
- 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 исполнительный менеджмент

- 2.1. Анализ и организационная разработка
  - 2.1.1. Организационная культура
  - 2.1.2. Организационный анализ
  - 2.1.3. Разработка 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 модели
  - 2.4.1. Богатство, стоимость и доходность инвестиций
  - 2.4.2. Корпоративная стратегия: Методологии
  - 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии
- 2.5. Стратегический менеджмент
  - 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
  - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/оценочный лист
  - 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
  - 2.5.4. Стратегическое управление и отчетность
- 2.6. Стратегическая реализация и исполнение
  - 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
  - 2.6.2. Стратегический мониторинг и согласование
  - 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию
- 2.7. Исполнительный *менеджмент*
  - 2.7.1. Внедрение функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
  - 2.7.2. Политика и процессы управления
  - 2.7.3. *Управление знаниями*
- 2.8. Анализ и решение дел/проблем
  - 2.8.1. Методология решения проблем
  - 2.8.2. Метод кейса
  - 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

## Модуль 3. Управление людьми и управление талантом

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



- 3.2. Стратегическое управление людьми
  - 3.2.1. Руководство людьми и стратегическое согласование
  - 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и внедрение
  - 3.2.3. Анализ рабочих мест, разработка и отбор персонала
  - 3.2.4. Подготовка и профессиональное развитие
- 3.3. Развитие управления и лидерство
  - 3.3.1. Управленческие навыки: Компетенции и навыки XXI века
  - 3.3.2. Не управленческие навыки
  - 3.3.3. Карта компетенций и навыков
  - 3.3.4. Лидерство и управление людьми
- 3.4. Управление изменениями
  - 3.4.1. Организационный анализ
  - 3.4.2. Стратегическое мышление
  - 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессами
  - 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. Корпоративная стратегия и управленческая коммуникация
  - 3.6.2. Внутренняя коммуникация: влияние и воздействие
  - 3.6.3. Межличностная коммуникация: навыки и управление командами
- 3.7. Управление командами и эффективность работы людей
  - 3.7.1. Мультикультурная и мультидисциплинарная среда
  - 3.7.2. Управление командами и людьми
  - 3.7.3. Коучинг и эффективность работы людей
  - 3.7.4. Руководящие совещания: Планирование и управление временем

- 3.8. Управление знаниями и талантами
  - 3.8.1. Определение знания и таланта в организациях
  - 3.8.2. Корпоративные модели управления знанием и талантом
  - 3.8.3. Креативность и инновации

#### Модуль 4. Экономически-финансовое руководство

- 4.1. Экономическое окружение
  - 4.1.1. Теория организаций
  - 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
  - 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 4.2. Управленческая бухгалтерия
  - 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
  - 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
  - 4.2.3. Бухгалтерская отчетность компаний
  - 4.2.4. Анализ финансовых состояний: Принятие решений
- 4.3. Бюджет и управленческий контроль
  - 4.3.1. Планирование бюджета
  - 4.3.2. Управленческий контроль: разработка и цели
  - 4.3.3. Наблюдение и отчетность
- 4.4. Налоговая ответственность компаний
  - 4.4.1. Корпоративная налоговая ответственность
  - 4.4.2. Налоговая процедура: подход кейс-страна
- 4.5. Системы контроля компаний
  - 4.5.1. Типологии контроля
  - 4.5.2. Соблюдение норм/комплаенс
  - 4.5.3. Внутренний аудит
  - 4.5.4. Внешний аудит
- 4.6. Финансовое управление
  - 4.6.1. Введение в финансовое управление
  - 4.6.2. Финансовое управление и корпоративная стратегия
  - 4.6.3. Финансовый директор или *Chief Financial Officer* (CFO): Управленческие навыки

- 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 индикаторы
  - 4.9.3. Экономический цикл
- 4.10. Стратегическое финансирование
  - 4.10.1. Банковский бизнес: Современная среда
  - 4.10.2. Анализ и управление рисками
- 4.11. Денежные рынки и рынки капитала
  - 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
  - 4.11.2. Рынок акций
  - 4.11.3. Оценка компаний
- 4.12. Анализ и решение случаев/проблем
  - 4.12.1. Методология решения проблем
  - 4.12.2. Метод кейса

#### Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Управление операциями
  - 5.1.1. Определить стратегию операций
  - 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок
  - 5.1.3. Системы индикаторов
- 5.2. Управление закупками
  - 5.2.1. Управление стоками
  - 5.2.2. Управление складами
  - 5.2.3. Управление закупками и снабжением

- 5.3. *Управление цепями поставок (I)*
    - 5.3.1. Затраты и эффективность цепочки операций
    - 5.3.2. Изменение паттернов 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. Покупки
  - 5.5. Логистические процессы
    - 5.5.1. Организация и управление процессами
    - 5.5.2. Закупки, производство, распределение
    - 5.5.3. Качество, затраты качества и инструменты
    - 5.5.4. Послепродажное обслуживание
  - 5.6. Логистика и клиенты
    - 5.6.1. Анализ и прогнозирование спроса
    - 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж
    - 5.6.3. *Совместное планированное прогнозирование и замещение*
  - 5.7. Международная логистика
    - 5.7.1. Таможни, процессы экспорта и импорта
    - 5.7.2. Формы и методы международной оплаты
    - 5.7.3. Международные логистические платформы
  - 5.8. Конкуренция за счет операционной деятельности
    - 5.8.1. Инновация в операционной деятельности как конкурентное преимущество компаний
    - 5.8.2. Технологии и возникающие науки
    - 5.8.3. Информационные системы в операциях
- Модуль 6. Управление информационными системами**
- 6.1. Управление информационными системами
    - 6.1.1. Информационные системы компаний
    - 6.1.2. Стратегические решения
    - 6.1.3. Роль CIO
  - 6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегия
    - 6.2.1. Анализ компании и отрасли промышленности
    - 6.2.2. Бизнес-модели на основе Интернета
    - 6.2.3. Значение ИТ в бизнесе
  - 6.3. Стратегическое планирование информационных систем (ИС)
    - 6.3.1. Процесс стратегического планирования
    - 6.3.2. Формулирование стратегии информационных систем
    - 6.3.3. План внедрения стратегии
  - 6.4. Информационные системы и *бизнес-интеллект*
    - 6.4.1. CRM и *бизнес-интеллект*
    - 6.4.2. Управление проектами *бизнес-интеллекта*
    - 6.4.3. Архитектура *бизнес-интеллекта*
  - 6.5. Новые модели бизнеса, основанные на ИКТ
    - 6.5.1. Бизнес-модели, основанные на технологии
    - 6.5.2. Способности к инновациям
    - 6.5.3. Перепроектирование 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 международного развития
  - 6.7. Стратегии *электронного-бизнеса*
    - 6.7.1. Стратегии в *социальных СМИ*
    - 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 и электронная коммерция

## Модуль 7. Коммерческое руководство, маркетинг и корпоративная коммуникация

- 7.1. Коммерческое руководство
  - 7.1.1. Руководство продажами
  - 7.1.2. Коммерческая стратегия
  - 7.1.3. Техники продажи и переговоров
  - 7.1.4. Руководство командами по продажам
- 7.2. Маркетинг
  - 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
  - 7.2.2. Основные показатели маркетинга
  - 7.2.3. Маркетинг-план
- 7.3. Стратегическое управление маркетингом
  - 7.3.1. Инновационные источники
  - 7.3.2. Современные тенденции в области маркетинга
  - 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 о коммуникации
  - 7.5.1. Позиционирование и продвижение
  - 7.5.2. Связи с общественностью
  - 7.5.3. Стратегия продаж и коммуникации
- 7.6. Корпоративная коммуникация
  - 7.6.1. Внутренняя и внешняя коммуникация
  - 7.6.2. Отделы коммуникации
  - 7.6.3. Руководители коммуникации: Компетенции руководителя и обязанности
- 7.7. Стратегия корпоративной коммуникации
  - 7.7.1. Корпоративная стратегия коммуникации
  - 7.7.2. План коммуникации
  - 7.7.3. Написание сообщений для прессы/клиппинга/рекламы

## Модуль 8. Инновация и управление проектами

- 8.1. Инновации
  - 8.1.1. Концептуальная рамка инновации
  - 8.1.2. Типология инновации
  - 8.1.3. Продолжительная и прерванная инновация
  - 8.1.4. Подготовка и инновация
- 8.2. Стратегия инновации
  - 8.2.1. Инновация и корпоративная стратегия
  - 8.2.2. Глобальные инновационный проект: разработка и управление
  - 8.2.3. Инновационные мастер-классы
- 8.3. Разработка и валидация бизнес-модели
  - 8.3.1. Методология *Lean Startup*
  - 8.3.2. Инициатива инновационного бизнеса: этапы
  - 8.3.3. Форматы финансирования
  - 8.3.4. Инструменты модели: Карта эмпатии, модель *Canvas* и показатели
  - 8.3.5. Рост и лояльность
- 8.4. Руководство и управление проектами
  - 8.4.1. Возможности инновации
  - 8.4.2. Изучение целесообразности и конкретизации предложений
  - 8.4.3. Определение и разработка проектов
  - 8.4.4. Осуществление проектов
  - 8.4.5. Завершение проектов

## Модуль 9. Культурная журналистика

- 9.1. Понятие и ограничения культурной журналистики
  - 9.1.1. Введение: понятие культуры
  - 9.1.2. Культурная информация об искусстве
  - 9.1.3. Культурная информация о сценических искусствах
  - 9.1.4. Культурная информация о кино
  - 9.1.5. Культурная информация о музыке
  - 9.1.6. Культурная информация о книгах



- 9.2. Происхождение культурной журналистики
  - 9.2.1. Введение
  - 9.2.2. Происхождение культурной информации в прессе
  - 9.2.3. Происхождение культурной информации на радио
  - 9.2.4. Происхождение культурной информации на телевидении
- 9.3. Практика культурной журналистики
  - 9.3.1. Введение
  - 9.3.2. Общие положения
  - 9.3.3. Факторы интереса и критерии оценки для разработки культурной информации
- 9.4. Источники культурной журналистики
  - 9.4.1. Введение
  - 9.4.2. Общие источники культурной информации
  - 9.4.3. Особые источники аудиовизуальной культурной информации
- 9.5. Жанры культурной информации
  - 9.5.1. Введение
  - 9.5.2. Новость
  - 9.5.3. Интервью
  - 9.5.4. Хроника
  - 9.5.5. Репортаж
- 9.6. Современная диверсификация культурной информации в периодике, на радио и телевидении
  - 9.6.1. Введение
  - 9.6.2. Культурная информация в прессе
  - 9.6.3. Культурная информация на радио
  - 9.6.4. Культурная информация на телевидении
- 9.7. Культура и Интернет
  - 9.7.1. Введение
  - 9.7.2. Культура и Интернет
  - 9.7.3. Преимущества культуры
- 9.8. Культурный маркетинг
  - 9.8.1. Введение
  - 9.8.2. Культурный маркетинг
  - 9.8.3. Как реализовать культурный маркетинг?

- 9.9. Анализ культуры
  - 9.9.1. Введение
  - 9.9.2. Теоретический и методический подход к культуре
  - 9.9.3. Культура, коммуникация и смысл
  - 9.9.4. Культура и воображаемое
- 9.10. Киберкультура и цифровая журналистика культурного контента
  - 9.10.1. Введение
  - 9.10.2. Определение киберкультуры
  - 9.10.3. Цифровая журналистика культурного контента
  - 9.10.4. Секреты цифровой журналистики культурного контента

## Модуль 10. Теория и техника реализации

- 10.1. Реализация как конструирование аудиовизуального произведения. Работа в команде
  - 10.1.1. От литературного сценария к техническому сценарию или партитуре
  - 10.1.2. Работа в команде
- 10.2. Элементы постановки на экране. Материалы для конструирования
  - 10.2.1. Предварительная пространственная адаптация. Художественное руководство
  - 10.2.2. Элементы постановки на экране
- 10.3. Препродюсирование. Документы для реализации
  - 10.3.1. Технический сценарий
  - 10.3.2. Команда по сценографии
  - 10.3.3. *Раскадровка*
  - 10.3.4. Планирование
  - 10.3.5. План съемки
- 10.4. Экспрессивная ценность звука
  - 10.4.1. Типология звуковых элементов
  - 10.4.2. Конструирование звукового пространства
- 10.5. Экспрессивная ценность света
  - 10.5.1. Экспрессивная ценность света
  - 10.5.2. Основные техники освещения

- 10.6. Основные техники однокамерной съемки
  - 10.6.1. Применения и техники однокамерной съемки
  - 10.6.2. Поджанр *найденной плёнки*. Художественное и документальное кино
  - 10.6.3. Однокамерная съемка на телевидении
- 10.7. Монтаж
  - 10.7.1. Монтаж как сборка: реконструкция пространства-времени
  - 10.7.2. Нелинейные методы сборки
- 10.8. Постпродакшн и цветокоррекция
  - 10.8.1. Постпродакшн
  - 10.8.2. Понятие вертикального монтажа
  - 10.8.3. Градация цвета
- 10.9. Форматы и производственная группа
  - 10.9.1. Многокамерные форматы
  - 10.9.2. Студия и оборудование
- 10.10. Ключи, техники и процедуры в многокамерном производстве
  - 10.10.1. Многокамерные техники
  - 10.10.2. Некоторые распространенные форматы

## Модуль 11. Структура аудиовизуальной системы

- 11.1. Введение в культурные индустрии (КИ)
  - 11.1.1. Понятие культуры. Культура-коммуникация
  - 11.1.2. Теория и эволюция КИ: типология и модели
- 11.2. Индустрия кинематографа I
  - 11.2.1. Характеристики и основные агенты
  - 11.2.2. Структура кинематографической системы
- 11.3. Индустрия кинематографа II
  - 11.3.1. Кинематографическая индустрия США
  - 11.3.2. Независимые системы продюсирования
  - 11.3.3. Проблемы и дебаты в кинематографической индустрии
- 11.4. Индустрия кинематографа III
  - 11.4.1. Кинематографическое регулирование: Штат и культура. Политика защиты и продвижения кинематографа
  - 11.4.2. Изучение кейса

- 11.5. Индустрия телевидения I
  - 11.5.1. Экономическое телевидение
  - 11.5.2. Основополагающие модели
  - 11.5.3. Преобразования
- 11.6. Индустрия телевидения II
  - 11.6.1. Североамериканская индустрия телевидения
  - 11.6.2. Основные характеристики
  - 11.6.3. Государственное регулирование
- 11.7. Индустрия телевидения III
  - 11.7.1. Общественное телевидение в Европе
  - 11.7.2. Кризис и дебаты
- 11.8. Оси изменений
  - 11.8.1. Новые процессы в аудиовизуальной сфере
  - 11.8.2. Регулирующие дебаты
- 11.9. Цифровое наземное телевидение (DTT)
  - 11.9.1. Роль государства и опыт
  - 11.9.2. Новые характеристики телевизионной системы
- 11.10. Новые операторы на аудиовизуальном ландшафте
  - 11.10.1. Сервисные платформы Over-The-Top (OTT)
  - 11.10.2. Последствия их появления

## Модуль 12. Аудиовизуальное производство

- 12.1. Аудиовизуальное производство
  - 12.1.1. Вводные понятия
  - 12.1.2. Аудиовизуальная индустрия
- 12.2. Команда производства
  - 12.2.1. Профессионалы
  - 12.2.2. Продюсер и сценарий
- 12.3. Аудиовизуальный проект
  - 12.3.1. Управление проектами
  - 12.3.2. Оценка проекта
  - 12.3.3. Презентация проектов

- 12.4. Форматы производства и финансирования
  - 12.4.1. Финансирование аудиовизуального производства
  - 12.4.2. Способы аудиовизуального производства
  - 12.4.3. Ресурсы для предварительного финансирования
- 12.5. Команда производства и разбор сценария
  - 12.5.1. Команда производства
  - 12.5.2. Разбор сценария
- 12.6. Пространства съемок
  - 12.6.1. Места съемок
  - 12.6.2. Сеты
- 12.7. Актерский состав и контракты на съемки
  - 12.7.1. Актерский состав или кастинг
  - 12.7.2. Кастинг-тест
  - 12.7.3. Договоры, права и страхование
- 12.8. План работы и бюджет аудиовизуальной работы
  - 12.8.1. План работы
  - 12.8.2. Бюджет
- 12.9. Производство съемок или записи
  - 12.9.1. Подготовка съемок
  - 12.9.2. Команда и средства съемок
- 12.10. Постпродакшн и финансовый баланс аудиовизуального произведения
  - 12.10.1. Монтаж и постпродакшн
  - 12.10.2. Балансовый отчет и операционная деятельность

## Модуль 13. Режиссура игрового кино и актерская режиссура

- 13.1. Режиссура игрового кино
  - 13.1.1. Введение
  - 13.1.2. Процесс и его инструменты
- 13.2. Оптические приборы и фотоаппарат
  - 13.2.1. Оптические приборы и кадрирование
  - 13.2.2. Движение камеры
  - 13.2.3. Продолжительность

- 13.3. Свет и цвет: теоретические аспекты
    - 13.3.1. Экспозиция
    - 13.3.2. Теория цвета
  - 13.4. Освещение в кино
    - 13.4.1. Инструменты
    - 13.4.2. Освещение как нарратив
  - 13.5. Цвет и оптические приборы
    - 13.5.1. Контроль цвета
    - 13.5.2. Оптические приборы
    - 13.5.3. Контроль изображения
  - 13.6. Работы на съемках
    - 13.6.1. Список чертежей
    - 13.6.2. Команда и ее функции
  - 13.7. Технические вопросы для руководства кино
    - 13.7.1. Технические ресурсы
  - 13.8. Видение режиссеров
    - 13.8.1. Режиссеры берут слово
  - 13.9. Цифровые трансформации
    - 13.9.1. Аналого-цифровые трансформации в фотографии, применимой в кинематографе
    - 13.9.2. Царство цифрового постпродакшна
  - 13.10. Режиссерская работа с актерами
    - 13.10.1. Введение
    - 13.10.2. Основные методы и техники
    - 13.10.3. Работа с актерами
- Модуль 14. Культурные индустрии и новые модели бизнес-коммуникации**
- 14.1. Понятия культуры, экономики, коммуникации, технологии, КИ
    - 14.1.1. Культура, экономика, коммуникация
    - 14.1.2. Культурные индустрии
  - 14.2. Технология, коммуникация и культура
    - 14.2.1. Коммерциализированная сфера ремесленной культуры
    - 14.2.2. От живого исполнения к пластическому искусству
    - 14.2.3. Музеи и наследие
  - 14.3. Основные сектора культурной индустрии
    - 14.3.1. Издательская продукция
    - 14.3.2. Поточковая КИ
    - 14.3.3. Гибридные модели
  - 14.4. Цифровая эпоха в культурных индустриях
    - 14.4.1. Цифровые культурные индустрии
    - 14.4.2. Новые модели в цифровую эпоху
  - 14.5. Цифровые СМИ и средства массовой коммуникации в цифровую эпоху
    - 14.5.1. Бизнес онлайн-пресса
    - 14.5.2. Радио в цифровой среде
    - 14.5.3. Особенности СМИ в цифровую эпоху
  - 14.6. Глобализация и многообразие в культуре
    - 14.6.1. Концентрация, интернационализация и глобализация культурной индустрии
    - 14.6.2. Борьба за культурное разнообразие
  - 14.7. Политика в области культуры и сотрудничества
    - 14.7.1. Культурные политики
    - 14.7.2. Роль государств и регионов страны
  - 14.8. Музыкальное разнообразие в облаке
    - 14.8.1. Музыкальный сектор сегодня
    - 14.8.2. Облако
    - 14.8.3. Латино/иберо-американские инициативы
  - 14.9. Многообразие в аудиовизуальной индустрии
    - 14.9.1. От плюрализма к многообразию
    - 14.9.2. Многообразие, культура и коммуникация
    - 14.9.3. Выводы и предложения
  - 14.10. Аудиовизуальное разнообразие в Интернете
    - 14.10.1. Аудиовизуальная система в эпоху Интернета
    - 14.10.2. Телевизионное предложение и разнообразие
    - 14.10.3. Выводы

**Модуль 15. Управление и продвижение аудиовизуальных продуктов**

- 15.1. Распространение аудиовизуальной продукции
  - 15.1.1. Введение
  - 15.1.2. Актеры по распределению
  - 15.1.3. Коммерциализируемые продукты
  - 15.1.4. Области распространения аудиовизуальной продукции
  - 15.1.5. Национальное распределение
  - 15.1.6. Международное распределение
- 15.2. Компания распространения
  - 15.2.1. Организационная структура
  - 15.2.2. Переговоры по дистрибьюторскому соглашению
  - 15.2.3. Международные клиенты
- 15.3. Возможности эксплуатации, контрактов и международных продаж
  - 15.3.1. Возможности эксплуатации
  - 15.3.2. Контракты международного распространения
  - 15.3.3. Международные продажи
- 15.4. Кинематографический маркетинг
  - 15.4.1. Маркетинг в кино
  - 15.4.2. Цепочка ценности кинематографического производства
  - 15.4.3. Рекламные средства услуг продвижения
  - 15.4.4. Инструменты для запуска
- 15.5. Исследование рынка в кино
  - 15.5.1. Введение
  - 15.5.2. Этап препродакшна
  - 15.5.3. Этап постпродакшна
  - 15.5.4. Этап коммерциализации
- 15.6. Социальные сети и кинематографическое продвижение
  - 15.6.1. Введение
  - 15.6.2. Обещания и границы социальных сетей
  - 15.6.3. Цели и их измерения
  - 15.6.4. Календарь продвижения и стратегии
  - 15.6.5. Интерпретировать то, что говорится в сетях

- 15.7. Аудиовизуальное распространение в Интернете I
  - 15.7.1. Новый мир аудиовизуального распространения
  - 15.7.2. Процесс распространения в Интернете
  - 15.7.3. Продукты и возможности при новом сценарии
  - 15.7.4. Новые способы распространения
- 15.8. Аудиовизуальное распространение в Интернете II
  - 15.8.1. Секреты нового сценария
  - 15.8.2. Опасности распространения в Интернете
  - 15.8.3. Video On Demand (VOD) как новая возможность распространения
- 15.9. Новые пространства для распространения
  - 15.9.1. Введение
  - 15.9.2. Революция Netflix
- 15.10. Кинофестивали
  - 15.10.1. Введение
  - 15.10.2. Роль кинофестивалей в распространении и показе

**Модуль 16. Жанры, форматы и программа на телевидении**

- 16.1. Жанр на телевидении
  - 16.1.1. Введение
  - 16.1.2. Телевизионные жанры
- 16.2. Формат на телевидении
  - 16.2.1. Подход к понятию формата
  - 16.2.2. Телевизионные форматы
- 16.3. Создавать телевидение
  - 16.3.1. Креативный процесс в развлекательной сфере
  - 16.3.2. Креативный процесс в художественном жанре
- 16.4. Эволюция форматов на современном международном рынке I
  - 16.4.1. Консолидация формата
  - 16.4.2. Формат телереальности
  - 16.4.3. Новости в *реалити-шоу*
  - 16.4.4. Цифровое наземное телевидение и финансовый кризис

- 16.5. Эволюция форматов на современном международном рынке II
  - 16.5.1. Возникающие рынки
  - 16.5.2. Глобальные бренды
  - 16.5.3. Телевидение перепридумывает себя
  - 16.5.4. Эпоха глобализации
- 16.6. Продать формат. *Питчинг*
  - 16.6.1. Продажа телевизионного формата
  - 16.6.2. *Питчинг*
- 16.7. Введение в телевизионную программу
  - 16.7.1. Функция программы
  - 16.7.2. Факторы, влияющие на программу
- 16.8. Модели телевизионной программы
  - 16.8.1. США и Великобритания
  - 16.8.2. Испания
- 16.9. Профессиональная работа телевизионной программы
  - 16.9.1. Отдел работы над программами
  - 16.9.2. Создавать программы для телевидения
- 16.10. Изучение телезрителей
  - 16.10.1. Исследование телезрителей
  - 16.10.2. Понятия и показатели телезрителей

## Модуль 17. Аудиовизуальная аудитория

- 17.1. Аудитория в аудиовизуальных средствах информации
  - 17.1.1. Введение
  - 17.1.2. Состав аудиторий
- 17.2. Исследование аудиторий: традиционные I
  - 17.2.1. Теория эффектов
  - 17.2.2. Теория применений и вознаграждений
  - 17.2.3. Культурные исследования
- 17.3. Исследование аудиторий: традиционные II
  - 17.3.1. Исследования о восприятии
  - 17.3.2. Аудитории к гуманитарным исследованиям

- 17.4. Аудитории с экономической точки зрения
  - 17.4.1. Введение
  - 17.4.2. Измерение аудиторий
- 17.5. Теории восприятия
  - 17.5.1. Введение в теории восприятия
  - 17.5.2. Исторический подход к исследованиям восприятия
- 17.6. Аудитории в цифровом мире
  - 17.6.1. Цифровая среда
  - 17.6.2. Коммуникация и культура конвергенции
  - 17.6.3. Активный характер аудиторий
  - 17.6.4. Интерактивность и вовлеченность
  - 17.6.5. Транснациональность аудиторий
  - 17.6.6. Автономия аудиторий
- 17.7. Аудитории: важные вопросы I
  - 17.7.1. Введение
  - 17.7.2. Кто они?
  - 17.7.3. Почему они потребляют телевизионный контент?
- 17.8. Аудитории: важные вопросы II
  - 17.8.1. Какой контент они потребляют?
  - 17.8.2. Как они его потребляют?
  - 17.8.3. С какими эффектами?
- 17.9. Модель *вовлеченности* I
  - 17.9.1. *Вовлеченность* как метаизмерение поведения аудиторий
  - 17.9.2. Сложная оценка *вовлеченности*
- 17.10. Модель *вовлеченности* II
  - 17.10.1. Введение. Измерения *вовлеченности*
  - 17.10.2. *Вовлеченность* и пользовательский опыт
  - 17.10.3. *Вовлеченность* как эмоциональный ответ аудиторий
  - 17.10.4. *Вовлеченность* как результат человеческого мышления
  - 17.10.5. Поддаваемое наблюдению поведение аудиторий как выражение *вовлеченности*

**Модуль 18. Телевизионный сценарий: Программы и вымысел**

- 18.1. Телевизионный нарратив
  - 18.1.1. Понятия и ограничения
  - 18.1.2. Коды и структуры
- 18.2. Нарративные категории на телевидении
  - 18.2.1. Выражение
  - 18.2.2. Персонажи
  - 18.2.3. Действия и трансформации
  - 18.2.4. Пространство
  - 18.2.5. Время
- 18.3. Телевизионные жанры и форматы
  - 18.3.1. Нарративные единицы
  - 18.3.2. Телевизионные жанры и форматы
- 18.4. Вымышленные форматы
  - 18.4.1. Вымысел на телевидении
  - 18.4.2. Ситуативная комедия
  - 18.4.3. Драматические сериалы
  - 18.4.4. Мыльная опера
  - 18.4.5. Другие форматы
- 18.5. Сценарий вымысла на телевидении
  - 18.5.1. Введение
  - 18.5.2. Техника
- 18.6. Драма на телевидении
  - 18.6.1. Драматический сериал
  - 18.6.2. Мыльная опера
- 18.7. Комедийный сериал
  - 18.7.1. Введение
  - 18.7.2. *Ситком*
- 18.8. Развлекательный сценарий
  - 18.8.1. Сценарий шаг за шагом
  - 18.8.2. Писать, чтобы говорить
- 18.9. Написание развлекательного сценария
  - 18.9.1. Сбор сценария
  - 18.9.2. Технический сценарий
  - 18.9.3. Распределение производства
  - 18.9.4. Структура
- 18.10. Разработка развлекательного сценария
  - 18.10.1. Передача
  - 18.10.2. Юмористическая программа
  - 18.10.3. Фазы бухгалтерского цикла
  - 18.10.4. *Шоу талантов*
  - 18.10.5. Документальный жанр
  - 18.10.6. Другие форматы



*Программа высокого академического уровня, которая станет основополагающей для вашего профессионального развития"*

05

# 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

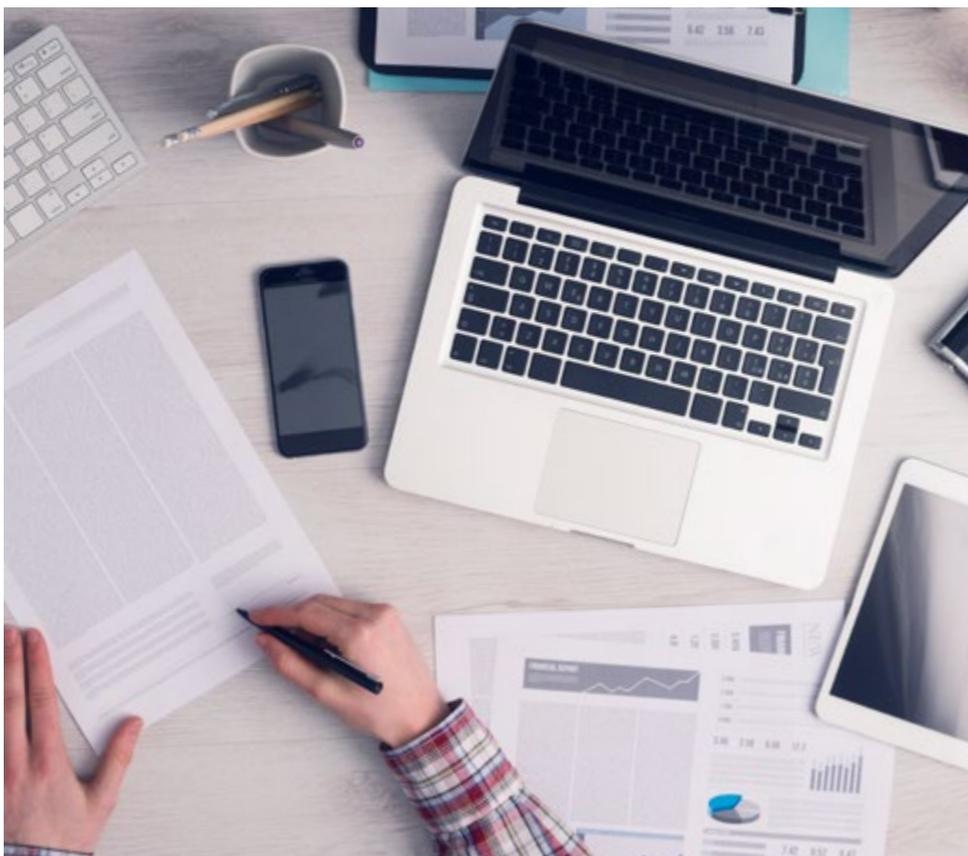
Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

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

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

## Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 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.



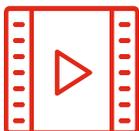
В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного 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.



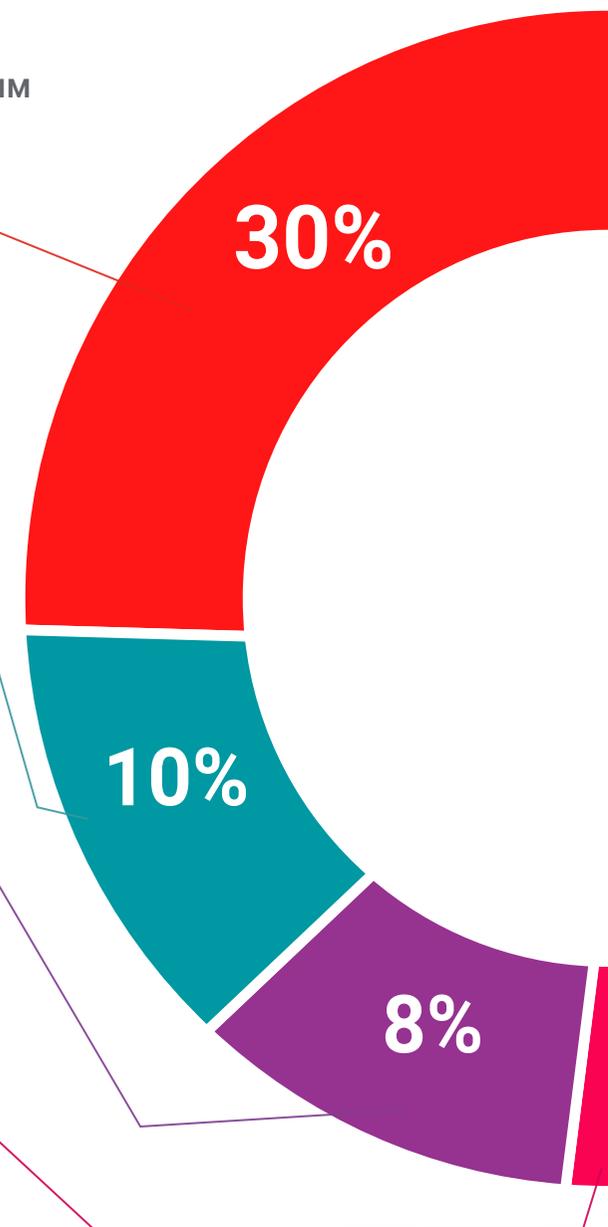
#### Практика навыков и компетенций

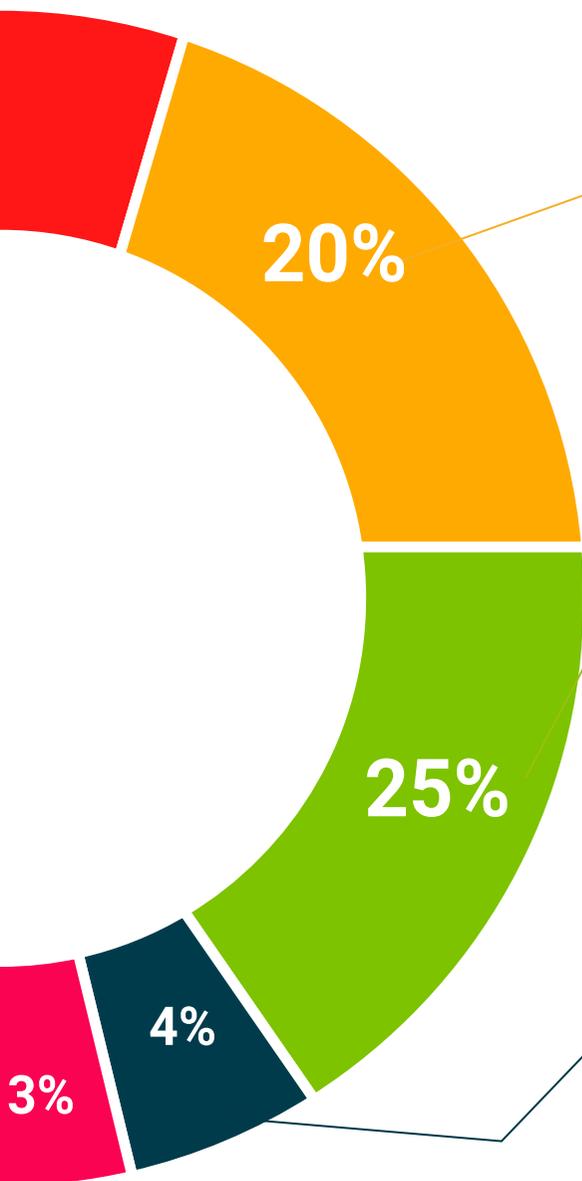
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



#### 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

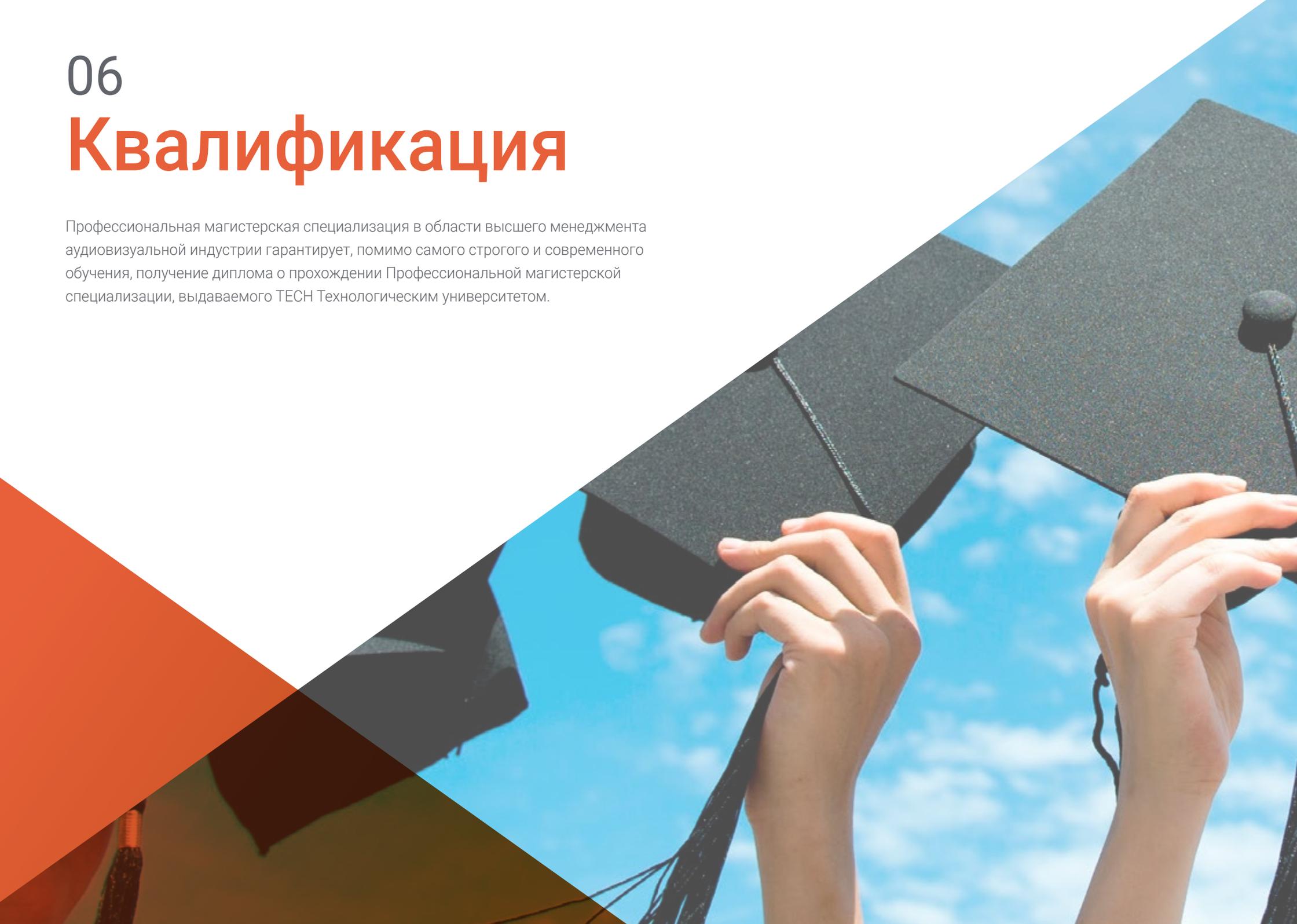
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



06

# Квалификация

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



“

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

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента аудиовизуальной индустрии** 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 на 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 аудиовизуальной индустрии**

Количество учебных часов: **3000 часов**



\*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

аудиовизуальной индустрии

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент  
аудиовизуальной индустрии

