

Профессиональная магистерская специализация

Международное цифровое
предпринимательство



Профессиональная магистерская специализация Международное цифровое предпринимательство

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

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-international-digital-entrepreneurship

Оглавление

01	02	03	04
Добро пожаловать	Почему стоит учиться в TESH?	Почему именно наша програм?	Цели
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
стр. 4	стр. 6	стр. 10	стр. 14
	05	06	07
	Компетенции	Структура и содержание	Методология
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	стр. 22	стр. 30	стр. 46
	08	09	10
	Профиль наших учащихся	Руководство курса	Влияние на карьеру
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	стр. 54	стр. 58	стр. 64
		11	12
		Преимущества для вашей компании	Квалификация
		<hr/>	<hr/>
		стр. 68	стр. 72

01

Добро пожаловать

Одним из секторов, который в наибольшей степени подвергся дигитализации, является бизнес. По этой причине данная весьма комплексная программа Профессиональной магистерской специализации, предлагаемая ТЕСН, направлена на развитие компетенций и навыков профессионалов, которые позволят им разрабатывать, создавать и управлять компаниями в цифровой сфере, получая глубокие знания всех деталей этого сектора и обеспечивая будущий успех новой организации.

Все, от самых повседневных действий человека до самых сложных задач, имеет цифровой аспект, и это делает абсолютно необходимым обучение профессионалов, чтобы успешно решать задачи, которые ставит перед ними эта новая среда.



Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства ТЕСН Технологический университет



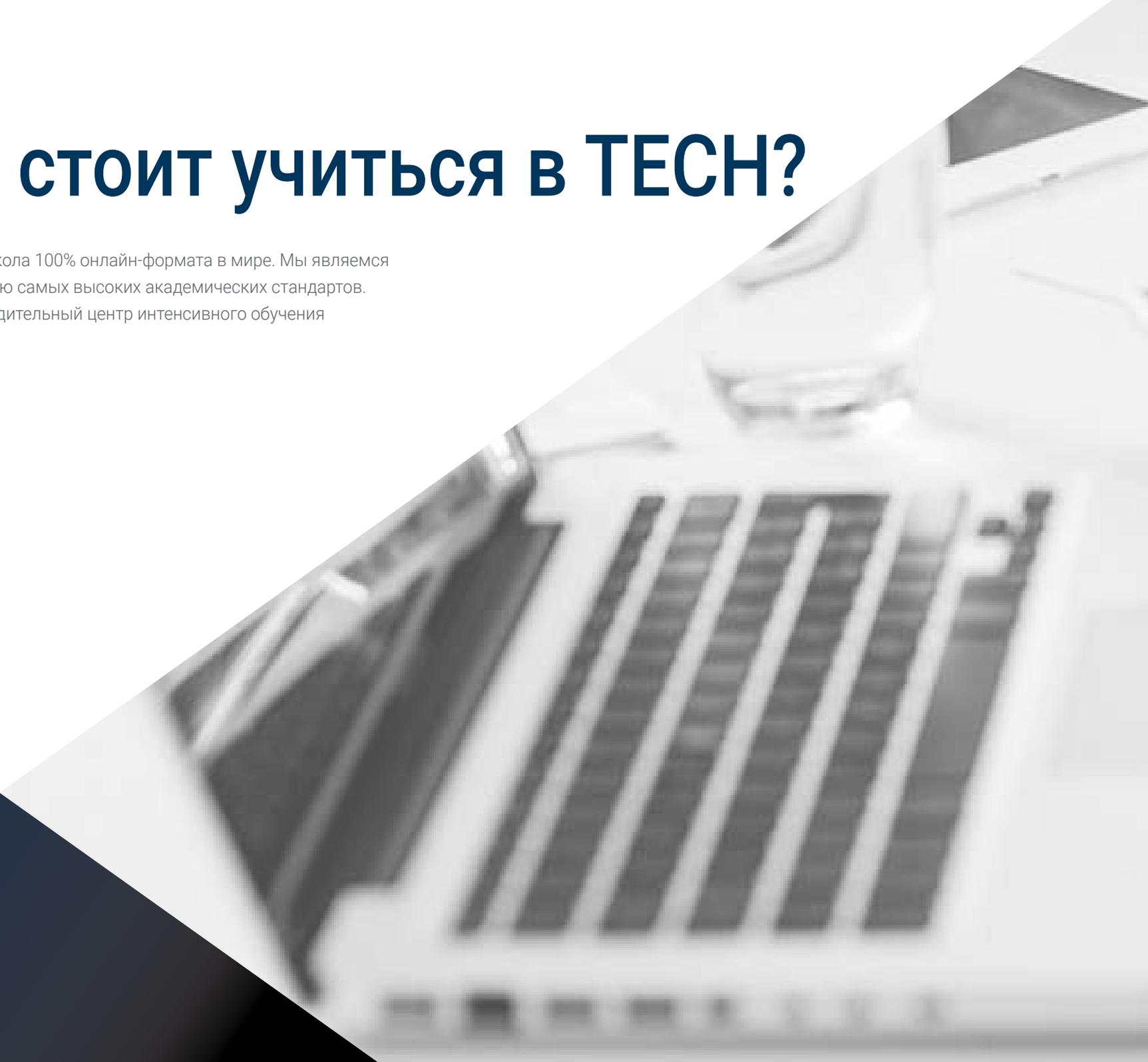
“

Фигура вертикального, негибкого и авторитарного руководителя устарела. Возник новый профиль, который в большей степени соответствует новым тенденциям и отличается технологичностью, активным вниманием к своим работникам и самокритичным отношением к собственной работе”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН - это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с моделью самых высоких академических стандартов. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

ТЕСН - это технологический передовой университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе"

В TECH Технологическом университете



Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя. «История успеха Microsoft Europe» за включение в программы инновационной интерактивной мультимедиа-системы.



Высокие требования

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

95%

студентов TECH успешно завершают обучение.



Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

100000+

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

200+

разных национальностей.



Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

500+

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями.



Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

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



Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в многокультурном контексте. В программе с глобальным видением, благодаря которой вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.



TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



Анализ

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



Академическое превосходство

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последиplomного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



Экономия за счет масштаба

TECH - крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последиplomных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.



Учитесь у лучших

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели 20 различных национальностей.



В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"

03

Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH означает увеличение ваших шансов достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и с самой гибкой и инновационной образовательной методологией.



“

У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и личной жизни, включая следующие:

01

Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.

02

Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.

03

Укрепить знания в области высшего менеджмента предприятий

Обучение в TECH означает открытие дверей в профессиональную область, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами топ-менеджеров.

04

Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

45% наших студентов получают повышение внутри компании.

05

Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.

06

Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.

07

Совершенствовать свои *софт-скиллы* и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.

08

Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологического университета.

Мы даем вам возможность специализироваться с командой всемирно признанных преподавателей.

04

Цели

Эта программа предназначена для укрепления управленческих и лидерских навыков, а также для развития новых компетенций и навыков, которые будут необходимы для вашего профессионального развития. После окончания программы вы сможете принимать глобальные решения с инновационной перспективой и международным мировоззрением.



“

Одна из наших основных задач - помочь вам развить необходимые навыки для руководства проектами со стратегическим и инновационным видением”

TECH делает цели своих студентов своими собственными.
Мы работаем вместе для их достижения.

Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства позволит вам:

01

Знать правильный способ администрирования и управления компаниями любого масштаба и отрасли

02

Глубоко понять, что такое информационные и коммуникационные технологии и их значение для современных организаций

03

Уметь работать с различными видами ИКТ

04

Уметь разбираться в бухгалтерском учете и финансах компании

05

Знать основы делового администрирования с момента описания его элементов, среды, функций и организации

06

Обладать необходимыми элементами для асертивного принятия решений



07

Понимать сферу управления и администрирования

09

Вмешиваться в технологические сценарии для разработки процессов обучения, адаптированных к новому контексту

10

Понимать составление годовой отчетности

11

Понимать критерии оценки отчетности

08

Интерпретировать характеристики, функции и типологии различных ИТ-систем

12

Идентифицировать финансовые инструменты



13

Анализировать различные стратегии реструктуризации компании

17

Понимать основные функции руководства в компании

14

Понимать важность информационных систем для нормального функционирования компании

18

Приобрести широкий обзор административного процесса и применять его в рамках своих должностных обязанностей

15

Понимать стратегии управления информационными системами для надлежащего функционирования компании

19

Знать характеристики налога

16

Определить взаимосвязь менеджмента с компанией

20

Понимать налоговые обязательства с юридической точки зрения. Уметь классифицировать налогообложение

21

Понимать специальные налоговые режимы и когда они применяются

22

Уметь рассчитывать различные налоги на предпринимательскую деятельность

23

Анализировать различные стратегии, существующие в цифровом маркетинге

24

Определить наиболее подходящую стратегию для определенного контекста и целей

25

Управлять цифровыми кампаниями

26

Интегрировать новые информационные технологии в виртуальные среды для развития процессов обучения в различных областях

27

Адаптироваться к новому контексту, который предполагает вмешательство и развитие в цифровом предприятии

28

Анализировать последствия глобальной экономической среды для бизнеса

29

Идентифицировать переменные, которые необходимо учитывать при принятии бизнес-решений

30

Анализировать важность наличия инициативы для предпринимательской деятельности

31

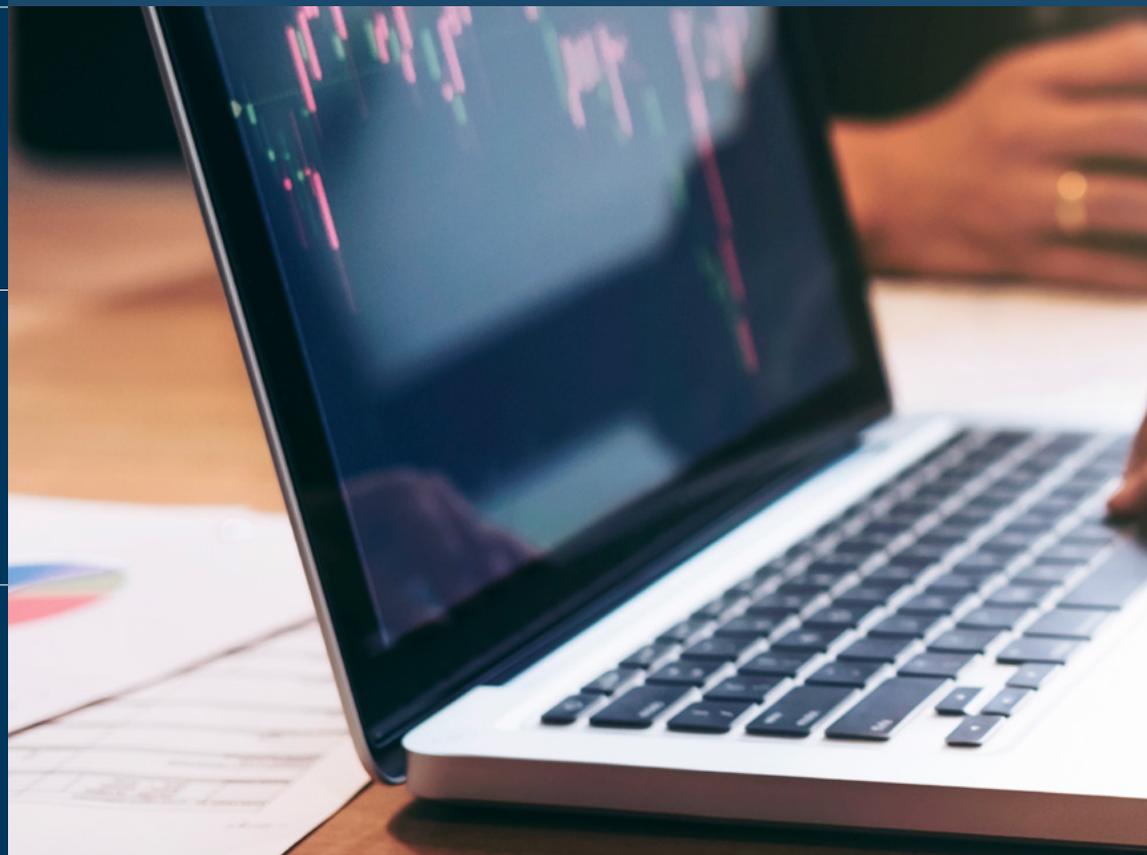
Понимать ключевую роль инноваций как дифференциатора для создания бизнес-планов

32

Разрабатывать стратегии по созданию новых рынков и новых предприятий

33

Разрабатывать стратегии по созданию новых возможностей на существующих рынках



34

Внедрять стратегии цифровизации для бизнеса, принимать правильные решения для достижения запланированных целей

35

Руководить процессами изменения бизнеса на основе цифровизации

36

Идентифицировать изменения, необходимые для совершенствования управления и администрирования компании, исходя из направления стратегии на цифровую среду

37

Развить управленческие навыки, необходимые для руководства ростом и расширением компаний, работающих в цифровой среде

38

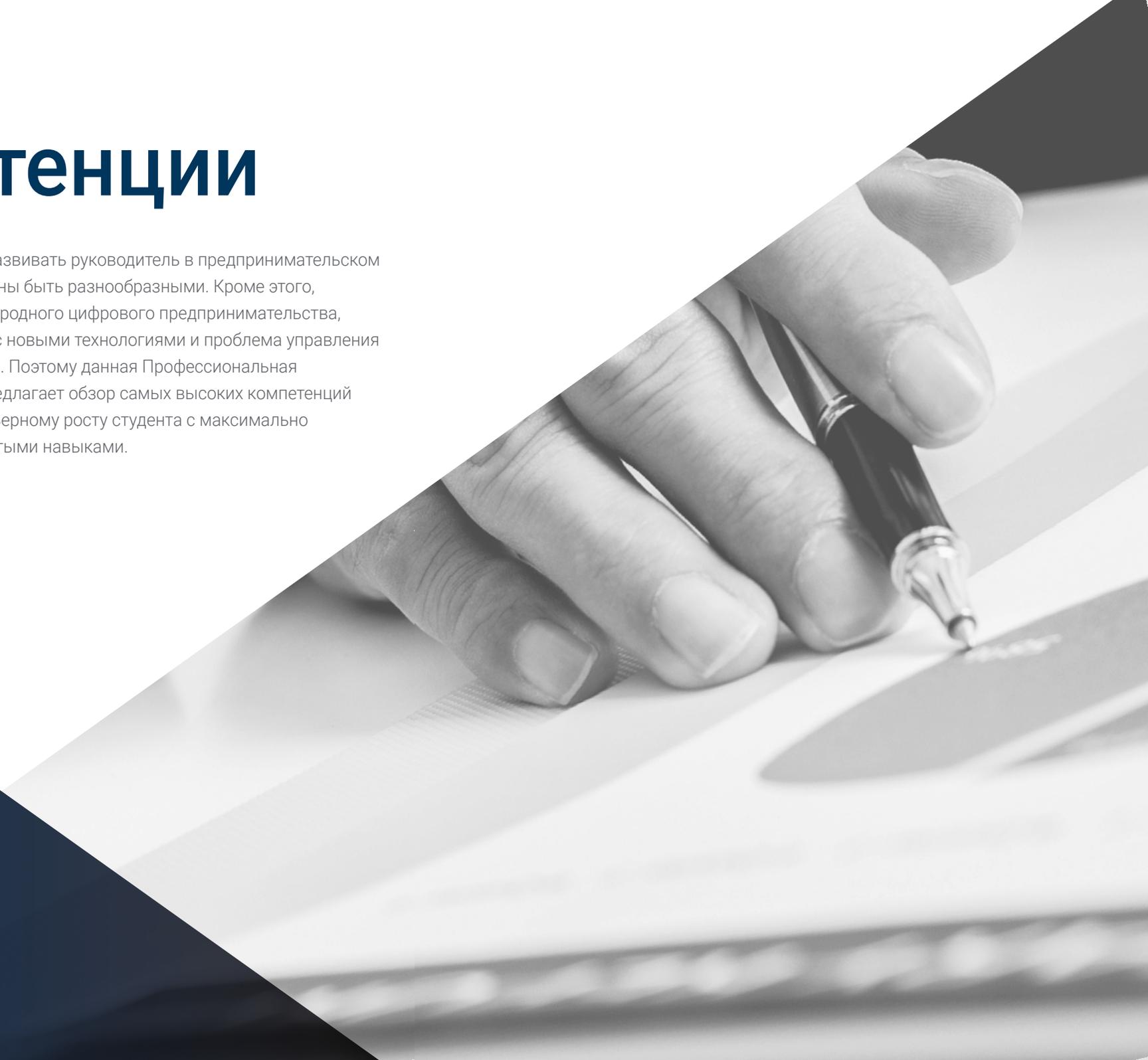
Анализировать и определять факторы, вызывающие трудности или возможности в цифровой среде



05

Компетенции

Компетенции, которые должен развивать руководитель в предпринимательском секторе, по необходимости должны быть разнообразными. Кроме этого, когда речь идет о среде международного цифрового предпринимательства, добавляется сложность работы с новыми технологиями и проблема управления транснациональными проектами. Поэтому данная Профессиональная магистерская специализация предлагает обзор самых высоких компетенций в этой области, способствуя карьерному росту студента с максимально усовершенствованными и развитыми навыками.



“

Вы приобретете необходимые компетенции, чтобы свободно и эффективно ориентироваться в сложном мире международного цифрового предпринимательства”

01

Контролировать и управлять корпоративными финансами

02

Разрабатывать корпоративную и конкурентную стратегию компании

03

Применять различные бизнес-модели, основанные на цифровой эпохе

04

Применять инновационные методы в разработке и управлении проектами

05

Применять методы электронной коммерции



06

Внедрять цифровые маркетинговые кампании для улучшения позиционирования компании по отношению к конкурентам и ее цифровой репутации

08

Использовать социальные медиа как незаменимый инструмент для повышения узнаваемости компании



09

Обладать широкими знаниями о потребителях

07

Применять на практике методы поискового маркетинга

10

Проводить мероприятия по веб-аналитике, чтобы направить маркетинговую и коммуникационную кампанию таким образом, чтобы она была более эффективной для достижения целей компании

11

Анализировать различные стратегии цифрового маркетинга и управлять кампаниями цифрового маркетинга

12

Стимулировать инновации в компаниях любых отраслей

13

Разработать бизнес-план с самого начала, имея представление о доступных средствах финансирования

14

Понимать стратегии управления информационными системами для надлежащего функционирования предприятия

15

Интерпретировать характеристики, функции и типологии различных ИТ-систем

16

Вмешиваться в технологические сценарии для разработки процессов обучения, адаптированных к новому контексту

18

Анализировать различные стратегии реструктуризации компании

19

Уметь рассчитывать различные налоги на предпринимательскую деятельность

17

Анализировать последствия глобальной экономической среды для бизнеса

20

Стимулировать идеи для предпринимательства в цифровой среде

21

Интегрировать новые информационные технологии в виртуальные среды для развития процессов обучения в различных областях

22

Адаптироваться к новому контексту, который предполагает вмешательство и развитие в цифровом предприятии





23

Идентифицировать переменные, которые необходимо учитывать при принятии бизнес-решений

24

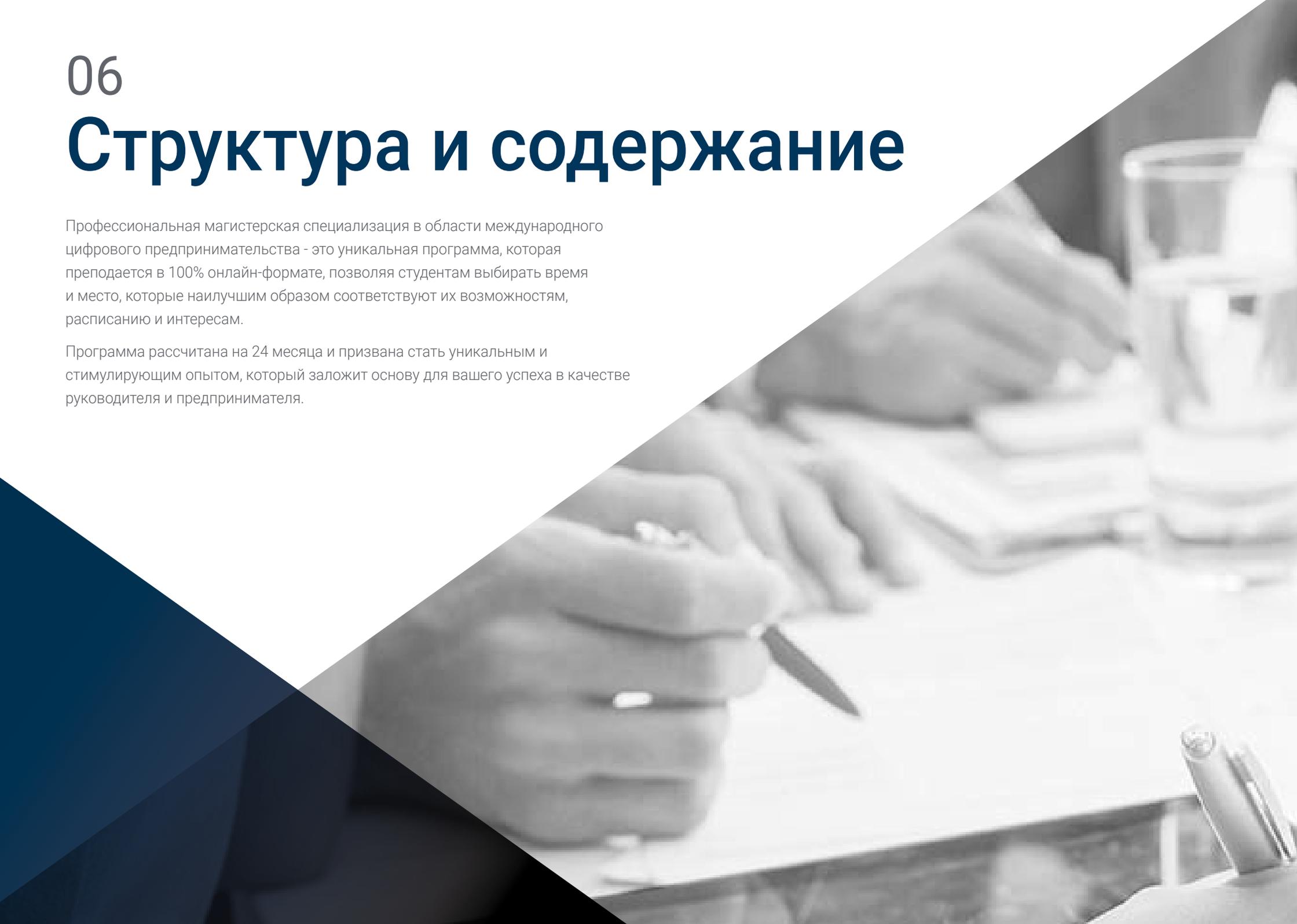
Управлять и администрировать компании в цифровом секторе

06

Структура и содержание

Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства - это уникальная программа, которая преподается в 100% онлайн-формате, позволяя студентам выбирать время и место, которые наилучшим образом соответствуют их возможностям, расписанию и интересам.

Программа рассчитана на 24 месяца и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве руководителя и предпринимателя.



“

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

Учебный план

Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства, предлагаемая **ТЕСН Технологическим университетом**, - это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению бизнес-задач и принятию решений как на международном уровне.

Содержание программы **Профессиональной магистерской специализации в области международного цифрового предпринимательства** призвано способствовать развитию управленческих навыков, позволяющих принимать более взвешенные решения в условиях неопределенности.

На протяжении **3000 часов** обучения студенты будут анализировать множество практических кейсов, работая индивидуально и в команде. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства** углубленно рассматривает основные сферы деятельности компании и предназначена для подготовки руководителей, понимающих деловое администрирование со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для студентов, ориентированный на их профессиональное совершенствование и подготовку к достижению высоких результатов в области администрирования и управления бизнесом. Эта программа понимает ваши потребности и потребности вашей компании благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что позволит вам приобрести навыки решения критических ситуаций креативным и эффективным способом.

Модуль 1.	Деловое администрирование: Введение и организация
Модуль 2.	Введение в ИКТ
Модуль 3.	Финансовый учет
Модуль 4.	Коммерческое управление I
Модуль 5.	Управление компанией
Модуль 6.	Налоговый режим компании
Модуль 7.	Стратегии цифрового маркетинга
Модуль 8.	Технологии и информация в цифровой компании
Модуль 9.	Создание и управление бизнесом в цифровой среде
Модуль 10.	Управление инновациями в цифровой среде
Модуль 11.	Конкурентная среда и стратегия
Модуль 12.	Инновации и предпринимательство
Модуль 13.	Цифровой маркетинг и электронная коммерция
Модуль 14.	Поисковый маркетинг
Модуль 15.	Цифровая коммуникация и онлайн-репутация
Модуль 16.	<i>Производительность и входящий маркетинг</i>
Модуль 16.	Веб-аналитика и маркетинговая аналитика
Модуль 18.	Международные финансы
Модуль 19.	<i>Мобильная электронная коммерция</i>
Модуль 20.	Новые цифровые тенденции



Где, когда и как учиться?

Данная Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства проходит в течение 24 месяцев и разделена на два семестра. Вы можете пройти программу полностью в режиме онлайн, включая участие в семинарах и виртуальных конференциях.

Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения для повышения вашего профессионального роста"

Модуль 1. Деловое администрирование: Введение и организация

1.1. Компания и ее элементы

- 1.1.1. Концепция компании
- 1.1.2. Функции и классификации бизнес-целей
- 1.1.3. Предпринимательство
- 1.1.4. Виды компаний

1.2. Компания как система

- 1.2.1. Концепции системы
- 1.2.2. Модели
- 1.2.3. Подсистема компании
- 1.2.4. Подсистема ценностей

1.3. Деловая среда

- 1.3.1. Среда и ценность
- 1.3.2. Общая среда
- 1.3.3. Специфическая среда
- 1.3.4. Инструменты анализа

1.4. Функция управления

- 1.4.1. Основные понятия
- 1.4.2. Что такое руководство?
- 1.4.3. Принятие решений
- 1.4.4. Лидерство

1.5. Бизнес-планирование

- 1.5.1. Бизнес-план
- 1.5.2. Элементы планирования
- 1.5.3. Этапы
- 1.5.4. Инструменты планирования

1.6. Бизнес-контроль

- 1.6.1. Концепции, типы и терминология
- 1.6.2. Управленческий контроль
- 1.6.3. Контроль качества
- 1.6.4. Сбалансированная система показателей

1.7. Организация бизнеса

- 1.7.1. Основные понятия
- 1.7.2. Организационная структура
- 1.7.3. Культурные параметры
- 1.7.4. Структурные модели

1.8. Управление кадровыми ресурсами

- 1.8.1. Мотивация
- 1.8.2. Набор и отбор персонала
- 1.8.3. Подготовка персонала
- 1.8.4. Оценка эффективности

1.9. Элементы маркетинга и финансов

- 1.9.1. Понятие и этапы
- 1.9.2. Маркетинг и рынки
- 1.9.3. Стратегический маркетинг
- 1.9.4. Взаимодействие и совместная деятельность

Модуль 2. Введение в ИКТ

2.1. Информационные системы: характеристики, функции и типологии

- 2.1.1. Введение в ИКТ
- 2.1.2. Принципы
- 2.1.3. Характеристики
- 2.1.4. Начало
- 2.1.5. Преимущества и недостатки
- 2.1.6. Типологии
- 2.1.7. Типологии информационных систем
- 2.1.8. Бизнес-процессы

2.2. Информационные системы: влияние, конкурентные преимущества и стратегии на основе сетей и Веб 2.0

- 2.2.1. Влияние ИКТ
- 2.2.2. Актуальные
- 2.2.3. Глобальные
- 2.2.4. Конкурентные преимущества
- 2.2.5. Стратегии, основанные на Веб 2.0
- 2.2.6. Сетевые стратегии

2.3. Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ)

- 2.3.1. Компоненты
- 2.3.2. Концепция
- 2.3.3. Виды компонентов
- 2.3.4. Применения
- 2.3.5. Развитие инфраструктуры
- 2.3.6. История
- 2.3.7. Текущая ситуация и развитие
- 2.3.8. Управление инфраструктурой ИКТ
- 2.3.9. Инициаторы
- 2.3.10. Администрирование

2.4. Аппаратное обеспечение и тенденции развития аппаратного обеспечения

- 2.4.1. Аппаратное обеспечение
- 2.4.2. Концепция
- 2.4.3. Эволюция аппаратного обеспечения
- 2.4.4. Классификация аппаратного и программного обеспечения
- 2.4.5. Тенденции развития аппаратного обеспечения
- 2.4.6. Процессор данных
- 2.4.7. Ускорение процессов
- 2.4.8. Хранение обработанных данных
- 2.4.9. Графическая визуализация

<p>2.5. Интеграция процессинговых и телекоммуникационных платформ</p> <p>2.5.1. Интеграция 2.5.2. Концептуализация 2.5.3. Развитие</p>	<p>2.5.4. Взаимозависимость бизнеса 2.5.5. Интеграция и конкуренция 2.5.6. Инструменты для обеспечения интеграции 2.5.7. <i>Большие данные</i></p>	<p>2.6. Режимы обработки, виртуализация и многоядерные процессоры</p> <p>2.6.1. Разные модели 2.6.2. Многопроцессорные системы 2.6.3. Концепция обработки</p>	<p>2.6.4. Виртуализация 2.6.5. Потребности 2.6.6. Гипервизоры 2.6.7. Паравиртуализация</p>
<p>2.7. Программное обеспечение и программные платформы</p> <p>2.7.1. Программное обеспечение 2.7.2. Контекст 2.7.3. Концепции и определения 2.7.4. Применения 2.7.5. Платформы программного обеспечения 2.7.6. Существующие платформы 2.7.7. Развитие платформ</p>	<p>2.8. Язык Java и интеграция корпоративных приложений</p> <p>2.8.1. Язык <i>Java</i> 2.8.2. Концепции 2.8.3. Характеристики 2.8.4. Основные сведения 2.8.5. Архитектура корпоративных приложений 2.8.6. Концепция 2.8.7. Интеграция в предприятиях 2.8.8. <i>Транскодирование</i> 2.8.9. Семантическая адаптация контента</p>	<p>2.9. Сети: корпоративные сети и технологии подключения</p> <p>2.9.1. Корпоративные сети и технологии подключения 2.9.2. Преобразование 2.9.3. Возможность подключения в компании 2.9.4. Решения для подключения 2.9.5. Виды и способы передачи 2.9.6. Понятие и определения 2.9.7. Карты передачи</p>	<p>2.10. Интернет, Веб, Веб 2.0 и Веб 3.0</p> <p>2.10.1. Что такое Интернет? 2.10.2. Концептуализация 2.10.3. Приложения 2.10.4. Веб 1.0 2.10.5. Концептуализация 2.10.6. Статический контент 2.10.7. Распространение 2.10.8. Веб 2.0 2.10.9. Концептуализация</p>
<p>2.10.10. Динамический контент 2.10.11. Развитие 2.10.12. Веб 3.0 2.10.13. Концептуализация 2.10.14. Контент для различных устройств 2.10.15. Умный веб</p>	<p>2.11. Бизнес-инструменты для коммуникации и координации</p> <p>2.11.1. Инструменты для бизнеса 2.11.2. Удаленное управление 2.11.3. Планирование коммуникации 2.11.4. Методы координации 2.11.5. Международная координация 2.11.6. Международная координация 2.11.7. Концепция онлайн</p>	<p>2.12. Традиционная организация файлов, системы управления данными, базы данных и добыча данных</p> <p>2.12.1. Хранение данных 2.12.2. Анализ данных 2.12.3. Виды хранения данных 2.12.4. Вид хранимой информации 2.12.5. Изменчивость данных</p>	<p>2.12.6. Системы управления данными 2.12.7. Сбалансированная система показателей 2.12.8. Процессы планирования 2.12.9. Показатели управления 2.12.10. Добыча данных 2.12.11. Концепция 2.12.12. Теория вычислительной сложности 2.12.13. Тенденции</p>
<p>2.13. Корпоративные системы: системы управления бизнесом и системы поддержки принятия решений</p> <p>2.13.1. Система поддержки принятия решений 2.13.2. Вспомогательные системы: DSS 2.13.3. Принятие решений на основе управления данными 2.13.4. Процессы управления бизнесом 2.13.5. Концепции управления 2.13.6. Этапы процесса</p>	<p>2.14. Электронная коммерция</p> <p>2.14.1. Значение электронной коммерции 2.14.2. Концепция 2.14.3. B2B 2.14.4. Последствия 2.14.5. Задачи электронной коммерции 2.14.6. Основные виды электронной коммерции 2.14.7. Виды электронной коммерции 2.14.8. Торговые рынки 2.14.9. Эволюция и влияние 2.14.10. Расширение 2.14.11. Глобальное воздействие</p>		

Модуль 3. Финансовый учет

3.1. Элементы и составление годовой отчетности

- 3.1.1. Балансовый отчет, отчет о прибылях и убытках и примечания к отчетности
- 3.1.2. Отчет об изменениях в капитале
- 3.1.3. Отчет о движении денежных средств
- 3.1.4. Стандарты подготовки годовой отчетности.
- 3.1.5. Модели для финансовой отчетности

3.2. Критерии оценки

- 3.2.1. Историческая стоимость
- 3.2.2. Справедливая стоимость
- 3.2.3. Чистая стоимость реализации
- 3.2.4. Стоимость в использовании
- 3.2.5. Книжная или балансовая стоимость
- 3.2.6. Креативный учёт

3.3. Материальные и нематериальные основные средства

- 3.3.1. Положения и формы закупок
- 3.3.2. Амортизация
- 3.3.3. Убытки от обесценения или утилизация
- 3.3.4. Инвестиционная собственность

3.4. Финансовые инструменты

- 3.4.1. Финансовые активы
- 3.4.2. Финансовые обязательства
- 3.4.3. Оценка, выявление и управление рисками
- 3.4.4. Хеджирование и торговые операции
- 3.4.5. Учет долевых инструментов

3.5. Изучение и оценка собственных средств

- 3.5.1. Капитал в балансовом отчете.
- 3.5.2. Гранты, пожертвования и наследство
- 3.5.3. Собственные средства и корректировки на изменение стоимости

3.6. Операции по реструктуризации

- 3.6.1. Слияния
- 3.6.2. Деления
- 3.6.3. Неденежные взносы
- 3.6.4. Свопы

3.7. Налог на прибыль

- 3.7.1. Структура корпоративного подоходного налога
- 3.7.2. Расчет и учет начисленного расхода по корпоративному подоходному налогу
- 3.7.3. Постоянные и временные разницы

3.8. Учет в иностранной валюте

- 3.8.1. Функциональная валюта и валюта представления отчетности
- 3.8.2. Оценка монетарных и немонетарных статей
- 3.8.3. Временные разницы по операциям с иностранной валютой

Модуль 4. Коммерческое управление |

4.1. Исследование рынка

- 4.1.1. Поведение потребителей
- 4.1.2. Методы исследования рынка
- 4.1.3. Инструменты для анализа данных
- 4.1.4. Сфера применения и ограничения

4.2. Реклама

- 4.2.1. Важность рекламы для бизнеса
- 4.2.2. Опыт покупки
- 4.2.3. Реклама в цифровых медиа

4.3. Медиапланирование

- 4.3.1. Аудитории и рекламный рынок
- 4.3.2. Выбор платформ и медиа
- 4.3.3. Измерение результативности

4.4. Управление продажами

- 4.4.1. Внутренний и внешний анализ. SWOT-анализ
- 4.4.2. Отраслевой и конкурентный анализ
- 4.4.3. Бизнес-модель Canvas

Модуль 5. Управление компанией

5.1. Руководитель и его роль. Организационная культура и ее подходы 5.1.1. Роль руководителя 5.1.2. Стратегия руководства 5.1.3. Организационная культура	5.2. Процесс управления изменениями 5.2.1. Типы 5.2.2. Сопротивление 5.2.3. Стимулирование инновационной деятельности 5.2.4. Модели управления	5.3. Принятие решений 5.3.1. Процесс принятия решений и управления 5.3.2. Стили управления 5.3.3. Виды решений	5.4. Стратегическое планирование 5.4.1. Цели 5.4.2. Методы 5.4.3. Планирование для динамических сред
5.5. Процесс стратегического управления 5.5.1. Типы процессов 5.5.2. Миссия и анализ процессов 5.5.3. Реализация и оценка процессов	5.6. Организационная структура 5.6.1. Общие понятия 5.6.2. Механистические структуры 5.6.3. Органические структуры	5.7. Организационный дизайн 5.7.1. Цели организации 5.7.2. Факторы непредвиденных обстоятельств 5.7.3. Виды дизайна	5.8. Развитие и производительность группы. 5.8.1. Определения и общие понятия 5.8.2. Эффективные группы 5.8.3. Глобальные группы
5.9. Коммуникация в компании 5.9.1. Роль коммуникации в компании 5.9.2. Методы коммуникации 5.9.3. Влияние ИКТ	5.10. Межличностная и организационная коммуникация 5.10.1. Основные понятия 5.10.2. Межличностная коммуникация 5.10.3. Организационная коммуникация	5.11. Мотивация в компании 5.11.1. Концепция и применение мотивации 5.11.2. Теории мотивации 5.11.3. Внедрение системы мотивации	5.12. Лидерство в компании 5.12.1. Теории непредвиденных обстоятельств 5.12.2. Типы лидерства 5.12.3. Внедрение лидерства в компании
5.13. Производственный контроль 5.13.1. Концепции контроля и управленческого контроля 5.13.2. Процессы контроля 5.13.3. Измерение и оценка	5.14. Управление производственным контролем 5.14.1. Инструменты для контроля 5.14.2. Системы корректировки 5.14.3. Преимущества и проблемы производственного контроля	5.15. Управление производства 5.15.1. Важность руководства 5.15.2. Цепочка создания стоимости 5.15.3. Управление качеством 5.10.4. Расходы на хранение на складе, <i>Picking y Packing</i> 5.10.5. Расходы на дистрибуцию	

Модуль 6. Налоговый режим компании

6.1. Понятие и особенности налогообложения	6.3. Освобождение, неналогообложение, начисление и взимание налога	6.5. Налоговая система и классификация налогов	6.8. Определение подоходного налога с физических лиц
6.2. Налоговые правоотношения и налоговые обязательства	6.4. Основные элементы налоговых обязательств	6.6. Расчет корпоративного налога	6.9. НДС
		6.7. Особые режимы	6.10. Обязательства

Модуль 7. Стратегии цифрового маркетинга

7.1. Управление цифровым бизнесом

- 7.1.1. Конкурентная стратегия в условиях растущей цифровизации СМИ
- 7.1.2. Разработка и создание плана цифрового маркетинга
- 7.1.3. Планирование и поиск цифровых СМИ
- 7.1.4. Анализ рентабельности инвестиций в плане цифрового маркетинга

7.2. Цифровой маркетинг для укрепления бренда

- 7.2.1. Содержание бренда и сторителлинг
- 7.2.2. Гиперсегментация
- 7.2.3. Видеомаркетинг
- 7.2.4. Социальные продажи

7.3. Определение стратегии цифрового маркетинга

- 7.3.1. *Маркетинг по замкнутому циклу*
- 7.3.2. *Непрерывный маркетинговый цикл*
- 7.3.3. *Мультиканальный маркетинг*

7.4. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов

- 7.4.1. Гиперсегментация и микролокализация
- 7.4.2. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
- 7.4.3. Управление взаимоотношениями с посетителями

7.5. Тенденции в цифровом маркетинге

- 7.5.1. Цифровой нейромаркетинг
- 7.5.2. *Аватар в маркетинге*
- 7.5.3. *Bluecasting*

7.6. Управление цифровыми кампаниями

- 7.6.1. *Дисплейная реклама и рич-медиа*
- 7.6.2. Мультиплатформенные, мультисегментные, мультиперсонализационные кампании
- 7.6.3. Реклама на цифровом телевидении

7.7. План онлайн-маркетинга

- 7.7.1. Онлайн-исследование
- 7.7.2. Создание плана онлайн-маркетинга
- 7.7.3. Конфигурация и активация
- 7.7.4. Запуск и управление

7.8. Смешанный маркетинг

- 7.8.1. Интеграция on и off действий
- 7.8.2. Настройка и сегментирование
- 7.8.3. Улучшение пользовательского опыта

Модуль 8. Технологии и информация в цифровой компании

8.1. Технологические среды

- 8.1.1. Технологическая среда
- 8.1.2. Функционирование и значение ИТ в компании
- 8.1.3. Потребности и области возможностей

8.2. Управление информационными системами

- 8.2.1. Информационные системы в бизнесе
- 8.2.2. Стратегические решения
- 8.2.3. Роль CIO

8.3. Стратегическое планирование ИС

- 8.3.1. Процесс стратегического планирования
- 8.3.2. Формулировка стратегии ИС
- 8.3.3. План реализации стратегии

8.4. Информационные системы и бизнес-аналитика

- 8.4.1. CRM и бизнес-аналитика
- 8.4.2. Управление проектами в бизнес-аналитике
- 8.4.3. Архитектура бизнес-аналитики

8.5. Приложения для корпоративного управления

- 8.5.1. Анализ компании и отрасли
- 8.5.2. Бизнес-модели на базе Интернета
- 8.5.3. Значение ИТ в бизнесе

8.6. Цифровая трансформация

- 8.6.1. Бизнес-модели на основе технологий
- 8.6.2. Способность к инновациям
- 8.6.3. Редизайн процессов цепочки создания стоимости

8.7. Технологии и тенденции

- 8.7.1. Стратегии электронной коммерции
- 8.7.2. Стратегии в *социальных медиа*
- 8.7.3. Модели электронной коммерции

8.8. Аутсорсинг информационных технологий

- 8.8.1. Постановка целей в области ИТ
- 8.8.2. Выбор поставщиков

Модуль 9. Создание и управление бизнесом в цифровой среде**9.1. Глобальная экономическая среда**

- 9.1.1. Основы глобальной экономики
- 9.1.2. Глобализация бизнеса и финансовых рынков
- 9.1.3. Предпринимательство и новые рынки

9.2. Корпоративные финансы

- 9.2.1. Финансовая политика и экономический рост
- 9.2.2. Методы оценки стоимости компании
- 9.2.3. Структура капитала и финансовый рычаг

9.3. Экономический анализ решений

- 9.3.1. Бюджетный контроль
- 9.3.2. Анализ конкуренции
- 9.3.3. Сравнительный анализ
- 9.3.4. Принятие решений
- 9.3.5. Инвестиции в бизнес или дезинвестирование

9.4. Информационные системы и технологии в бизнесе

- 9.4.1. Эволюция ИТ-модели
- 9.4.2. Организация и отдел информационных технологий
- 9.4.3. Информационные технологии и экономическая среда

9.5. Корпоративная стратегия и технологическая стратегия

- 9.5.1. Создание стоимости для клиентов и акционеров
- 9.5.2. Стратегические решения в области ИС/ИТ
- 9.5.3. Корпоративная стратегия vs. технологическая и цифровая стратегия

9.6. Информационные системы для принятия решений

- 9.6.1. *Business Intelligence*
- 9.6.2. *Хранилище данных*
- 9.6.3. BSC или сбалансированная система показателей

9.7. Цифровая стратегия

- 9.7.1. Технологическая стратегия и ее влияние на цифровые инновации
- 9.7.2. Стратегическое планирование ИТ
- 9.7.3. Стратегия и Интернет

9.8. Бизнес-модели на базе Интернета

- 9.8.1. Анализ созданных компаний в технологическом секторе
- 9.8.2. Системы генерации бизнес-моделей
- 9.8.3. Анализ инновационных бизнес-моделей в традиционных секторах
- 9.8.4. Анализ инновационных бизнес-моделей в Интернете

9.9. Системы совместного предпринимательства

- 9.9.1. Системы управления клиентами: CRM
- 9.9.2. Системы управления цепочками поставок
- 9.9.3. Система электронной коммерции

9.10. Социальный бизнес

- 9.10.1. Стратегическое видение Веб 2.0 и его проблемы
- 9.10.2. Возможности конвергенции и тенденции развития ИКТ

- 9.10.3. Как сделать Веб 2.0 и социальные сети прибыльными
- 9.10.4. Мобильность и цифровой бизнес

Модуль 10. Управление инновациями в цифровой среде

10.1. Проектное мышление

- 10.1.1. Стратегия голубого океана
- 10.1.2. Совместные инновации
- 10.1.3. *Открытые инновации*

10.2. Стратегическая инновационная разведка

- 10.2.1. Технологическое наблюдение
- 10.2.2. Технологическое прогнозирование
- 10.2.3. *Кулхантинг*

10.3. Предпринимательство и инновации

- 10.3.1. Стратегии поиска возможностей для бизнеса
- 10.3.2. Оценка реализуемости новых проектов
- 10.3.3. Системы управления инновациями
- 10.3.4. *Мягкие навыки предпринимателя*

10.4. Управление стартапами

- 10.4.1. Введение в финансовый менеджмент в начинающих компаниях
- 10.4.2. Финансовые показатели для *стартапов*
- 10.4.3. Финансовое планирование: модели прогнозирования и их интерпретация
- 10.4.4. Методы оценки
- 10.4.5. Правовые аспекты

10.5. Бизнес-план

- 10.5.1. *Бизнес-план* в цифровую эпоху
- 10.5.2. Бизнес-модель *Canvas*
- 10.5.3. *Модель ценностного предложения*
- 10.5.4. Содержание и презентация

10.6. Управление проектами

- 10.6.1. Гибкая разработка
- 10.6.2. *Бережливый менеджмент в стартапах*
- 10.6.3. Мониторинг и управление проектом

10.7. Фазы роста начинающей компании

- 10.7.1. Фаза *посева*
- 10.7.2. Фаза *стартапа*
- 10.7.3. Фаза *роста*
- 10.7.4. Фаза консолидации

10.8. Финансирование стартапов

- 10.8.1. Банковское финансирование
- 10.8.2. Субсидии
- 10.8.3. Посевной капитал и акселераторы. *Бизнес-ангелы*
- 10.8.4. *Венчурный капитал*. IPO
- 10.8.5. *Партнерство государства и частного сектора*

10.9. Международные институты венчурного и посевного капитала

- 10.9.1. Государственные учреждения: CDTI, ENISA
- 10.9.2. Международные организации *венчурного капитала*
- 10.9.3. Частные инвесторы: *caixa capital Risc. Bstartup*
- 10.9.4. FOND-ICO Global
- 10.9.5. Акселераторы: Wayra, Lanzadera и Plug & play

10.10. Бережливое управление

- 10.10.1. Основные принципы *бережливого управления*
- 10.10.2. Группы по совершенствованию и решению проблем
- 10.10.3. Новые формы технического обслуживания и управления качеством
- 10.10.3. Каналы коммуникации с клиентом
- 10.10.4. Связь с интернет-магазином
- 10.10.5. Центры *онлайн-обслуживания*

Модуль 11. Конкурентная среда и стратегия**11.1. Глобальная экономическая среда**

- 11.1.1. Основы глобальной экономики
- 11.1.2. Глобализация бизнеса и финансовых рынков
- 11.1.3. Предпринимательство и новые рынки

11.2. Корпоративные финансы

- 11.2.1. Финансовая политика и экономический рост
- 11.2.2. Методы оценки стоимости компании
- 11.2.3. Структура капитала и финансовый рычаг

11.3. Экономический анализ решений

- 11.3.1. Бюджетный контроль
- 11.3.2. Анализ конкуренции. Сравнительный анализ
- 11.3.3. Принятие решений. Инвестиции в бизнес или дезинвестирование

11.4. Информационные системы и технологии в бизнесе

- 11.4.1. Эволюция ИТ-модели
- 11.4.2. Организация и отдел информационных технологий
- 11.4.3. Информационные технологии и экономическая среда

11.5. Корпоративная стратегия и технологическая стратегия

- 11.5.1. Создание стоимости для клиентов и акционеров
- 11.5.2. Стратегические решения в области ИС/ИТ
- 11.5.3. Корпоративная стратегия vs. технологическая и цифровая стратегия

11.6. Информационные системы для принятия решений

- 11.6.1. *Business Intelligence*
- 11.6.2. *Хранилище данных*
- 11.6.3. BSC или сбалансированная система показателей

11.7. Цифровая стратегия

- 11.7.1. Технологическая стратегия и ее влияние на цифровые инновации
- 11.7.2. Стратегическое планирование ИТ
- 11.7.3. Стратегия и Интернет

11.8. Бизнес-модели на базе Интернета

- 11.8.1. Анализ созданных компаний в технологическом секторе
- 11.8.2. Системы генерации бизнес-моделей
- 11.8.3. Анализ инновационных бизнес-моделей в традиционных секторах
- 11.8.4. Анализ инновационных бизнес-моделей в Интернете

11.9. Системы совместной работы предприятий на базе Интернета

- 11.9.1. Системы управления клиентами: CRM
- 11.9.2. Системы управления цепочками поставок
- 11.9.3. Система электронной коммерции

11.10. Социальный бизнес

- 11.10.1. Стратегическое видение Веб 2.0 и его проблемы
- 11.10.2. Возможности конвергенции и тенденции развития ИКТ
- 11.10.3. Как монетизировать Веб 2.0 и социальные сети
- 11.10.4. Мобильность и цифровой бизнес

Модуль 12. Инновации и предпринимательство**12.1. Дизайн-мышление**

- 12.1.1. Стратегия голубого океана
- 12.1.2. Совместные инновации
- 12.1.3. *Открытые инновации*

12.2. Стратегическая инновационная разведка

- 12.2.1. Технологическое наблюдение
- 12.2.2. Технологическое прогнозирование
- 12.2.3. *Кулхантинг*

12.3. Предпринимательство и инновации

- 12.3.1. Стратегии поиска возможностей для бизнеса
- 12.3.2. Оценка реализуемости новых проектов
- 12.3.3. *Системы управления инновациями*
- 12.3.4. *Мягкие навыки предпринимателя*

12.4. Управление стартапами

- 12.4.1. Введение в финансовый менеджмент в начинающих компаниях
- 12.4.2. Финансовые показатели для *стартапов*
- 12.4.3. Финансовое планирование: модели прогнозирования и их интерпретация
- 12.4.4. Методы оценки
- 12.4.5. Правовые аспекты

12.5. Бизнес-план

- 12.5.1. *Бизнес-план* в цифровой эпохе
- 12.5.2. Бизнес-модель Canvas
- 12.5.3. Модель ценностного предложения
- 12.5.4. Содержание и презентация

12.6. Управление проектами

- 12.6.1. *Гибкая разработка*
- 12.6.2. *Бережливый менеджмент в стартапах*
- 12.6.3. *Отслеживание проектов и управление проектами*

12.7. Фазы роста начинающей компании

- 12.7.1. Фаза *посева*
- 12.7.2. Фаза *стартапа*
- 12.7.3. Фаза *роста*
- 12.7.4. Фаза консолидации

12.8. Финансирование стартапов

- 12.8.1. Банковское финансирование
- 12.8.2. Субсидии
- 12.8.3. Посевной капитал и акселераторы. *Бизнес-ангелы*
- 12.8.4. *Венчурный капитал*. IPO
- 12.8.5. *Партнерство государства и частного сектора*

12.9. Международные институты венчурного и посевного капитала

- 12.9.1. Государственные учреждения: CDTI, ENISA
- 12.9.2. Международные организации венчурного капитала

12.9.3. Частные инвесторы: *caixa capital Risc. Bstartup*

- 12.9.4. FOND-ICO Global
- 12.9.5. Акселераторы: *Wayra, Lanzadera и Plug & Play*

12.10. Бережливое управление

- 12.10.1. Основные принципы *бережливого управления*
- 12.10.2. Группы по совершенствованию и решению проблем
- 12.10.3. Новые формы технического обслуживания и управления качеством

Модуль 13. Цифровой маркетинг и маркетинг электронной коммерции

13.1. Управление цифровой электронной коммерцией

- 13.1.1. Новые бизнес-модели электронной коммерции
- 13.1.2. Планирование и разработка стратегического плана электронного бизнеса
- 13.1.3. Технологическая структура в электронной коммерции

13.2. Операции и логистика в электронной коммерции

- 13.2.1. Как управлять системой *Fulfillment*
- 13.2.2. Цифровое управление точками продаж
- 13.2.3. Управление контактными центрами
- 13.2.4. Автоматизация в управлении и мониторинге процессов

13.3. Внедрение методов электронной коммерции

- 13.3.1. Социальные медиа и интеграция в план электронной коммерции
- 13.3.2. Мультиканальная стратегия
- 13.3.3. Персонализация дашбордов

13.4. Цифровое ценообразование

- 13.4.1. Методы и шлюзы онлайн-платежей
- 13.4.2. Электронные промоакции
- 13.4.3. Цифровая синхронизация цен
- 13.4.4. Электронные торги

13.5. От электронной до мобильной коммерции и совместной коммерции

- 13.5.1. Бизнес-модели электронных торговых площадок
- 13.5.2. Совместная коммерция (*s-Commerce*) и опыт бренда
- 13.5.3. Покупки с помощью мобильных устройств

13.6. Анализ клиентов: от e-CRM к s-CRM

- 13.6.1. Интеграция потребителей в цепочку создания стоимости
- 13.6.2. Онлайн-исследования и методы повышения лояльности
- 13.6.3. Планирование стратегии управления взаимоотношениями с клиентами

13.7. Торговый цифровой маркетинг

- 13.7.1. Перекрестный мерчандайзинг
- 13.7.2. Разработка и управление кампаниями *Facebook Ads*
- 13.7.3. Разработка и управление кампаниями *Google Adwords*

13.8. Маркетинг онлайн для электронной коммерции

- 13.8.1. Входящий маркетинг
- 13.8.2. Дисплей и программная покупка
- 13.8.3. План коммуникации

Модуль 14. Поисковый маркетинг

14.1. Принцип работы поисковых систем

- 14.1.1. Показатели и индексы
- 14.1.2. Алгоритмы
- 14.1.3. SEO и корпоративный брендинг

14.2. SEO-анализ

- 14.2.1. Определение KPI
- 14.2.2. Генерация сценариев и оповещений
- 14.2.3. Оптимизация изображений, видео и других элементов
- 14.2.4. Линкбилдинг

14.3. Техническое SEO

- 14.3.1. Оптимизация производительности веб-сайтов
- 14.3.2. *Real Time* контент
- 14.3.3. Соответствующая маркировка и заголовки
- 14.3.4. Передовые методы WPO

14.4. SEO и электронная коммерция

- 14.4.1. Оптимизация коэффициента конверсии
- 14.4.2. Инструменты для веб-мастеров *Google*
- 14.4.3. Социальное доказательство и вирализация
- 14.4.4. Навигация и индексированность

14.5. Поиск ключевых слов для SEM

- 14.5.1. *Adwords Keyword Tool*
- 14.5.2. *Google Suggest*
- 14.5.3. *Insights for Search*
- 14.5.4. *Google Trends*

14.6. SEM и *Google Adwords*

- 14.6.1. *Google Shopping*
- 14.6.2. *Google Display Network*
- 14.6.3. *Google AdWords Mobile*
- 14.6.4. Реклама на *YouTube*

14.7. Реклама на Facebook

- 14.7.1. Реклама PPC/PPF (*pay per fan*)
- 14.7.2. Создание рекламы на Facebook
- 14.7.3. *Facebook Power Editor*
- 14.7.4. Оптимизация кампаний

14.8. Стратегия и измерение SEM

- 14.8.1. Оценка качества
- 14.8.2. Ссылки на сайт
- 14.8.3. KPI
- 14.8.4. Показатели, клики, конверсии. Доход, ROI, CPA

Модуль 15. Цифровая коммуникация и онлайн-репутация**15.1. Веб 2.0 или социальная паутина**

- 15.1.1. Организация в эпоху разговоров
- 15.1.2. Веб 2.0 - это люди
- 15.1.3. Цифровая среда и новые форматы коммуникации

15.2. Коммуникация и цифровая репутация

- 15.2.1. Отчет о репутации в Интернете
- 15.2.2. Нетикет и лучшие практики в социальных сетях
- 15.2.3. *Брендинг и нетворкинг 2.0*

15.3. Разработка и планирование плана создания онлайн-репутации

- 15.3.1. Обзор основных социальных сетей в Испании
- 15.3.2. План по улучшению репутации бренда
- 15.3.3. Общие метрики, ROI и социальный CRM
- 15.3.4. Онлайн кризис и репутационное SEO

15.4. Общие, профессиональные и платформы микроблогов

- 15.4.1. *Facebook*
- 15.4.2. *Linkedin*
- 15.4.3. *Google+*
- 15.4.4. *Twitter*

15.5. Платформы для видео, изображений и мобильности

- 15.5.1. YouTube
- 15.5.2. *Instagram*
- 15.5.3. *Flickr*
- 15.5.4. *Vimeo*
- 15.5.5. *Pinterest*

15.6. Контент-стратегия и сторителлинг

- 15.6.1. *Корпоративный блоггинг*
- 15.6.2. Стратегия контент-маркетинга
- 15.6.3. Создание контент-плана
- 15.6.4. Стратегия курирования контента

15.7. Стратегии в социальных медиа

- 15.7.1. Корпоративные связи с общественностью и социальные медиа
- 15.7.2. Определение стратегии, которой следует придерживаться в каждом СММ
- 15.7.3. Анализ и оценка результатов

15.8. Комьюнити-менеджмент

- 15.8.1. Роли, задачи и обязанности комьюнити-менеджера
- 15.8.2. *Менеджер социальных медиа*
- 15.8.3. *Стратег по социальным медиа*

15.9. План социальных медиа

- 15.9.1. Разработка плана социальных медиа
- 15.9.2. График, бюджет, ожидания и мониторинг
- 15.9.3. Протокол действий в чрезвычайных ситуациях в случае кризиса

15.10. Инструменты мониторинга онлайн

- 15.10.1. Инструменты управления и настольные приложения
- 15.10.2. Инструменты мониторинга и опроса

Модуль 16. Производительность и входящий маркетинг**16.1. Разрешительный маркетинг**

- 16.1.1. Как получить разрешение пользователя
- 16.1.2. Персонализация сообщения
- 16.1.3. Подтверждение по почте или Doble Opt-in

16.2. Стратегия и техника производительности

- 16.2.1. *Маркетинг производительности: результаты*
- 16.2.2. Цифровой медиамикс
- 16.2.3. Важность воронки продаж

16.3. Разработка кампаний по расширению членства

- 16.3.1. Агентства и партнерские программы
- 16.3.2. *Postview*
- 16.3.3. Разработка программ аффилирования
- 16.3.4. Оптимизация показов и кампаний

16.4. Запуск партнерской программы

- 16.4.1. Аффилированные сети и прямая аффилированность
- 16.4.2. Мониторинг и анализ результатов
- 16.4.3. Контроль мошенничества

16.5. Разработка кампаний по рассылке электронных писем

- 16.5.1. Списки подписчиков, лидов и клиентов
- 16.5.2. Инструменты и ресурсы для *E-mail-маркетинга*
- 16.5.3. Онлайн-копирайтинг для *E-mail-маркетинга*

16.6. Показатели E-mail-маркетинга

- 16.6.1. Метрики списка
- 16.6.2. Показатели доставки новостной рассылки
- 16.6.3. Показатели конверсии

16.7. Входящий маркетинг

- 16.7.1. Эффективный входящий маркетинг
- 16.7.2. Преимущества входящего маркетинга
- 16.7.3. Измерение успеха входящего маркетинга

16.8. Целевые исследования

- 16.8.1. *Моделирование потребительских намерений и персоны покупателя*
- 16.8.2. *Составление карты путешествия клиента*
- 16.8.3. *Контент-стратегия*

16.9. Оптимизация контента

- 16.9.1. Оптимизация контента для поисковых систем
- 16.9.2. Создание контента
- 16.9.3. Динамизация контента

16.10. Конверсия

- 16.10.1. *Привлечение лидеров и CRO*
- 16.10.2. *Выращивание лидеров и автоматизация маркетинга*

Модуль 17. Веб-аналитика и маркетинговая аналитика

17.1. Веб-аналитика

- 17.1.1. Основы веб-аналитики
- 17.1.2. Классические медиа vs цифровые медиа
- 17.1.3. Базовая методология веб-аналитики

17.2. Аналитика Google

- 17.2.1. Настройка учетной записи
- 17.2.2. Отслеживание API Javascript
- 17.2.3. Настраиваемые отчеты и сегменты

17.3. Качественный анализ

- 17.3.1. Методы исследования, применяемые в веб-аналитике
- 17.3.2. Клиентский опыт (Customer Journey)
- 17.3.3. Воронка покупки

17.4. Цифровые метрики

- 17.4.1. Основные метрики
- 17.4.2. Коэффициенты
- 17.4.3. Установление целей и KPI

17.5. Области анализа стратегии

- 17.5.1. Приобретение трафика
- 17.5.2. Активация
- 17.5.3. Конверсия
- 17.5.4. Лояльность

17.6. Наука о данных и большие данные

- 17.6.1. Business Intelligence
- 17.6.2. Методология и анализ больших объемов данных
- 17.6.3. Извлечение, обработка и загрузка данных

17.7. Визуализация данных

- 17.7.1. Визуализация и интерпретация дашбордов
- 17.7.2. Преобразование данных в ценность
- 17.7.3. Интеграция источников
- 17.7.4. Ведение отчетности

17.8. Инструменты веб-аналитики

- 17.8.1. Технологическая основа инструмента AW
- 17.8.2. Logs и Tags
- 17.8.3. Основная маркировка и adhoc

Модуль 18. Международные финансы

18.1. Инженерия процессов и проектирование продукции

- 18.1.1. Инновационные стратегии
- 18.1.2. Открытые инновации
- 18.1.3. Организация и инновационные культура
- 18.1.4. Многофункциональное оборудование

18.2. Запуск и индустриализация новых продуктов

- 18.2.1. Разработка новых продуктов
- 18.2.2. Бережливый дизайн
- 18.2.3. Индустриализация новых продуктов
- 18.2.4. Производство и сборка

18.3. Электронная логистика. B2C и B2B

- 18.3.1. Электронная логистика.
- 18.3.2. B2C: e-Fulfillment, последняя миля
- 18.3.3. B2B: e-Procurement. Market Places

18.4. Правовые аспекты электронной коммерции

- 18.4.1. Законодательство ЕС и Испании
- 18.4.2. Защита данных
- 18.4.3. Налоговые аспекты электронной коммерции
- 18.4.4. Общие положения и условия продажи

18.5. Склад электронной коммерции

- 18.5.1. Особенности склада электронной коммерции
- 18.5.2. Дизайн и планирование складских помещений
- 18.5.3. Инфраструктура. Стационарное и мобильное оборудование
- 18.5.4. Зонирование и местоположение

18.6. Дизайн интернет-магазина

- 18.6.1. Дизайн и юзабилити
- 18.6.2. Наиболее распространенные функциональные возможности
- 18.6.3. Технологические альтернативы

18.7. Управление цепями поставок и тенденции будущего

- 18.7.1. Будущее электронного бизнеса
- 18.7.2. Реальность сегодня и будущее электронной коммерции
- 18.7.3. Операционные модели SC для глобальных предприятий

Модуль 19. Мобильная электронная коммерция**19.1. Мобильный маркетинг**

- 19.1.1. Новые привычки потребления и мобильности
- 19.1.2. Модель SoLoMo
- 19.1.3. 4 П маркетинг-микса в мобильности

19.2. Мобильные технологии

- 19.2.1. Мобильные операторы
- 19.2.2. Мобильные устройства и операционные системы
- 19.2.3. Мобильные приложения и электронные приложения
- 19.2.4. Датчики и интеграция с физическим миром

19.3. Тенденции в мобильном маркетинге

- 19.3.1. Мобильная публикация
- 19.3.2. Адвергейминг и геймификация
- 19.3.3. Мобильная геолокация
- 19.3.4. Дополненная реальность

19.4. Поведение пользователей мобильных устройств

- 19.4.1. Новые привычки поиска на мобильных устройствах
- 19.4.2. Мультиэкран
- 19.4.3. Мобильные устройства как фактор покупки
- 19.4.4. ASO, привлечение и удержание мобильных пользователей

19.5. Пользовательский интерфейс и опыт покупки

- 19.5.1. Правила и платформы мобильной коммерции
- 19.5.2. Омниканальность
- 19.5.3. Мобильный и бесконтактный маркетинг
- 19.5.4. Разрыв между потребителем и рекламодателем
- 19.5.5. Менеджеры контента для мобильной коммерции

19.6. Приложения и покупки

- 19.6.1. Дизайн приложений для мобильной коммерции
- 19.6.2. Магазин приложений
- 19.6.3. Маркетинг приложений для повышения лояльности клиентов
- 19.6.4. Маркетинг приложений для электронной коммерции

19.7. Мобильные платежи

- 19.7.1. Цепочка создания стоимости и бизнес-модели мобильных методов оплаты
- 19.7.2. Ключи к улучшению UX для мобильных платежей
- 19.7.3. Стратегии позиционирования на рынке мобильных платежей
- 19.7.4. Управление мошенничеством

19.8. Мобильная аналитика

- 19.8.1. Методологии измерения и анализа мобильных устройств
- 19.8.2. Мобильные метрики: основные KPI
- 19.8.3. Анализ рентабельности
- 19.8.4. Мобильная аналитика

19.9. Мобильная коммерция

- 19.9.1. Услуги
- 19.9.2. Приложения
- 19.9.3. Мобильные социальные покупки

19.10. Мобильные приложения для социальных сетей

- 19.10.1. Мобильная интеграция в социальных сетях
- 19.10.2. Мобильность, взаимоотношения, повсеместность и публичность

19.10.3. *Facebook Places*

- 19.10.4. Геолокация, мобильные каталоги, рекомендации онлайн и покупки

Модуль 20. Новые цифровые тенденции**20.1. Интернет вещей**

- 20.1.1. Видения и задачи
- 20.1.2. Ключевые технологии
- 20.1.3. Новаторские проекты

20.2. Геймификация

- 20.2.1. Методы геймификации бизнеса
- 20.2.2. Концепция дизайна геймификации
- 20.2.3. Механизмы функционирования и мотивации
- 20.2.4. Преимущества и окупаемость инвестиций

20.3. Большие данные

- 20.3.1. Отраслевое применение
- 20.3.2. Бизнес-модели
- 20.3.3. Новые профессии

20.4. Искусственный интеллект

- 20.4.1. Методологические аспекты в искусственном интеллекте
- 20.4.2. Информированный метод поиска
- 20.4.3. Методы вывода в правилах
- 20.4.4. Семантические сети

20.5. Робототехника

- 20.5.1. Морфология робота
- 20.5.2. Математические инструменты для пространственной локализации
- 20.5.3. Кинематическое управление
- 20.5.4. Критерии для внедрения промышленного робота

20.6. Моделирование и имитация

- 20.6.1. Моделирование DEVS
- 20.6.2. Моделирование случайных вводов
- 20.6.3. Генерация случайных записей
- 20.6.4. Разработка экспериментов и оптимизация

20.7. Внедрение криптографии в технологические проекты

- 20.7.1. Электронная подпись
- 20.7.2. Электронный сертификат
- 20.7.3. Шифрование данных
- 20.7.4. Практическое применение криптографии

20.8. Другие тенденции

- 20.8.1. 3D-принтеры
- 20.8.2. Дроны
- 20.8.3. Искусственное зрение
- 20.8.4. Дополненная реальность

07

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**. Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.





“

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

В бизнес-школе TECH мы используем гарвардский метод кейсов

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

“

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



*Эта программа подготовит вас к решению
бизнес-задач в условиях неопределенности
и достижению успеха в бизнесе.*



Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа ТЕСН - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

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

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

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

Методология Relearning

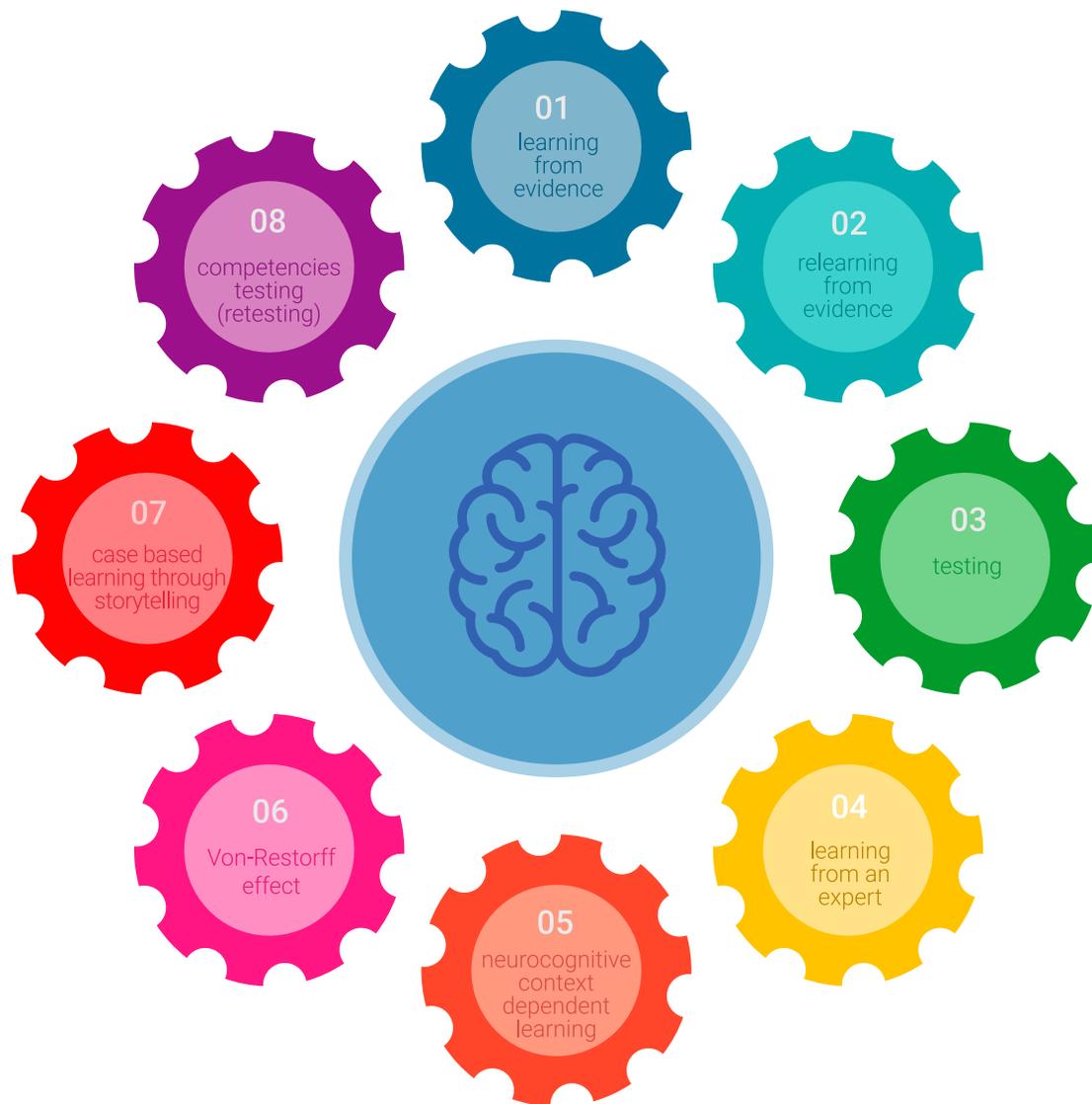
TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

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

Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется Relearning.

Наша Бизнес-школа - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





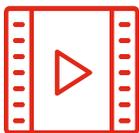
В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного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

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

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

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

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



Учебный материал

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

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



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



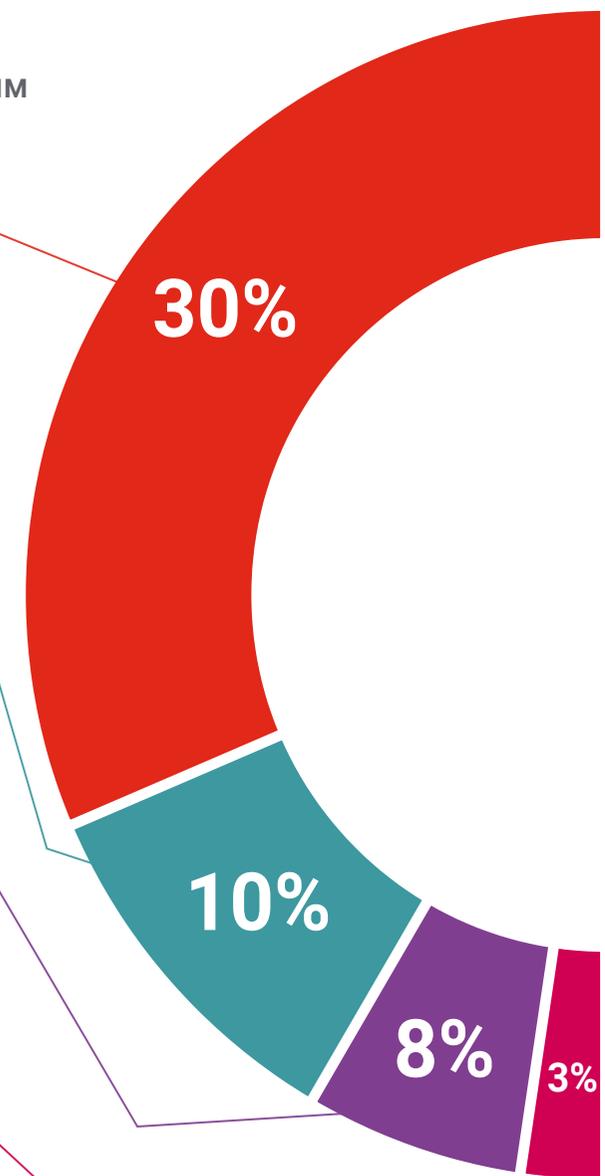
Практика управленческих навыков

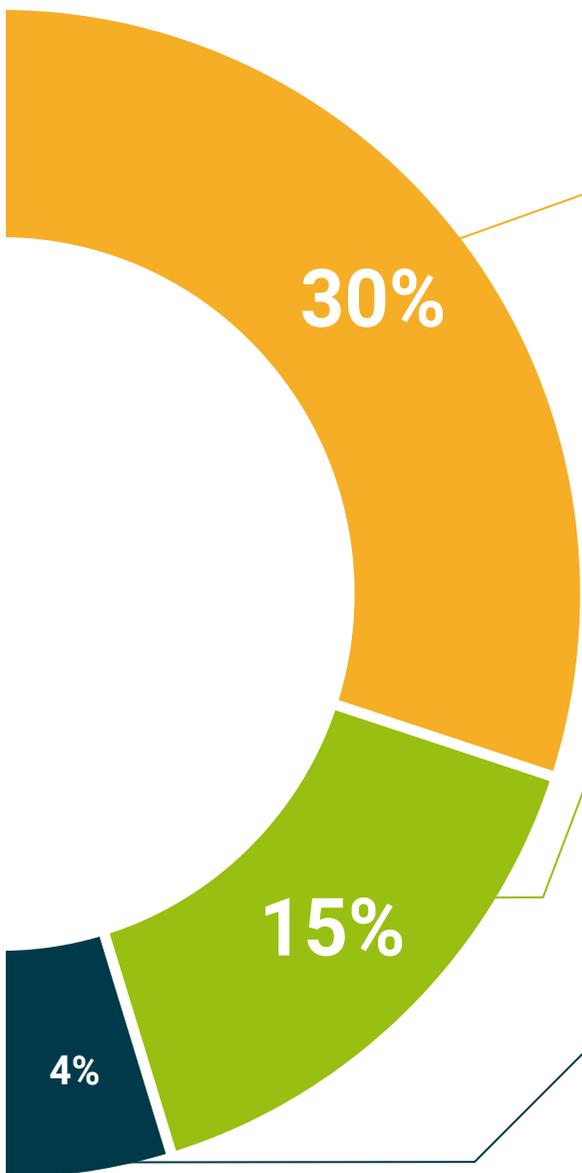
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

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





Метод кейсов

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



Интерактивные конспекты

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

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



Тестирование и повторное тестирование

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

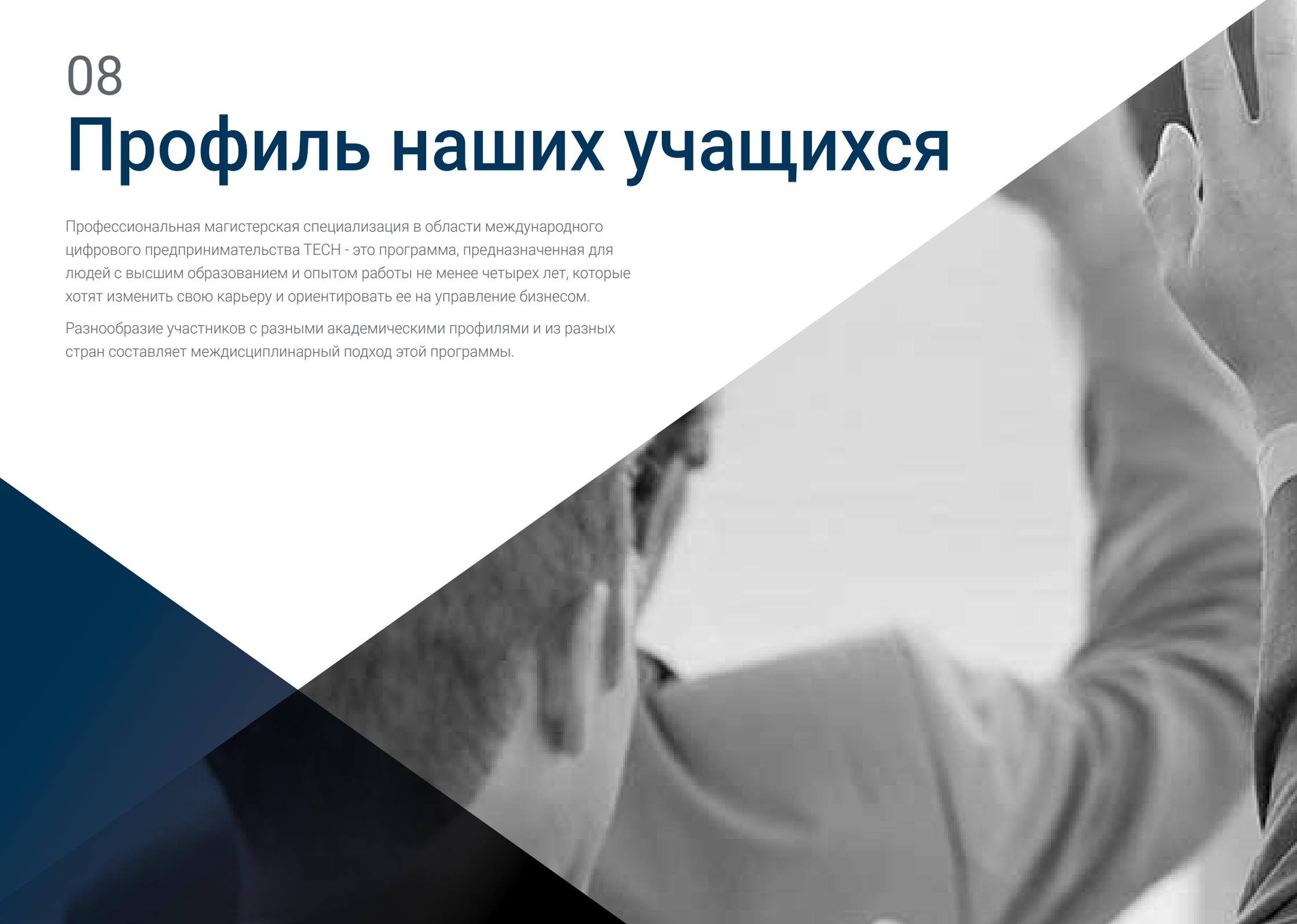


08

Профиль наших учащихся

Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства TECH - это программа, предназначенная для людей с высшим образованием и опытом работы не менее четырех лет, которые хотят изменить свою карьеру и ориентировать ее на управление бизнесом.

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



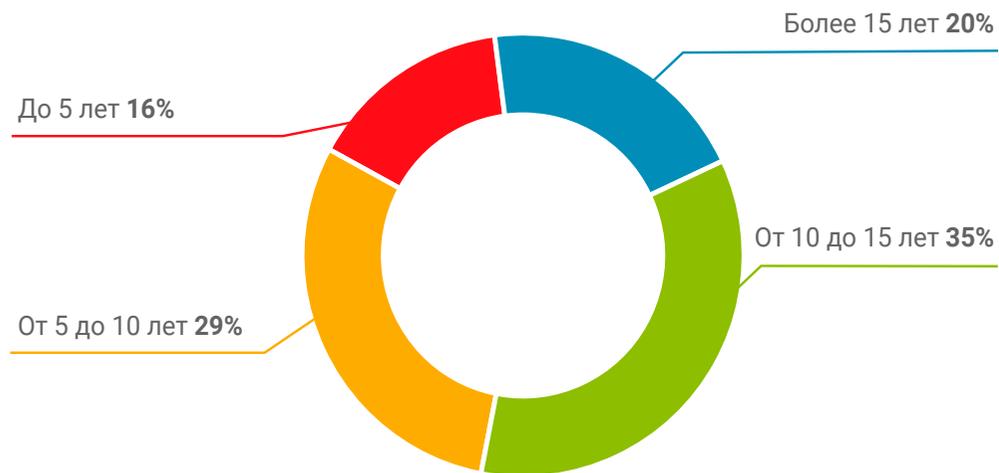
“

Если у вас есть опыт руководства и управления, и вы ищете интересный карьерный рост, продолжая при этом работать, то эта программа для вас”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



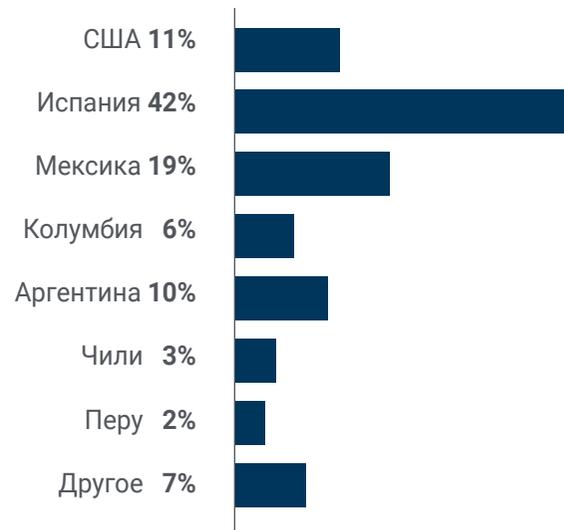
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Педро Гарсия

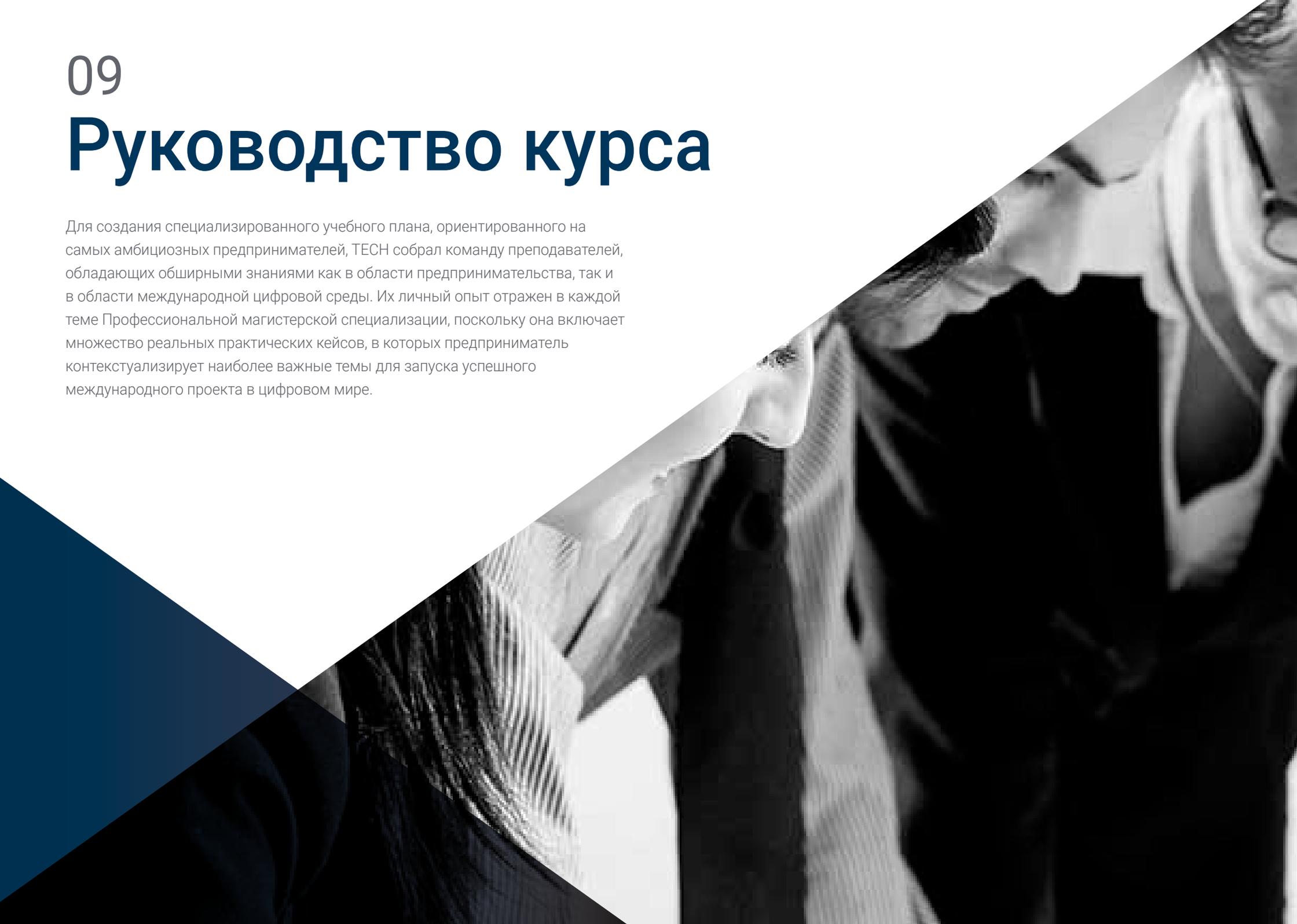
Директор многонациональной компании

"Как бы вы ни хотели, получение диплома Профессиональной магистерской специализации - дело непростое, особенно если приходится совмещать обучение с профессиональной и семейной жизнью. Несмотря на это, Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства, предлагаемая TECH Технологическим университетом, дала мне такую возможность. Хороший преподавательский состав сделал этот процесс обучения еще более насыщенным. Во многом благодаря этому я сейчас являюсь директором крупной компании - новая должность, которую я выполняю с энтузиазмом и в меру моих возможностей. В общем, ситуация изменилась из-за того, что я начал действовать"

09

Руководство курса

Для создания специализированного учебного плана, ориентированного на самых амбициозных предпринимателей, TЭCH собрал команду преподавателей, обладающих обширными знаниями как в области предпринимательства, так и в области международной цифровой среды. Их личный опыт отражен в каждой теме Профессиональной магистерской специализации, поскольку она включает множество реальных практических кейсов, в которых предприниматель контекстуализирует наиболее важные темы для запуска успешного международного проекта в цифровом мире.



“

Вы получите обучение, полностью соответствующее вашим интересам, с командой преподавателей, стремящихся к тому, чтобы вы достигли вершины вашей карьеры”

Приглашенный международный руководитель

Ребека Хванг, признанная **MIT Technology Review** одним из **35 глобальных инновационных лидеров** в возрасте до 35 лет, является заметной фигурой в международном бизнесе и предпринимательстве. Она известна своим **опытом, разносторонностью и успехом в развитии венчурных инвестиций**. Кроме того, она была соучредителем и партнером **предпринимательских проектов** в таких **странах**, как США, Мексика, Малайзия, Южная Корея, Исландия и Перу.

Помимо прочих обязанностей, Хванг занимает должность **директора Центра глобального предпринимательства и семейного бизнеса Thunderbird**. Здесь она зарекомендовала себя как влиятельный корпоративный лидер. Кроме того, ее роль **управляющего партнера Kalei Ventures**, инвестиционной компании, специализирующейся на **технологических стартапах** ранних стадий в **Латинской Америке**, способствовала росту и развитию многочисленных компаний в регионе. До прихода в Kalei она была соучредителем и **генеральным директором Rivet Ventures**, которая занималась бизнесом, возглавляемым женщинами, и подчеркивала важность гендерной интеграции в предпринимательстве.

Помимо предпринимательских достижений, она является **активным изобретателем**: на ее счету **12 полученных патентов** и **9 ожидающих рассмотрения**. Она также является страстным сторонником расширения **возможностей для семейного бизнеса**. Ее стремление работать с новыми поколениями малых предпринимателей в области **технологий, альтернативных инвестиций и предпринимательства** делает ее настоящим визионером в современном корпоративном контексте.

Она также принимала участие в создании таких организаций, как **Cleantech Open, Startup Malaysia** и **Startup Nations Summit**, что свидетельствует о ее стремлении поддерживать начинающие предприятия по всему миру. Кроме того, его активное **сотрудничество с различными инициативами и комитетами**, а также опыт выступления в качестве спикера TED подчеркивают его глобальное влияние.



Д-р Хванг, Ребекка

- ♦ Директор Школы глобального менеджмента Thunderbird School of Global Management при Университете Аризоны, Феникс, США
- ♦ Предприниматель, специализирующийся на венчурном инвестировании
- ♦ Изобретатель с 12 выданными патентами и 9 патентами, находящимися на рассмотрении
- ♦ Научный сотрудник Стэнфордского университета
- ♦ Управляющий партнер Kalei Ventures
- ♦ Управляющий директор Rivet Ventures
- ♦ Сооснователь и президент стартапа YouNoodle
- ♦ Сооснователь Cleantech Open
- ♦ Сооснователь Startup Malaysia
- ♦ Сооснователь Startup Nations Summit
- ♦ Член: Комитет по доступу к капиталу Американско-мексиканского совета по предпринимательству и инновациям Глобальный совет GEN Кауффмана Глобальный совет Всемирного экономического форума по вопросам будущего миграции

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

Руководство



Г-н Галан, Хосе

- ♦ Специалист в области интернет-маркетинга, электронной коммерции, SEO, SEM, блогинга и т.д.
- ♦ Директор по электронному маркетингу в TECH Технологическом университете
- ♦ Блоггер в "Cosas sobre Marketing Online" (Все об онлайн-маркетинге) www.josegalan.es
- ♦ Директор по корпоративному маркетингу в Médica Panamericana
- ♦ Степень бакалавра в области размещения рекламы и связей с общественностью. Мадридский университет Комплутенсе
- ♦ Европейская высшая программа по цифровому маркетингу. ESIC



Г-н Лопес Раусель, Адольфо

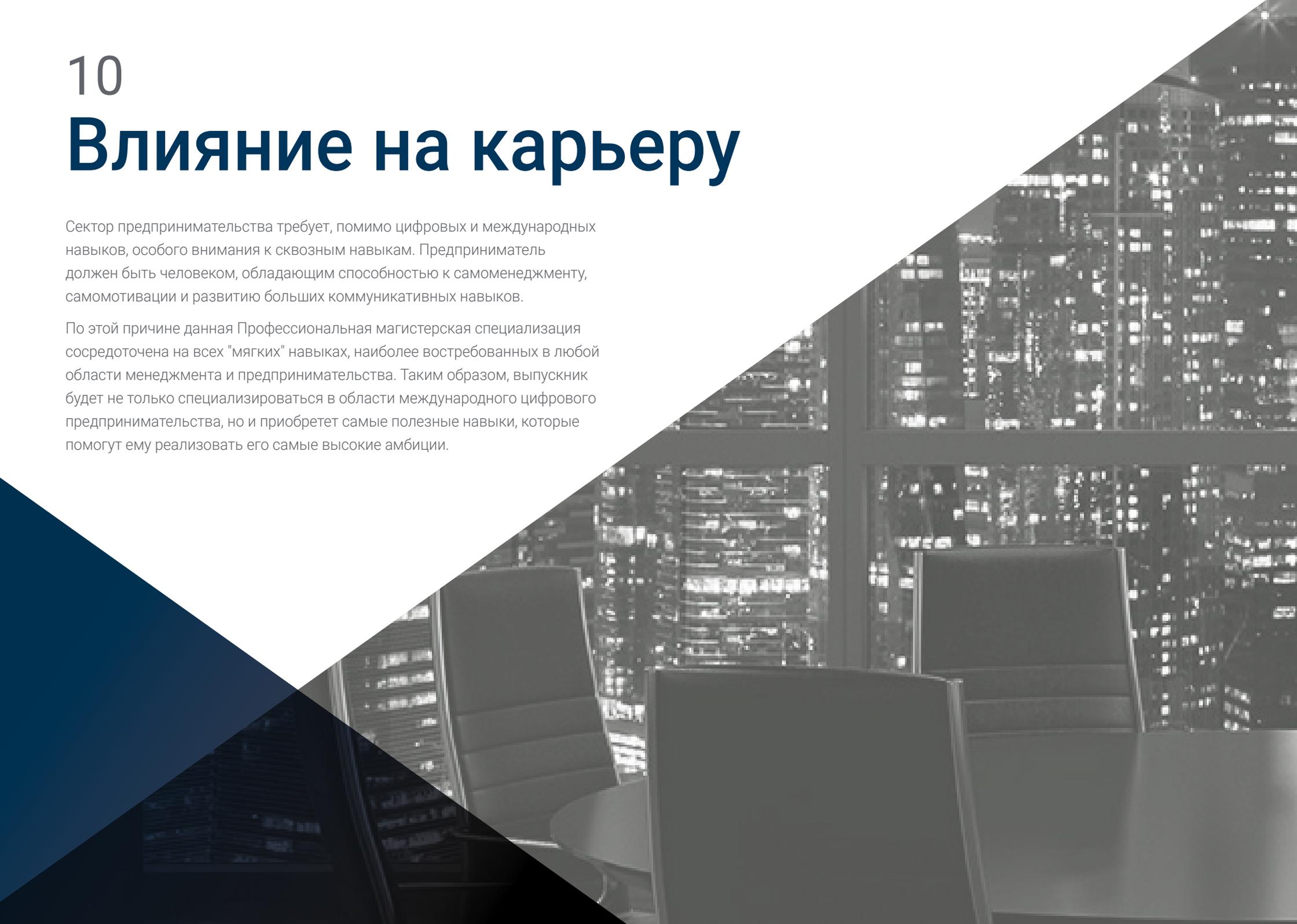
- ♦ Директор Бизнес-школы Tech
- ♦ Техническое управление в проектах и исследованиях рынка в Investgroup
- ♦ Управление в Клубе инноваций Валенсийского сообщества
- ♦ Степень бакалавра экономики и бизнес-исследований Университета Валенсии
- ♦ Диплом по маркетингу в бизнес-школе ESEM

10

Влияние на карьеру

Сектор предпринимательства требует, помимо цифровых и международных навыков, особого внимания к сквозным навыкам. Предприниматель должен быть человеком, обладающим способностью к самоменеджменту, самомотивации и развитию больших коммуникативных навыков.

По этой причине данная Профессиональная магистерская специализация сосредоточена на всех "мягких" навыках, наиболее востребованных в любой области менеджмента и предпринимательства. Таким образом, выпускник будет не только специализироваться в области международного цифрового предпринимательства, но и приобретет самые полезные навыки, которые помогут ему реализовать его самые высокие амбиции.



“

Создать положительные изменения в вашей профессиональной карьере - вот наша задача. Мы полностью готовы помочь вам в достижении этой цели"

Если вы хотите
добиться
положительных
изменений в
своей профессии,
Профессиональная
магистерская
специализация
в области
международного
цифрового
предпринимательства
поможет вам этого
добиться.

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

Профессиональная магистерская специализация по международному цифровому предпринимательству от

TECH Технологического университета - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению проблем и принятию бизнес-решений как на международном уровне. Главная цель - способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Поэтому те, кто хочет улучшить себя, добиться перемен на профессиональном уровне и общаться с лучшими, найдут свое место в TECH.

Создание благоприятных изменений Время перемен



Не упустите
возможность пройти
обучение у нас, и
вы заметите, как
достигнете того
улучшения, к которому
стремились.

Что изменится



Повышение заработной платы

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на 25,22%



11

Преимущества для вашей компании

Профессиональная магистерская специализация по международному цифровому предпринимательству способствует повышению максимального потенциала организации путем подготовки лидеров высокого уровня.

Прохождение этой Профессиональной магистерской специализации - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.





“

Руководитель привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к значительным изменениям в организации”

Развитие и удержание талантов в компаниях - лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

Руководитель привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к значительным изменениям в организации.

02

Удержание высокопотенциальных менеджеров и избежание «утечки мозгов»

Эта программа укрепляет связь между компанией и менеджером и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

03

Создание агентов изменений

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

04

Расширение возможностей для международной экспансии

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.



05

Разработка собственных проектов

Менеджер сможет работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса компании.

06

Повышение конкурентоспособности

Эта Профессиональная магистерская специализация предоставит студентам необходимые навыки и возможность справиться с новыми вызовами и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Профессиональной магистерской специализации, выдаваемого TESH Технологическим университетом.



“

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

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области международного цифрового предпринимательства** 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 международного цифрового предпринимательства**

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.



**Профессиональная магистерская
специализация**
Международное цифровое
предпринимательство

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

Профессиональная магистерская специализация

Международное цифровое
предпринимательство