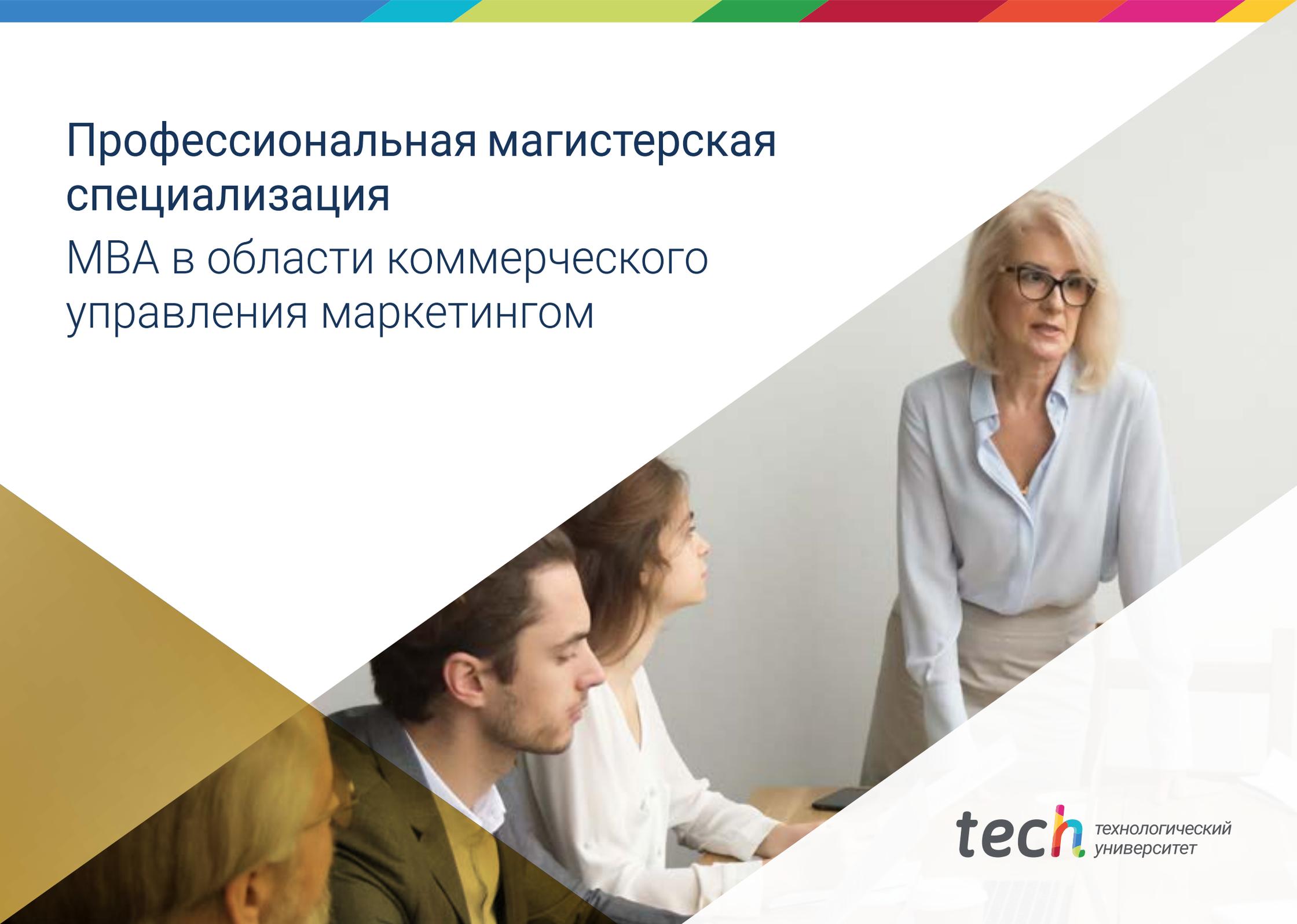


Профессиональная магистерская специализация

МВА в области коммерческого
управления маркетингом





Профессиональная магистерская специализация МВА в области коммерческого управления маркетингом

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

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-mba-commercial-marketing-management

Оглавление

01

Добро пожаловать

стр. 4

02

Почему стоит учиться в
TECH

стр. 6

03

Почему именно наша
программа?

стр. 10

04

Цели

стр. 14

05

Компетенции

стр. 22

06

Структура и содержание

стр. 28

07

Методология

стр. 42

08

Профиль наших учащихся

стр. 50

09

Руководство курса

стр. 54

10

Влияние на карьеру

стр. 58

11

Преимущества для вашей компании

стр. 62

12

Квалификация

стр. 66

01

Добро пожаловать

Коммерческий директор компании должен обладать обширными знаниями о различных областях бизнеса, помимо самого управления бизнесом, на которых он/она должен/должна сосредоточить свою работу. Но чтобы эта область продвигалась вперед, необходимо качественно и тщательно разрабатывать маркетинговые кампании, направленные на достижение целей компании. В этом секторе постоянно появляются новые методы и инструменты, требующие обширного обучения ответственных лиц, поэтому в данной программе мы предоставляем ключи к успешному решению повседневных задач.



МВА в области коммерческого управления маркетингом.
TECH Технологический университет

“

Менеджерам в 21 веке требуется иметь широкую специализацию в различных областях деятельности предприятия. Поэтому в данной Профессиональной магистерской специализации мы предлагаем вам самую актуальную информацию по коммерческому управлению маркетингом”

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.



“

TESH - 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.



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"

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.

03

Почему именно наша программа?

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

Данная программа предназначена для укрепления управленческих и лидерских навыков, а также для развития новых компетенций, которые будут необходимы в вашем профессиональном развитии. После окончания программы вы сможете принимать глобальные решения с инновационной перспективой и международным мировоззрением.



“

Достигните своих академических целей, пройдя эту Профессиональную магистерскую специализацию”

Ваши цели - это наши цели.

Мы работаем вместе, чтобы помочь вам их достичь.

Данная Профессиональная магистерская специализация MBA в области коммерческого управления маркетингом научит вас:

01

Определять последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализованную среду, которая определяет критерии высшего менеджмента

04

Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде

02

Развить ключевые лидерские качества, которые должны определять профессионалов своего дела

05

Создавать корпоративные стратегии, задающие сценарий, по которому компания должна следовать, чтобы стать более конкурентоспособной и достичь своих целей

03

При разработке бизнес-плана следовать критериям устойчивости, установленным международными стандартами

06

Развивать необходимые навыки для стратегического управления деловой деятельностью

07

Разрабатывать инновационные стратегии и политику для улучшения управления и эффективности бизнеса

10

Понимать экономическую среду, в которой работает компания, и разрабатывать соответствующие стратегии для предвидения изменений

08

Понять, как лучше управлять человеческими ресурсами компании, добиваясь их более эффективной работы в пользу прибыли компании

11

Понять логистические операции, необходимые в бизнес-среде, чтобы разработать адекватное управление ими

09

Приобрести навыки коммуникации, необходимые бизнес-лидеру для того, чтобы его послание было услышано и понято членами его сообщества

12

Уметь применять информационные и коммуникационные технологии в различных сферах деятельности компании

13

Осуществлять маркетинговую стратегию, которая позволяет нам сделать наш продукт известным нашим потенциальным клиентам и сформировать адекватный имидж нашей компании

14

Уметь разрабатывать все фазы бизнес-идеи: дизайн, технико-экономический план, исполнение, мониторинг и т.д.

15

Создавать инновационные стратегии в соответствии с нашими проектами

16

Применять наиболее подходящие методы исследования рынка, а также анализировать различные источники данных, чтобы применять коммерческую политику и стратегии в компании

17

Идентифицировать возможности, угрозы и изменения в конкурентной среде, а также оперативно действовать в условиях этих изменений рынка, каналов и конкуренции

18

Определять, реализовывать и возглавлять успешную маркетинговую стратегию, владея инструментами маркетингового процесса и используя их на благо компании

19

Создавать стратегии, ориентированные на клиента и предлагающие персонализированные ценностные предложения

22

Обладать глубокими знаниями в области логистики и финансового управления компанией

20

Развивать управленческие навыки для создания и руководства командами продаж, которые генерируют добавленную стоимость для организации

23

Выполнять исследования рынка для понимания изменений на рынке и покупательского поведения, которые могут определить маркетинговую стратегию

21

Приобрести лидерские качества, которые позволят вам руководить командами по продажам и маркетингу

24

Уметь руководить коммерческим управлением компании

25

Планировать и проводить кампании по продажам

26

Создавать команды продаж высокого уровня с помощью коучинга и методов эмоционального интеллекта

27

Управлять всем процессом продаж





28

Осуществлять маркетинговые стратегии, направленные на коммерциализацию продукта и лояльность потребителей

29

Достичь международного видения управления продажами и маркетингом

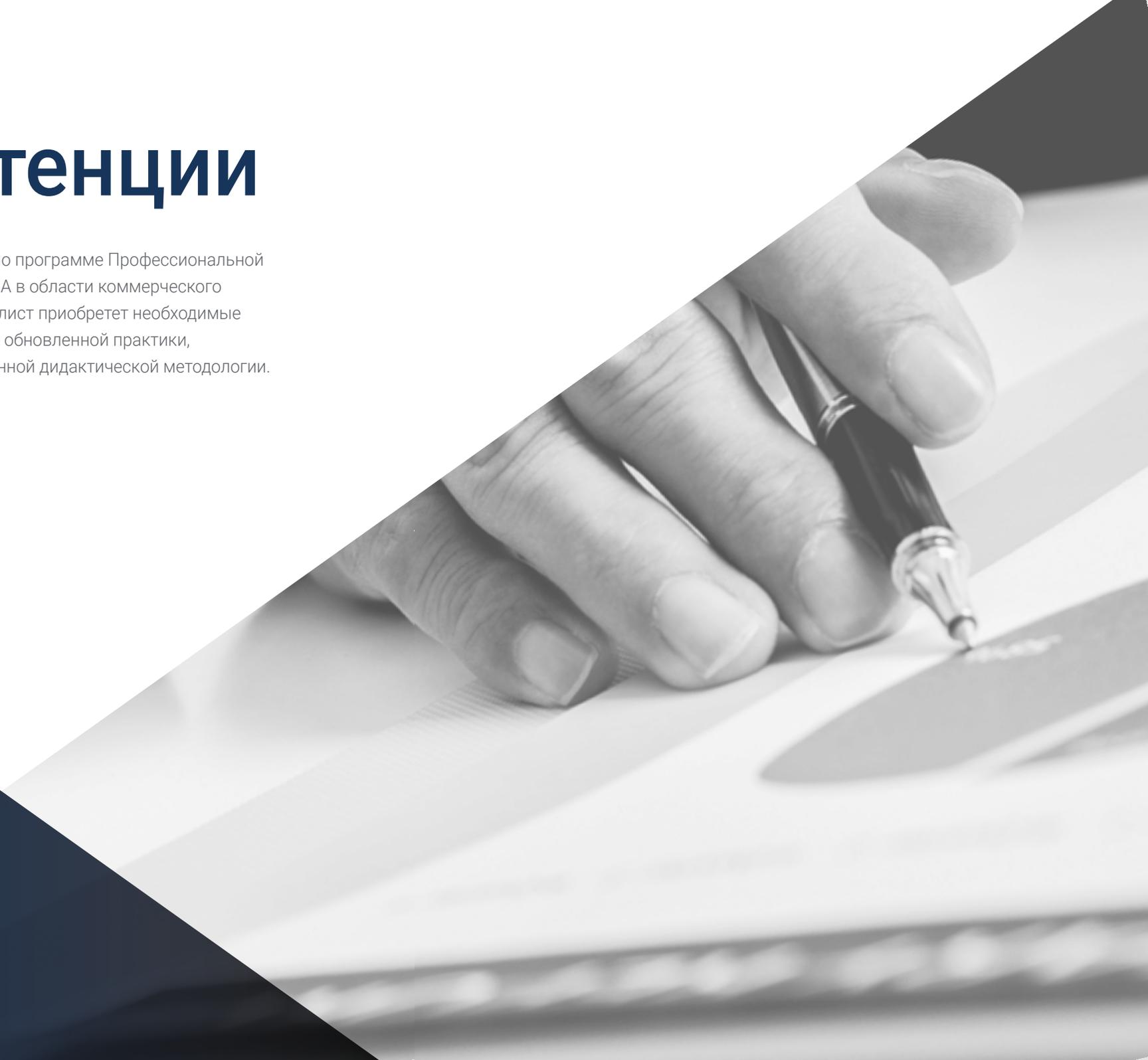
30

Использовать цифровые медиа для повышения осведомленности о компании и ее продукции, а также для осуществления процессов продаж

05

Компетенции

После прохождения аттестации по программе Профессиональной магистерской специализации MBA в области коммерческого управления маркетингом специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной дидактической методологии.



“

Данная Профессиональная магистерская специализация позволит вам приобрести необходимые компетенции для успешного развития коммерческого управления маркетингом”

01

Осуществлять глобальное управление компанией, применяя методы лидерства, влияющие на производительность работников, таким образом, чтобы достигались цели

02

Быть частью и руководить корпоративной и конкурентной стратегией компании

03

Разрешать конфликты на предприятии и проблемы между работниками

04

Осуществлять правильное управление командой для повышения производительности и, следовательно, прибыли компании

05

Осуществлять экономический и финансовый контроль компании



06

Контролировать логистические процессы, а также закупки и снабжение компании

08

Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов и услуг компании

09

Разрабатывать и возглавлять маркетинговые планы

07

Глубоко изучить новые бизнес-модели информационных систем

10

Подробно изучить инновации во всех процессах и сферах деятельности компании

11

Руководить различными проектами компании

14

Разработать и внедрить конкурентную стратегию, способствующую росту компании по сравнению с конкурентами

12

Глубоко изучить устойчивое развитие компании, избегая воздействия на окружающую среду



13

Развивать лидерские качества, которые позволят вам адекватно управлять командами в сфере маркетинга

15

Провести финансовую диагностику компании для анализа ее жизнеспособности

16

Проводить исследования рынка на национальном и международном уровне

18

Обладать глубокими знаниями в различных отраслях маркетинга

19

Применять методы SEM и SEO в маркетинговых кампаниях

17

Вести деловые переговоры, используя приемы эмоционального интеллекта, самомотивации и эмпатии

20

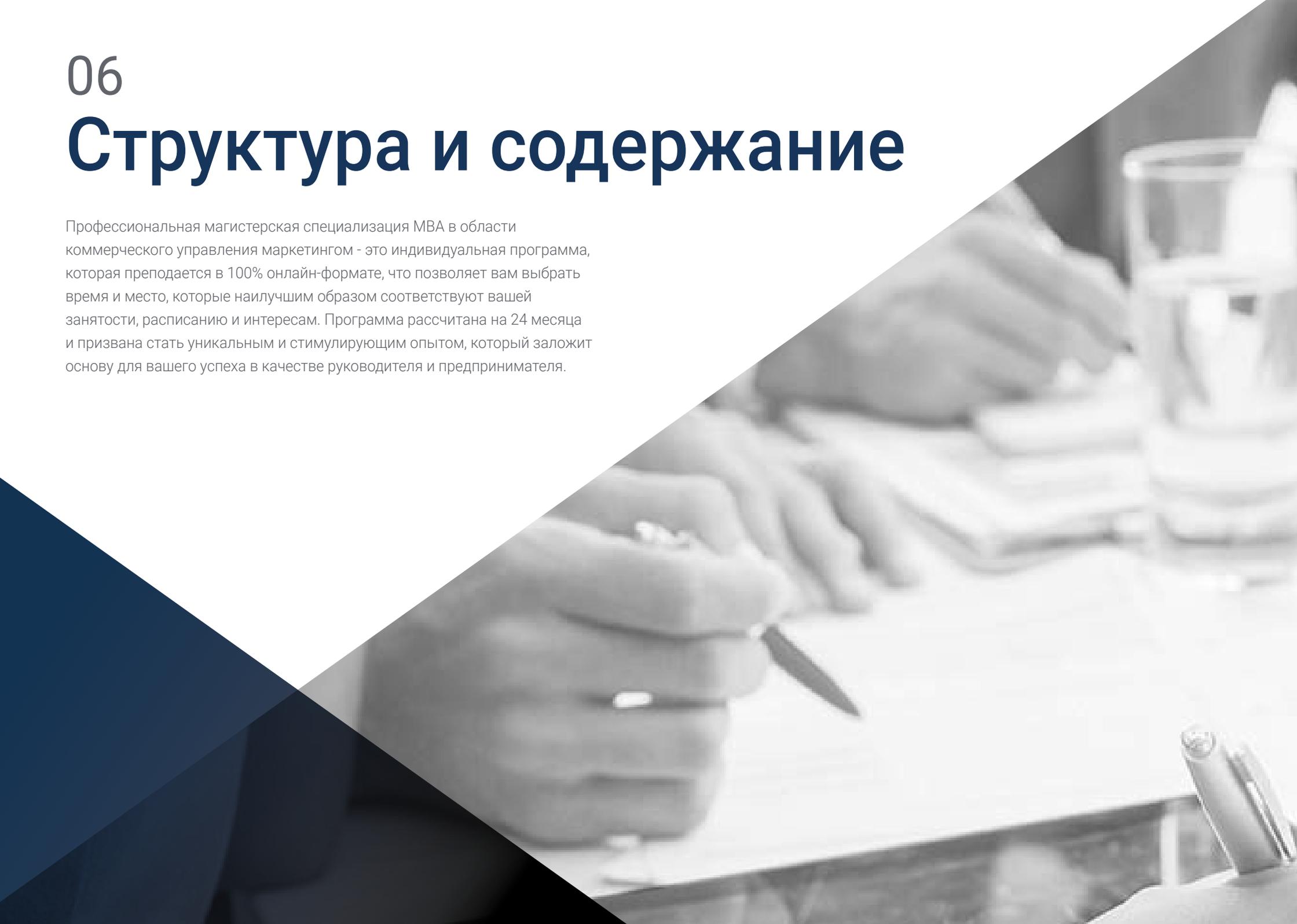
Применять самые высокие уровни качества во всех процессах, выполняемых в компании



06

Структура и содержание

Профессиональная магистерская специализация MBA в области коммерческого управления маркетингом - это индивидуальная программа, которая преподается в 100% онлайн-формате, что позволяет вам выбрать время и место, которые наилучшим образом соответствуют вашей занятости, 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.



““

Мы разработали программу высокого уровня для специалистов, которые хотят достичь академического и профессионального совершенства”

Учебный план

Профессиональная магистерская специализация MBA в области коммерческого управления маркетингом в TECH Технологическом университете - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

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

Профессиональная магистерская специализация MBA в области коммерческого управления маркетингом углубленно рассматривает основные направления деятельности компании и предназначена для руководителей, которые хотят изучать коммерческое управление продажами со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для профессионального совершенствования и подготовки к достижению высоких результатов в области менеджмента и управления бизнесом. Программа, которая понимает ваши потребности и потребности вашей компании благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что позволит вам приобрести навыки решения критических ситуаций креативным и эффективным способом.

Эта программа рассчитана на 24 месяца и состоит из 19 модулей:

Модуль 1.	Лидерство, этика и КСО
Модуль 2.	Стратегическое управление и управленческий менеджмент
Модуль 3.	Управление персоналом и талантами
Модуль 4.	Экономический и финансовый менеджмент
Модуль 5.	Управление операциями и логистикой
Модуль 6.	Управление информационными системами
Модуль 7.	Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации
Модуль 8.	Инновации и управление проектами
Модуль 9.	Менеджмент и лидерство
Модуль 10.	Логистика и экономический менеджмент
Модуль 11.	Исследование рынка
Модуль 12.	Управление продажами
Модуль 13.	Коммерческая структура и организация
Модуль 14.	Обучение и коучинг сети продаж
Модуль 15.	Стратегия в управлении маркетингом и операционный маркетинг
Модуль 16.	Международный маркетинг
Модуль 17.	Цифровой маркетинг
Модуль 18.	Система управления взаимоотношениями с клиентами
Модуль 19.	1:1 маркетинг



Где, когда и как учиться?

TECH предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 24 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять учебным временем.

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

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

1.1. Глобализация и управление

- 1.1.1. Глобализация и тенденции: интернационализация рынков
- 1.1.2. Экономическая среда и корпоративное управление
- 1.1.3. *Accountability* или подотчетность

1.2. Лидерство

- 1.2.1. Межкультурная среда
- 1.2.2. Лидерство и менеджмент компании
- 1.2.3. Роли и обязанности руководства

1.3. Деловая этика

- 1.3.1. Этика и добросовестность
- 1.3.2. Этичное ведение бизнеса
- 1.3.3. Деонтология, этические кодексы и кодексы поведения
- 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции

1.4. Устойчивое развитие

- 1.4.1. Бизнес и устойчивое развитие
- 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
- 1.4.3. Повестка дня на 2030 год и ЦУР

1.5. Корпоративная социальная ответственность

- 1.5.1. Корпоративная социальная ответственность
- 1.5.2. Роли и обязанности
- 1.5.3. Внедрение корпоративной социальной ответственности

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

2.1. Организационный анализ и дизайн

- 2.1.1. Организационная культура
- 2.1.2. Организационный анализ
- 2.1.3. Дизайн организационной структуры

2.2. Корпоративная стратегия

- 2.2.1. Стратегия корпоративного уровня
- 2.2.2. Типологии стратегий корпоративного уровня
- 2.2.3. Определение корпоративной стратегии
- 2.2.4. Корпоративная стратегия и репутационный имидж

2.3. Стратегическое планирование и формулирование

- 2.3.1. Стратегическое мышление
- 2.3.2. Стратегическое формулирование и планирование
- 2.3.3. Устойчивое развитие и корпоративная стратегия

2.4. Стратегические модели и паттерны

- 2.4.1. Богатство, стоимость и возврат инвестиций
- 2.4.2. Корпоративная стратегия: методологии
- 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии

2.5. Стратегическое управление

- 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Система сбалансированных показателей
- 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
- 2.5.4. Стратегическое управление и отчетность

2.6. Внедрение стратегии и исполнение

- 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
- 2.6.2. Мониторинг и стратегическое согласование
- 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию

2.7. Управленческий менеджмент

- 2.7.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
- 2.7.2. Политика и процессы управления
- 2.7.3. *Управление знаниями*

2.8. Анализ и решение кейсов/проблем

- 2.8.1. Методология решения проблем
- 2.8.2. Метод кейсов
- 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

Модуль 3. Управление персоналом и талантами**3.1. Организационное поведение**

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

3.2. Стратегическое управление персоналом

- 3.2.1. Разработка рабочих мест, найм и подбор персонала
- 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
- 3.2.3. Анализ рабочих мест; проектирование процесса подбора персонала
- 3.2.4. Образование и профессиональное развитие

3.3. Развитие менеджмента и лидерства

- 3.3.1. Управленческие навыки: компетенции и умения 21 века
- 3.3.2. Не управленческие навыки
- 3.3.3. Карта компетенций и навыков
- 3.3.4. Лидерство и управление персоналом

3.4. Управление изменениями

- 3.4.1. Анализ производительности
- 3.4.2. Стратегический подход
- 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессом
- 3.4.4. Подход к постоянному совершенствованию

3.5. Переговоры и управление конфликтами

- 3.5.1. Цели переговоров: отличительные элементы
- 3.5.2. Эффективные методы ведения переговоров
- 3.5.3. Конфликты: факторы и типологии
- 3.5.4. Эффективное управление конфликтами: переговоры и коммуникация

3.6. Управленческая коммуникация

- 3.6.1. Анализ производительности
- 3.6.2. Управлять изменениями. Сопротивление изменениям
- 3.6.3. Управление процессами изменений
- 3.6.4. Управление мультикультурными командами

3.7. Управление командой и эффективность работы людей

- 3.7.1. Многокультурная и многодисциплинарная среда
- 3.7.2. Управление командой и людьми
- 3.7.3. *Коучинг* и производительность персонала
- 3.7.4. Совещания руководителей: планирование и управление временем

3.8. Управление знаниями и талантами

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

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент**4.1. Экономическая среда**

- 4.1.1. Теория организаций
- 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
- 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями

4.2. Управленческий учет

- 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
- 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
- 4.2.3. Бухгалтерская отчетность предприятий
- 4.2.4. Анализ финансовых отчетов: принятие решений

4.3. Бюджет и управленческий контроль

- 4.3.1. Планирование бюджета
- 4.3.2. Управленческий контроль: структура и цели
- 4.3.3. Мониторинг и отчетность

4.4. Корпоративная финансовая ответственность

- 4.4.1. Корпоративная финансовая ответственность
- 4.4.2. Налоговая процедура: страновой подход

4.5. Системы управления предприятием

- 4.5.1. Типологии контроля
- 4.5.2. Нормативно-правовое соответствие/комплаенс
- 4.5.3. Внутренний аудит
- 4.5.4. Внешний аудит

4.6. Финансовый менеджмент

- 4.6.1. Введение в финансовый менеджмент
- 4.6.2. Финансовый менеджмент и корпоративная стратегия
- 4.6.3. Финансовый директор или *Chief Financial Officer (CFO)*: управленческие компетенции

4.7. Финансовое планирование

- 4.7.1. Бизнес-модели и потребности в финансировании
- 4.7.2. Инструменты финансового анализа
- 4.7.3. Краткосрочное финансовое планирование
- 4.7.4. Долгосрочное финансовое планирование

4.8. Корпоративная финансовая стратегия

- 4.8.1. Корпоративные финансовые инвестиции
- 4.8.2. Стратегический рост: типологии

4.9. Макроэкономический контекст

- 4.9.1. Макроэкономический анализ
- 4.9.2. Экономические показатели
- 4.9.3. Экономический цикл

4.10. Стратегическое финансирование

- 4.10.1. Банковский бизнес: современные условия
- 4.10.2. Анализ и управление рисками

4.11. Деньги и рынки капитала

- 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
- 4.11.2. Рынок акций
- 4.11.3. Оценка стоимости компании

4.12. Анализ и решение кейсов/проблем

- 4.12.1. Методология решения проблем
- 4.12.2. Метод кейсов

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

5.1. Управление операциями 5.1.1. Определение стратегии операций 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок 5.1.3. Системы индикаторов	5.2. Управление закупками 5.2.1. Управление запасами 5.2.2. Управление складом 5.2.3. Управление закупками и снабжением	5.3. Управление цепями поставок (1) 5.3.1. Стоимость и эффективность цепочки операций 5.3.2. Изменение структуры спроса 5.3.3. Изменение стратегии операций	5.4. Управление цепями поставок (2) Исполнение 5.4.1. <i>Бережливое производство/ Бережливое мышление.</i> 5.4.2. Управление логистикой. 5.4.3. Закупки
5.5. Логистические процессы 5.5.1. Организация и управление процессами 5.5.2. Закупки, производство, распределение 5.5.3. Качество, затраты на качество и инструменты 5.5.4. Послепродажное обслуживание	5.6. Логистика и клиенты 5.6.1. Анализ спроса и прогнозирование 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж 5.6.3. <i>Совместное планирование, прогнозирование и замена</i>	5.7. Международная логистика 5.7.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы 5.7.2. Методы и средства международных платежей 5.7.3. Международные логистические платформы	5.8. Конкуренция по операциям 5.8.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество предприятия 5.8.2. Новые технологии и науки 5.8.3. Информационные системы в операциях

Модуль 6. Управление информационными системами

6.1. Управление информационными системами 6.1.1. Информационные системы в бизнесе 6.1.2. Стратегические решения 6.1.3. Роль CIO	6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегия 6.2.1. Анализ компании и отрасли 6.2.2. Бизнес-модели на базе Интернета 6.2.3. Значение ИТ в бизнесе	6.3. Стратегическое планирование ИС 6.3.1. Процесс стратегического планирования 6.3.2. Формулировка стратегии ИС 6.3.3. План реализации стратегии	6.4. Информационные системы и Business intelligence 6.4.1. CRM и Business Intelligence 6.4.2. Управление проектами в области Business Intelligence 6.4.3. Архитектура Business Intelligence
6.5. Новые бизнес-модели на основе ИКТ 6.5.1. Бизнес-модели на основе технологий 6.5.2. Способность к инновациям 6.5.3. Редизайн процессов цепочки создания стоимости	6.6. Электронная коммерция 6.6.1. Стратегический план электронной коммерции 6.6.2. Управление логистикой и обслуживанием клиентов в электронной коммерции 6.6.3. Электронная коммерция как возможность интернационализации	6.7. Стратегии электронного бизнеса 6.7.1. Стратегии в социальных медиа 6.7.2. Оптимизация каналов обслуживания и поддержки клиентов 6.7.3. Цифровое регулирование	6.8. Цифровой бизнес 6.8.1. Мобильная электронная коммерция 6.8.2. Дизайн и юзабилити 6.8.3. Операции электронной коммерции

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации**7.1. Управление продажами**

- 7.1.1. Управление продажами
- 7.1.2. Коммерческая стратегия
- 7.1.3. Техника продаж и ведения переговоров
- 7.1.4. Управление отделом продаж

7.2. Маркетинг

- 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
- 7.2.2. Основные переменные маркетинга
- 7.2.3. План маркетинга

7.3. Стратегическое управление маркетингом

- 7.3.1. Источники инноваций.
- 7.3.2. Современные тенденции в маркетинге
- 7.3.3. Инструменты маркетинга
- 7.3.4. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами

7.4. Стратегия цифрового маркетинга

- 7.4.1. Подход к цифровому маркетингу
- 7.4.2. Инструменты цифрового маркетинга
- 7.4.3. *Входящий* маркетинг и эволюция цифрового маркетинга

7.5. Стратегия продаж и коммуникаций

- 7.5.1. Позиционирование и продвижение
- 7.5.2. Связи с общественностью
- 7.5.3. Стратегия продаж и коммуникаций

7.6. Корпоративная коммуникация

- 7.6.1. Внутренние и внешние коммуникации
- 7.6.2. Департаменты коммуникации
- 7.6.3. Менеджеры по коммуникациям: управленческие компетенции и обязанности

7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия

- 7.7.1. Корпоративная коммуникационная стратегия
- 7.7.2. План коммуникации
- 7.7.3. Написание пресс-релизов/*клиппинг*/реклама

Модуль 8. Инновации и управление проектами**8.1. Инновации**

- 8.1.1. Концептуальная основа для инноваций
- 8.1.2. Типологии инноваций
- 8.1.3. Непрерывные и прерывистые инновации
- 8.1.4. Обучение и инновации

8.2. Инновационная стратегия

- 8.2.1. Инновации и корпоративная стратегия
- 8.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
- 8.2.3. Семинары по инновациям

8.3. Разработка и проверка бизнес-модели

- 8.3.1. Методология *«Бережливого стартапа»*
- 8.3.2. Инновационная бизнес-инициатива: этапы
- 8.3.3. Способы финансирования
- 8.3.4. Инструменты моделирования: карта эмпатии, модель canvas и метрики
- 8.3.5. Рост и лояльность

8.4. Управление проектами

- 8.4.1. Инновационные возможности
- 8.4.2. Технично-экономическое обоснование и спецификация предложений
- 8.4.3. Определение и разработка проектов
- 8.4.4. Реализация проекта
- 8.4.5. Закрытие проекта

Модуль 9. Менеджмент и лидерство

9.1. Общий менеджмент

- 9.1.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
- 9.1.2. Политика и процессы управления
- 9.1.3. *Общество и предприятие*

9.2. Конкурентные стратегии

- 9.2.1. Анализ рынка
- 9.2.2. Устойчивое конкурентное преимущество
- 9.2.3. Возврат инвестиций

9.3. Планирование и стратегия

- 9.3.1. Актуальность стратегического управления в процессе управленческого контроля
- 9.3.2. Анализ среды и организации
- 9.3.3. *Бережливое управление*

9.4. Управление талантами

- 9.4.1. Управление человеческим капиталом
- 9.4.2. Среда, стратегия и показатели
- 9.4.3. Инновации в управлении персоналом

Модуль 10. Логистика и экономический менеджмент

10.1. Финансовая диагностика

- 10.1.1. Показатели для анализа финансовой отчетности
- 10.1.2. Анализ рентабельности
- 10.1.3. Экономическая и финансовая рентабельность компании

10.2. Экономический анализ решений

- 10.2.1. Бюджетный контроль
- 10.2.2. Анализ конкуренции. Сравнительный анализ
- 10.2.3. Принятие решений. Инвестиции в бизнес или дезинвестирование

10.3. Оценка инвестиций и управление портфелем

- 10.3.1. Рентабельность инвестиционных проектов и создание стоимости
- 10.3.2. Модели для оценки проектов инвестиции
- 10.3.3. Анализ чувствительности, построение сценариев и дерева решений

Модуль 11. Исследование рынка

11.1. Основы маркетинга

- 11.1.1. Основные определения
- 11.1.2. Основные понятия
- 11.1.3. Эволюция концепции маркетинга

11.2. Маркетинг: от идеи до выхода на рынок

- 11.2.1. Концепция и сфера применения маркетинга
- 11.2.2. Измерения маркетинга
- 11.2.3. Маркетинг 3.0

11.3. Новая конкурентная среда

- 11.3.1. Технологические инновации и экономическое воздействие
- 11.3.2. Общество знаний
- 11.3.3. Новый профиль потребителя

11.4. Методы и приемы количественных исследований

- 11.4.1. Переменные и шкалы измерения
- 11.4.2. Источники информации
- 11.4.3. Методы отбора проб
- 11.4.4. Обработка и анализ данных

11.5. Методы и приемы качественных исследований

- 11.5.1. Прямые методы: *фокус-группа*
- 11.5.2. Антропологические методы
- 11.5.3. Косвенные методы
- 11.5.4. *Two face mirror* и метод Дельфи

11.6. Сегментация рынка

- 11.6.1. Типологии рынков
- 11.6.2. Концепция и анализ спроса
- 11.6.3. Сегментация и критерии
- 11.6.4. Определение целевой аудитории

11.7. Типы покупательского поведения

- 11.7.1. Сложное поведение
- 11.7.2. Поведение, уменьшающее диссонанс
- 11.7.3. Разнообразное поисковое поведение
- 11.7.4. Типичное покупательское поведение

11.8. Информационные системы в маркетинге

- 11.8.1. Концептуальные подходы к маркетинговой информационной системе
- 11.8.2. *Хранилище данных и добыча данных*
- 11.8.3. Системы географической информации

11.9. Управление исследовательскими проектами

- 11.9.1. Инструменты анализа информации
- 11.9.2. Разработка плана управления ожиданиями
- 11.9.3. Оценка реализуемости проектов

11.10. Маркетинговая разведка

- 11.10.1. Большие данные
- 11.10.2. Пользовательский опыт
- 11.10.3. Применение методик

Модуль 12. Управление продажами**12.1. Коммерческие переговоры**

- 12.1.1. Эмоциональный интеллект в переговорах и продажи
- 12.1.2. Самомотивация и эмпатия
- 12.1.3. Развитие навыков ведения переговоров

12.2. Основы коммерческого менеджмента

- 12.2.1. Внутренний и внешний анализ. SWOT-анализ
- 12.2.2. Отраслевой и конкурентный анализ
- 12.2.3. Бизнес-модель Canvas

12.3. Принятие решений в коммерческом менеджменте

- 12.3.1. Стратегия бизнеса и конкурентная стратегия
- 12.3.2. Модели принятия решений
- 12.3.3. Аналитика и инструменты для принятия решений

12.4. Руководство и управление сетью продаж

- 12.4.1. Планирование кампании продаж
- 12.4.2. Сети на службе коммерческой деятельности
- 12.4.3. Политика в области найма и обучения продавцов
- 12.4.4. *Управление продажами*

12.5. Реализация торговой функции

- 12.5.1. Коммерческий договор
- 12.5.2. Мониторинг коммерческой деятельности
- 12.5.3. Этический кодекс коммерческого агента

12.6. Управление ключевыми клиентами

- 12.6.1. Идентификация ключевых клиентов
- 12.6.2. Преимущества и риски менеджера по работе с ключевыми клиентами
- 12.6.3. Продажи и управление ключевыми клиентами
- 12.6.4. Фазы стратегических действий КАМа

12.7. Коммерческое прогнозирование

- 12.7.1. Бизнес-прогноз и прогноз продаж
- 12.7.2. Методы прогнозирования продаж
- 12.7.3. Практическое применение прогнозирования продаж

12.8. Управление финансами и бюджетом

- 12.8.1. Сбалансированная система показателей маркетинга
- 12.8.2. Контроль за выполнением годового маркетингового плана
- 12.8.3. Финансовое воздействие стратегических решений

Модуль 13. Коммерческая структура и организация**13.1. Коммерческая организация**

- 13.1.1. Введение в коммерческую организацию
- 13.1.2. Наиболее типичные коммерческие структуры
- 13.1.3. Организация делегаций
- 13.1.4. Разработка организационных моделей бизнеса

13.2. Организация сети продаж

- 13.2.1. Организационная схема отдела
- 13.2.2. Разработка сетей продаж
- 13.2.3. Многоканальная реальность

13.3. Анализ внутреннего рынка

- 13.3.1. Определение цепочки услуг
- 13.3.2. Анализ качества обслуживания
- 13.3.3. Бенчмаркинг продукции
- 13.3.4. Ключевые факторы успеха бизнеса

13.4. Стратегия продаж

- 13.4.1. Методы продаж
- 13.4.2. Стратегии найма
- 13.4.3. Стратегии обслуживания

13.5. Стратегия выхода на рынок

- 13.5.1. *Управление каналами*
- 13.5.2. Конкурентное преимущество
- 13.5.3. Отдел продаж

13.6. Планирование кампании продаж

- 13.6.1. Установление целей и квот
- 13.6.2. Коммерческая производительность
- 13.6.3. Планирование коммерческой деятельности
- 13.6.4. План действий в чрезвычайных ситуациях

13.7. Организация клиентского портфеля

- 13.7.1. Клиентское планирование
- 13.7.2. Классификация клиентов

13.8. Подготовка коммерческих площадей

- 13.8.1. Реализация плана посещения
- 13.8.2. Организация посещений

13.9. Мониторинг коммерческой деятельности

- 13.9.1. Основные коэффициенты и методы контроля
- 13.9.2. Инструменты мониторинга
- 13.9.3. Методология сбалансированной системы показателей

13.10. Организация послепродажного обслуживания

- 13.10.1. Послепродажные действия
- 13.10.2. Отношения с клиентами
- 13.10.3. Самоанализ и совершенствование

Модуль 14. Обучение и коучинг сети продаж

14.1. Подбор команды продаж

- 14.1.1. Деятельность по набору персонала
- 14.1.2. Профили продавцов
- 14.1.3. Собеседование
- 14.1.4. План найма

**14.2. Обучение продавцов
высокого уровня**

- 14.2.1. План обучения
- 14.2.2. Характеристика и деятельность продавца
- 14.2.3. Обучение и управление высокоэффективными командами

**14.3. Персональный коучинг и
эмоциональный интеллект**

- 14.3.1. Эмоциональный интеллект в применении к технике продаж
- 14.3.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 14.3.3. Самооценка и язык эмоций
- 14.3.4. Множественный интеллект

**14.4. Мотивация и вознаграждение
сетей продаж**

- 14.4.1. Техники мотивации
- 14.4.2. Системы вознаграждения
- 14.4.3. Системы стимулирования и компенсации

14.5. Психология и техника продаж

- 14.5.1. Понятия психологии в применении к продажам
- 14.5.2. Техники улучшения вербальной и невербальной коммуникации
- 14.5.3. Влияющие факторы в поведении потребителей

14.6. Разработка процесса продаж

- 14.6.1. Методология в процессе продаж
- 14.6.2. Привлечение внимания и аргументация
- 14.6.3. Возражения и демонстрация

**14.7. Подготовка к коммерческому
визиту**

- 14.7.1. Изучение досье клиента
- 14.7.2. Установление целевых показателей продаж
- 14.7.3. Подготовка к собеседованию

**14.8. Проведение
коммерческого визита**

- 14.8.1. Презентация для клиента
- 14.8.2. Определение потребностей
- 14.8.3. Аргументация

**14.9. Ведение переговоров
и закрытие сделки**

- 14.9.1. Фазы переговоров
- 14.9.2. Тактика ведения переговоров
- 14.9.3. Закрытие и привлечение клиентов

**14.10. Процесс обеспечения
лояльности**

- 14.10.1. Глубокие знания о клиенте
- 14.10.2. Коммерческий процесс, который будет осуществляться с клиентом
- 14.10.3. Ценность клиента для компании

Модуль 15. Стратегия в управлении маркетингом и операционный маркетинг

15.1. Управление маркетингом

- 15.1.1. *Позиционирование и создание стоимости*
- 15.1.2. Маркетинговая ориентация и позиционирование компании
- 15.1.3. Стратегический маркетинг vs. операционный маркетинг
- 15.1.4. Цели в управлении маркетингом
- 15.1.5. Интегрированные маркетинговые коммуникации

15.2. Роль стратегического маркетинга

- 15.2.1. Основные маркетинговые стратегии
- 15.2.2. Сегментация, *таргетинг* и позиционирование
- 15.2.3. Управление стратегического маркетинга

15.3. Измерения маркетинговой стратегии

- 15.3.1. Необходимые ресурсы и инвестиции
- 15.3.2. Основы конкурентного преимущества
- 15.3.3. Конкурентное поведение компании
- 15.3.4. *Фокус-маркетинг*

15.4. Стратегии разработки новых продуктов.

- 15.4.1. Политика ценообразования
- 15.4.2. Стратегии продвижения и *мерчандайзинга*
- 15.4.3. Стратегии распространения, расширения и посредничества

15.5. Маркетинг-микс

- 15.5.1. Маркетинговое *ценностное предложение*
- 15.5.2. Политика, стратегия и тактика маркетинг-микса
- 15.5.3. Элементы маркетинга-микса
- 15.5.4. Удовлетворенность клиентов и маркетинг-микс

15.6. Управление продуктами

- 15.6.1. Распределение потребления и жизненный цикл продукта
- 15.6.2. Устаревание, срок годности, периодические кампании
- 15.6.3. Управление заказами и коэффициенты контроля запасов

15.7. Принципы ценообразования

- 15.7.1. Анализ среды
- 15.7.2. Производственные затраты и дисконтные наценки
- 15.7.3. Окончательная цена и карта позиционирования

15.8. Управление каналами распределения

- 15.8.1. *Торговый маркетинг*
- 15.8.2. Культура распределения и конкуренция
- 15.8.3. *Проектирование и управление каналами*
- 15.8.4. Функции каналов распределения
- 15.8.5. *Путь к рынку*

15.9. Продвижение и каналы сбыта

- 15.9.1. Корпоративный *брендинг*
- 15.9.2. Реклама
- 15.9.3. Продвижение продаж
- 15.9.4. Связи с общественностью и личные продажи
- 15.9.5. *Уличный маркетинг*

15.10. Брендинг

- 15.10.1. *Эволюция бренда*
- 15.10.2. Создание и развитие успешных брендов
- 15.10.3. *Капитал бренда*
- 15.10.4. *Категорийный менеджмент*

15.11. Управление маркетинговыми группами

- 15.11.1. Работа в командах и проведение совещаний
- 15.11.2. Коучинг и управление командой
- 15.11.3. Управление равенством и многообразием

15.12. Коммуникация и маркетинг

- 15.12.1. Интегрированная маркетинговая коммуникация
- 15.12.2. Разработка программы маркетинговых коммуникаций
- 15.12.3. Коммуникативные навыки и влияние
- 15.12.4. Барьеры в деловой коммуникации

Модуль 16. Международный маркетинг

16.1. Исследование международного рынка

- 16.1.1. *Маркетинг развивающихся рынков*
- 16.1.2. PEST-анализ
- 16.1.3. Что, как и куда экспортировать?
- 16.1.4. Стратегии международного маркетинга-микс

16.2. Международная сегментация

- 16.2.1. Критерии сегментации международного рынка
- 16.2.2. Ниши рынка
- 16.2.3. Стратегии международной сегментации

16.3. Международное позиционирование

- 16.3.1. *Брендинг* на международных рынках
- 16.3.2. Стратегии позиционирования на международных рынках
- 16.3.3. Глобальные, региональные и местные бренды

16.4. Продуктовые стратегии на международных рынках

- 16.4.1. Модификация, адаптация и диверсификация продуктов
- 16.4.2. Глобальные стандартизированные продукты
- 16.4.3. Ассортимент продукции

16.5. Цены и экспорт

- 16.5.1. Расчет экспортных цен
- 16.5.2. *Инкотермс*
- 16.5.3. Международная стратегия ценообразования

16.6. Качество в международном маркетинге

- 16.6.1. Качество в международном маркетинге
- 16.6.2. Стандарты и сертификаты
- 16.6.3. Маркировка CE

16.7. Международное продвижение

- 16.7.1. Международное продвижение маркетинг-микса
- 16.7.2. *Реклама*
- 16.7.3. Международные ярмарки
- 16.7.4. Марка страны

16.8. Распространение по международным каналам

- 16.8.1. *Маркетинг каналов сбыта и торговли*
- 16.8.2. Экспортные консорциумы
- 16.8.3. Виды экспорта и внешней торговли

Модуль 17. Цифровой маркетинг

17.1. Цифровой маркетинг

- 17.1.1. План интегрированного маркетинга: Традиционный и цифровой
- 17.1.2. Стратегический цифровой маркетинг и принятие решений
- 17.1.3. Модель Canvas в цифровом маркетинге

17.2. Управление виртуальными сообществами: КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

- 17.2.1. Изменение парадигмы коммуникации
- 17.2.2. Маркетинговая разведка и потребитель 2.0
- 17.2.3. Управление сетями и сообществами
- 17.2.4. Управление контентом социальных медиа
- 17.2.5. Маркетинговые коммуникации в Web 2.0
- 17.2.6. Мониторинг, аналитика и эффективность социальных сетей

17.3. Мобильный маркетинг

- 17.3.1. Приложения и мобильный маркетинг
- 17.3.2. Геймификация и адвергейминг
- 17.3.3. Планирование и реализация стратегий мобильного маркетинга

17.4. Электронная коммерция

- 17.4.1. Логистика и распределение в электронной коммерции
- 17.4.2. Продажи, способы оплаты и безопасность в интернете
- 17.4.3. Цифровой маркетинг, применяемый к электронной коммерции
- 17.4.4. Технологические платформы для электронной коммерции

17.5. Эффективный маркетинг

- 17.5.1. Партнерский маркетинг
- 17.5.2. Разработка кампаний по рассылке электронных писем
- 17.5.3. Инструменты управления performance-маркетингом

17.6. Веб-аналитика и анализ социальных медиа

- 17.6.1. Установление целей и KPI
- 17.6.2. ROI в цифровом маркетинге
- 17.6.3. Визуализация и интерпретация дашбордов

17.7. Поисковый маркетинг (SEM)

- 17.7.1. Google AdWords и другие тенденции Google
- 17.7.2. Управление кампаниями SEM с помощью других инструментов
- 17.7.3. Измерение и управление кампаниями SEM

17.8. Оптимизация поисковых систем (SEO)

- 17.8.1. Основные принципы работы поисковых систем
- 17.8.2. Выбор KWs
- 17.8.3. Основные элементы SEO-анализа

Модуль 18. Управление взаимоотношениями с клиентами

18.1. Знание рынка и потребителя

- 18.1.1. Открытые инновации
- 18.1.2. Конкурентная разведка
- 18.1.3. Акционерная экономика

18.2. CRM и реляционный маркетинг

- 18.2.1. Философия бизнеса или стратегическая ориентация
- 18.2.2. Идентификация и дифференциация клиентов
- 18.2.3. Компания и ее заинтересованные стороны
- 18.2.4. Клиентоориентированность

18.3. Маркетинг баз данных и управление отношениями с клиентами

- 18.3.1. Приложения маркетинга баз данных
- 18.3.2. Законы и регулирование
- 18.3.3. Источники, хранение и обработка информации

18.4. Психология и поведение потребителей

- 18.4.1. Изучение поведения потребителей
- 18.4.2. Внутренние и внешние потребительские факторы
- 18.4.3. Процесс принятия решения потребителем
- 18.4.4. Потребительство, общество, маркетинг и этика

18.5. Области управления CRM

- 18.5.1. Обслуживание клиентов
- 18.5.2. Управление персоналом отдела продаж
- 18.5.3. Обслуживание клиентов

18.6. Маркетинг, ориентированный на потребителя

- 18.6.1. Сегментация
- 18.6.2. Анализ рентабельности
- 18.6.3. Стратегии обеспечения лояльности клиентов

18.7. Методы управления CRM

- 18.7.1. Прямой маркетинг
- 18.7.2. Многоканальная интеграция
- 18.7.3. Вирусный маркетинг

18.8. Преимущества и недостатки внедрения CRM

- 18.8.1. CRM, продажи и расходы
- 18.8.2. Удовлетворенность и лояльность клиентов
- 18.8.3. Технологическая реализация
- 18.8.4. Стратегические и управленческие ошибки

Модуль 19. 1:1 маркетинг**19.1. Эмоциональный интеллект в бизнесе**

- 19.1.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 19.1.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 19.1.3. Самооценка и язык эмоций

19.2. Реляционный капитал: коворкинг

- 19.2.1. Управление человеческим капиталом
- 19.2.2. Анализ производительности
- 19.2.3. Управление равенством и многообразием
- 19.2.4. Инновации в управлении персоналом

19.3. Лидерство и управление командой

- 19.3.1. Лидерство и стили лидерства
- 19.3.2. Возможности и навыки лидера 2.0
- 19.3.3. Управление процессами изменений
- 19.3.4. Управление мультикультурными командами
- 19.3.5. Коучинг

19.4. Выбор целевого клиента (CRM)

- 19.4.1. Дизайн e-CRM
- 19.4.2. Последствия и ограничения LOPD
- 19.4.3. Ориентация на потребителя
- 19.4.4. Планирование 1:1

19.5. Управление ключевыми клиентами

- 19.5.1. Идентификация ключевых клиентов
- 19.5.2. Преимущества и риски менеджера по работе с ключевыми клиентами
- 19.5.3. Продажи и управление ключевыми клиентами
- 19.5.4. Фазы стратегических действий КАМа

19.6. Процесс обеспечения лояльности

- 19.6.1. Глубокие знания о клиенте
- 19.6.2. Коммерческий процесс, который будет осуществляться с клиентом
- 19.6.3. Ценность клиента для компании



Наша программа включает самую актуальную на сегодняшний день информацию, чтобы вы приобрели необходимую подготовку для того, чтобы конкурировать среди лучших"

07

Методология

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





“

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

Бизнес-школа ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

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

“

С ТЕСН 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.



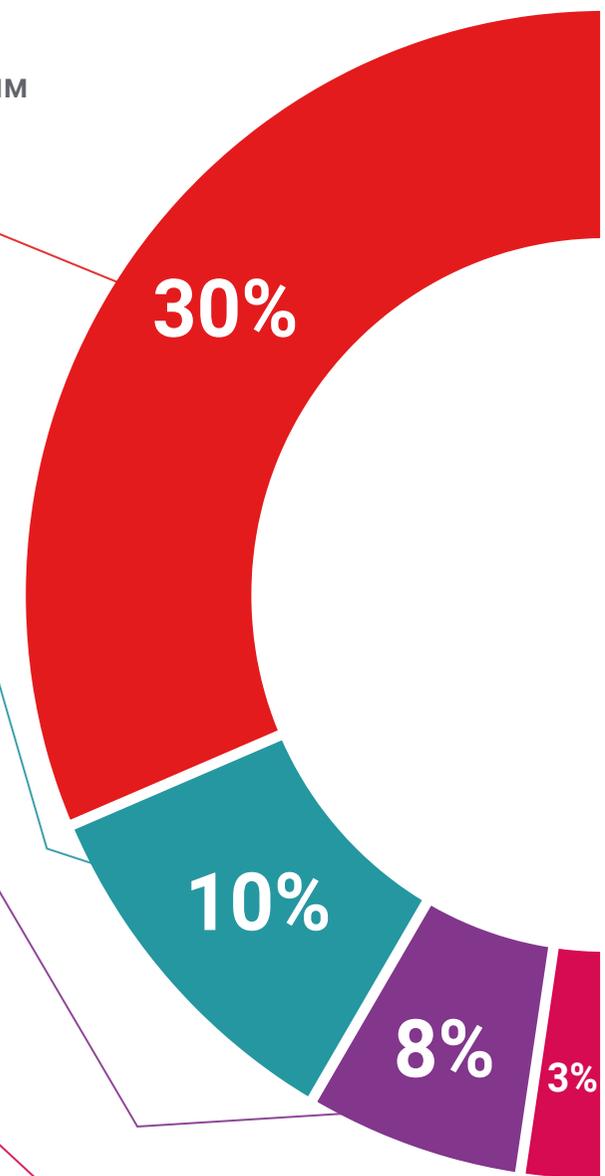
Практика управленческих навыков

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

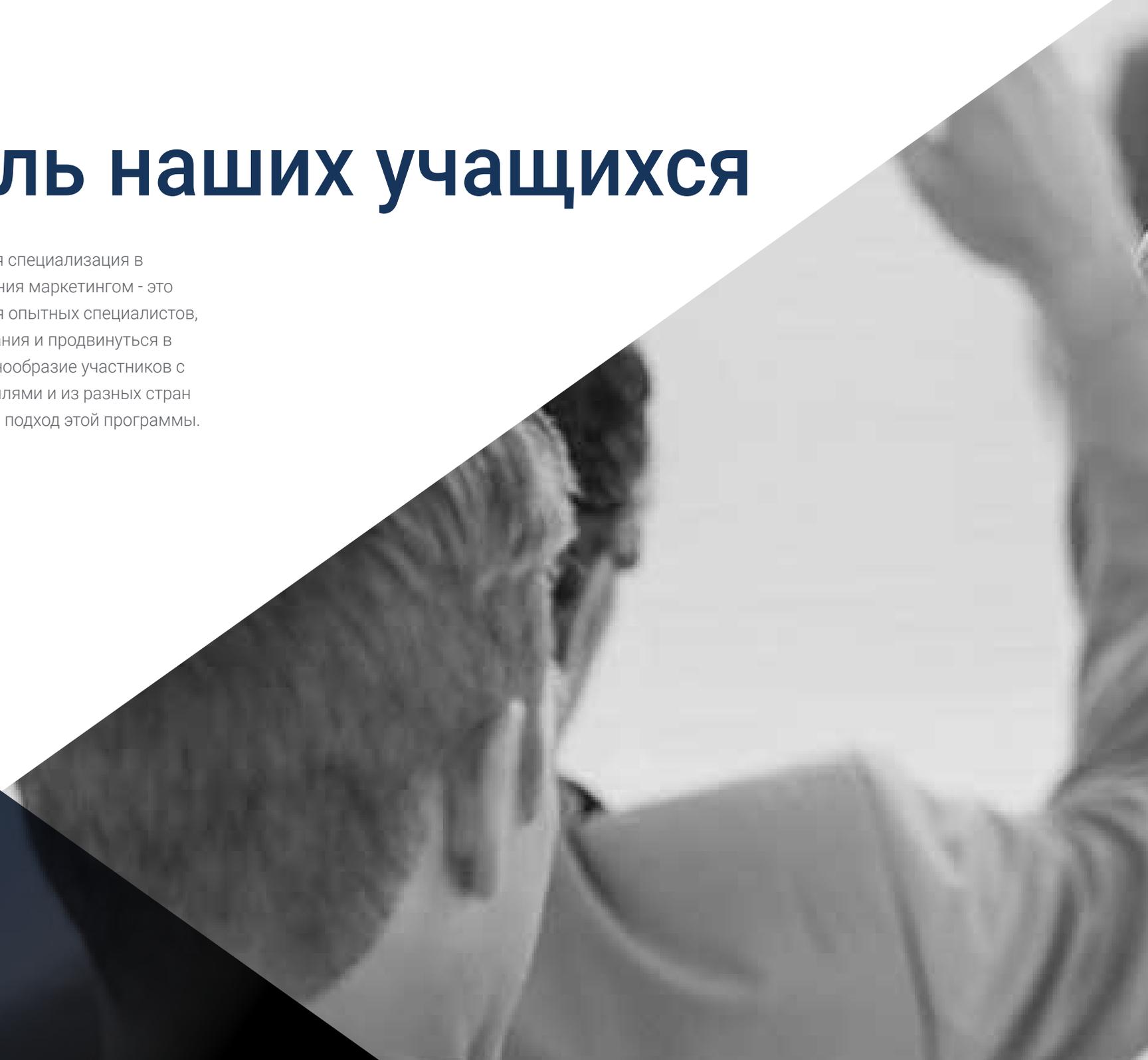
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

Профиль наших учащихся

Профессиональная магистерская специализация в области коммерческого управления маркетингом - это программа, предназначенная для опытных специалистов, которые хотят обновить свои знания и продвинуться в профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.





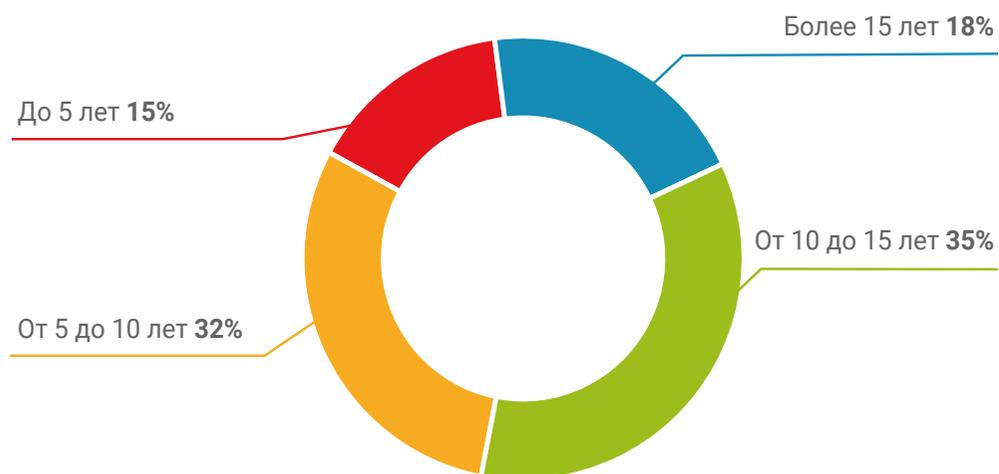
“

Программа предназначена для профессионалов с большим опытом работы, желающих обновить свои знания в востребованном секторе”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



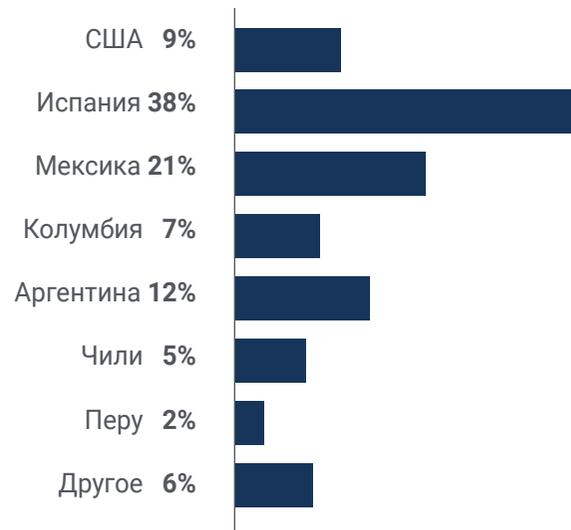
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Марта Валенсия

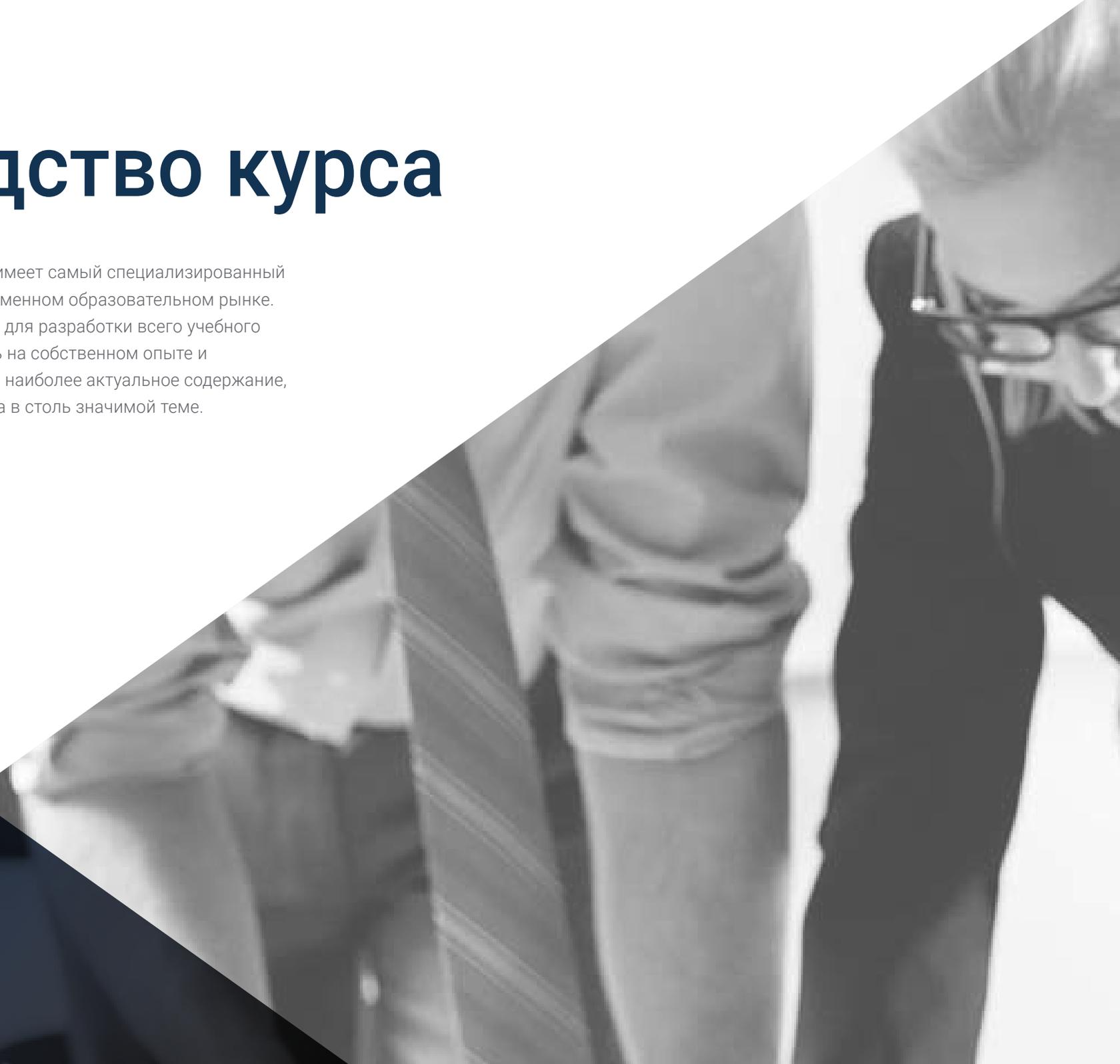
Директор по маркетингу многонациональной компании

"Постоянное обновление знаний должно быть предпосылкой для любого профессионала. Поэтому я всегда ищу программы, которые помогут мне улучшить ежедневные результаты. Данная Профессиональная магистерская специализация ТЕСН была незаменимой для моего дальнейшего обучения, и поэтому я рекомендую ее всем, кто хочет получить специализацию в области управления коммерческим маркетингом"

09

Руководство курса

Данная академическая программа имеет самый специализированный преподавательский состав на современном образовательном рынке. Это специалисты, отобранные ТЕСН для разработки всего учебного плана. Таким образом, основываясь на собственном опыте и последних данных, они разработали наиболее актуальное содержание, обеспечивающее гарантию качества в столь значимой теме.



“

ТЕСН предлагает вам самый специализированный преподавательский состав в области обучения. Поступайте прямо сейчас и наслаждайтесь качеством, которого вы заслуживаете”

Приглашенный международный руководитель

Кьява Мартинес - ведущая международная фигура в спортивной индустрии, имеющая большой опыт работы в футбольной команде **Las Vegas Raiders**, где она занимала должность **вице-президента и директора по продажам**. В этой должности она руководила и управляла всеми продажами и мероприятиями по удержанию клиентов на стадионе **Allegiant Stadium**, монетизируя корпоративные партнерства, люксы, премиальные и сезонные абонементы. В период переезда в Лас-Вегас ее руководство сыграло ключевую роль в реализации стратегии продаж **PSL, люксов и мест в ложах**.

Также в **Raiders** она занимала должность **директора по премиальным местам и обслуживанию**, а затем была повышена до **вице-президента по премиальному обслуживанию и работе с гостями**. До начала своей карьеры в профессиональном спорте Кьява Мартинес была издателем и владельцем журнала **Culture Magazine**, который позволял писателям-подросткам выражать свой жизненный опыт. Она также занимала должность **исполнительного директора** в **Youth Achieving Destiny**, некоммерческой организации, которая помогала обездоленным подросткам, обучая их предпринимательству и развивая их. В частности, она опубликовала свою первую книгу под названием **"Sports Dream"**, чтобы вдохновить детей следовать своим страстям, несмотря на трудности.

Она также была удостоена чести стать одной из **"Сильных женщин района залива"**, которая отмечает женщин, увлеченных обучением, расширением прав и возможностей и общением с другими женщинами в бизнесе и обществе. Кроме того, она была удостоена звания **"Вдохновляющая женщина в спорте"** от организации **Women in Sports and Events (WISE) Las Vegas**. Она также входила в советы директоров организации **Teach For America, Las Vegas**, и фонда **Icy Baby**, которые занимаются вопросами **молодежи и спорта**.



Г-жа. Мартинес, Кьява

- ♦ Вице-президент и директор по продажам в Las Vegas Raiders, США
- ♦ Вице-президент по премиальному обслуживанию и работе с гостями в Las Vegas Raiders
- ♦ Директор по рассадке и премиальному обслуживанию в Las Vegas Raiders
- ♦ Основатель и издатель журнала Culture Magazine
- ♦ Развитие бизнеса и связей с общественностью в инвестиционной компании Harper Real Estate Investments
- ♦ Исполнительный директор в организации Youth Achieving Destiny
- ♦ Магистр делового администрирования в Университете Феникса
- ♦ Бакалавр искусств по политологии в Калифорнийском университете
- ♦ Премии: Сильные женщины района залива, Вдохновляющие женщины в спорте по версии Women in Sports and Events (WISE), Лас-Вегас
- ♦ Член: Teach For America, Лас-Вегас, Фонд Icy Baby

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

10

Влияние на карьеру

Мы понимаем, что прохождение подобной программы - это серьезная финансовая, профессиональная и, конечно, личная инвестиция. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста.

Именно поэтому прилагаются все усилия и существующие инструменты для приобретения необходимых навыков и умений для достижения этих изменений.



“

Мы хотим помочь вам добиться позитивных изменений в вашей карьере и поэтому предлагаем вам пройти данную Профессиональную магистерскую специализацию, в которой вы найдете самую новейшую информацию по данному вопросу”

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

Профессиональная магистерская специализация MBA в области коммерческого управления маркетингом в TECH Технологическом университете - это интенсивная программа, которая подготовит к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Главная цель - способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Помогаем вам добиться успеха.

Если вы хотите усовершенствоваться, добиться положительных изменений на профессиональном уровне и пообщаться с лучшими, это место для вас.

Высшая специализация поможет вам улучшить ваши ежедневные результаты.

Если вы хотите внести позитивные изменения в свою профессию, не раздумывайте и присоединяйтесь к TECH.

Время перемен



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 MBA в области коммерческого управления маркетингом способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой академической программы позволит совершенствоваться не только на личном, но, прежде всего, на профессиональном уровне, повышая уровень подготовки и улучшая управленческие навыки. Но, кроме того, вступление в образовательное сообщество ТЕСН - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов для поиска будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.





““

*После прохождения этой
Профессиональной магистерской
специализации вы получите
новое видение бизнеса компании”*

Развитие и удержание талантов в компаниях - лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

Привнесение в компанию новых концепций, стратегий и перспектив и перспективы, которые могут привести к соответствующим изменениям в организации.

02

Удержание высокопотенциальных руководителей 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

Вы сможете работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в сфере НИОКР или развития бизнеса вашей компании.

06

Повышение конкурентоспособности

Эта программа позволит нашим студентам овладеть необходимыми навыками, чтобы принять новые вызовы и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

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



“

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

Данная **Специализированная магистратура в области MBA в области коммерческого управления маркетингом** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Специализированная магистратура в области MBA в области коммерческого управления маркетингом**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **2 года**



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



Профессиональная магистерская специализация МВА в области коммерческого управления маркетингом

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

Профессиональная магистерская специализация

МВА в области коммерческого управления маркетингом