

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент  
креативных индустрий





**tech** технологический  
университет

## Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент креативных индустрий

- » 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-senior-management-creative-industries](http://www.techitute.com/ru/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-creative-industries)

# Оглавление

|                  |                              |                                 |                    |
|------------------|------------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 01               | 02                           | 03                              | 04                 |
| Добро пожаловать | Почему стоит учиться в TESH? | Почему именно наша программа?   | 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. 20                      | стр. 26                         | стр. 40            |
|                  | 08                           | 09                              | 10                 |
|                  | Профиль наших учащихся       | Руководство курса               | Влияние на карьеру |
|                  | <hr/>                        | <hr/>                           | <hr/>              |
|                  | стр. 48                      | стр. 52                         | стр. 58            |
|                  |                              | 11                              | 12                 |
|                  |                              | Преимущества для вашей компании | Квалификация       |
|                  |                              | <hr/>                           | <hr/>              |
|                  |                              | стр. 62                         | стр. 66            |

# 01

# Добро пожаловать

Каждый день на рынке наблюдается все большее количество креативных компаний. Новые методы работы, стратегии и даже новые технологические инструменты знаменуют собой будущее профессий, которые полагаются на инновации и креатив стремясь привлечь специализированную и осведомленную публику, которая знает, чего хочет, и ищет это в офлайн и цифровой среде. По этой причине специализация традиционных менеджеров в этой области будет иметь большое значение для открытия их перспектив трудоустройства и поиска новой рабочей среды. Таким образом, важно, чтобы они контролировали все традиционные области бизнеса: финансы, бухгалтерский учет, коммуникации, человеческие ресурсы и т.д., но при этом знали, как применять их в креативной среде, и, прежде всего, чтобы они были в курсе возможностей, предоставляемых новыми технологиями и социальными медиа, которые необходимы сегодня для работы с общественностью. Благодаря этой программе TECH профессионалы найдут инновационную, комплексную и строгую учебную программу, чтобы получить подготовку, которая будет необходима для их рабочей практики.



Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий. TECH Технологический университет



“

*Присоединяйтесь к образовательному сообществу ТЕСН и получите специализацию в области высшего менеджмента в креативных отраслях. Вы заметите профессиональный рост, который поможет вам стать руководителем высшего уровня”*

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.



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 последипломного 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 последипломных 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

Креативные индустрии набирают обороты на рынке. Многие из этих инновационных компаний нашли в сети возможность для развития, поэтому профессионалы бизнеса, работающие в этой сфере, должны обладать определенными навыками. Цель данной программы - предоставить менеджерам необходимую подготовку для успешного перемещения в этих сложных и нестабильных условиях, добиваясь эффективного развития своих компаний.



“

*Если ваша цель - добиться карьерного успеха в креативных компаниях, то эта программа для вас"*

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

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий позволит студенту:

01

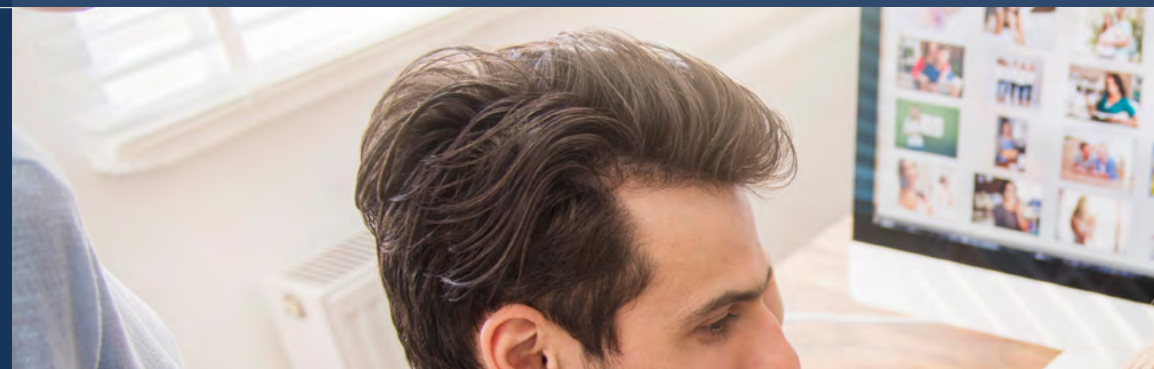
Определять последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализованную среду, которая определяет критерии высшего управления

04

Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде

02

Развить ключевые лидерские качества, которые должны определять профессионалов своего дела



03

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

05

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



06

Развивать необходимые навыки для стратегического управления деловой деятельностью

08

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



09

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

07

Разрабатывать инновационные стратегии и политику для улучшения управления и эффективности бизнеса

10

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

11

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

12

Понять, как креативность и инновации стали движущей силой экономики

13

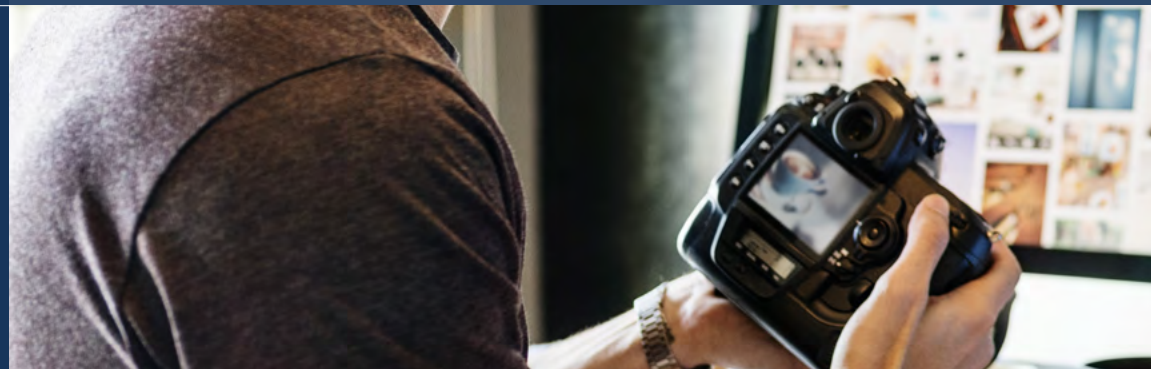
Решать проблемы в новых условиях и в междисциплинарных контекстах в области управления креативом

14

Объединять собственные знания с другими, формулируя обоснованные суждения и рассуждения на основе информации, доступной в каждом конкретном случае

15

Уметь управлять процессом создания и реализации новых идей по заданной теме



16

Приобрести специальные знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий

18

Помочь студентам приобрести необходимые навыки для развития и совершенствования своего профессионального профиля в деловой и предпринимательской среде

19

Получить знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий

17

Владеть инструментами для анализа экономических, социальных и культурных реалий, в которых сегодня развиваются и трансформируются креативные индустрии

20

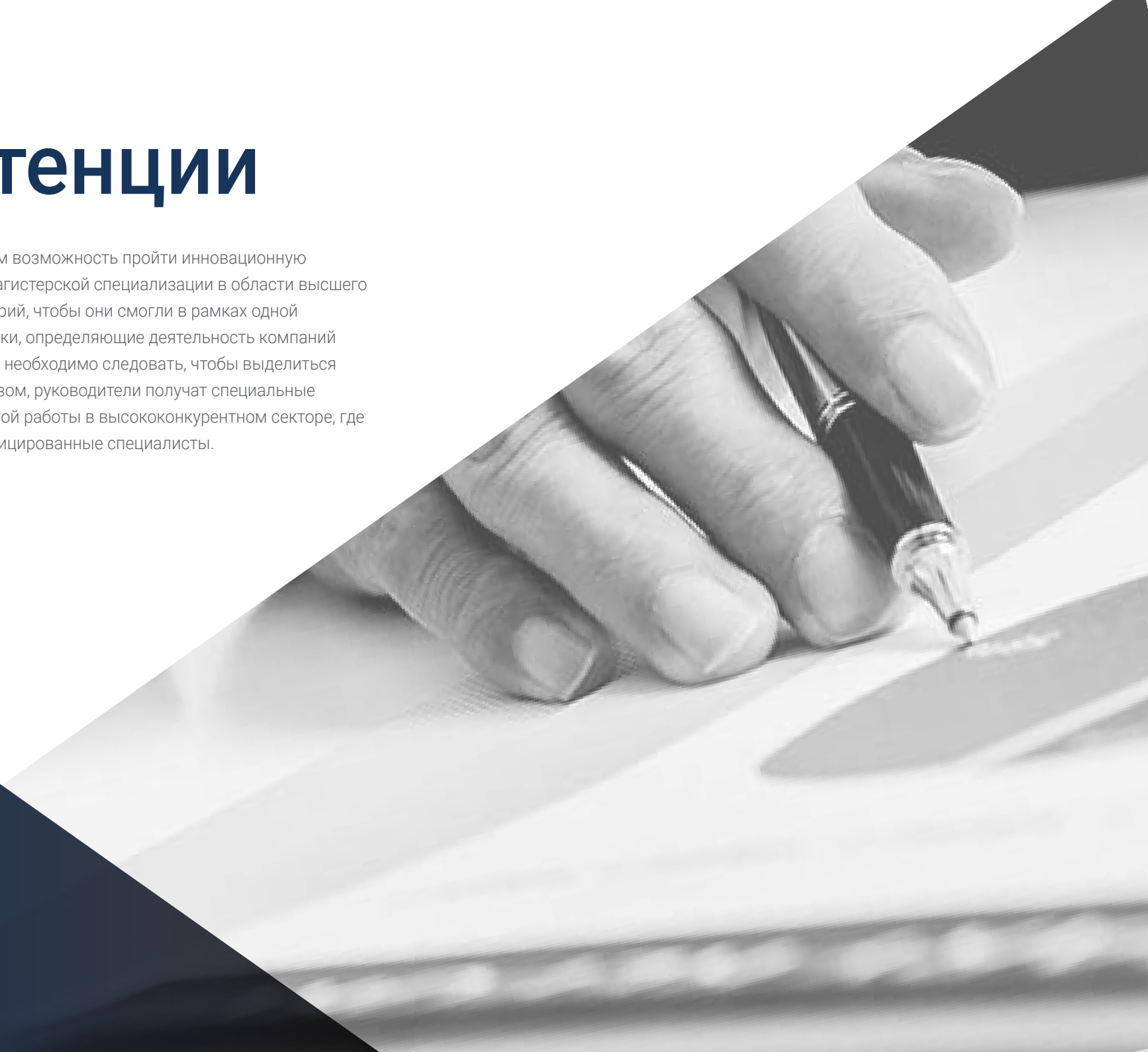
Использовать новые информационные и коммуникационные технологии как инструменты для обучения и обмена опытом в изучаемой области



# 05

# Компетенции

ТЕСН предлагает своим студентам возможность пройти инновационную программу Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента креативных индустрий, чтобы они смогли в рамках одной программы изучить характеристики, определяющие деятельность компаний такого типа, и стратегии, которым необходимо следовать, чтобы выделиться на фоне конкурентов. Таким образом, руководители получают специальные навыки, необходимые для успешной работы в высококонкурентном секторе, где востребованы опытные и квалифицированные специалисты.



“

*Программа большой академической ценности, которая позволит вам успешно управлять креативными компаниями”*

01

Осуществлять глобальное управление компанией, применяя методы руководства, влияющие на производительность работников для достижения целей

02

Быть частью и руководить корпоративной и конкурентной стратегией компании

03

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

04

Контролировать логистические процессы, а также закупки и снабжение компании

05

Глубоко изучить новые бизнес-модели информационных систем

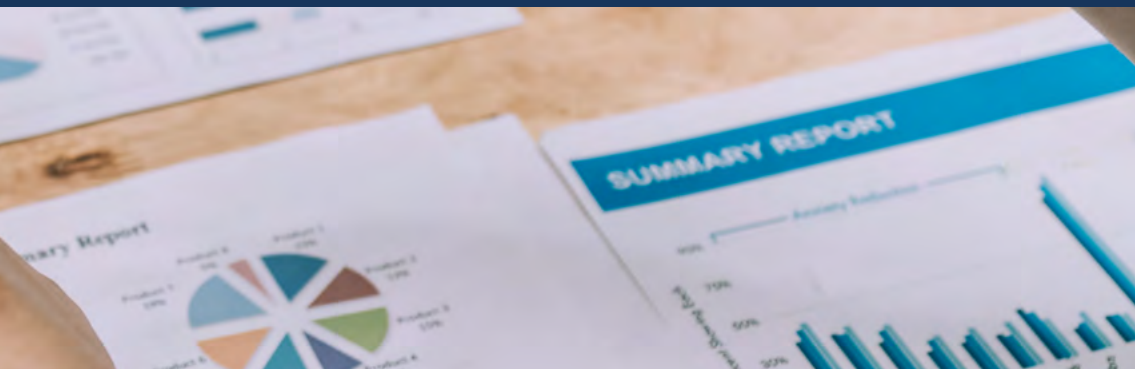


06

Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов и услуг компании

08

Работать в креативных компаниях и уметь успешно управлять ими



09

Обладать глубокими знаниями о деятельности новых креативных индустрий и их глобальном контексте

07

Стремиться к внедрению инноваций во все процессы и сферы деятельности компании

10

Иметь глубокие знания в области всех вопросов защиты креативной продукции, начиная с защиты интеллектуальной собственности и заканчивая рекламным правом

11

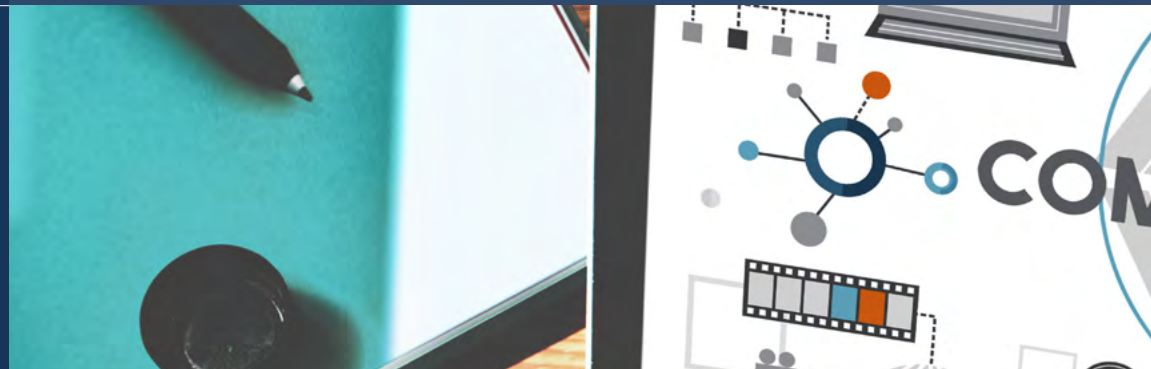
Осуществлять правильное экономическое и финансовое управление компаниями в креативной индустрии

14

Осуществлять правильное управление изменениями и прогнозирование будущего компаний в креативной индустрии

12

Уметь рассчитывать прибыль, рентабельность и затраты в рамках проектов для креативной индустрии



13

Обладать комплексными компетенциями в методологии *Future Thinking*, чтобы применять ее преимущества в повседневной работе

15

Осуществлять эффективное управление потребителями креативных компаний



16

Управлять коммуникационными процессами на интегральном уровне для компаний креативной индустрии

18

Обладать глубокими знаниями, позволяющими специалисту управлять процессом цифровизации в креативных индустриях

19

Применять инновационные стратегии цифрового маркетинга для креативных компаний

17

Принимать активное участие в процессе *брендинга* в креативных компаниях

20

Осуществлять предпринимательскую деятельность в рамках креативной индустрии, извлекая максимальную пользу из своей главной идеи



06

# Структура и содержание

Структура этой программы Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента креативных индустрий была разработана с учетом академических потребностей профессионалов бизнеса в такой новой области. Таким образом, менеджеры смогут понять, как применить все свои знания для работы в креативной среде, а также изучить новые техники и стратегии, которые станут основополагающими для их профессионального будущего. И все это они будут изучать в очень удобном формате, с помощью Интернета и дидактических ресурсов, которые ТЕСН сделал доступными благодаря своему виртуальному кампусу.



“

*Очень хорошо разработанный учебный план в полностью цифровом формате, который позволит вам самостоятельно управлять вашим учебным временем”*

### Учебный план

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий TECH Технологического университета — это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению международных бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Учебный план программы призван способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения наиболее тщательным образом в неопределенных условиях.

На протяжении 3000 часов обучения студент будет анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, добиваясь превосходного знания предмета, которое сможет впоследствии применять в своей повседневной работе. Таким образом, речь идет об аутентичном погружении в реальные деловые ситуации.

Эта программа углубленно рассматривает основные области бизнеса и предназначена для руководителей, чтобы понять управление креативными компаниями со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для студентов, ориентированный на их профессиональное совершенствование и готовящий их к достижению высоких результатов в области руководства 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 2 года и состоит из 18 модулей:

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Модуль 1.</b>  | Лидерство, этика и КСО   |
| <b>Модуль 2.</b>  | Стратегическое управление и <i>исполнительный</i> менеджмент             |
| <b>Модуль 3.</b>  | Управление людьми и управление талантом                                  |
| <b>Модуль 4.</b>  | Экономический и финансовый менеджмент                                    |
| <b>Модуль 5.</b>  | Управление операциями и логистикой                                       |
| <b>Модуль 6.</b>  | Управление информационными системами                                     |
| <b>Модуль 7.</b>  | Коммерческое управление, маркетинг и корпоративная                       |
| <b>Модуль 8.</b>  | Инновации и управление проектами   |
| <b>Модуль 9.</b>  | Новые креативные индустрии   |
| <b>Модуль 10.</b> | Защита креативных и нематериальных продуктов на современном рынке        |
| <b>Модуль 11.</b> | Экономическое и финансовое управление креативными компаниями             |
| <b>Модуль 12.</b> | <i>Futures Thinking</i> : как день завтрашний подготовить сегодня        |
| <b>Модуль 13.</b> | Управление потребителями или пользователями в креативных компаниях       |
| <b>Модуль 14.</b> | Креативный брендинг: <i>креативная коммуникация и управление брендом</i> |
| <b>Модуль 15.</b> | Лидерство и инновации в креативных индустриях                            |
| <b>Модуль 16.</b> | Цифровая трансформация в креативной индустрии                            |
| <b>Модуль 17.</b> | Новые стратегии цифрового маркетинга                                     |
| <b>Модуль 18.</b> | Предпринимательство в креативных индустриях                              |



### Где, когда и как учиться?

TECH предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 2 лет обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию этой программы, что позволит вам самостоятельно управлять своим обучением.

*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 управление предприятиями
- 1.2.3. Роли и обязанности руководства

### 1.3. Деловая этика

- 1.3.1. Этика и целостность
- 1.3.2. Этическое поведение в бизнесе
- 1.3.3. Этика, 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 цели устойчивого развития

### 1.5. Корпоративная социальная ответственность

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

## Модуль 2. Стратегическое управление и исполнительный менеджмент

### 2.1. Анализ и организационная разработка

- 2.1.1. Организационная культура
- 2.1.2. Анализ организаций
- 2.1.3. Разработка организационной структуры

### 2.2. Корпоративная стратегия

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

### 2.3. Стратегическое планирование и формулирование

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

### 2.4. Стратегические модели и паттерны

- 2.4.1. Богатство, стоимость и возврат инвестиций
- 2.4.2. Корпоративная стратегия: 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. Стратегическая реализация и исполнение

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

### 2.7. Исполнительный менеджмент

- 2.7.1. Функциональная интеграция корпоративной стратегии
- 2.7.2. *Исполнительный менеджмент* и разработка процессов
- 2.7.3. *Менеджмент знаний*

### 2.8. Анализ и решение дел/проблем

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

**Модуль 3. Управление 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. Управление персоналом и стратегическое согласование
- 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
- 3.2.3. Анализ рабочих мест; разработка и подбор персонала
- 3.2.4. Обучение и профессиональное развитие

**3.3. Развитие менеджмента и лидерство**

- 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 людьми

**3.4. Управление изменениями**

- 3.4.1. Организационный анализ
- 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. Корпоративная стратегия и управленческая коммуникация
- 3.6.2. Внутренняя коммуникация: влияние и воздействие
- 3.6.3. Межличностная коммуникация: навыки и управление командой

**3.7. Управление командой и эффективность работы людей**

- 3.7.1. Многокультурная и междисциплинарная среда
- 3.7.2. Управление командой и людьми
- 3.7.3. Коучинг и эффективность работы 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: разработка и цели
- 4.3.3. Мониторинг и отчетность

**4.4. Налоговая ответственность компаний**

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

**4.5. Системы корпоративного контроля**

- 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. Краткосрочные 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 компаний

**4.12. Анализ и решение дел/проблем**

- 4.12.1. Методология решения проблем
- 4.12.2. Метод кейса

## Модуль 5. Управление операциями и логистикой

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

## Модуль 6. Управление информационными системами

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

## Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <b>7.1. Коммерческий менеджмент</b><br>7.1.1. Управление покупками<br>7.1.2. Коммерческая стратегия<br>7.1.3. Техники продажи и переговоров<br>7.1.4. Руководство групп продаж | <b>7.2. Маркетинг</b><br>7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес<br>7.2.2. Основные показатели маркетинга<br>7.2.3. План маркетинга   | <b>7.3. Стратегическое управление маркетингом</b><br>7.3.1. Современные тенденции в маркетинге<br>7.3.2. Инструменты маркетинга<br>7.3.3. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами | <b>7.4. Стратегия цифрового маркетинга</b><br>7.4.1. Подход к цифровому маркетингу<br>7.4.2. Инструменты цифрового маркетинга<br>7.4.3. Входящий маркетинг и эволюция цифрового маркетинга |
| <b>7.5. Стратегия продаж и коммуникации</b><br>7.5.1. Позиционирование и продвижение<br>7.5.2. Связи с общественностью<br>7.5.3. Стратегия продаж и коммуникации               | <b>7.6. Корпоративная коммуникация</b><br>7.6.1. Внутренняя и внешняя коммуникация<br>7.6.2. Отделы коммуникации<br>7.6.3. Менеджеры по коммуникации: управленческие компетенции и обязанности | <b>7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия</b><br>7.7.1. Корпоративная коммуникационная стратегия<br>7.7.2. План коммуникации<br>7.7.3. Написание пресс-релизов/клиппинг/реклама       |  |



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

- 8.1.1. Макро-концепция инноваций
- 8.1.2. Типологии инноваций
- 8.1.3. Продолжительная и прерванная инновация
- 8.1.4. Образование и инновации

**8.2. Инновационная стратегия**

- 8.2.1. Инновация и корпоративная стратегия
- 8.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
- 8.2.3. Инновационные мастер-классы

**8.3. Разработка и валидация бизнес-модели**

- 8.3.1. Методология *бережливого стартапа*
- 8.3.2. Инициатива инновационного бизнеса: этапы
- 8.3.3. Формы 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. Возможности инноваций
- 8.4.2. Изучение целесообразности и конкретизации предложений
- 8.4.3. Определение и разработка проектов
- 8.4.4. Реализация проектов
- 8.4.5. Завершение проектов

**Модуль 9. Новые креативные индустрии****9.1. Новые креативные индустрии**

- 9.1.1. От индустрии культуры к креативной индустрии
- 9.1.2. Современные креативные индустрии
- 9.1.3. Виды деятельности и секторы, составляющие креативные индустрии

**9.2. Экономический вес креативных индустрий сегодня**

- 9.2.1. Вклад
- 9.2.2. Движущие силы роста и изменений
- 9.2.3. Перспективы трудоустройства в креативных отраслях

**9.3. Новый глобальный контекст креативных индустрий**

- 9.3.1. Рентгенография креативных индустрий в мире
- 9.3.2. Источники финансирования креативной индустрии в каждой стране
- 9.3.3. Тематические исследования: модели управления и государственная политика

**9.4. Природное и культурное наследие**

- 9.4.1. Историческое и культурное наследие
- 9.4.2. Продукция и услуги музеев, археологических и исторических объектов и культурных ландшафтов
- 9.4.3. Нематериальное культурное наследие

**9.5. Изобразительное искусство**

- 9.5.1. Пластические искусства
- 9.5.2. Фотография
- 9.5.3. Ремесло

**9.6. Исполнительские искусства**

- 9.6.1. Театр и танец
- 9.6.2. Музыка и фестивали
- 9.6.3. Ярмарки и цирк

**9.7. Аудиовизуальные средства массовой информации**

- 9.7.1. Кино, телевидение и аудиовизуальный контент
- 9.7.2. Радио, подкасты и аудиоконтент
- 9.7.3. Видеоигры

**9.8. Актуальные публикации**

- 9.8.1. Литература, эссе и поэзия
- 9.8.2. Издательство
- 9.8.3. Пресса

**9.9. Креативные услуги**

- 9.9.1. Дизайн и мода
- 9.9.2. Архитектура и ландшафтный дизайн
- 9.9.3. Реклама

**9.10. Связи креативной экономики или оранжевой экономики**

- 9.10.1. Каскадная модель - концентрические круги
- 9.10.2. Спилловер креативности, производства и знания
- 9.10.3. Культура в интересах креативной экономики

**Модуль 10. Защита креативных и нематериальных продуктов**

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| 10.1. Правовая защита нематериальных активов | 10.2. Интеллектуальная собственность I                   | 10.3. Интеллектуальная собственность II                          | 10.4. Интеллектуальная собственность III                      |
| 10.5. Промышленная собственность I: бренды   | 10.6. Промышленная собственность II: промышленный дизайн | 10.7. Промышленная собственность III: патенты и модели юзабилити | 10.8. Интеллектуальная и промышленная собственность: практика |
| 10.9. Рекламное право I                      | 10.10. Рекламное право II                                |  |   |

**Модуль 11. Экономическое и финансовое управление креативными компаниями**

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>11.1. Необходимая экономическая устойчивость</b><br>11.1.1. Финансовая структура креативной компании<br>11.1.2. Бухгалтерский учет на креативном предприятии<br>11.1.3. Тройной итог | <b>11.2. Доходы и расходы современной креативной компании</b><br>11.2.1. Учет затрат<br>11.2.2. Вид затрат<br>11.2.3. Распределение затрат   | <b>11.3. Виды прибыли в компании</b><br>11.3.1. Рентабельность производства<br>11.3.2. Точка безубыточности<br>11.3.3. Оценка альтернатив  | <b>11.4. Инвестиции в креативный сектор</b><br>11.4.1. Инвестиции в креативную индустрию<br>11.4.2. Оценка стоимости инвестиций<br>11.4.3. Метод NPV: чистая приведенная стоимость |
| <b>11.5. Прибыльность в креативной индустрии</b><br>11.5.1. Экономическая рентабельность<br>11.5.2. Экономическая эффективность времени<br>11.5.3. Финансовая рентабельность            | <b>11.6. Движение денежных средств: ликвидность и платежеспособность</b><br>11.6.1. Движение денежных средств<br>11.6.2. Балансовый отчет и отчет о прибылях и убытках<br>11.6.3. Ликвидация и левверидж | <b>11.7. Формулы финансирования, существующие в настоящее время на креативном рынке</b><br>11.7.1. Фонд венчурных инвестиций<br>11.7.2. Бизнес-ангелы<br>11.7.3. Гранты и субсидии | <b>11.8. Ценообразование на продукцию в креативной индустрии</b><br>11.8.1. Ценообразование<br>11.8.2. Прибыль vs. Конкуренция<br>11.8.3. Стратегия ценообразования                |
| <b>11.9. Стратегия ценообразования в креативном секторе</b><br>11.9.1. Виды стратегий ценообразования<br>11.9.2. Преимущества<br>11.9.3. Недостатки                                     | <b>11.10. Операционные бюджеты</b><br>11.10.1. Инструмент стратегического планирования<br>11.10.2. Элементы, включенные в операционный бюджет<br>11.10.3. Разработка и реализация операционного бюджета  |  |  |

**Модуль 12. Futures Thinking: как день завтрашний подготовить сегодня****12.1. Методология Futures Thinking**

- 12.1.1. *Futures Thinking*
- 12.1.2. Преимущества использования данной методологии
- 12.1.3. Роль "футуриста" в креативном предприятии

**12.2. Признаки перемен**

- 12.2.1. Сигнал к переменам
- 12.2.2. Выявление сигналов об изменениях
- 12.2.3. Интерпретация сигналов

**12.3. Виды будущего**

- 12.3.1. Путешествие в прошлое
- 12.3.2. Четыре вида будущего
- 12.3.3. Применение методологии *Futures Thinking* в работе

**12.4. Прогнозирование будущего**

- 12.4.1. В поисках драйверов
- 12.4.2. Как создать прогноз на будущее
- 12.4.3. Как написать сценарий будущего?

**12.5. Методы психической стимуляции**

- 12.5.1. Прошлое, будущее и эмпатия
- 12.5.2. Факты vs. Опыт
- 12.5.3. Альтернативные пути

**12.6. Совместное прогнозирование**

- 12.6.1. Будущее как игра
- 12.6.2. *Колесо будущего*
- 12.6.3. Будущее с разных подходов

**12.7. Эпические победы**

- 12.7.1. От открытия к инновационному предложению
- 12.7.2. Эпическая победа
- 12.7.3. Справедливость в игре будущего

**12.8. Желаемое будущее**

- 12.8.1. Желаемое будущее
- 12.8.2. Техники
- 12.8.3. Работа в обратном направлении от будущего

**12.9. От прогноза к действию**

- 12.9.1. Образы будущего
- 12.9.2. Артефакты будущего
- 12.9.3. Карта маршрута

**12.10. ЦУР. Глобальное и междисциплинарное видение будущего**

- 12.10.1. Устойчивое развитие как глобальная цель
- 12.10.2. Бережное отношение человека к природе
- 12.10.3. Социальная устойчивость

**Модуль 13. Управление потребителями или пользователями в креативных компаниях****13.1. Пользователь в текущем контексте**

- 13.1.1. Изменение потребителя в последнее время
- 13.2.1. Важность исследований
- 13.3.1. Анализ тенденций

**13.2. Стратегия с человеком в центре**

- 13.2.1. *Человеко-ориентированная стратегия*
- 13.2.2. Секреты и преимущества *человеко-ориентированной стратегии*
- 13.2.3. Истории успеха

**13.3. Данные стратегии человеко-ориентированной стратегии**

- 13.3.1. Данные в *человеко-ориентированной стратегии*
- 13.3.2. Ценность данных
- 13.3.3. 360° градусный обзор для клиентов

**13.4. Реализация человеко-ориентированной стратегии в креативной индустрии**

- 13.4.1. Преобразование разрозненной информации в знания о клиенте
- 13.4.2. Анализ возможностей
- 13.4.3. Стратегии и инициативы по максимизации

**13.5. Методология человеко-ориентированной стратегии**

- 13.5.1. От исследования до создания прототипа
- 13.5.2. Модель «двойного алмаза»: процесс и фазы
- 13.5.3. Инструменты

**13.6. Дизайн-мышление**

- 13.6.1. *Дизайн-мышление*
- 13.6.2. Методология
- 13.6.3. Методы и инструменты *дизайн-мышления*

**13.7. Позиционирование бренда в сознании пользователя**

- 13.7.1. Анализ позиционирования
- 13.7.2. Типология
- 13.7.3. Методология и инструменты

**13.8. Инсайты пользователей в креативных компаниях**

- 13.8.1. *Инсайты* и их значение
- 13.8.2. *Путь клиента (Customer Journey)* и актуальность *карты пути (Journey Map)*
- 13.8.3. Методы исследования

**13.9. Профиль пользователя (архетипы и персона покупателя)**

- 13.9.1. Архетипы
- 13.9.2. Персона покупателя
- 13.9.3. Методологии анализа

**13.10. Исследовательские ресурсы и методы**

- 13.10.1. Техники в контексте
- 13.10.2. Техники визуализации и создания
- 13.10.3. Техники голосовых контрастов

**Модуль 14. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов**

**14.1. Бренды и брендинг**

- 14.1.1. Бренды
- 14.1.2. Эволюция брендинга
- 14.1.3. Позиционирование, индивидуальность бренда, известность

**14.2. Создание бренда**

- 14.2.1. Маркетинг-микс
- 14.2.2. Архитектура бренда
- 14.2.3. Идентичность бренда

**14.3. Выражение бренда**

- 14.3.1. Графическая идентификация бренда
- 14.3.2. Визуальный имидж бренда
- 14.3.3. Другие элементы, отражающие знак

**14.4. Коммуникация**

- 14.4.1. Подходы
- 14.4.2. Точки соприкосновения с брендом
- 14.4.3. Техники и инструменты коммуникации

**14.5. Контент бренда**

- 14.5.1. От брендов до развлекательных платформ
- 14.5.2. Рост брендированного контента
- 14.5.3. Связь с аудиторией через уникальные истории

**14.6. Визуальный сторителлинг**

- 14.6.1. Анализ бренда
- 14.6.2. Креативные рекламные концепции
- 14.6.3. Креативные продажи

**14.7. Пользовательский опыт**

- 14.7.1. Пользовательский опыт (сх)
- 14.7.2. Путь пользователя
- 14.7.3. Согласование бренда и сх

**14.8. Стратегическое планирование**

- 14.8.1. Цели
- 14.8.2. Определение аудитории и инсайтов
- 14.8.3. Разработка стратегии

**14.9. Производительность**

- 14.9.1. Брифинг
- 14.9.2. Тактика
- 14.9.3. Производственный план

**14.10. Оценка**

- 14.10.1. Что оценивать?
- 14.10.2. Как оценивать (инструменты оценки)?
- 14.10.3. Отчетность о результатах

**Модуль 15. Лидерство и инновации в креативных индустриях**

**15.1. Применение креативности в промышленности**

- 15.1.1. Креативное самовыражение
- 15.1.2. Креативные ресурсы
- 15.1.3. Креативные техники

**15.2. Новая инновационная культура**

- 15.2.1. Контекст инноваций
- 15.2.2. Почему инновации терпят неудачу?
- 15.2.3. Академические теории

**15.3. Размеры и рычаги инноваций**

- 15.3.1. Плоскости или измерения инноваций
- 15.3.2. Отношение к инновациям
- 15.3.3. Интрапренерство и технологии

**15.4. Сдерживающие факторы и барьеры для инноваций в креативной индустрии**

- 15.4.1. Личные и групповые ограничения
- 15.4.2. Социальные и организационные ограничения
- 15.4.3. Промышленные и технологические ограничения

**15.5. Закрытые и открытые инновации**

- 15.5.1. От закрытых инноваций к открытым
- 15.5.2. Практика внедрения открытых инноваций
- 15.5.3. Опыт применения открытых инноваций в компаниях

**15.6. Инновационные бизнес-модели в культурных и креативных индустриях**

- 15.6.1. Тенденции развития бизнеса в креативной экономике
- 15.6.2. Тематические исследования
- 15.6.3. Отраслевая революция

**15.7. Руководство и управление инновационной стратегией**

- 15.7.1. Обеспечение внедрения
- 15.7.2. Руководство процессом
- 15.7.3. Карты портфолио

**15.8. Финансирование инноваций**

- 15.8.1. Финансовый директор: венчурный инвестор
- 15.8.2. Динамическое финансирование
- 15.8.3. Реагирование на вызовы

**15.9. Гибридизация: инновации в креативной экономике**

- 15.9.1. Пересечение секторов
- 15.9.2. Генерирование революционных решений
- 15.9.3. Эффект Медичи

**15.10. Новые креативные и инновационные экосистемы**

- 15.10.1. Формирование инновационной среды
- 15.10.2. Креативность как стиль жизни
- 15.10.3. Сетевые инновационные экосистемы

**Модуль 16. Цифровая трансформация в креативной индустрии****16.1. Цифровое будущее креативной индустрии**

- 16.1.1. Цифровая трансформация
- 16.1.2. Состояние сектора и его сравнительный анализ
- 16.1.3. Задачи будущего

**16.2. Четвертая промышленная революция**

- 16.2.1. Промышленная революция
- 16.2.2. Область применения
- 16.2.3. Влияние

**16.3. Цифровые средства обеспечения роста**

- 16.3.1. Операционная эффективность, ускорение и улучшение
- 16.3.2. Непрерывная цифровая трансформация
- 16.3.3. Решения и услуги для креативных индустрий

**16.4. Применение больших данных в компании**

- 16.4.1. Ценность данных
- 16.4.2. Данные в процессе принятия решений
- 16.4.3. *Data driven компания*

**16.5. Когнитивные технологии**

- 16.5.1. ИИ и цифровое взаимодействие
- 16.5.2. IoT и робототехника
- 16.5.3. Другие цифровые практики

**16.6. Использование и применение технологии блокчейн**

- 16.6.1. Блокчейн
- 16.6.2. Ценность для сектора креативных индустрий
- 16.6.3. Универсальность транзакций

**16.7. Омниканальность и развитие трансмедиа**

- 16.7.1. Влияние на сектор
- 16.7.2. Анализ проблемы
- 16.7.3. Развитие

**16.8. Предпринимательские экосистемы**

- 16.8.1. Роль инноваций и венчурного капитала
- 16.8.2. Экосистема *стартапов* и составляющие ее игроки
- 16.8.3. Как максимально улучшить отношения между креативным агентом и *стартапами*

**16.9. Новые разрушительные бизнес-модели**

- 16.9.1. Основанные на коммерциализации (платформы и маркетплейсы)
- 16.9.2. На основе предоставления услуг (модели *freemium*, *premium* или подписки)
- 16.9.3. На основе сообщества (с точки зрения *краудфандинга*, социальных сетей или блогов)

**16.10. Методологии продвижения культуры инноваций в креативной индустрии**

- 16.10.1. Стратегия инноваций голубого океана
- 16.10.2. Инновационная стратегия *бережливого стартапа*
- 16.10.3. Стратегия гибких инноваций

Модуль 17. Новые стратегии цифрового маркетинга

**17.1. Технология и аудитория**

- 17.1.1. Цифровая стратегия и различия между типами пользователей
- 17.2.1. Целевые аудитории, исключаяющие факторы и поколения
- 17.3.1. Портрет *идеального потребителя* (ICP) и персона покупателя

**17.2. Цифровая аналитика для диагностики**

- 17.2.1. Аналитика до разработки цифровой стратегии
- 17.2.2. Нулевой момент истины (ZMOT)
- 17.2.3. KPI и метрики, типологии, классификация по методологиям

**17.3. Электронное развлечение: влияние электронной коммерции на индустрию развлечений**

- 17.3.1. Электронная коммерция, типологии и платформы
- 17.3.2. Важность веб-дизайна: UX и UI
- 17.3.3. Оптимизация онлайн-пространства: минимальные требования

**17.4. Социальные сети и маркетинг влияния**

- 17.4.1. Влияние и эволюция сетевого маркетинга
- 17.4.2. Убеждение, ключи к контенту и вирусные действия
- 17.4.3. Планирование кампаний *социального маркетинга* и *маркетинга влияния*

**17.5. Мобильный маркетинг**

- 17.5.1. *Мобильный* пользователь
- 17.5.2. Веб- и мобильные приложения
- 17.5.3. Действия *мобильного* маркетинга

**17.6. Реклама в онлайн-среде**

- 17.6.1. Реклама в социальных сетях и цели *социальной рекламы*
- 17.6.2. Воронка конверсии или воронка продаж: категории
- 17.6.3. *Социальные рекламные* платформы

**17.7. Методология входящего маркетинга**

- 17.7.1. *Социальные продажи*, фундаментальные основы и стратегия
- 17.7.2. CRM-платформа в цифровой стратегии
- 17.7.3. Входящий маркетинг или маркетинг привлечения: действия и SEO

**17.8. Автоматизация маркетинга**

- 17.8.1. Маркетинг электронной почты и типология электронной почты
- 17.8.2. Автоматизация email-маркетинга, приложения, платформы и преимущества
- 17.8.3. Появление маркетинга ботов и чатботов: типология и платформы

**17.9. Инструменты управления данными**

- 17.9.1. CRM в области цифровой стратегии, типологий и приложений, платформ и тенденций
- 17.9.2. *Большие данные: Большие данные, бизнес-аналитика и бизнес-интеллект*
- 17.9.3. *Большие данные, искусственный интеллект и наука о данных*

**17.10. Измерение рентабельности**

- 17.10.1. ROI: определение окупаемости инвестиций и ROI vs ROAS
- 17.10.2. Оптимизация ROI
- 17.10.3. Ключевые показатели

**Модуль 18. Предпринимательство в креативных индустриях****18.1. Предпринимательский проект**

- 18.1.1. Предпринимательство, виды и жизненный цикл
- 18.1.2. Портрет предпринимателя
- 18.1.3. Темы, представляющие интерес для предпринимательства

**18.2. Личное лидерство**

- 18.2.1. Самосознание
- 18.2.2. Предпринимательские навыки
- 18.2.3. Развитие навыков и способностей предпринимательского лидерства

**18.3. Выявление возможностей для инноваций и предпринимательства**

- 18.3.1. Анализ мегатрендов и конкурентных сил
- 18.3.2. Поведение потребителей и оценка спроса
- 18.3.3. Оценка возможностей для бизнеса

**18.4. Генерация бизнес-идей в креативной индустрии**

- 18.4.1. Инструменты для генерации идей: *Бренсторминг*, ментальные карты, *дроусторминг*, и т.д.
- 18.4.2. Дизайн ценностного предложения: CANVAS, 5 w
- 18.4.3. Разработка ценностного предложения

**18.5. Создание прототипов и валидация**

- 18.5.1. Разработка прототипа
- 18.5.2. Валидация
- 18.5.3. Корректировка прототипов

**18.6. Дизайн бизнес-модели**

- 18.6.1. Бизнес-модель
- 18.6.2. Методологии для создания бизнес-моделей
- 18.6.3. Дизайн бизнес-модели для предложенной идеи

**18.7. Лидерство в команде**

- 18.7.1. Профили команд в соответствии с темпераментами и личностными особенностями
- 18.7.2. Навыки лидера коллектива
- 18.7.3. Методы командной работы

**18.8. Рынки культуры**

- 18.8.1. Природа рынков культуры
- 18.8.2. Типы рынков культуры
- 18.8.3. Выявление близлежащих культурных рынков

**18.9. Маркетинговый план и личный брендинг**

- 18.9.1. Проекция личного и предпринимательского проекта
- 18.9.2. Средне- и краткосрочный стратегический план
- 18.9.3. Переменные для измерения успеха

**18.10. Коммерческий питч**

- 18.10.1. Презентация проекта для инвесторов
- 18.10.2. Подготовка привлекательных презентаций
- 18.10.3. Развитие навыков эффективного общения

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 TECH 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 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 TESH - 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.



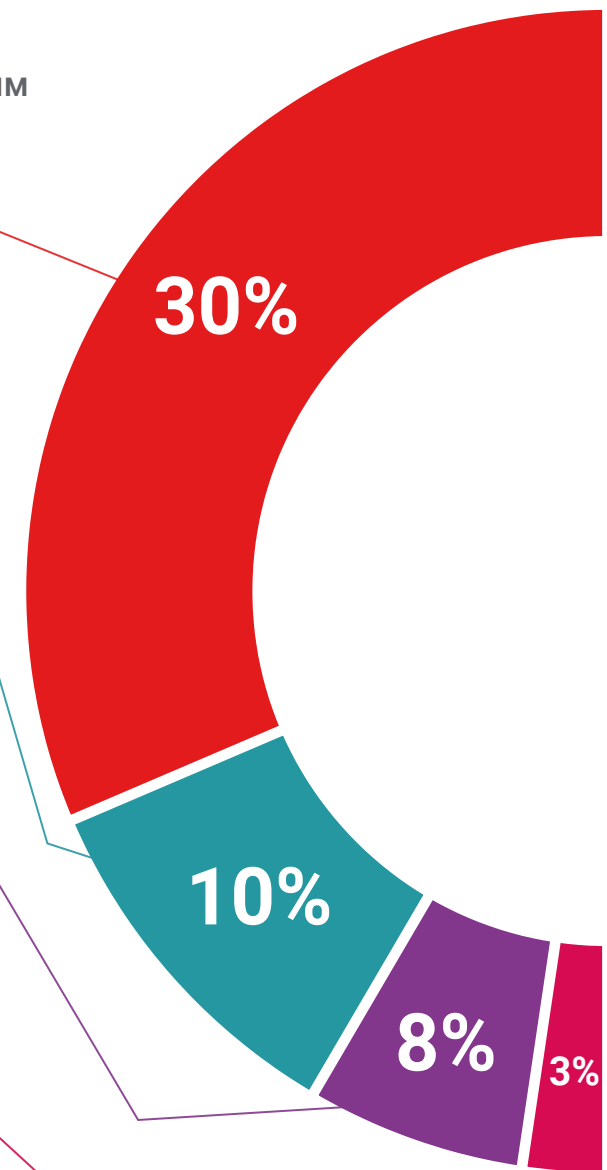
#### Практика управленческих навыков

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

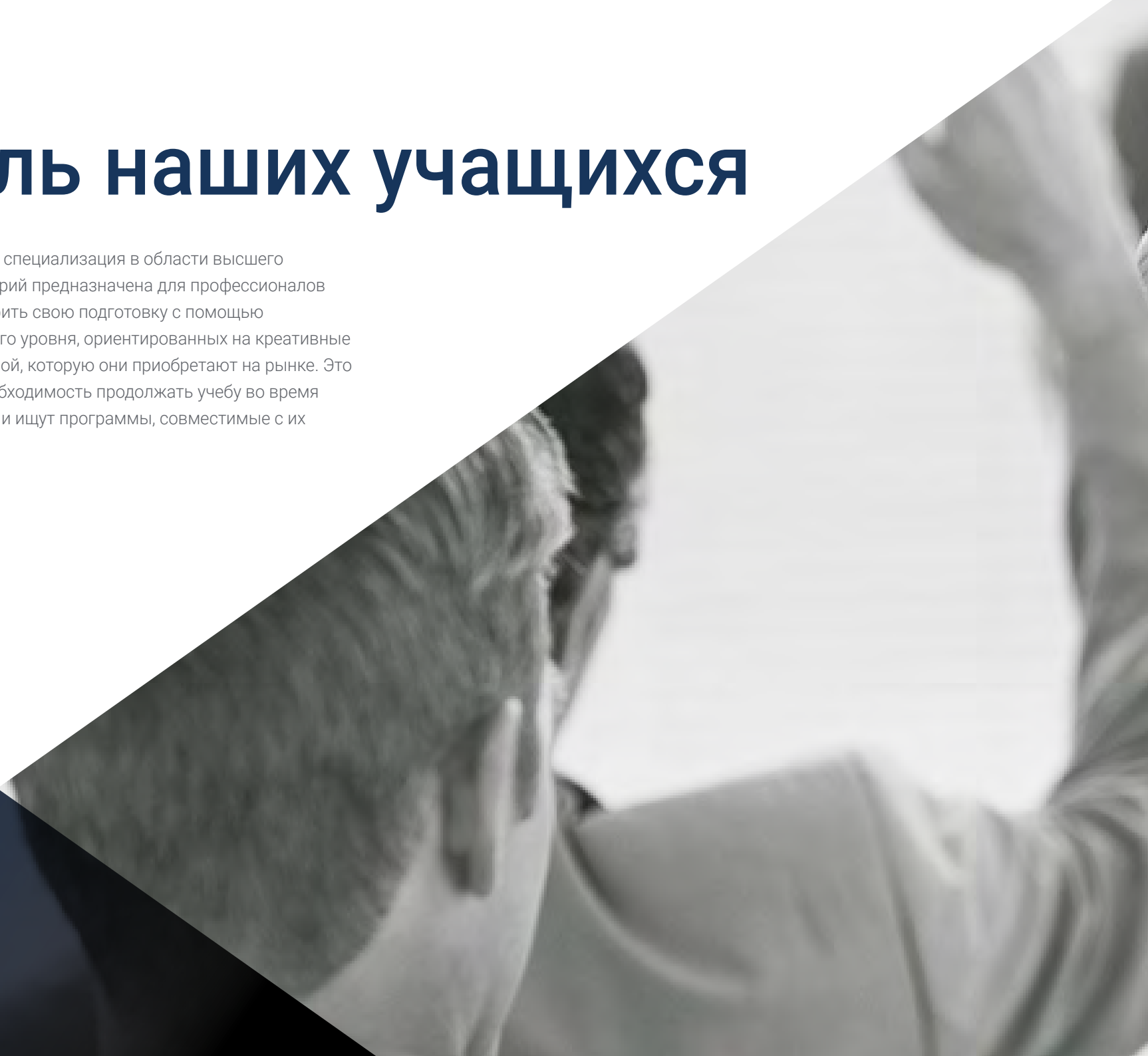
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

# Профиль наших учащихся

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий предназначена для профессионалов бизнес-сферы, желающих расширить свою подготовку с помощью академических программ высокого уровня, ориентированных на креативные индустрии, в связи с большой силой, которую они приобретают на рынке. Это студенты, которые понимают необходимость продолжать учебу во время профессиональной деятельности и ищут программы, совместимые с их повседневными обязанностями.







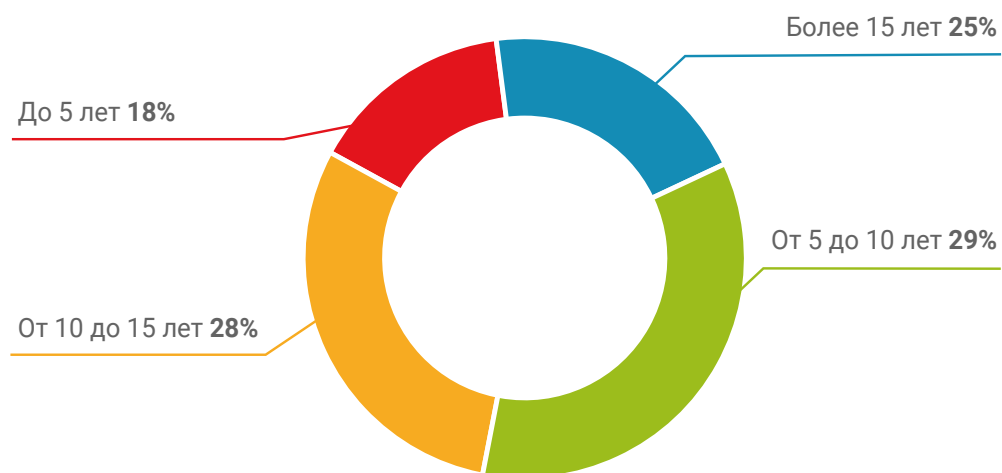
“

*Программа высокого уровня, которая предназначена для обучения профессионалов, стремящихся к академическому и профессиональному совершенству”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



## Образование



## Академический профиль



### Географическое распределение



## Мириам Диас

Директор креативной компании

*"Креативные компании становятся все более значимыми на рынке. Поэтому я долгое время искала способ получить специализацию в этой области и возможность расширить сферу своей деятельности. Благодаря этой программе ТЕСН я смогла повысить квалификацию и сделала окончательный скачок в моей карьере, став директором креативной компании"*

09

# Руководство курса

Эта Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий TESH Технологического университета была создана первоклассным преподавательским составом, состоящим из практикующих профессионалов, которые нашли в преподавании способ предложить все свои знания специалистам, желающим открыть свою нишу в экономическом секторе, пользующемся большим спросом. Несомненно, это преподаватели, которые понимают значимость учебы на всех этапах трудовой деятельности.



“

*В лучшем университете - лучшие преподаватели. Не упустите возможность пройти обучение у них”*

## Приглашенный международный руководитель

С. Марк Янг - всемирно признанный эксперт, который сосредоточил свои исследования на индустрии развлечений. Его результаты были отмечены многочисленными наградами, в том числе премией Американской ассоциации бухгалтерского учета за жизненные достижения в области бухгалтерского учета и менеджмента в 2020 году. Он также получил три награды за вклад в научную литературу в этих областях.

Одной из самых заметных вех в его карьере стала публикация исследования "Нарциссизм и знаменитости", проведенного совместно с Дрю Пински. В этом тексте были собраны **непосредственные данные о знаменитых деятелях** кино и телевидения. Кроме того, в статье, которая впоследствии стала бестселлером, эксперт проанализировал **нарциссическое поведение звезд целлулоида** и то, как оно стало нормой в современных СМИ. В то же время он рассмотрел **влияние этого поведения на современную молодежь**.

На протяжении всей своей профессиональной деятельности Янг также изучал организацию и направленность киноиндустрии. В частности, он исследовал **модели прогнозирования кассового успеха** крупных фильмов. Он также внес свой вклад в бухгалтерский учет на основе деятельности и разработку систем контроля. В частности, хорошо известно его влияние на внедрение эффективного управления **на основе сбалансированной системы показателей**.

Академическая деятельность также была отмечена в его профессиональной жизни, и он был избран на **исследовательскую кафедру Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта** в области **бизнеса спорта и развлечений**. Он также читал лекции и участвовал в учебных программах, связанных с **бухгалтерским учетом, журналистикой и коммуникациями**. В то же время его учеба в бакалавриате и магистратуре связана с престижными американскими университетами, такими как Питтсбург и Огайо.



## Д-р. Янг, С. Марк

---

- Председатель кафедры Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в Бизнес-школе USC Marshal, Лос-Анджелес, США
- Официальный историк мужской теннисной команды Университета Южной Калифорнии
- Академический исследователь, специализирующийся на разработке прогностических моделей для киноиндустрии
- Соавтор книги "Нарциссизм и знаменитости"  
Доктор наук по бухгалтерскому учету Питтсбургского университета
- Степень магистра бухгалтерского учета в Университете штата Огайо
- Степень бакалавра экономики в Оберлинском колледже
- Член: Центр передового опыта в преподавании

“

*Благодаря TECH вы сможете  
учиться у лучших мировых  
профессионалов*

## Руководство



### Д-р Велар, Марга

- ♦ Менеджер корпоративного *маркетинга* в SGN Group (Нью-Йорк)
- ♦ Руководство в *Forefashion Lab*
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальных коммуникаций с последипломным курсом в области коммуникаций и менеджмента моды в Университетском центре Вильянуэва, Университет Комплутенсе
- ♦ Доктор в области коммуникации Мадридского университета имени Карлоса III
- ♦ MBA в области руководства компаниями в сфере моды ISEM Fashion Business School
- ♦ Преподаватель в Университетском центре Вильянуэва, в *ISEM Fashion Business School* и на факультете коммуникаций Университета Наварры



## Преподаватели

### Г-жа Эйсагирре Виланова, Каролина

- ♦ Юридический советник генерального директора компании Eley Hawk
- ♦ Преподаватель Мадридской ассоциации адвокатов в магистратуре в области цифрового права, инновации и новых технологий
- ♦ Юридический консультант в области рекламного права для Autocontrol (Ассоциация по саморегулированию коммерческих коммуникаций)
- ♦ Дизайнер в многочисленных проектах для таких компаний, как Estudio Mariscal, RBA Ediciones (журналы *National Geographic* и *El Mueble*) и Laboratorios Echevarne
- ♦ Степень бакалавра в области права и дизайна в Университете Помпеу Фабра в Барселоне
- ♦ Специалист в области интеллектуальной собственности, имеет официальную степень магистра, полученную в Папском университете Комильяс (ICADE) в Мадриде

### Г-н Хусто, Румен

- ♦ Аудит компаний и предпринимателей в Университете Ла-Лагуны (EmprendeULL).
- ♦ Основатель производственной компании JR Producciones
- ♦ Соучредитель стартапов E-MOVE, E-CARS и SENDA ECOWAY
- ♦ Генеральный директор SENDA ECOWAY
- ♦ Аккредитованный наставник Сети Менторинга Испании в CEOE
- ♦ Бережливый коуч в Olympro Voxes, Торговой палаты Санта-Крус-де-Тенерифе
- ♦ Степень бакалавра в области делового администрирования
- ♦ Мастер PRL в SGS
- ♦ Программа последипломного образования в области технологического надзора
- ♦ Программа последипломного образования в области дорожного картирования от UPC
- ♦ Специалист по управлению человеческими ресурсами Университета Виго

### Д-р Сан-Мигель, Патрисия

- ♦ Директор и создатель центра *Digital Fashion Brands* для анализа цифрового влияния модных брендов
- ♦ Преподаватель цифрового маркетинга в *ISEM Fashion Business School* и Университете Наварры
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью Мадридского университета Комплутенсе
- ♦ Докторская степень Университета Наварры
- ♦ *Executive Fashion MBA* от ISEM
- ♦ Автор книги *Influencer Marketing*

### Г-жа Браво, Сандра

- ♦ Преподаватель в различных университетах, магистратурах и бизнес-школах в индустрии моды и роскоши
- ♦ Эксперт в области прогнозирования тенденций и анализа потребителей
- ♦ Социолог и экономист Университета Саламанки
- ♦ Степень магистра (Executive Master) в области управления бизнесом в сфере моды ISEM Fashion Business School
- ♦ Программа "Социальные инновации, устойчивость и репутация компаний индустрии моды" в ISEM
- ♦ Кандидат наук в области прикладного креатива Университета Наварры

### Г-н Санхосе, Карлос

- ♦ Руководитель отдела цифровых технологий в MURPH
- ♦ Степень бакалавра в области размещения рекламы и связей с общественностью
- ♦ Создатель контента на протяжении более 8 лет в Liceo25, материнской компании интернет-изданий, таких как 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine, Libra и др.
- ♦ Специалист в области цифрового маркетинга и стратегии, Social Media & Social Ads, платформ электронной коммерции и маркетинга электронной почты

# 10

## Влияние на карьеру

Прохождение обучения в рамках этой Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента креативных индустрий в ТЕСН - это уникальная возможность достичь профессиональных изменений, к которым стремятся студенты. Таким образом, программа предлагает самую актуальную и инновационную информацию об этой сфере деятельности, которая способствует развитию необходимых навыков для успешного управления бизнесом. Без сомнения, это академический опыт, который нельзя упустить.



“

*Программа, которая предлагает самые современные академические ресурсы на рынке, чтобы дать вам импульс, необходимый для положительного изменения в вашей карьере"*

*Большинство студентов этой Профессиональной магистерской специализации достигли улучшения работы за короткий период времени.*

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

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий TECH Технологического университета - это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению проблем и принятию деловых решений на международном уровне. Ее главная цель - способствовать личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

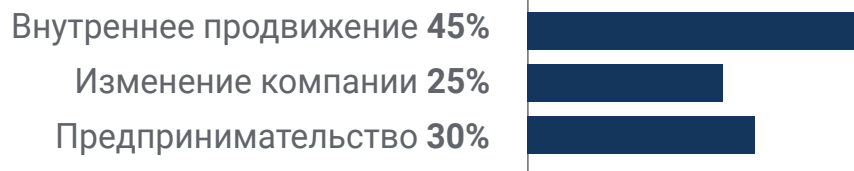
Поэтому те, кто хочет улучшить себя, добиться перемен на профессиональном уровне и общаться с лучшими, найдут свое место в TECH.

*Эта программа поможет вам получить повышение, которого вы заслуживаете после стольких лет напряженной работы.*

### Время перемен



### Что изменится



## Повышение заработной платы

---

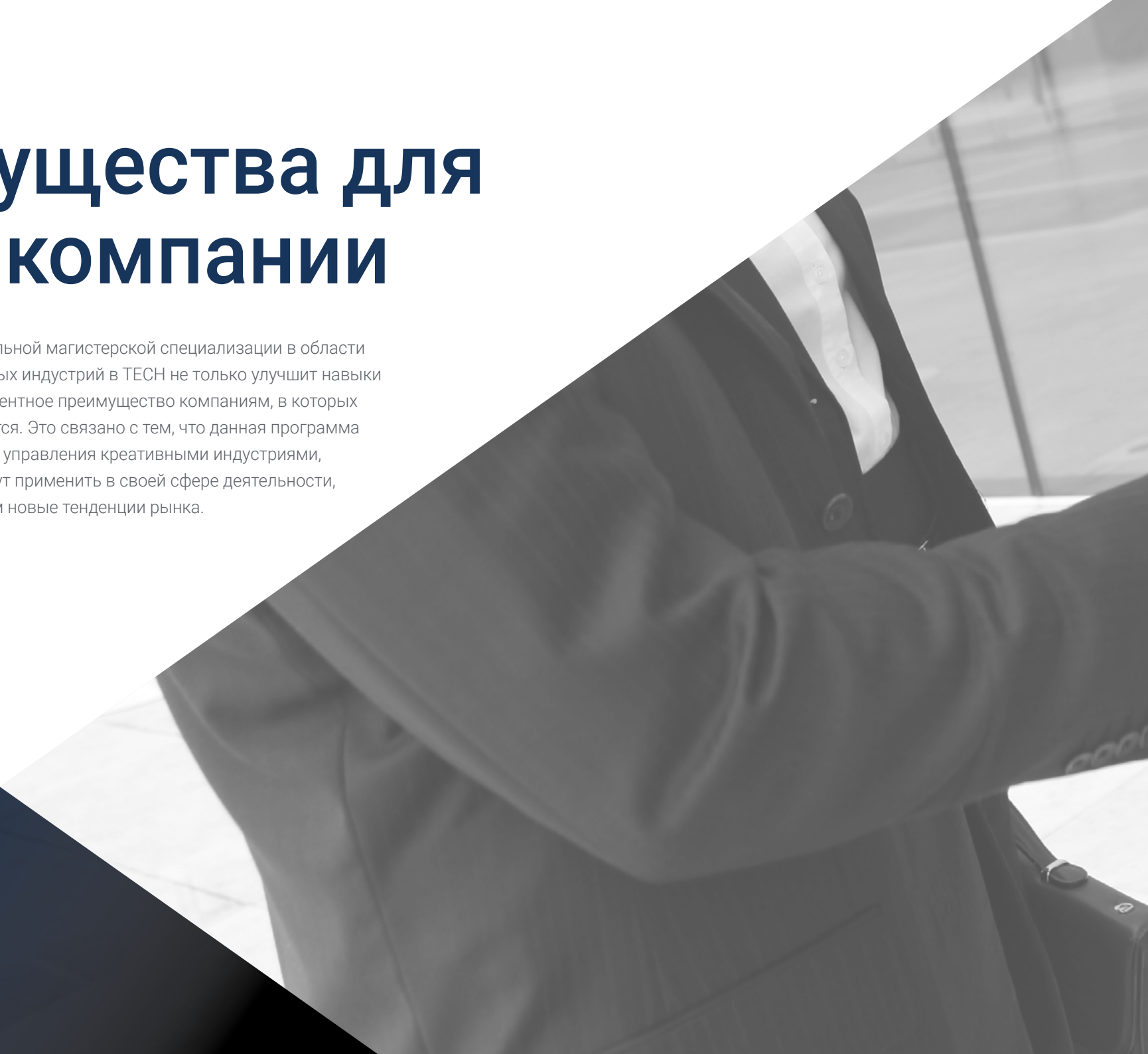
Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на **25,22%**



11

# Преимущества для вашей компании

Прохождение этой Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента креативных индустрий в ТЕСН не только улучшит навыки студентов, но и обеспечит конкурентное преимущество компаниям, в которых они профессионально развиваются. Это связано с тем, что данная программа охватывает конкретные вопросы управления креативными индустриями, которые в дальнейшем они смогут применить в своей сфере деятельности, следуя правилам, определяющим новые тенденции рынка.





“

*Учитесь в ТЕСН и приносите в вашу  
компанию новый, более динамичный,  
эффективный метод работы,  
адаптированный к потребностям XXI века”*

Развитие и удержание талантов в компаниях - лучшая долгосрочная инвестиция.

01

### Рост талантов и интеллектуального капитала

Руководитель приносит 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**

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

---

06

### **Повышение конкурентоспособности**

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

12

# Квалификация

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



“

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

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий** 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 Высший менеджмент креативных индустрий**.

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 Высший менеджмент креативных индустрий

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

Профессиональная магистерская  
специализация

Высший менеджмент  
креативных индустрий