

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент цифровых  
компаний



## Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент цифровых компаний

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

# Оглавление

01	02	03	04
Добро пожаловать	Почему стоит учиться в TESH?	Почему именно наша программа?	Цели
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>стр. 4</i>	<i>стр. 6</i>	<i>стр. 10</i>	<i>стр. 14</i>
	05	06	07
	Компетенции	Структура и содержание	Методология
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>стр. 20</i>	<i>стр. 26</i>	<i>стр. 42</i>
	08	09	10
	Профиль наших учащихся	Руководство курса	Влияние на карьеру
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>стр. 50</i>	<i>стр. 54</i>	<i>стр. 62</i>
			11
			Квалификация
			<hr/>
			<i>стр. 66</i>

# 01

# Добро пожаловать

Интернет вошел в нашу жизнь, перевернув все сферы и отрасли, становясь все более важным в нашей повседневной жизни. При таком сценарии компании, независимо от сектора, к которому они принадлежат, должны отдавать предпочтение цифровизации. В компаниях существует множество процессов, которые уже компьютеризированы, что не только ускоряет время, но и играет важную роль в обеспечении безопасности. Кроме того, пользователи все больше и больше привыкают к проведению многочисленных операций в Интернете. Все это изменило способ управления компаниями, поэтому необходимо иметь профессионалов, адаптированных к новым технологиям и обладающих достаточным потенциалом для управления цифровыми компаниями. Эта программа в области высшего менеджмента цифровых компаний была создана для того, чтобы обучить вас управлению и руководству онлайн-компаниями. Качественный и обновляемый основными новыми данными контент - это основы, которые позволят вам добиться успеха.



Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний.  
TECH Технологический университет



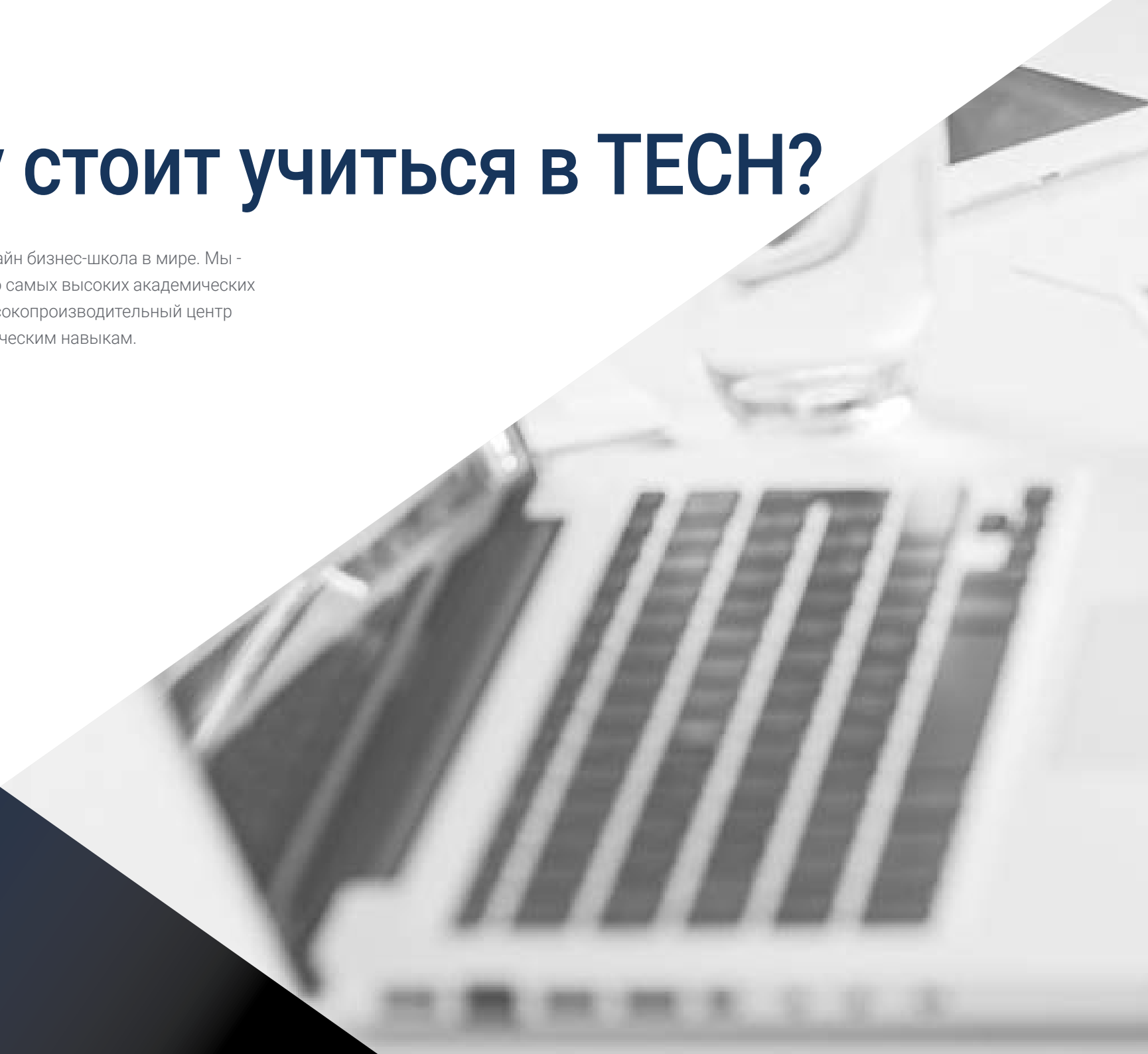
“

*Познакомьтесь с особенностями цифрового бизнеса и добейтесь успеха в своей компании”*

02

# Почему стоит учиться в ТЕСН?

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



“

*Мы представляем собой передовой технологический университет и предлагаем вам все наши ресурсы, чтобы помочь вам добиться 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 от 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 из разных стран принимают участие в образовании 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 по окончании этой программы.



### Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в мультикультурном 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 ученика, 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 постдипломного образования) 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 10000 университетских последипломных программ. А в новой экономике **объем + технология = разрушительная 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, 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 представляют 20 различных национальностей.



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

03

# Почему именно наша программа?

Прохождение программы TESH означает увеличить шансы на достижение профессионального успеха в области делового менеджмента.

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



“

*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 определяющий импульс 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 вашей 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 узнать, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

*Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.*

03

### Укрепить знания студента в сфере управления бизнесом на высшем уровне

Обучение в TECH означает открытие дверей в профессиональную область, в которой студенты смогли позиционировать себя в качестве менеджеров 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, которые разделяют те же заботы и желание расти. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

*Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.*

06

### Разрабатывать свои бизнес-проекты 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 *софт-скиллы* и управленческие навыки

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 известных преподавателей.*

# 04

## Цели

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



“

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

Ваши цели - это наши цели.

Мы работаем вместе, чтобы помочь вам их достичь.

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний научит вас:

01

Разрабатывать стратегии по созданию новых возможностей на существующих рынках

04

Руководить процессами изменений в компании на основе цифровизации

02

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

03

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

05

Определять изменения, необходимые для совершенствования управления и направления деятельности компании, исходя из ориентации стратегии на цифровую среду





06

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

08

Развить управленческие навыки и знания, необходимые для технологического лидерства в организации

09

Внедрять модели стратегического управления ИТ интегрированные и согласованные с корпоративной стратегией и управлением

07

Оценить состояние, позиционирование и развитие информационных технологий в бизнес-среде

10

Внедрять методы систематизации процессов технологических инноваций, связанных с потребностями компании



11

Развивать управленческую деятельность, связанную с информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ) и средой НИОКР и ИИ

12

Участвовать в проектах, связанных с управлением ИКТ и развитием инноваций и исследований

13

Анализировать социальную и экономическую среду, окружающую управление ИКТ и инновации

14

Применять этические, законодательные и этические рамки для специалистов в области ИКТ и управления ИКТ

15

Разрабатывать методологии управления ИТ-проектами, контролируя качество процессов и продукции

16

Структурировать бизнес-модель на основе электронной коммерции

17

Открывать для себя новые цифровые инструменты для привлечения клиентов и укрепления вашего бренда

20

Успешно руководить частично или полностью цифровыми командами по продажам и маркетингу

18

Разрабатывать методы и стратегии в цифровой среде, связанные с маркетингом, продажами и коммуникациями, для создания каналов привлечения и удержания пользователей

21

Оптимально управлять цифровыми поставщиками с возможностью выбора, контроля и эффективного спроса

19

Понимать новую парадигму цифровых коммуникаций

22

Разработать надежный и всеобъемлющий план цифрового маркетинга для организации

05

# Компетенции

После прохождения аттестации по программе Профессиональной магистерской специализации в области высшего менеджмента цифровых компаний специалист приобретет необходимые навыки для качественной и современной практической деятельности, основанной на самой инновационной дидактической методологии.



“

Научитесь стратегически  
управлять цифровой компанией  
после прохождения этой  
Профессиональной магистерской  
специализации высокого уровня”

01

Контролировать и управлять корпоративными финансами

02

Разрабатывать корпоративную и конкурентную стратегию компании

03

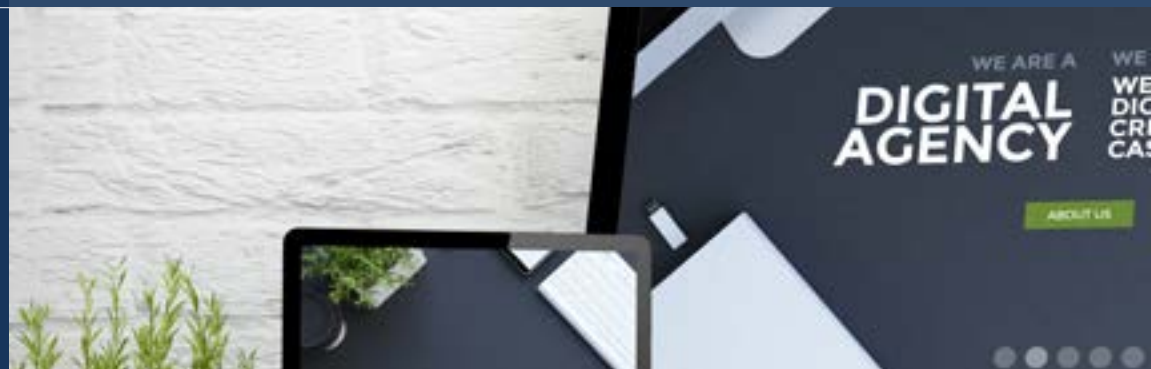
Применять различные бизнес-модели, основанные на цифровой эпохе

04

Применять инновационные методы в разработке и управлении проектами

05

Применять методы электронной коммерции



06

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

08

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

09

Использовать новые цифровые тенденции в рамках разработки новых продуктов

07

Использовать социальные сети как незаменимый инструмент для повышения узнаваемости компании

10

Возглавить компанию, специализирующуюся на ИТ-проектах, с акцентом на управление командой и проектами



11

Внедрять наиболее подходящие информационные системы и технологии в компании

12

Осуществлять правильное стратегическое планирование для достижения целей компании

13

Применять основные принципы бережливого управления

14

Понимать значимость аудитов и сертификации в НИОКР

15

Искать и разрабатывать оптимальный пользовательский опыт с помощью информационных технологий





16

Внедрять соответствующую стратегию для правильного развития цифровой компании

18

Создавать и вести стратегию цифрового маркетинга, которая позволит правильно позиционировать вашу компанию на фоне конкурентов

19

Применять количественные и качественные инструменты исследования рынка

17

Глубоко ознакомиться с меняющимися вкусами и методами покупки потребителей и адаптировать бизнес к их потребностям

20

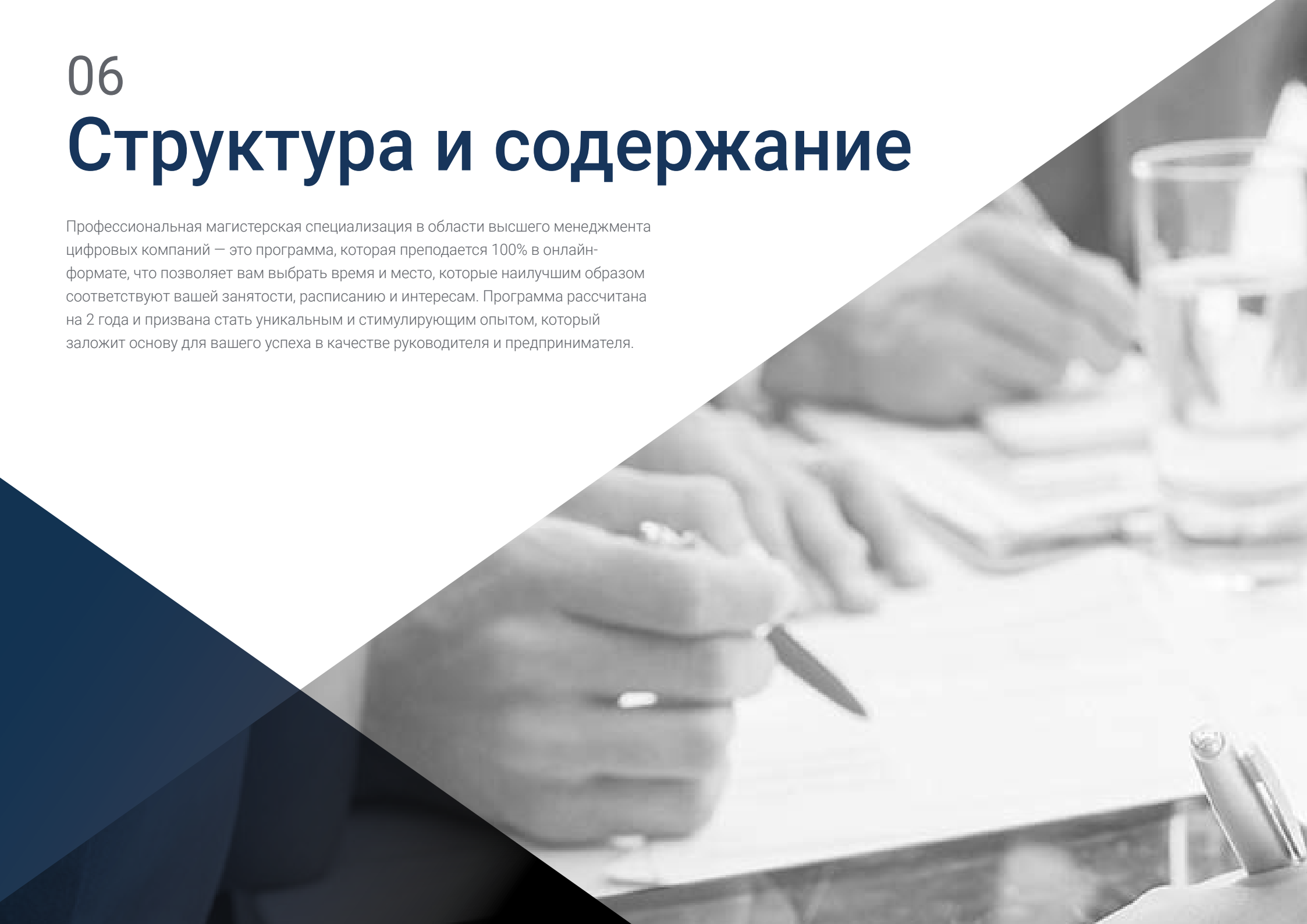
Подробно изучить платформы электронной коммерции, основные методы в этой области и необходимые логистические операции, а также другую специфическую информацию по данному сектору



06

# Структура и содержание

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний — это программа, которая преподается 100% в онлайн-формате, что позволяет вам выбрать время и место, которые наилучшим образом соответствуют вашей занятости, расписанию и интересам. Программа рассчитана на 2 года и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве руководителя и предпринимателя.



“

*Наша учебная программа была стратегически разработана с целью обеспечить вам глубокое понимание цифровой компании, которое позволит вам управлять онлайн-бизнесом стратегически”*

## Учебный план

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний TECH Технологического университета — это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению проблем и принятию бизнес-решений на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 3000 часов обучения вы будете анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, что позволит вам получить глубокие знания, которые пригодятся в вашей повседневной практике. Таким образом вы сможете погрузиться в реальные деловые ситуации.

Эта Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний углубленно рассматривает различные сферы деятельности компании и предназначена для менеджеров,

чтобы понять управление цифровым бизнесом со стратегической, международной и инновационной точки зрения.

План, разработанный и ориентированный на ваше профессиональное совершенствование, который подготовит вас к достижению превосходства 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 даст вам навыки решения критических ситуаций творческим и эффективным способом.

Эта программа рассчитана на 2 года и состоит из 21 модулей:

- Модуль 1.** Конкурентная среда и стратегия
- Модуль 2.** Инновации и предпринимательство
- Модуль 3.** Цифровой маркетинг и маркетинг электронной коммерции
- Модуль 4.** Цифровая коммуникация и онлайн-репутация
- Модуль 5.** Производительность и входящий маркетинг
- Модуль 6.** Веб-аналитика и маркетинговая аналитика
- Модуль 7.** Инновации, электронная логистика и технологии в цепочке поставок
- Модуль 8.** Мобильная электронная коммерция
- Модуль 9.** Новые цифровые тенденции
- Модуль 10.** Управление талантами и управленческие навыки
- Модуль 11.** Технологическое направление

<b>Модуль 12.</b>	Стратегическое планирование и управление проектами ИТ
<b>Модуль 13.</b>	Управление инновациями
<b>Модуль 14.</b>	Системы информационной безопасности
<b>Модуль 15.</b>	Стратегия цифрового бизнеса
<b>Модуль 16.</b>	Стратегия цифрового маркетинга
<b>Модуль 17.</b>	Маркетинг в поисковых системах и <i>поисковая оптимизация (SEO)</i>
<b>Модуль 18.</b>	<i>Поисковый маркетинг (SEM)</i>
<b>Модуль 19.</b>	Оптимизация конверсии
<b>Модуль 20.</b>	Дизайн, юзабилити и пользовательский опыт
<b>Модуль 21.</b>	<i>Наука о данных и большие данные</i>

### 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 учебным временем.

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

**Модуль 1. Конкурентная среда и стратегия**

**1.1. Глобальное экономическое окружение**

- 1.1.1. Основы глобальной экономики
- 1.1.2. Глобализация компании и финансовые рынки
- 1.1.3. Предпринимательство и новые рынки

**1.2. Корпоративные финансы**

- 1.2.1. Финансовая политика и экономический рост
- 1.2.2. Методы оценки стоимости компании
- 1.2.3. Структура капитала и финансовый рычаг

**1.3. Экономический анализ решений**

- 1.3.1. Бюджетный контроль
- 1.3.2. Анализ конкуренции. Сравнительный анализ
- 1.3.3. Принятие решений. Инвестиции в бизнес или отказ от них

**1.4. Информационные системы и технологии в бизнесе**

- 1.4.1. Эволюция ИТ-модели
- 1.4.2. Организация и отдел информационных технологий
- 1.4.3. Информационные технологии и экономическая среда

**1.5. Корпоративная стратегия и технологическая стратегия**

- 1.5.1. Создание стоимости для клиентов и акционеров
- 1.5.2. Стратегические решения в области ИБ/ИТ
- 1.5.3. Корпоративная стратегия в сравнении с технологической и цифровой стратегией

**1.6. Информационные системы для принятия решений**

- 1.6.1. *Бизнес-аналитика*

- 1.6.2. *Хранилище данных*
- 1.6.3. BSC или сбалансированная система показателей

**1.7. Цифровая стратегия**

- 1.7.1. Технологическая стратегия и ее влияние на цифровые инновации
- 1.7.2. Стратегическое планирование ИТ
- 1.7.3. Стратегия и Интернет

**1.8. Бизнес-модели на основе Интернета**

- 1.8.1. Анализ созданных компаний в технологическом секторе
- 1.8.2. Системы генерации бизнес-моделей
- 1.8.3. Анализ инновационных бизнес-моделей в традиционных секторах
- 1.8.4. Анализ инновационных бизнес-моделей в Интернете

**1.9. Системы совместной работы предприятий на базе Интернета**

- 1.9.1. Системы управления клиентами: CRM
- 1.9.2. Системы управления цепочками поставок
- 1.9.3. Система электронной коммерции

**1.10. Социальный бизнес**

- 1.10.1. Стратегическое видение Веб 2.0 и его проблемы

- 1.10.2. Возможности конвергенции и тенденции развития ИКТ
- 1.10.3. Как сделать Веб 2.0 и социальные сети прибыльными
- 1.10.4. Мобильность и цифровой бизнес

**Модуль 2. Инновации и предпринимательство****2.1. Проектное мышление**

- 2.1.1. Стратегия голубого океана
- 2.1.2. Совместные инновации
- 2.1.3. Открытые инновации

**2.2. Стратегическая инновационная разведка**

- 2.2.1. Технологическое наблюдение

- 2.2.2. Технологическое прогнозирование

- 2.2.3. Кулхантинг

**2.3. Предпринимательство и инновации**

- 2.3.1. Стратегии поиска возможностей для бизнеса
- 2.3.2. Оценка реализуемости новых проектов
- 2.3.3. Системы управления инновациями

- 2.3.4. Мягкие навыки предпринимателя

**2.4. Управление стартапами**

- 2.4.1. Введение в финансовый менеджмент в начинающих компаниях
- 2.4.2. Финансовые показатели для стартапов
- 2.4.3. Финансовое планирование: модели прогнозирования и их интерпретация
- 2.4.4. Методы оценки

- 2.4.5. Правовые вопросы

**2.5. Бизнес-план**

- 2.5.1. Бизнес-план в цифровую эпоху
- 2.5.2. Бизнес-модель *Canvas*
- 2.5.3. Модель ценностного предложения
- 2.5.4. Содержание и презентация

**2.6. Управление проектами**

- 2.6.1. Гибкая разработка

- 2.6.2. Бережливое управление в стартапах

- 2.6.3. Отслеживание проектов и управление проектами

**2.7. Фазы роста начинающей компании**

- 2.7.1. Фаза посева

- 2.7.2. Фаза стартапа

- 2.7.3. Фаза роста

- 2.7.4. Фаза консолидации

**2.8. Финансирование стартапов**

- 2.8.1. Банковское финансирование

- 2.8.2. Субсидии

- 2.8.3. Посевной капитал и акселераторы.

- Бизнес-ангелы*

- 2.8.4. Венчурный капитал IPO

- 2.8.5. *Партнерство государства и частного сектора*

**2.9. Национальные и международные институты венчурного и****посевого капитала**

- 2.9.1. Государственные учреждения: CDTI, ENISA

- 2.9.2. Международные организации венчурного капитала

- 2.9.3. Частные инвесторы: Caixa Capital Risc. *Bstartup*

- 2.9.4. FOND-ICO Global

- 2.9.5. Акселераторы: Wayra, Lanzadera и *Plug & Play*

**2.10. Бережливое управление**

- 2.10.1. Основные принципы бережливого менеджмента

- 2.10.2. Группы совершенствования и решения проблем

- 2.10.3. Новые формы технического обслуживания и управления качеством

### Модуль 3. Цифровой маркетинг и маркетинг электронной коммерции

<p><b>3.1. Управление цифровой электронной коммерцией</b></p> <p>3.1.1. Новые бизнес-модели электронной коммерции</p> <p>3.1.2. Планирование и разработка стратегического плана электронного бизнеса</p> <p>3.1.3. Технологическая структура в электронной коммерции</p>	<p><b>3.2. Операции и логистика в электронной коммерции</b></p> <p>3.2.1. Как управлять процессом фулфилмент</p> <p>3.2.2. Цифровое управление точками продаж</p> <p>3.2.3. Управление контактными центром</p> <p>3.2.4. Автоматизация в управлении и мониторинге процессов</p>	<p><b>3.3. Внедрение методов электронной коммерции</b></p> <p>3.3.1. Социальные медиа и интеграция в план электронной коммерции</p> <p>3.3.2. Мультиканальная стратегия</p> <p>3.3.3. Персонализация приборных панелей</p> <p><b>3.4. Цифровое ценообразование</b></p> <p>3.4.1. Методы и шлюзы онлайн-платежей</p> <p>3.4.2. Электронные промоакции</p>	<p>3.4.3. Цифровая синхронизация цен</p> <p>3.4.4. Электронные акции</p> <p><b>3.5. От электронной коммерции к мобильной коммерции и совместной коммерции</b></p> <p>3.5.1. Бизнес-модели электронных торговых площадок</p> <p>3.5.2. Совместная коммерция (s-Commerce) и</p>
<p>опыт бренда</p> <p>3.5.3. Покупки с помощью мобильных устройств</p> <p><b>3.6. Клиентская аналитика: от e-CRM к s-CRM</b></p> <p>3.6.1. Интеграция потребителей в цепочку создания стоимости</p> <p>3.6.2. Онлайн-исследования и методы повышения лояльности</p>	<p>3.6.3. Планирование стратегии управления взаимоотношениями с клиентами</p> <p><b>3.7. Торговый цифровой маркетинг</b></p> <p>3.7.1. Перекрестный мерчандайзинг</p> <p>3.7.2. Разработка и управление кампаниями Facebook Ads</p> <p>3.7.3. Разработка и управление кампаниями Google Adwords</p>	<p><b>3.8. Маркетинг онлайн для электронной коммерции</b></p> <p>3.8.1. Входящий маркетинг</p> <p>3.8.2. Дисплей и программная покупка</p> <p>3.8.3. План коммуникации</p>	

### Модуль 4. Цифровая коммуникация и онлайн-репутация

<p><b>4.1. Веб 2.0 или социальная паутина</b></p> <p>4.1.1. Организация в эпоху разговоров</p> <p>4.1.2. Веб 2.0 - это люди</p> <p>4.1.3. Цифровая среда и новые форматы коммуникации</p> <p><b>4.2. Коммуникация и цифровая репутация</b></p>	<p>4.2.1. Отчет о репутации в Интернете</p> <p>4.2.2. Нетикет и лучшие практики в социальных сетях</p> <p>4.2.3. Брендинг и нетворкинг 2.0</p> <p><b>4.3. Разработка и планирование плана создания онлайн-репутации</b></p>	<p>4.3.1. Обзор основных социальных сетей в Испании</p> <p>4.3.2. План по улучшению репутации бренда</p> <p>4.3.3. Общие метрики, ROI и социальный CRM</p> <p>4.3.4. Онлайн кризис и репутационное SEO</p> <p><b>4.4. Общие платформы, профессиональные платформы и микроблоги</b></p>	<p>4.4.1. Facebook</p> <p>4.4.2. LinkedIn</p> <p>4.4.3. Twitter</p> <p><b>4.5. Платформы для видео, изображений и мобильности</b></p> <p>4.5.1. YouTube</p> <p>4.5.2. Instagram</p> <p>4.5.3. Flickr</p>
<p>4.5.4. Vimeo</p> <p>4.5.5. Pinteres</p> <p><b>4.6. Контент-стратегия и сторителлинг</b></p> <p>4.6.1. Корпоративный блогинг</p> <p>4.6.2. Стратегия контент-маркетинга</p> <p>4.6.3. Создание контент-плана</p>	<p>4.6.4. Стратегия курирования контента</p> <p><b>4.7. Стратегии в социальных сетях</b></p> <p>4.7.1. Корпоративные связи с общественностью и социальные медиа</p> <p>4.7.2. Определение стратегии, которой следует придерживаться в каждом средстве массовой информации</p> <p>4.7.3. Анализ и оценка результатов</p>	<p><b>4.8. Управление сообществом</b></p> <p>4.8.1. Роли, задачи и обязанности комьюнити-менеджера</p> <p>4.8.2. Менеджер социальных сетей</p> <p>4.8.3. Стратегия социальных сетей</p>	
<p><b>4.9. План социальных сетей</b></p> <p>4.9.1. Разработка плана социальных сетей</p> <p>4.9.2. График, бюджет, ожидания и мониторинг</p> <p>4.9.3. Протокол действий в чрезвычайных ситуациях в случае кризиса</p>	<p><b>4.10. Инструменты мониторинга онлайн</b></p> <p>4.10.1. Инструменты управления и настольные приложения</p> <p>4.10.2. Инструменты мониторинга и опроса</p>		



**Модуль 5. Производительность и входящий маркетинг****5.1. Разрешительный маркетинг**

- 5.1.1. Как получить разрешение пользователя
- 5.1.2. Персонализация сообщения
- 5.1.3. Подтверждение по почте или Doble Opt-in

**5.2. Стратегия и техника**

- 5.5.1. Списки подписчиков, лидов и клиентов
- 5.5.2. Инструменты и ресурсы для маркетинга электронной почты
- 5.5.3. Онлайн-копирайтинг для маркетинговых кампаний электронной почты

**5.6. Показатели маркетинга электронной почты**

- 5.10.2. *Выращивание лидеров и автоматизация маркетинга*

**производительности**

- 5.2.1. Маркетинг производительности: результаты
- 5.2.2. Цифровой медиамикс
- 5.2.3. Значимость воронки продаж

**5.3. Разработка кампаний по**

- 5.6.1. Метрики списка
- 5.6.2. Показатели *новостной рассылки*
- 5.6.3. Показатели конверсии

**5.7. Входящий маркетинг**

- 5.7.1. Эффективный входящий маркетинг
- 5.7.2. Преимущества входящего маркетинга
- 5.7.3. Определение успешности входящего

**расширению членства**

- 5.3.1. Агентства и партнерские программы
- 5.3.2. *Постпросмотр*
- 5.3.3. Разработка программ аффилирования
- 5.3.4. Оптимизация показов и кампаний
- 5.4. **Запуск партнерской программы**

**5.8. Целевые исследования**

- 5.8.1. *Моделирование потребительских намерений и персоны покупателя*
- 5.8.2. *Разработка карт пути клиента*
- 5.8.3. *Контент-стратегия*

- 5.4.1. Аффилированные сети и прямая аффилированность
- 5.4.2. Мониторинг и анализ результатов
- 5.4.3. Контроль мошенничества

**5.5. Разработка кампаний по электронной почте****5.9. Оптимизация контента**

- 5.9.1. Оптимизация контента для поисковых систем
- 5.9.2. Создание контента
- 5.9.3. Динамизация контента

**5.10. Конверсия**

- 5.10.1. *Привлечение лидеров и CRO*

**Модуль 6. Веб-аналитика и маркетинговая аналитика****6.1. Веб-аналитика**

- 6.6.1. Основы веб-аналитики
- 6.6.2. Классические vs. цифровые медиа
- 6.6.3. Базовая методология веб-аналитики

**6.2. Аналитика Google**

- 6.2.1. Настройка учетной записи
- 6.2.2. *Отслеживание API Javascript*
- 6.2.3. Настраиваемые отчеты и сегменты

**6.3. Качественный анализ**

- 6.3.1. Методы исследования, применяемые в веб-аналитике
- 6.3.2. *Путешествие клиента*
- 6.3.3. *Воронка покупки*

**6.4. Цифровые метрики**

- 6.4.1. Основные метрики
- 6.4.2. Коэффициенты
- 6.4.3. Установление целей и KPI

**6.5. Области анализа стратегии**

- 6.5.1. Приобретение трафика
- 6.5.2. Активация
- 6.5.3. Конверсия
- 6.5.4. Лояльность

**6.6. Наука о данных и большие****данные**

- 6.6.1. *Бизнес-аналитика*
- 6.6.2. Методология и анализ больших объемов данных
- 6.6.3. Извлечение, обработка и загрузка данных

**6.7. Визуализация данных**

- 6.7.1. Визуализация и интерпретация *приборных панелей*
- 6.7.2. Преобразование данных в ценность
- 6.7.3. Интеграция источников
- 6.7.4. Ведение отчетности

**6.8. Инструменты веб-аналитики**

- 6.8.1. Технологическая основа инструмента AW
- 6.8.2. *Logs и Tags*
- 6.8.3. Основная и *ad hoc* маркировка

Модуль 7. Инновации, электронная логистика технологии в цепочке поставок

<p><b>7.1. Инженерия процессов и проектирование продукции</b></p> <p>7.1.1. Инновационные стратегии 7.1.2. Открытые инновации 7.1.3. Организация и инновационные культуры 7.1.4. Многофункциональное оборудование</p> <p><b>7.2. Запуск и индустриализация новых продуктов</b></p>	<p>7.2.1. Разработка новых продуктов 7.2.2. <i>Бережливый дизайн</i> 7.2.3. Индустриализация новых продуктов 7.2.4. Производство и сборка</p> <p><b>7.3. Управление цифровой электронной коммерцией</b></p> <p>7.3.1. Новые бизнес-модели <i>электронной коммерции</i> 7.3.2. Планирование и разработка</p>	<p>стратегического плана электронной коммерции 7.3.3. Технологическая структура в <i>электронной коммерции</i></p> <p><b>7.4. Операции и логистика в электронной коммерции</b></p> <p>7.4.1. Цифровое управление точками продаж 7.4.2. <i>Управление контактными центрами</i> 7.4.3. Автоматизация в управлении и</p>	<p>мониторинге процессов</p> <p><b>7.5. Электронная логистика. B2C и B2B</b></p> <p>7.5.1. Электронная логистика 7.5.2. B2C: <i>Электронный фулфилмент</i>, последняя миля 7.5.3. Бизнес для бизнеса: <i>Электронные закупки. Market Places</i></p>
<p><b>7.6. Цифровое ценообразование</b></p> <p>7.6.1. Методы и шлюзы онлайн-платежей 7.6.2. Электронные промоакции 7.6.3. Цифровая синхронизация цен 7.6.4. <i>Электронные акции</i></p> <p><b>7.7. Правовые аспекты электронной коммерции</b></p>	<p>7.7.1. Законодательство ЕС и Испании 7.7.2. Защита данных 7.7.3. Налоговые аспекты <i>электронной коммерции</i> 7.7.4. Общие положения и условия продажи</p> <p><b>7.8. Склад электронной коммерции</b></p> <p>7.8.1. Особенности склада <i>электронной коммерции</i></p>	<p>7.8.2. Дизайн и планирование складских помещений 7.8.3. Инфраструктура. Стационарное и мобильное оборудование 7.8.4. Зонирование и местоположение</p> <p><b>7.9. Дизайн интернет-магазина</b></p> <p>7.9.1. Дизайн и юзабилити 7.9.2. Наиболее распространенные</p>	<p>функциональные возможности</p> <p>7.9.3. Технологические альтернативы</p> <p><b>7.10. Управление цепями поставок и тенденции будущего</b></p> <p>7.10.1. Будущее <i>электронного бизнеса</i> 7.10.2. Реальность сегодня и будущее <i>электронной коммерции</i></p>
<p>7.10.3. Операционные модели SC для глобальных предприятий</p>			

**Модуль 8. Мобильная электронная коммерция**

<b>8.1. Мобильный маркетинг</b>	системы	8.3.3. Мобильная геолокация	8.4.4. ASO, привлечение и удержание мобильных пользователей
8.1.1. Новые привычки потребления и мобильности	8.2.3. Мобильные приложения и онлайн-приложения	8.3.4. Дополненная реальность	<b>8.5. Пользовательский интерфейс и опыт покупок</b>
8.1.2. Модель SoLoMo	8.2.4. Датчики и интеграция с физическим миром	<b>8.4. Поведение пользователей мобильных устройств</b>	8.5.1. Правила и платформы мобильной коммерции
8.1.3. 4П маркетинг-микс в мобильности	<b>8.3. Тенденции в мобильном маркетинге</b>	8.4.1. Новые привычки поиска на мобильных устройствах	8.5.2. Омниканал
<b>8.2. Мобильные технологии</b>	8.3.1. Мобильная публикация	8.4.2. Мультиэкран	8.5.3. Мобильный и бесконтактный маркетинг
8.2.1. Мобильные операторы	8.3.2. Адвергейминг и геймификация	8.4.3. Мобильные устройства как фактор покупки	8.5.4. Разрыв между потребителем и
8.2.2. Мобильные устройства и операционные			<b>социальных медиа</b>
8.5.5. Менеджеры контента для мобильной коммерции	8.7. Мобильные платежи	8.8.1. Методологии измерения и анализа мобильных устройств	8.10.1. Мобильная интеграция в социальных сетях
<b>8.6. Приложения и покупки</b>	8.7.1. Цепочка создания стоимости и бизнес-модели мобильных методов оплаты	8.8.2. Мобильные метрики: основные KPI	8.10.2. Мобильность, взаимоотношения, повсеместность и публичность
8.6.1. Дизайн приложений для мобильной коммерции	8.7.2. Ключи к улучшению UX для мобильных платежей	8.8.3. Анализ рентабельности	8.10.3. Facebook Places
8.6.2. Магазин приложений	8.7.3. Стратегии позиционирования на рынке мобильных платежей	8.8.4. Мобильная аналитика	8.10.4. Геолокация, мобильные каталоги, рекомендации онлайн и покупки
8.6.3. Маркетинг приложений для повышения лояльности клиентов	8.7.4. Управление мошенничеством	<b>8.9. Мобильная коммерция</b>	
8.6.4. Маркетинг приложений для электронной	<b>8.8. Мобильная аналитика</b>	8.9.1. Услуги	
		8.9.2. Приложения	
		8.9.3. Мобильные социальные покупки	
		<b>8.10. Мобильные приложения в</b>	

**Модуль 9. Новые цифровые тенденции**

<b>9.1. Интернет вещей</b>	9.2.1. Методы геймификации бизнеса	9.3.1. Отраслевое применение	искусственном интеллекте
9.1.1. Видения и задачи	9.2.2. Концепция дизайна геймификации	9.3.2. Бизнес-модели	9.4.2. Информированный метод поиска
9.1.2. Ключевые технологии	9.2.3. Механизмы функционирования и мотивации	9.3.3. Новые профессии	9.4.3. Методы вывода в правилах
9.1.3. Новаторские проекты	9.2.4. Преимущества и окупаемость инвестиций	<b>9.4. Искусственный интеллект</b>	9.4.4. Семантические сети
<b>9.2. Геймификация</b>	<b>9.3. Большие данные</b>	9.4.1. Методологические аспекты в	<b>9.5. Робототехника</b>
9.5.1. Морфология робота	9.6.1. Моделирование DEVS	9.7.1. Электронная подпись	9.8.3. Искусственное зрение
9.5.2. Математические инструменты для пространственной локализации	9.6.2. Моделирование случайных вводов	9.7.2. Электронный сертификат	9.8.4. Дополненная реальность
9.5.3. Кинематическое управление	9.6.3. Генерация случайных записей	9.7.3. Шифрование данных	
9.5.4. Критерии для внедрения промышленного робота	9.6.4. Разработка экспериментов и оптимизация	9.7.4. Практическое применение криптографии	
<b>9.6. Моделирование и имитация</b>	<b>9.7. Внедрение криптографии в технологические проекты</b>	<b>9.8. Другие тенденции</b>	
		9.8.1. Принтеры 3D	
		9.8.2. Дроны	

## Модуль 10. Управление талантами и управленческие навыки

### 10.1. Развитие управленческих компетенций

- 10.1.1. Лидерство
- 10.1.2. Эмоциональный интеллект
- 10.1.3. Организация: области, процессы и проекты

### 10.2. Управление талантами как конкурентное преимущество

- 10.2.1. Ключи к позитивному менеджменту
- 10.2.2. Карта талантов в организации
- 10.2.3. Стоимость и добавленная стоимость

### 10.3. Управление командами

- 10.3.1. Развитие высокоэффективных команд
- 10.3.2. Роли людей в группах
- 10.3.3. Личностные факторы и мотивация для успешной работы
- 10.3.4. Создание высокоэффективной команды

### 10.4. Организационные системы и изменения

- 10.4.1. Процесс трансформации
- 10.4.2. Предвидение и действие
- 10.4.3. Организационное обучение
- 10.4.4. Сопrotивление изменению

### 10.5. Направление и мотивация

- 10.5.1. Природа мотивации
- 10.5.2. Теория ожиданий
- 10.5.3. Теории потребностей
- 10.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

### 10.6. Инновация в управлении талантом и людьми

- 10.6.1. Модели стратегического управления талантами
- 10.6.2. Выявление, обучение и развитие талантов
- 10.6.3. Лояльность и удержание
- 10.6.4. Проактивность и инновации

## Модуль 11. Технологическое направление

### 11.1. Информационные системы и технологии в бизнесе

- 11.1.1. Эволюция ИТ-модели
- 11.1.2. Организация и отдел информационных технологий
- 11.1.3. Информационные технологии и экономическая среда

- 11.2.1. Восприятие добавленной стоимости для бизнеса
- 11.2.2. Уровень зрелости стратегии
- 11.2.3. Управление ИТ и корпоративное управление

### 11.3. Развитие управленческого потенциала

- 11.3.1. Функция управления и

- управленческие роли
- 11.3.2. Роль ИТ-директора в компании
- 11.3.3. Видение и миссия директора по ИТ
- 11.3.4. Электронное лидерство и целостный инновационный менеджмент

### 11.4. Реляционный и политический потенциал

- 11.4.1. Руководящие комитеты

- 11.4.2. Влияние
- 11.4.3. *Заинтересованные стороны*
- 11.4.4. Управление конфликтами

### 11.5. Корпоративная стратегия и технологическая стратегия

- 11.5.1. Создание стоимости для клиентов и акционеров
- 11.5.2. Стратегические решения в области ИС/ИТ

- 11.5.3. Корпоративная стратегия в сравнении с технологической и цифровой стратегией

показателей

### 11.6. Информационные системы для принятия решений

- 11.6.1. *Бизнес-аналитика*
- 11.6.2. *Хранилище данных*
- 11.6.3. BSC или сбалансированная система

**Модуль 12. Стратегическое планирование и управление проектами ИТ**

<p><b>12.1. Процесс стратегического планирования</b></p> <p>12.1.1. Фазы плана 12.1.2. Концептуальный обзор 12.1.3. Организация работы</p> <p><b>12.2. Понимание стратегии бизнеса</b></p> <p>12.2.1. Потребности в информации</p>	<p>12.2.2. Карта процесса 12.2.3. Устремления или приоритеты бизнеса</p> <p><b>12.3. Анализ текущего состояния ИС/ИТ</b></p> <p>12.3.1. Анализ уровня ресурсов и расходов/инвестиций 12.3.2. Анализ воспринимаемого качества 12.3.3. Анализ приложений и инфраструктур</p>	<p>12.3.4. Анализ окружающей среды и конкурентов</p> <p><b>12.4. Формулировка стратегии</b></p> <p>12.4.1. Стратегические стремления и направления плана 12.4.2. Целевая модель ИС/ИТ 12.4.3. Стратегические инициативы 12.4.4. Последствия плана</p>	<p><b>12.5. План реализации</b></p> <p>12.5.1. Подход к реализации 12.5.2. План проекта</p> <p><b>12.6. Проекты в области информационных систем</b></p> <p>12.6.1. Планирование ИТ-проектов 12.6.2. Мониторинг и закрытие проекта 12.6.3. Стратегии управления проектами</p>
<p><b>12.7. Управление технологическими ресурсами</b></p> <p>12.7.1. Технологическое предложение 12.7.2. Управление временем и затратами 12.7.3. Управление проектами Agile и продуктивность</p> <p><b>12.8. Бережливое производство в ИТ</b></p>	<p>12.8.1. <i>Lean IT and Lean Thinking</i> 12.8.2. Основные принципы бережливого управления 12.8.3. Группы совершенствования и решения проблем 12.8.4. Формы технического обслуживания и управления качеством</p>		

**Модуль 13. Управление инновациями**

<p><b>13.1. Креативное мышление: инновации</b></p> <p>13.1.1. Инновации в технологической компании 13.1.2. Техники, способствующие развитию креативности 13.1.3. Процесс разработки концепции инновационных идей</p>	<p><b>13.2. Инженерия процессов и проектирование продукции</b></p> <p>13.2.1. Инновационные стратегии 13.2.2. Открытые инновации 13.2.3. Организация и инновационные культуры 13.2.4. Многофункциональное оборудование</p> <p><b>13.3. Запуск и индустриализация</b></p>	<p><b>новых продуктов</b></p> <p>13.3.1. Разработка новых продуктов 13.3.2. <i>Бережливый дизайн</i> 13.3.3. Индустриализация новых продуктов 13.3.4. Производство и сборка</p> <p><b>13.4. Системы управления НИОКР</b></p>	<p>13.4.1. Требования к системе управления НИОКР 13.4.2. Линия действия, деятельность, процесс и процедура 13.4.3. Рекомендуемая структура для управления НИОКР</p> <p><b>13.5. Аудит и сертификация НИОКР</b></p>
<p>13.5.1. Основные принципы аудита НИОКР 13.5.2. Этапы аудита НИОКР 13.5.3. Сертификация в области НИОКР 13.5.4. Сертификация систем управления НИОКР</p> <p><b>13.6. Инструменты для управления НИОКР</b></p> <p>13.6.1. Диаграмма причинно-следственных</p>	<p>связей для НИОКР 13.6.2. Взвешенный отбор для НИОКР 13.6.3. Диаграмма Парето для НИОКР 13.6.4. Матрица приоритетов для НИОКР</p> <p><b>13.7. Применение бенчмаркинга в НИОКР</b></p> <p>13.7.1. Виды <i>бенчмаркинга</i></p>	<p>13.7.2. Процесс <i>бенчмаркинга</i> в НИОКР 13.7.3. Методология процесса <i>бенчмаркинга</i> применительно к НИОКР 13.7.4. <i>Преимущества</i> бенчмаркинга</p> <p><b>13.8. Реинжиниринг для радикального обновления бизнес-процессов компании</b></p>	<p>13.8.1. Истоки и эволюция реинжиниринга процессов 13.8.2. Цели реинжиниринга 13.8.3. Правильный подход к реинжинирингу</p> <p><b>13.9. Руководство и управление проектами НИОКР</b></p> <p>13.9.1. Элементы, составляющие проект НИОКР</p>
<p>13.9.2. Наиболее значимые этапы проекта НИОКР 13.9.3. Процессы управления проектами НИОКР</p> <p><b>13.10. Управление качеством в проектах НИОКР</b></p> <p>13.10.1. Система менеджмента качества в</p>	<p>проектах НИОКР 13.10.2. Планы качества в проектах НИОКР 13.10.3. Содержание плана качества для проектов НИОКР</p>		

## Модуль 14. Системы информационной безопасности

### 14.1. Введение в информационную безопасность

- 14.1.1. Типы атак на компьютерную систему
- 14.1.2. Меры по обеспечению безопасности компьютерной системы
- 14.1.3. План управления рисками, план обеспечения безопасности и план действий на случай непредвиденных обстоятельств

### 14.2. Безопасность в компьютерных сетях

- 14.2.1. Угрозы в сети
- 14.2.2. Компьютерные вирусы
- 14.2.3. Социальная инженерия
- 14.2.4. *Хакеры*

### 14.3. Этичный хакинг

- 14.3.1. Юридические аспекты

- 14.3.2. Сканирование уязвимостей
- 14.3.3. Полезные инструменты

### 14.4. Разработка и управление безопасными сетями и управление рисками

- 14.4.1. Серверные операционные системы
- 14.4.2. Конфигурация сети
- 14.4.3. Управление ИТ, управление рисками и

### 14.5. Внедрение СУИБ в соответствии со Стандартами ISO 27000

- 14.5.1. Системы управления информационной безопасностью и преимущества
- 14.5.2. Стандарты управления информационной безопасностью
- 14.5.3. Этапы внедрения СУИБ

соблюдение нормативных требований

### 14.6. Промышленная и интеллектуальная собственность в области технологий

- 14.6.1. Промышленная собственность
- 14.6.2. Товарные знаки и доменные имена
- 14.6.3. Интеллектуальная собственность

### 14.7. Рекрутинг и сектор ИКТ

- 14.7.1. Управление закупками и правовые аспекты
- 14.7.2. Основные договорные показатели, связанные с сектором ИТ

### 14.8. Защита данных и

### конфиденциальность

- 14.8.1. Режим защиты данных в Испании
- 14.8.2. Трудовые отношения, частная жизнь и право на неприкосновенность частной жизни
- 14.8.3. Основные права

## Модуль 15. Стратегия цифрового бизнеса

### 15.1. Цифровая стратегия

- 15.1.1. Бизнес-модели, основанные в Интернете
- 15.1.2. Технологическая стратегия и ее влияние на цифровые инновации
- 15.1.3. Стратегическое планирование ИТ
- 15.1.4. Стратегия и Интернет

### 15.2. Стратегия сорсинга

- 15.2.1. Инструменты для разработки стратегии сорсинга

- 15.2.2. *Облачные вычисления*
- 15.2.3. *Управление ИТ-сорсингом*

### 15.3. Руководство ИТ

- 15.3.1. Анализ текущих тенденций и *лучших практик* в сфере ИТ
- 15.3.2. Ключевые управленческие задачи и

- решения
- 15.3.3. Процедуры, требования, стратегии и модели управления аутсорсингом

### 15.4. Социальный бизнес

- 15.4.1. Стратегическое видение Веб 2.0 и его проблемы
- 15.4.2. Возможности конвергенции и тенденции развития ИКТ

- 15.4.3. Как сделать Веб 2.0 и социальные сети прибыльными

- 15.4.4. Мобильность и цифровой бизнес

### 15.5. Business process management

- 15.5.1. Управление бизнес-процессами
- 15.5.2. Реинжиниринг процессов
- 15.5.3. Информационные системы в бизнесе

### 15.6. Системы совместной работы предприятий на базе Интернета

- 15.6.1. Системы управления клиентами: CRM
- 15.6.2. Системы управления цепочками поставок
- 15.6.3. Система электронной коммерции

### 15.7. Системы для управления знаниями и сотрудничества на

### предприятии

- 15.7.1. Управление контентом
- 15.7.2. Совместная работа и порталы для сотрудников
- 15.7.3. Политика и процессы управления знаниями

### 15.8. Эффективная организация системного подразделения

- 15.8.1. *Руководство ИТ*
- 15.8.2. Риски реализации
- 15.8.3. Операционные риски

**Модуль 16. Стратегия цифрового маркетинга**

**16.1. Управление цифровым бизнесом**

- 16.1.1. Конкурентная стратегия в условиях растущей цифровизации СМИ
- 16.1.2. Разработка и создание плана цифрового маркетинга
- 16.1.3. Планирование и поиск цифровых СМИ
- 16.1.4. Анализ рентабельности инвестиций в плане цифрового маркетинга

**16.2. Цифровой маркетинг для укрепления бренда**

- 16.2.1. *Брендируемый контент и сторителлинг*
- 16.2.2. Гиперсегментация
- 16.2.3. Видеомаркетинг
- 16.2.4. Социальные продажи

**16.3. Определение стратегии цифрового маркетинга**

- 16.3.1. Маркетинг по замкнутому циклу
- 16.3.2. *Непрерывный маркетинговый цикл*
- 16.3.3. Мультиканальный маркетинг

**16.4. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов**

- 16.4.1. Гиперсегментация и микролокализация
- 16.4.2. Стратегии лояльности и вовлечения

- через интернет
- 16.4.3. *Управление взаимоотношениями с посетителями*

**16.5. Тенденции в цифровом маркетинге**

- 16.5.1. Ремаркетинг
- 16.5.2. Цифровой нейромаркетинг
- 16.5.3. Аватар-маркетинг

- 16.5.4. *Bluecasting*

**16.6. Управление цифровыми кампаниями**

- 16.6.1. *Дисплейная реклама и рич-медиа*
- 16.6.2. Мультиплатформенные, мультисегментные, мультиперсонализационные кампании

- 16.6.3. Реклама на цифровом телевидении

**16.7. План маркетинга онлайн**

- 16.7.1. Онлайн-исследования
- 16.7.2. Создание плана онлайн-маркетинга
- 16.7.3. Конфигурация и активация
- 16.7.4. Запуск и управление

**16.8. Смешанный маркетинг**

- 16.8.1. Интеграция on и off действий
- 16.8.2. Настройка и сегментирование
- 16.8.3. Улучшение пользовательского опыта

**Модуль 17. Маркетинг в поисковых системах и поисковая оптимизация (SEO)**

**17.1. Принцип работы поисковых систем**

- 17.1.1. Показатели и индексы
- 17.1.2. Алгоритмы
- 17.1.3. SEO и корпоративный брендинг

**17.2. Ключевые переменные SEO**

- 17.2.1. Индексируемость
- 17.2.2. Оглавление
- 17.2.3. Популярность

**17.3. SEO-анализ**

- 17.3.1. Определение KPI
- 17.3.2. Генерация сценариев и оповещений
- 17.3.3. Оптимизация изображений, видео и других элементов

**17.4. Линкбилдинг**

- 17.4.1. Способы эффективного линкбилдинга
- 17.4.2. *Приманка ссылок*
- 17.4.3. Аудит ссылок
- 17.4.4. Штрафы

**17.5. Оптимизация магазина**

**приложений**

- 17.5.1. *Индексирование приложений*
- 17.5.2. Видимость приложений в поисковых системах
- 17.5.3. Измерение видимости приложений для поисковых систем

**17.6. Техническое SEO**

- 17.6.1. *Оптимизация производительности веб-сайтов*
- 17.6.2. *Real Time* контент
- 17.6.3. Соответствующая маркировка и заголовки
- 17.6.4. Передовые методы WPO

**17.7. SEO и электронная коммерция**

- 17.7.1. *Оптимизация коэффициента конверсии*
- 17.7.2. *Инструменты веб-мастера Google*
- 17.7.3. Социальное доказательство и распространение
- 17.7.4. Навигация и индексируемость

**17.8. Интеграция в план онлайн-маркетинга**

- 17.8.1. Метрики и влияние
- 17.8.2. *Веб-аналитика*
- 17.8.3. Другие инструменты мониторинга

## Модуль 18. Поисковый маркетинг (SEM)

### 18.1. Поиск ключевых слов для SEM

- 18.1.1. Adwords Keyword Tool
- 18.1.2. Google Suggest
- 18.1.3. Insights for Search
- 18.1.4. GoogleTrends

### 18.2. SEM и Google Adwords

- 18.5.3. Facebook Power Editor
- 18.5.4. Оптимизация кампаний

### 18.6. Другие платформы PPC

- 18.6.1. Twitter Ads

- 18.2.1. Google Shopping
- 18.2.2. Google Display Network
- 18.2.3. Google AdWords Mobile
- 18.2.4. Реклама в You Tube

### 18.3. Продукты Google

- 18.3.1. Продукты Google, интегрированные в

- 18.6.2. LinkedIn
- 18.6.3. Baldu
- 18.6.4. Yandex

### 18.7. SEM-стратегия

### AdWords

- 18.3.2. Product Extensions vs. Product Ads
- 18.3.3. Google Shopping и Local
- 18.3.4. Google Merchant

### 18.4. Pay Per clic (оплата через клик) и SEM

- 18.7.1. Оценка качества
- 18.7.2. CPC-реклама
- 18.7.3. Ссылки на сайт

### 18.8. Измерения в SEM

- 18.4.1. Search и Display
- 18.4.2. Создание кампаний PPC
- 18.4.3. Отслеживание конверсий

### 18.5. Facebook ADS

- 18.5.1. Реклама PPC/PPF (pay per fan)
- 18.5.2. Создание рекламы на Facebook

- 18.8.1. KPI
- 18.8.2. Показатели, клики, конверсии
- 18.8.3. Доход, ROI, CPA

## Модуль 19. Оптимизация конверсии

### 19.1. Введение в оптимизацию коэффициента конверсии

- 19.1.1. Цикл покупки и элементы онлайн-поведения
- 19.1.2. Основы нейромаркетинга
- 19.1.3. Удобство использования vs убеждение

### 19.2. Методология CRO

- 19.6.2. Мотивация и фиксация
- 19.6.3. Роль бессознательного

### 19.7. Экспериментирование в CRO

- 19.7.1. Многомерное тестирование vs A/B/n алгоритмы

- 19.2.1. Научный метод
- 19.2.2. Пирамида конверсии
- 19.2.3. Процесс CRO

### 19.3. Веб-аналитика и CRO

- 19.3.1. Качественная аналитика
- 19.3.2. Поведенческий анализ
- 19.3.3. Цели бизнеса и пользователя

- 19.7.2. Инструменты тестирования
- 19.7.3. Реализация и выполнение

### 19.8. CRO в электронной коммерции

- 19.8.1. Электронная коммерция и CRO
- 19.8.2. Воронка продаж электронной коммерции

### 19.4. Пользовательский опыт у оптимизация коэффициента конверсии

- 19.4.1. Бережливый подход и пользовательский опыт
- 19.4.2. Wireframing
- 19.4.3. Убеждающий копирайтинг

- 19.8.3. Процессы, которые необходимо оптимизировать

### 19.5. Психология и CRO

- 19.5.1. Нейромаркетинг
- 19.5.2. Веб-дизайн и нейромаркетинг
- 19.5.3. Обучение, память и эмоции

### 19.6. Поведенческая экономика

- 19.6.1. Факторы принятия решений



**Модуль 20. Дизайн, юзабилити и пользовательский опыт****20.1. UX-дизайн**

- 20.1.1. Информационная архитектура
- 20.1.2. SEO и аналитика для UX
- 20.1.3. Целевые страницы

**20.2. Технические термины UX-дизайна**

- 20.2.1. Wireframe и компоненты
- 20.2.2. Схема взаимодействия и навигационный поток
- 20.2.3. Профиль пользователя
- 20.2.4. Процесс и воронка процесса

**20.3. Исследования**

- 20.3.1. Исследования в проектах по дизайну

- интерфейсов
- 20.3.2. Качественный и количественный подход
- 20.3.3. Информирование о результатах исследований

**20.4. Цифровой дизайн**

- 20.4.1. Цифровой прототип
- 20.4.2. Axure и Responsive

- 20.4.3. Дизайн взаимодействия и визуальный дизайн

**20.5. Пользовательский опыт**

- 20.5.1. Методология дизайна, ориентированного на пользователя
- 20.5.2. Методы исследования пользователей
- 20.5.3. Вовлечение клиента в процесс

- 20.5.4. Управление покупательским опытом

**20.6. Разработка стратегии пользовательского опыта**

- 20.6.1. Деревья контента
- 20.6.2. Wireframes с высокой точностью
- 20.6.3. Карты компонентов
- 20.6.4. Руководства по юзабилити

**20.7. Оценка юзабилити**

- 20.7.1. Методы оценки юзабилити
- 20.7.2. Визуализация данных
- 20.7.3. Представление данных

**20.8. Управление потребительской ценностью и клиентским опытом**

- 20.8.1. Использование повествований и сторителлинг

- 20.8.2. Совместный маркетинг как стратегия
- 20.8.3. Управление контент-маркетингом
- 20.8.4. Окупаемость инвестиций в управление клиентским опытом

**Модуль 21. Наука о данных и большие данные****21.1. Наука о данных и большие данные**

- 21.1.1. Влияние больших данных и науки о данных на бизнес-стратегию
- 21.1.. Введение в работу с командной строкой
- 21.1.3. Проблемы и решения в области науки о данных

**21.2. Языки для взлома данных**

- 21.2.1. Базы данных SQL
- 21.2.2. Введение в Python
- 21.2.3. Программирование на языке R

**21.3. Статистика**

- 21.3.1. Введение в статистику

- 21.3.2. Линейная и логистическая регрессия
- 21.3.3. PCA и кластеризация

**21.4. Машинное обучение**

- 21.4.1. Выбор модели и регуляризация
- 21.4.2. Случайные деревья и леса
- 21.4.3. Обработка естественного языка

**21.5. Большие данные**

- 21.5.1. Hadoop
- 21.5.2. Spark
- 21.5.3. Системы совместных рекомендаций и фильтрации

**21.6. Истории успеха в области науки****о данных**

- 21.6.1. Сегментация клиентов с использованием модели RFM
- 21.6.2. Применение дизайна экспериментов
- 21.6.3. Ценность цепочки поставок: Прогнозирование
- 21.6.4. Бизнес-аналитика

**21.7. Гибридные архитектуры в****больших данных**

- 21.7.1. Лямбда-архитектура
- 21.7.2. Каппа-архитектура
- 21.7.3. Apache Flink и практические применения
- 21.7.4. Amazon Web Services

**21.8. Большие данные в облаке**

- 21.8.1. AWS: Kinesis

- 21.8.2. AWS: DynamoSDB
- 21.8.3. Google Cloud Computing
- 21.8.4. Google BigQuery

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.



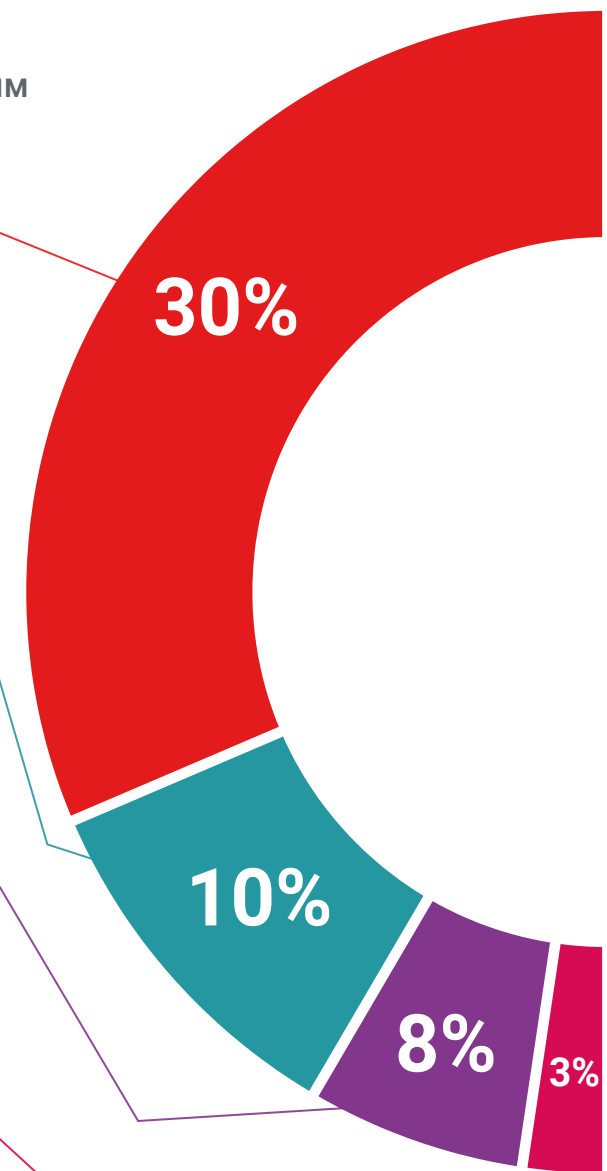
#### Практика управленческих навыков

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

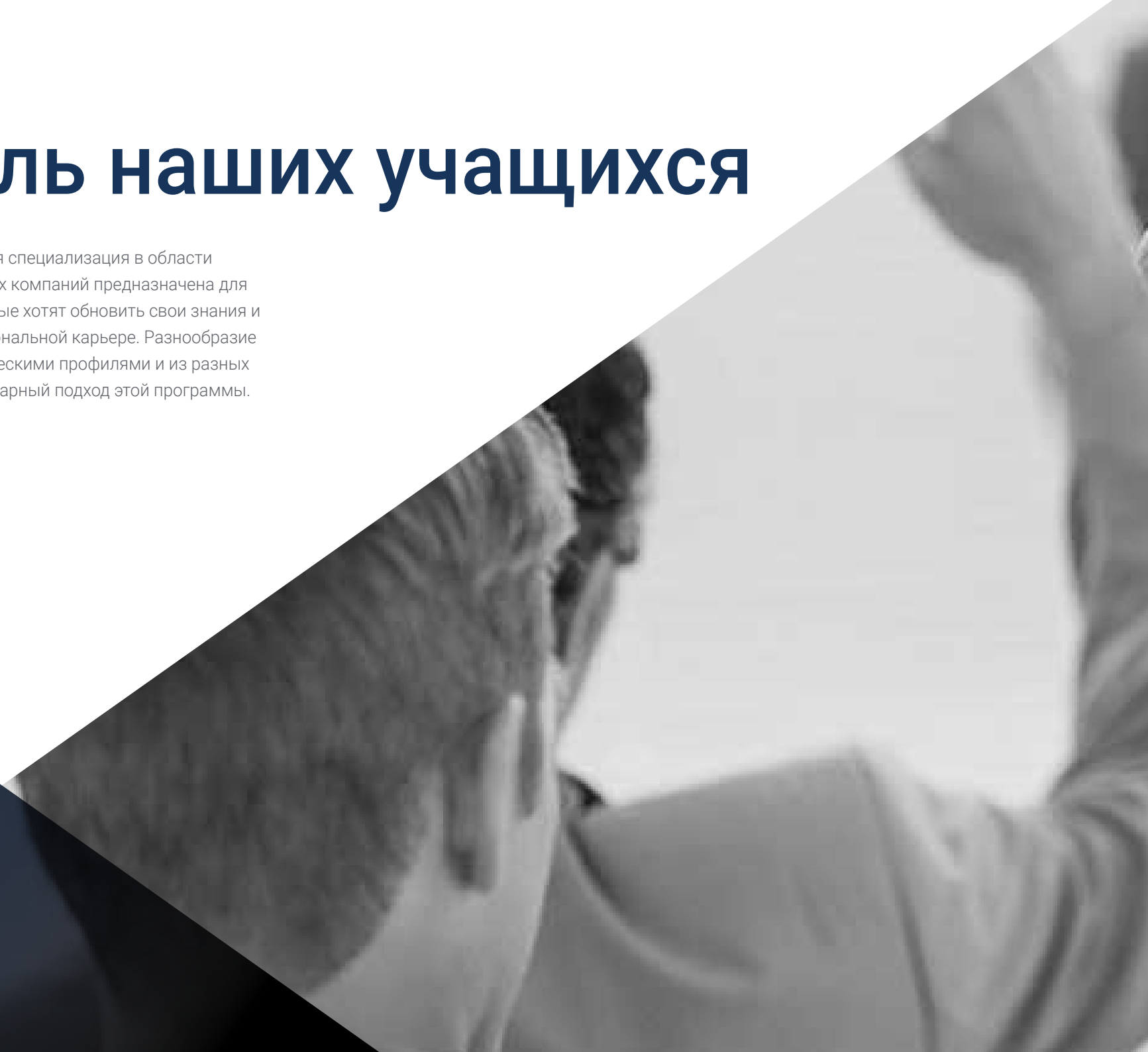
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

# Профиль наших учащихся

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний предназначена для опытных профессионалов, которые хотят обновить свои знания и продвинуться в своей профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



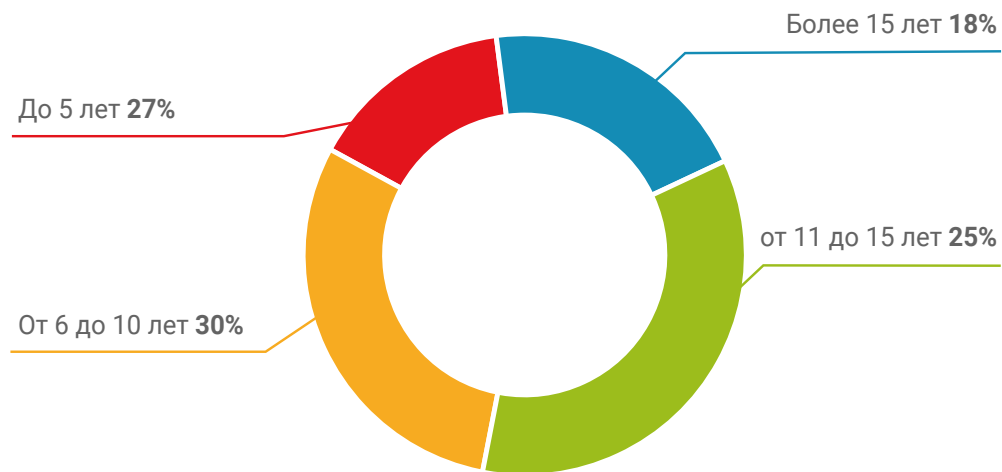
“

*Если у вас есть опыт работы в отрасли, но вы хотите повысить квалификацию в этой сфере, не раздумывайте и присоединяйтесь к нашему сообществу студентов”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



## Образование



## Академический профиль



### Географическое распределение



## Пилар Гонсалес

Директор цифровой мультинациональной компании

*"Рассмотреть возможность обучения по подобной Профессиональной магистерской специализации - сложная задача, поскольку прохождение обучения требует больших усилий и самоотдачи. Тем не менее, это уникальная возможность повысить свою квалификацию с помощью лучшей академической программы на рынке. Кроме того, TESH предлагает полностью онлайн-режим, благодаря которому вы сможете идеально сочетать время учебы с остальными своими обязанностями"*

09

# Влияние на карьеру

Мы понимаем, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста. Именно поэтому мы предоставляем в ваше распоряжение все наши усилия и инструменты, чтобы вы могли приобрести необходимые навыки и умения, которые позволят вам добиться этих изменений.



“

*Мы поможем вам с помощью нашей программы добиться значительных перемен в вашей профессиональной карьере”*

## Приглашенный международный руководитель

Доктор Бен Мардер - ведущая фигура в области маркетинга, получившая международное признание благодаря своему глубокому вкладу в понимание поведения потребителей в цифровую эпоху. Он демонстрирует исключительное лидерство, укрепляя свою репутацию академика непревзойденного уровня.

Кроме того, частью его исследовательской программы является изучение социального и коммерческого поведения потребителей в контексте цифровых технологий, особенно социальных медиа. В его послужном списке более 40 статей, принятых к публикации в таких известных журналах, как *Journal of Retailing*, *European Journal of Marketing* и *Journal of Business Research*. Кроме того, его новаторская работа по изучению "охлаждающего эффекта" (Chilling Effect) социальных медиа привлекла внимание международной общественности, и о ней писали такие престижные издания, как *The New York Times*, *Harvard Business Review* и *BBC*. Исследование показало, как использование социальных сетей влияет на поведение в реальной жизни, что нашло отклик как у ученых, так и у общественности.

Помимо исследовательской деятельности, он также успешно работал в качестве координатора программы "Введение в бизнес-исследования", сыграв ключевую роль в формировании образовательного ландшафта. Он также занимал должность директора программ маркетинговых исследований, курируя исследовательские проекты и способствуя благополучию студентов и преподавателей, и все это в Школе бизнеса Эдинбургского университета.

Наконец, доктор Бен Мардер получил признание за свои инновационные исследовательские презентации, в том числе за изучение непредвиденных последствий применения маркетинговых технологий. Таким образом, благодаря своей кропотливой работе он продолжает освещать сложности цифрового маркетинга и оставлять неизгладимый след как в научных кругах, так и в промышленности.





## Д-р. Мардер, Бен

---

- Руководитель программ маркетинговых исследований, Эдинбургский университет, Великобритания
- Координатор программы "Введение в бизнес-исследования" в Эдинбургской школе бизнеса, Эдинбургский университет
- Выступления в СМИ: The New York Times, Harvard Business Review и BBC
- Публикации в Journal of Retailing, European Journal of Marketing и Journal of Business Research
- Докторская степень по маркетингу и информационным системам в Университете Бата
- Степень магистра в области маркетинга в Университете Лестера
- Степень бакалавра в области финансовой экономики в Университете Лестера

“

*Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”*

## Приглашенный международный руководитель

Скотт Стивенсон - выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. На этой должности он курировал логистику и творческие процессы на различных цифровых платформах, включая социальные сети, поиск, показ и линейные медиа.

Его руководство сыграло решающую роль в разработке стратегий производства платных медиа, что привело к заметному улучшению показателей конверсии в компании. В то же время он занимал и другие должности, такие как директор по маркетинговым услугам и менеджер по трафику в той же транснациональной компании во время своего предыдущего руководства.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по продаже цифровой недвижимости. Он также отвечал за внедрение операционных стратегий, связанных с формированием, завершением и доставкой звукового и графического контента для телевизионных рекламных роликов и трейлеров.

Кроме того, он получил степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды и степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области коммуникации и повествования. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию искусственного интеллекта в бизнесе. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере маркетинга и цифровых медиа.



## Г-н. Стивенсон, Скотт

---

- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете
- Степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды

“

*Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”*

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

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний TECH Технологического университета — это интенсивная программа, которая готовит профессионалов к решению проблем и принятию бизнес-решений на международном уровне. Ее главная цель - способствовать личностному и профессиональному росту, помогая вам достичь успеха.

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

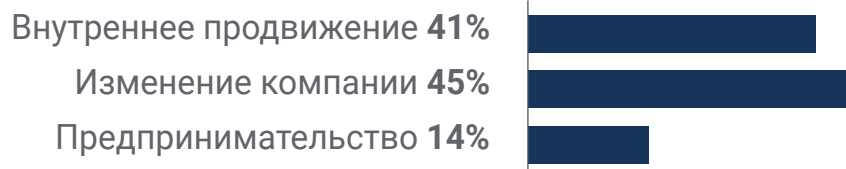
*Если вы хотите добиться положительных изменений в своей профессии, эта программа поможет вам в этом.*

*Не упустите возможность приобрести навыки, которые позволят вам кардинально изменить вашу профессию.*

### Время перемен



### Изменения



## Повышение заработной платы

---

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



10

# Преимущества для вашей компании

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала с помощью специализации лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой академической программы позволит вам совершенствоваться не только на личном, но и, прежде всего, на профессиональном уровне, повышая уровень вашей подготовки и улучшая ваши управленческие навыки. Но, кроме того, вступление в образовательное сообщество TESH - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти 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**

Профессионал привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к соответствующим 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 программа позволит нашим студентам овладеть необходимыми навыками, чтобы принять новые вызовы и тем самым двигать организацию вперед.

11

# Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний 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 **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний** содержит самую полную и современную программу на рынке.

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

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

Диплом: **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента цифровых компаний**

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 цифровых  
компаний

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

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент цифровых  
компаний

