

Очно-заочная магистратура Организация мероприятий





tech технологический
университет

Очно-заочная магистратура Организация мероприятий

Формат: Очно-заочное обучение (онлайн + практика)

Продолжительность: 12 месяцев

Учебное заведение: TECH Технологический университет

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/school-of-business/hybrid-professional-master-degree/hybrid-professional-master-degree-event-organization

Оглавление

01	02	03	04
Презентация	Зачем проходить Очно-заочную магистратуру?	Цели	Компетенции
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
стр. 4	стр. 8	стр. 12	стр. 16
	05	06	07
	Руководство курса	Планирование обучения	Практика
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	стр. 20	стр. 24	стр. 34
	08	09	10
	Где я могу пройти практику?	Методология	Квалификация
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	стр. 40	стр. 46	стр. 54

01

Презентация

Новые технологии произвели революцию в организации мероприятий. Во многих случаях непосредственное присутствие на мероприятиях перешло черту, уступив место исключительно цифровой среде. Это изменение, к которому организатор любого мероприятия в наше время должен быстро и оперативно адаптироваться. Планирование, знание отрасли и протокола уже не являются достаточными условиями для проведения отличного мероприятия; для успеха необходимо также обладать современными и специализированными знаниями о последних технологических тенденциях. Эта программа дает студентам возможность получить глубокие знания в данной отрасли, чтобы профессионально руководить организацией любого мероприятия. Программа также предлагает практическую стажировку в течение 3-х интенсивных недель, где вы сможете полностью раскрыть свой потенциал в престижной компании под руководством самых опытных профессионалов в этой области.





“

Вы хотите узнать последние тенденции в организации мероприятий? Поступайте и развивайтесь под руководством лучших преподавателей отрасли”

Данная Очно-заочная магистратура предназначена для специалистов в области маркетинга, коммуникаций или журналистики, желающих решать новые задачи в сфере организации мероприятий. Для успешного проведения мероприятия необходимы лидерские качества, умение планировать и справляться с непредвиденными обстоятельствами. Однако это требует обширных знаний о самой организации и отрасли, на которую она ориентирована.

Мероприятия перешли от традиционного формата "лицом к лицу" к виртуальным, когда 100% участников находятся в цифровой среде, или к гибридным мероприятиям, когда часть участников общается через цифровые платформы, а остальные находятся в физическом пространстве. Данное обучение позволит студентам узнать о последних тенденциях в организации мероприятий и получить в качестве конечного результата разработку собственной бизнес-модели, как в качестве *организатора мероприятий*, так и с созданием собственного ивент-агентства.

В течение 12 месяцев обучения по этой программе студенты будут работать под руководством команды экспертов в этой области, которые помогут им уметь организовать любое мероприятие от начала до конца и овладеть новейшими методиками в области маркетинга, финансов, стратегии, коммуникаций, организации, планирования, эксплуатации и логистики. Для достижения оптимальных результатов профессионал должен помнить о необходимости уделять всем этим дисциплинам одинаковое внимание.

Содержание программы разработано экспертами в данной области, которые в настоящее время работают профессионально и имеют широкий опыт работы в бизнесе и научных кругах. Таким образом, студенты данной Очно-заочной магистратуры гарантированно получают качественное обучение и актуальные знания.

За эти 1500 часов обучения студенты пройдут теоретический этап, который преподается 100% в режиме онлайн. На этом этапе все материалы учебной программы будут доступны для скачивания и просмотра в любое время. Такая свобода позволяет студентам совмещать свои личные обязанности с получением образования, которое позволит им расти в своей профессиональной сфере. В конце этого этапа студенты также пройдут 3-х недельную практическую подготовку с профессионалами отрасли в компании, занимающейся организацией различных мероприятий.

Данная **Очно-заочная магистратура в области организации мероприятий** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор более 100 практических кейсов, представленных профессионалами в области организации мероприятий
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание содержит глубокую техническую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной деятельности
- ♦ Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области коммуникации, маркетинга и организации мероприятий
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Все вышеперечисленное дополняют теоретические занятия, вопросы к эксперту, дискуссионные форумы по спорным вопросам и индивидуальная работа по закреплению материала
- ♦ Доступ к учебным материалам с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет
- ♦ Кроме того, вы сможете пройти стажировку в одной из ведущих компаний по организации мероприятий



Получите глубокие знания о цифровых мероприятиях и примените их в своих следующих мероприятиях"

“

Мы предоставляем вам все знания в области маркетинга, планирования и организации для управления любым мероприятием”

Предлагаемая магистерская программа, имеющая профессионально-ориентированный характер и очно-заочную форму обучения, направлена на обновление профессиональных организаторов мероприятий, выполняющих свои функции в государственных и частных структурах и требующих высокого уровня квалификации. Содержание программы основано на новейших научных данных и ориентировано на дидактическую интеграцию теоретических знаний в практическую деятельность по организации мероприятий культурного, политического, социального, экономического или экологического характера, в том числе.

Благодаря мультимедийному содержанию, разработанному с использованием новейших образовательных технологий, они позволят профессиональным организаторам мероприятий осуществлять очное и контекстное обучение, т.е. симуляционную среду, обеспечивающую иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях. Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться решить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Планируете ли вы создать собственное ивент-агентство? Пойдя данную Очно-заочную магистратуру, вы сможете добиться успеха.

Совместите свои личные обязанности с прохождением Очно-заочной магистратуры в режиме 100% онлайн на ее теоретическом этапе.



02

Зачем проходить Очно-заочную магистратуру?

Для того чтобы добиться реального развития в области организации мероприятий, недостаточно знать новейшие процедуры и методики, представленные на рынке. Крайне важно углубиться в то, как их реализовать в различных случаях, которые могут возникнуть в рамках данной дисциплины. Именно поэтому ТЕСН разработал эту программу, которая сочетает в себе самые последние достижения в таких областях, как маркетинг, коммуникации, финансы или логистика, с практической стажировкой в одной из престижных компаний. Таким образом, специалист получает широкое и полное представление о самой актуальной панораме в области организации мероприятий. Уникальная возможность пополнить свои знания с помощью лучших экспертов в этой области.

““

ТЕСН предлагает вам возможность присоединиться к реальной компании и развиваться в сложной сфере деятельности, которая позволит вам с помощью лучших специалистов овладеть последними достижениями в области организации мероприятий”

1. Обновить свои знания благодаря новейшим доступным технологиям

Новые технологии привели к значительным изменениям в области организации мероприятий. Очные мероприятия преодолели рубеж, и все больше событий проходит полностью в цифровом формате или в гибридной форме. Это означает, что специалист, отвечающий за решение этих задач, должен досконально знать последние достижения отрасли. И для этого ТЕСН представляет данную Практическую подготовку, с помощью которой специалист попадет в компанию, отличающуюся большим авторитетом и передовыми технологиями.

2. Глубоко погрузиться в обучение, опираясь на опыт лучших специалистов

В течение всего периода практики специалиста будет сопровождать большая команда профессионалов, обеспечивая беспрецедентное обновление знаний. Кроме того, специально назначенный наставник будет направлять и консультировать студента во всех выполняемых им работах, позволяя ему овладеть наиболее эффективными методами и внедрить их в свою повседневную практику.

3. Попасть в среду мирового уровня

Все компании, в которых проводится Практическая подготовка, прошли тщательный отбор Университетом ТЕСН. В результате профессионал получает гарантированный допуск к работе в престижной компании. Таким образом, вы погрузитесь в повседневную работу сложного и требовательного рабочего пространства, где вам предстоит ознакомиться с самыми современными процедурами действий при любых мероприятиях.





Зачем проходить Очно-заочную магистратуру? | 11

4. Объединить лучшую теорию с самой передовой практикой

Эта модель 100% практического обучения призвана оторваться от традиционных педагогических программ, представленных на рынке. Для того чтобы специалисты могли совмещать свою личную и профессиональную жизнь с учебой, ТЕСН разработал эту программу. Программа без длительных учебных часов, в ходе которой специалист находится в курсе последних достижений в области организации мероприятий, применяя все полученные знания на практике в течение 3-х интенсивных недель.

5. Расширять границы знаний

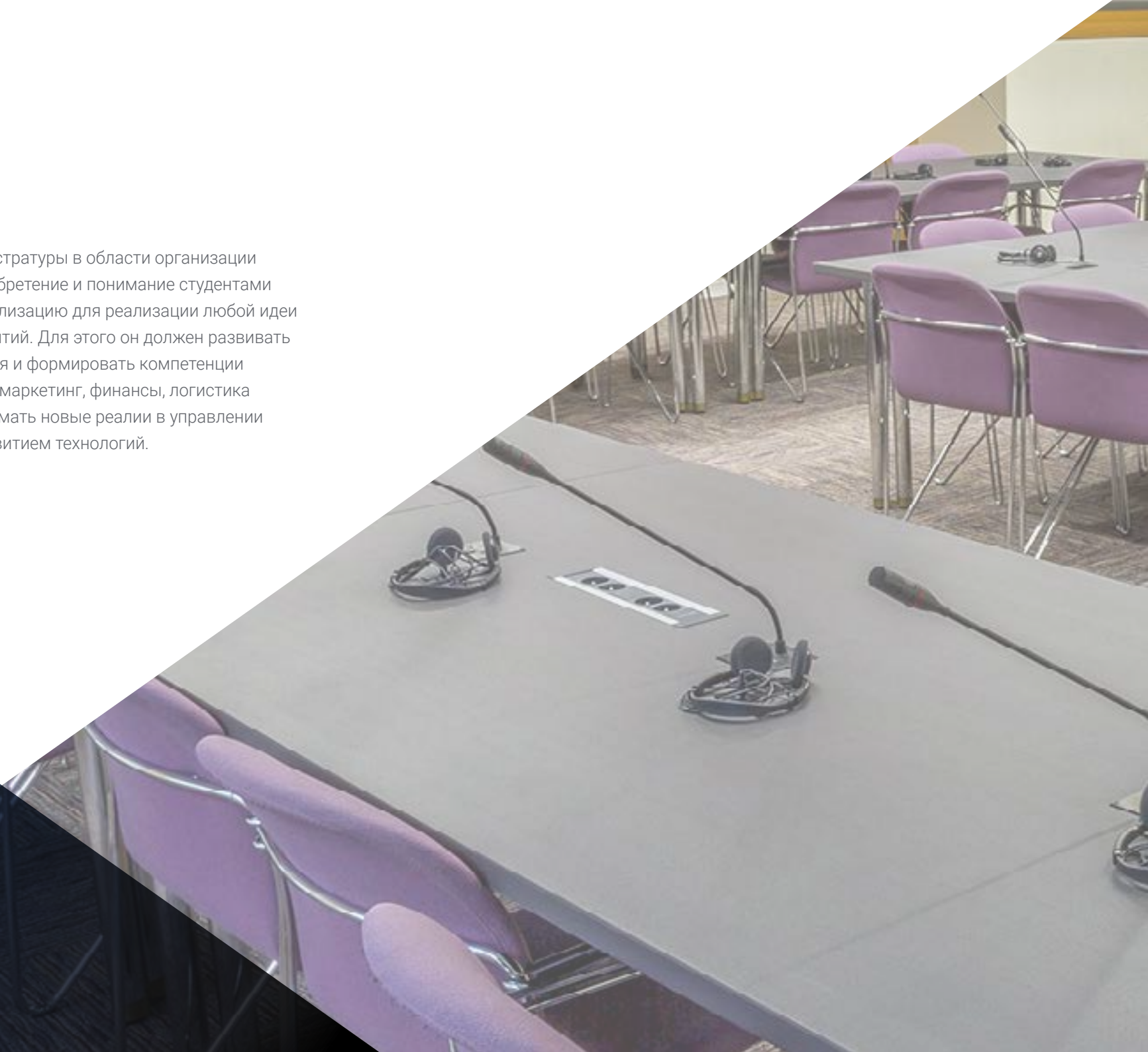
Компании, в которых можно пройти стажировку в рамках этой Очно-заочной магистратуры, разбросаны по всему миру, что позволяет специалисту получить доступ не только к национальным, но и к международным центрам. Это способ расширить свои границы и получить знания от лучших специалистов в данной области.

“

*У вас будет полное
практическое погружение
в выбранном вами центре”*

03 Цели

Цель данной Очно-заочной магистратуры в области организации мероприятий – обеспечить приобретение и понимание студентами знаний, обеспечивающих специализацию для реализации любой идеи в области организации мероприятий. Для этого он должен развивать навыки межличностного общения и формировать компетенции в различных областях, таких как маркетинг, финансы, логистика или коммуникации, а также понимать новые реалии в управлении мероприятиями, вызванные развитием технологий.



“

*Эта программа дает вам
возможность продвинуться
в организации любого
мероприятия в секторе MICE”*



Общая цель

- Основная цель этой Очно-заочной магистратуры заключается в том, чтобы специалист обладал способностью организовывать любые мероприятия, будь то традиционные, виртуальные или гибридные. Для этого в течение 12 месяцев обучения студенты получают глубокие знания о современных тенденциях, разовьют навыки работы в команде, будут руководить мероприятиями, определять стратегии, цели и коммерческую политику на рынке MICE, освоят различные инструменты, используемые в настоящее время для цифровизации, и другие аспекты. Всего этого вы добьетесь благодаря специализированному преподавательскому составу, который привнесет в эту программу свои знания и опыт работы в данной отрасли





Конкретные цели

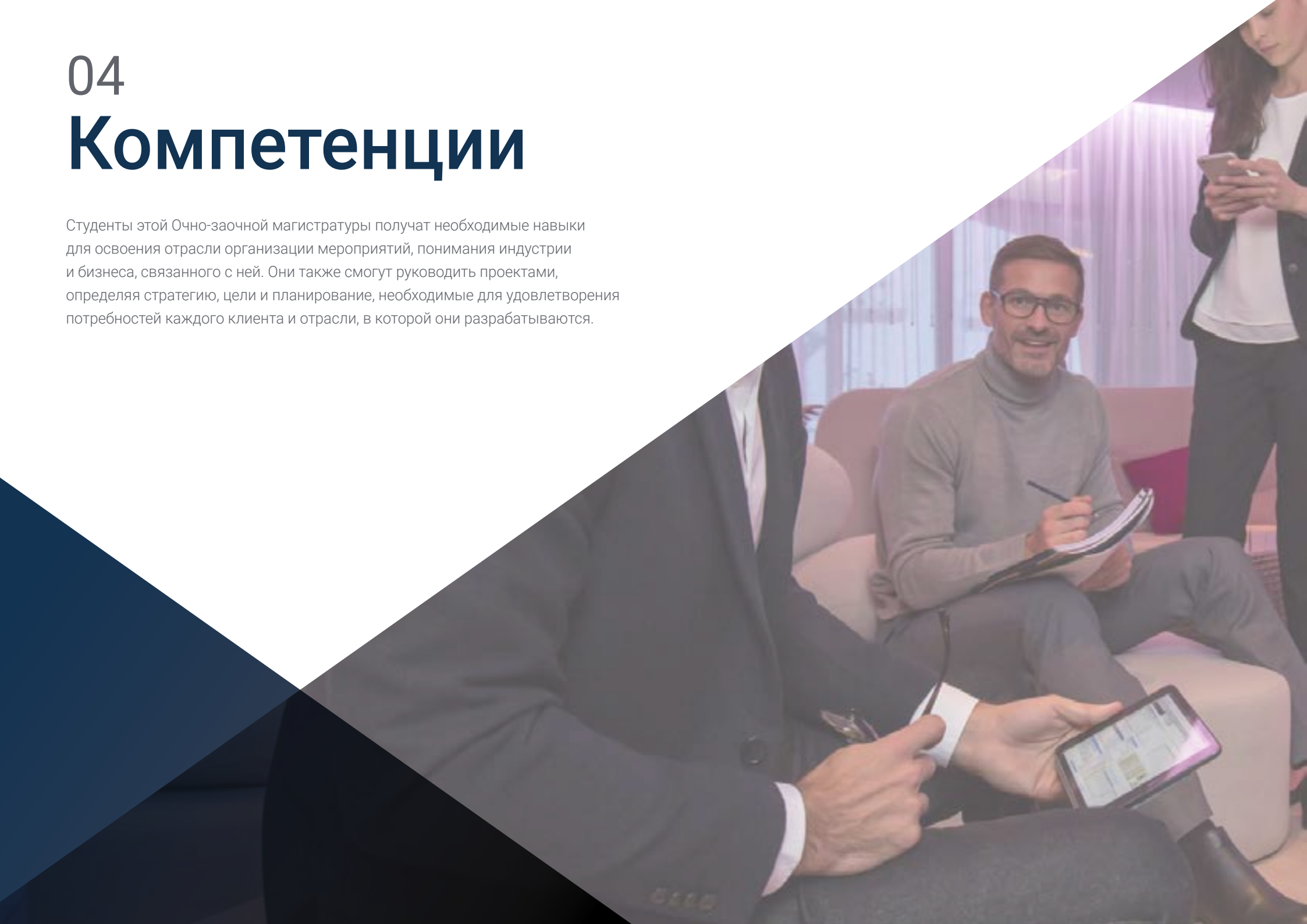
- ♦ Приобрести знания и уметь их применять, обеспечивая специализацию или возможность для оригинальности в разработке и/или применении идей, обычно в исследовательском контексте
 - ♦ Четко и недвусмысленно доносить свои выводы и аргументации до специализированной и неспециализированной аудитории
 - ♦ Интегрировать знания и справляться с трудностями, вынесения суждений на основе неполной или ограниченной информации, включая размышления о социальной и этической ответственности, связанной с применением своих знаний и суждений
 - ♦ Развить навыки межличностных отношений для управления многопрофильными и многокультурными рабочими командами
 - ♦ Искать и управлять информацией из источников для принятия решений, способствующих достижению целей организации
 - ♦ Определять цели, стратегии и коммерческую политику на рынке MICE, чтобы установить соответствующую политику в соответствии с целями и стратегиями компании по организации мероприятий в сфере туризма
 - ♦ Оценивать операционные процедуры в сфере делового туризма и мероприятий, чтобы провести полный анализ производственного процесса с точки зрения совершенства и качества обслуживания
 - ♦ Развивать навыки управления финансами (*финансовый менеджмент*)
 - ♦ Получить глубокие знания о современных тенденциях в организации мероприятий
 - ♦ Освоить цифровизацию мероприятия, наиболее используемые сегодня инструменты и новые тенденции
- ♦ Понять важность и организацию гибридных мероприятий
 - ♦ Понять различные способы спонсирования мероприятия, деонтологическую и правовую среду и *соответствие* требованиям различных секторов
 - ♦ Представить спонсорское досье
 - ♦ Понять новую реальность в организации мероприятий после большого кризиса, вызванного пандемией COVID-19



Приобретите глубокие знания по оценке различных сценариев, трудностей и возможностей для успешного проведения мероприятия"

04 Компетенции

Студенты этой Очно-заочной магистратуры получают необходимые навыки для освоения отрасли организации мероприятий, понимания индустрии и бизнеса, связанного с ней. Они также смогут руководить проектами, определяя стратегию, цели и планирование, необходимые для удовлетворения потребностей каждого клиента и отрасли, в которой они разрабатываются.





“

Овладейте всеми приемами и инструментами для разработки мероприятий. Запишитесь на данную Очно-заочную магистратуру”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Понимать индустрию мероприятий и деловой туризм
- ♦ Управлять проектами от сбора информации до их презентации
- ♦ Выполнять стратегическое планирование коммуникации и маркетинговый план в соответствии с поставленной целью
- ♦ Освоить различные техники и инструменты, задействованные в разработке мероприятий
- ♦ Владеть всеми элементами планирования мероприятий, от протокола, безопасности, логистики, гостей, спикеров, транспорта, времени и т.д.
- ♦ Применять фундаментальные концепции для планирования бюджета и его реализации
- ♦ Понимать новые коммуникационные технологии и их значение для создания гибридных или цифровых мероприятий
- ♦ Уметь эффективно доносить полученные результаты и аргументы до специализированной и неспециализированной аудитории в ясной и недвусмысленной форме





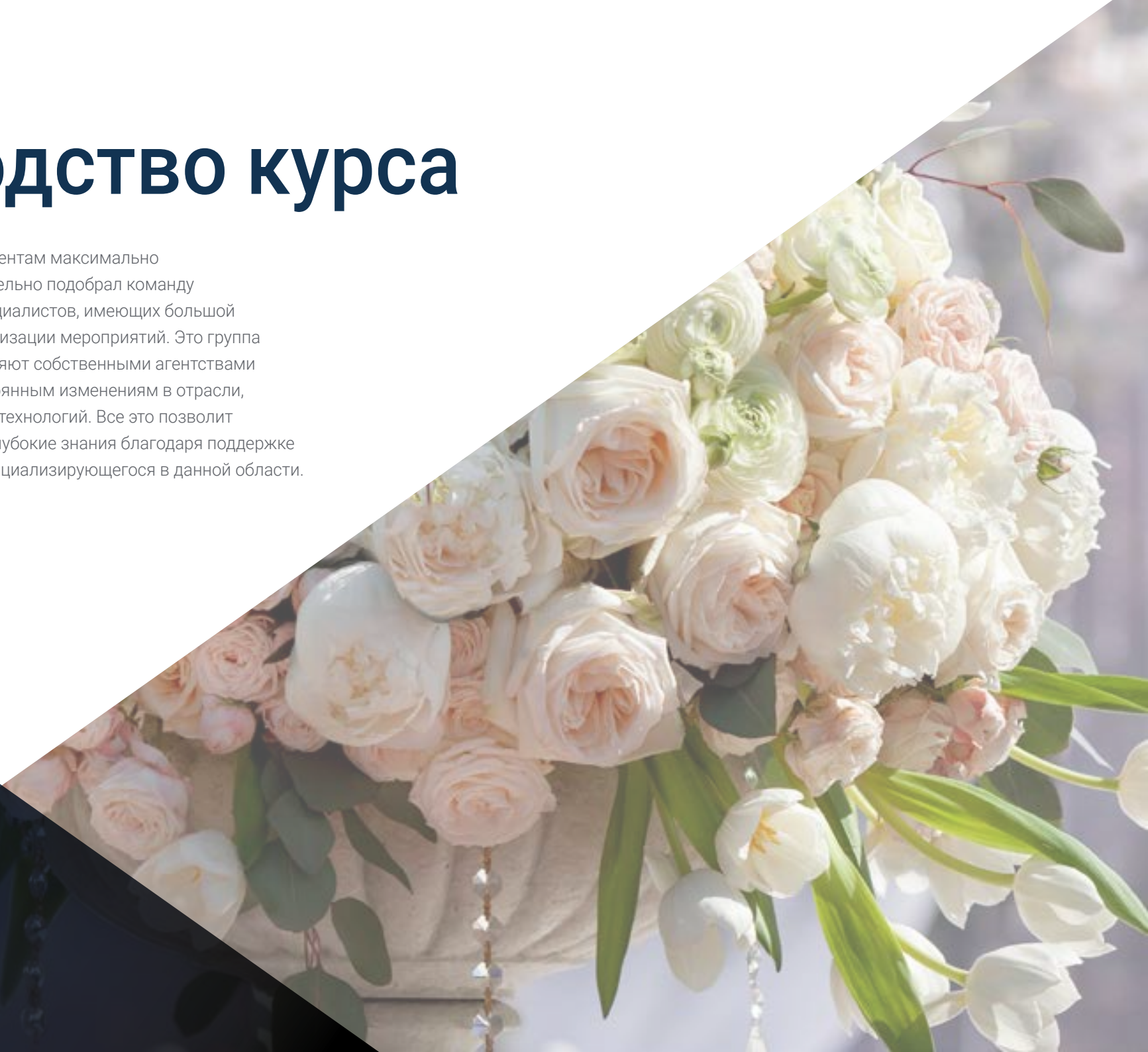
Профессиональные навыки

- ♦ Разрабатывать оригинальные идеи часто в исследовательском контексте
- ♦ Дифференцировать каждый тип мероприятия в зависимости от его цели и потребностей
- ♦ Управлять командами по коммуникации и маркетингу
- ♦ Внедрять новые тенденции в иммерсивных и эмпирических мероприятиях
- ♦ Понять сущность туризма MICE, сферу его деятельности и тех, кто в нем задействован
- ♦ Оценивать операционные процедуры в сфере делового туризма и мероприятий, чтобы провести полный анализ производственного процесса с точки зрения совершенства и качества обслуживания
- ♦ Понимать протокол действий в чрезвычайных ситуациях на мероприятии
- ♦ Управлять логистикой и организацией мероприятия в соответствии с потребностями мероприятия
- ♦ Знать социальные сети и важность прямого общения в коммуникации мероприятия
- ♦ Совместно с участниками координировать спонсорство мероприятий и их наиболее значимые аспекты
- ♦ Уметь разрешать инциденты на месте и знать протоколы действий в каждом конкретном случае
- ♦ Освоить межличностные отношения как неотъемлемое средство управления для развития и успешного проведения мероприятия
- ♦ Искать и управлять информацией из источников для принятия решений, способствующих достижению целей организации

05

Руководство курса

Для того чтобы предложить студентам максимально возможное качество, ТЕСН тщательно подобрал команду высококвалифицированных специалистов, имеющих большой профессиональный опыт в организации мероприятий. Это группа преподавателей, которые управляют собственными агентствами и готовы адаптироваться к постоянным изменениям в отрасли, связанным с появлением новых технологий. Все это позволит специалисту получить новые и глубокие знания благодаря поддержке преподавательского состава, специализирующегося в данной области.



“

Узнайте все необходимое для успешной работы от команды преподавателей, которые руководили множеством мероприятий и ивент-агентств”

Руководство



Г-н Гил Томас, Томми

- ♦ Основатель и генеральный директор Atelier MICE
- ♦ Советник по управлению проектами для Всемирной конференции ЮНЕСКО по высшему образованию
- ♦ Директор по развитию компании Creativalab SL.
- ♦ Директор Barcelona Congr eso M edic SL.
- ♦ Степень магистра в области Управления маркетингом
- ♦ Магистр в области фармацевтического маркетинга от ISM-ESIC
- ♦ Диплом в области налогового права ESINE Высшего центра технических бизнес-исследований



Преподаватели

Д-р Перельо Собрепере, Марк

- Менеджер по корпоративным коммуникациям и маркетингу
- Директор отдела цифровых технологий и стратегии Creativalab SL
- Дирком и руководитель направления коммуникаций и маркетинга в Abantia Group
- Дирком и руководитель отдела коммуникаций и маркетинга по управлению некомпетентностью
- Преподаватель маркетинга и коммуникации для аспирантуры
- Автор и соавтор статей для журналов по коммуникации
- Докторская степень в области коммуникационных наук Университета Рамона Ллулла
- Степень бакалавра в области журналистики Университета Абат Олиба CEU
- Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью Университета Абат Олиба CEU
- Степень магистра гуманитарных и социальных наук Университета Абат Олиба CEU

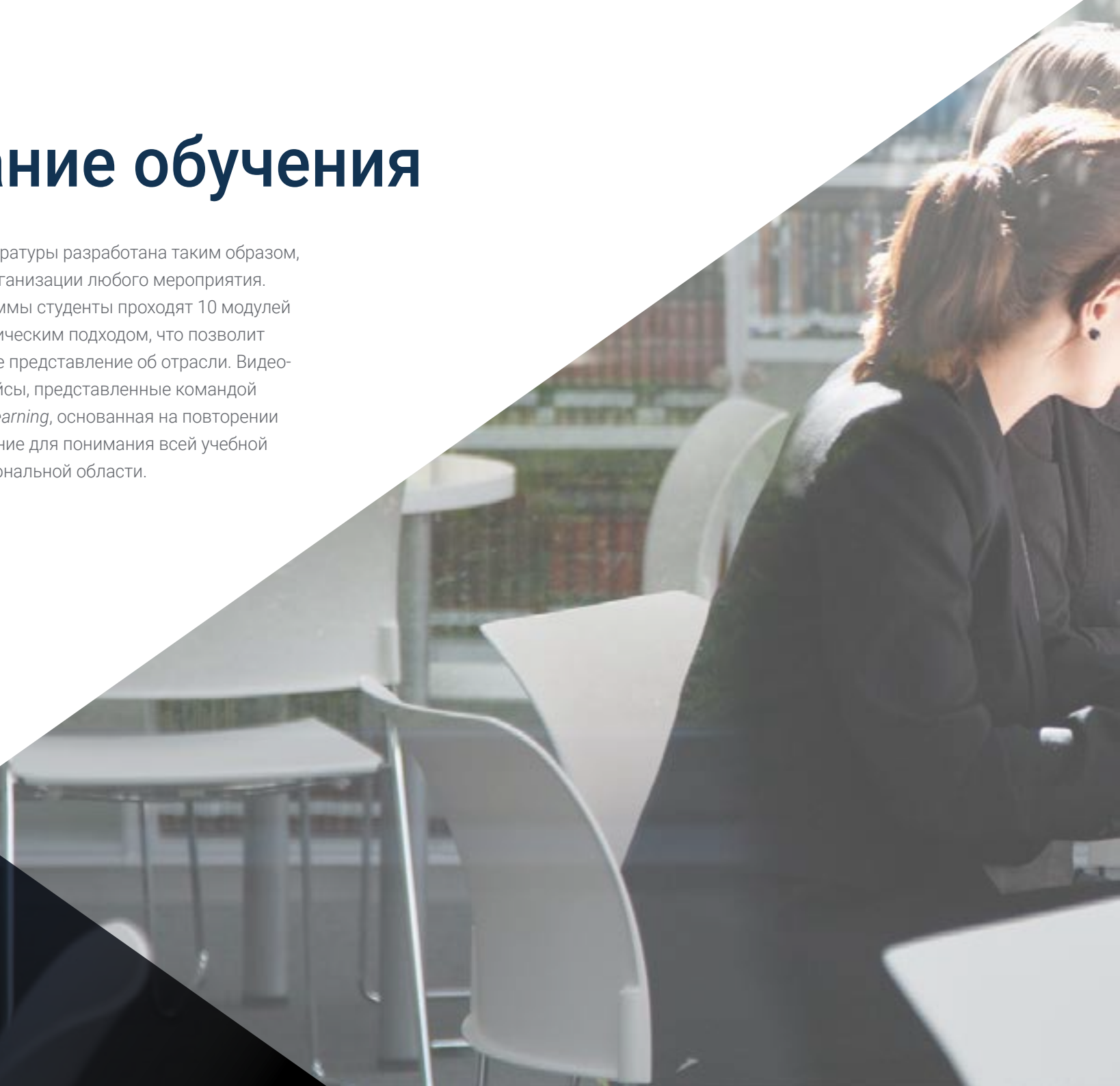
“

Ведущие профессионалы в области управления мероприятиями познакомят вас с последними разработками, углубившись в вопросы применения новых технологий в этой области”

06

Планирование обучения

Программа данной Очно-заочной магистратуры разработана таким образом, чтобы охватить ключевые моменты в организации любого мероприятия. Таким образом, в рамках данной программы студенты проходят 10 модулей с исключительно практическим и эмпирическим подходом, что позволит им получить расширенное и обновленное представление об отрасли. Видео-конспекты по каждой теме, реальные кейсы, представленные командой преподавателей, и система обучения *Relearning*, основанная на повторении содержания, будут иметь большое значение для понимания всей учебной программы и ее реализации в профессиональной области.





“

Получите доступ ко всем теоретическим материалам с первого дня обучения, чтобы просматривать их в любое удобное время. Данная Очно-заочная магистратура предназначена для вас. Записывайтесь сейчас”

Модуль 1. Индустрия мероприятий и деловой туризм

- 1.1. Мир MICE
 - 1.1.1. Что такое отрасль MICE?
 - 1.1.2. Кто в него входит?
 - 1.1.3. Какова сфера их деятельности?
- 1.2. Заинтересованные стороны и обзор отрасли. Экономические последствия
 - 1.2.1. Количество мероприятий и людей, которые ежегодно перемещаются
 - 1.2.2. Ожидания роста в эпоху пост- Covid
- 1.3. Конгрессы, собрания, поощрительные мероприятия
 - 1.3.1. Что такое собрание, конгресс и поощрительное мероприятие?
 - 1.3.2. Основные различия между этими мероприятиями
 - 1.3.3. Типы собраний, конгрессов и поощрительных мероприятий
- 1.4. Торговые ярмарки
 - 1.4.1. Основные характеристики торговых ярмарок
 - 1.4.2. Типы ярмарок
 - 1.4.3. Торговая выставка
- 1.5. Роль конгресс-бюро
 - 1.5.1. Что такое конгресс-бюро?
 - 1.5.2. Цель конгресс-бюро
 - 1.5.3. Координация между государственными и частными органами
- 1.6. Маркетинг дестинации
 - 1.6.1. Сильные и слабые стороны дестинации
 - 1.6.2. Угрозы и преимущества дестинации
 - 1.6.3. Дифференциация и конкурентные преимущества
- 1.7. Культурные события
 - 1.7.1. Рынок культурных мероприятий
 - 1.7.2. Типы культурных мероприятий
 - 1.7.3. Как управлять прибыльными культурными событиями
- 1.8. Музыкальные мероприятия
 - 1.8.1. Важность продажи билетов
 - 1.8.2. Мерчандайзинг и спонсорство концертов

- 1.9. Социальные мероприятия
 - 1.9.1. Роль организатора свадеб
 - 1.9.2. Праздники и другие празднования
- 1.10. Спортивные события
 - 1.10.1. Крупные спортивные события
 - 1.10.2. Регламент спортивных мероприятий
 - 1.10.3. Спонсорство

Модуль 2. Дизайн мероприятий

- 2.1. Управление проектами
 - 2.1.1. Сбор информации, начало проекта: Что нам нужно знать?
 - 2.1.2. Изучение возможных мест мероприятия
 - 2.1.3. Плюсы и минусы выбранных вариантов
- 2.2. Методы расследования. Дизайн-мышление
 - 2.2.1. Составление карты заинтересованных лиц
 - 2.2.2. Фокус-группа
 - 2.2.3. Бенчмаркинг
- 2.3. Экспериментальное дизайн-мышление
 - 2.3.1. Когнитивное погружение
 - 2.3.2. Скрытое наблюдение
 - 2.3.3. Всемирное кафе
- 2.4. Определение целевой аудитории
 - 2.4.1. На какую аудиторию рассчитано мероприятие
 - 2.4.2. Почему мы проводим мероприятие
 - 2.4.3. Какова цель мероприятия
- 2.5. Тенденции
 - 2.5.1. Новые тенденции в постановке
 - 2.5.2. Цифровые вклады
 - 2.5.3. Иммерсивные и экспериментальные события
- 2.6. Персонализация и оформление пространства
 - 2.6.1. Адаптация пространства к бренду
 - 2.6.2. Брендинг
 - 2.6.3. Руководство по бренду

- 2.7. Экспериментальный маркетинг
 - 2.7.1. Проживание опыта
 - 2.7.2. Иммерсивное мероприятие
 - 2.7.3. Укрепление памяти
- 2.8. Таблички
 - 2.8.1. Техники оформления табличек
 - 2.8.2. Видение обслуживающего персонала
 - 2.8.3. Согласованность сюжета. Мероприятие с табличками
- 2.9. Места проведения мероприятия
 - 2.9.1. Изучение возможных мест проведения мероприятия. 5 Почему?
 - 2.9.2. Выбор места проведения в соответствии с мероприятием
 - 2.9.3. Критерии отбора
- 2.10. Предлагаемая расстановка. Типы мест проведения
 - 2.10.1. Новые предложения по постановке
 - 2.10.2. Приоритетность близости к выступающему
 - 2.10.3. Места, предназначенные для взаимодействия

Модуль 3. Планирование мероприятий

- 3.1. *Тайминг* и организация программы
 - 3.1.1. Доступное время для организации мероприятия
 - 3.1.2. Дни проведения мероприятия
 - 3.1.3. Деятельность мероприятия
- 3.2. Организация пространства
 - 3.2.1. Ожидаемое количество участников
 - 3.2.2. Количество одновременных залов
 - 3.2.3. Форматы залов
- 3.3. Выступающие и гости
 - 3.3.1. Выбор выступающих
 - 3.3.2. Контакт и подтверждение выступающих
 - 3.3.3. Управление участием выступающих
- 3.4. Протокол
 - 3.4.1. Круг приглашенных лиц
 - 3.4.2. Организация места управляющих
 - 3.4.3. Организация парламентов

- 3.5. Безопасность
 - 3.5.1. Контроль допуска: с точки зрения охраны
 - 3.5.2. Согласованность с охранной организацией Силой и корпусом безопасности (Испания)
 - 3.5.3. Внутренний контроль пространства
- 3.6. Чрезвычайные ситуации
 - 3.6.1. План эвакуации
 - 3.6.2. Оценка нужд в чрезвычайных ситуациях
 - 3.6.3. Создание пункта медицинской помощи
- 3.7. Способности
 - 3.7.1. Оценка возможностей
 - 3.7.2. Распределение участников в центральном отделении
 - 3.7.3. Максимальные возможности и принимаемые решения
- 3.8. Доступы
 - 3.8.1. Исследование количества доступов
 - 3.8.2. Пропускная способность каждого из доступов
 - 3.8.3. Расчет *тайминга* для входа и выхода в каждой точке доступа
- 3.9. Транспортировка
 - 3.9.1. Оценка транспортных возможностей
 - 3.9.2. Транспортная доступность
 - 3.9.3. Личный или общественный транспорт. Плюсы и минусы
- 3.10. Локации
 - 3.10.1. Сколько локаций у мероприятия?
 - 3.10.2. Где они расположены?
 - 3.10.3. Легкость доступа к местам проведения мероприятия

Модуль 4. Создание номинаций для мероприятий

- 4.1. Выбор дестинации
 - 4.1.1. Изучение дестинации
 - 4.1.2. Возможности дестинации. сильные стороны
 - 4.1.3. Инфраструктура дестинации

- 4.2. Преимущества дестинации
 - 4.2.1. Транспорт и легкость в доступе
 - 4.2.2. Жилье и места сбора
 - 4.2.3. Туристское предложение
- 4.3. Потенциал дестинации
 - 4.3.1. Тип мероприятия, которое можно провести
 - 4.3.2. Сколько рейсов, автомагистралей доступны
 - 4.3.3. Конференц-центры, заведения и гостиничные предложения
- 4.4. Культурное и развлекательное предложение дестинации
 - 4.4.1. Гастрономическое предложение дестинации
 - 4.4.2. Культурно-досуговое предложение дестинации
 - 4.4.3. Виды деятельности для проведения в дестинации
- 4.5. Жилье
 - 4.5.1. Изучение гостиничного предложения
 - 4.5.2. Изучение предложения квартир, кемпингов и др.
 - 4.5.3. Предложение студенческих общежитий
- 4.6. Транспортировка
 - 4.6.1. Доступность к дестинации
 - 4.6.2. Доступность и транспорт к *заведению*
 - 4.6.3. Внутренние транспортные предложения дестинации
- 4.7. Университеты и исследовательские центры
 - 4.7.1. Знание количества университетов в дестинации
 - 4.7.2. Сколько исследовательских центров насчитывается
 - 4.7.3. Учебный план или статус университетов и научно-исследовательских центров
- 4.8. Спортивные сооружения и культурные объекты
 - 4.8.1. Сколько спортивных сооружений имеется в дестинации
 - 4.8.2. Сколько культурных объектов имеется в дестинации
 - 4.8.3. Вместимость этих объектов и возможности их использования
- 4.9. Гастрономия, архитектура и искусство
 - 4.9.1. Гастрономическое предложение города. Рестораны, отмеченные звездами Мишлен
 - 4.9.2. Предложение музеев
 - 4.9.3. Известные архитекторы или уникальные здания дестинации



- 4.10. Конференц-центры и спортивные залы
 - 4.10.1. Количество конгрессных и конференц-центров
 - 4.10.2. Количество спортивных залов и павильонов
 - 4.10.3. Инфраструктура. Возможности конгрессных и спортивных залов

Модуль 5. Финансовый менеджмент

- 5.1. Бюджет мероприятия
 - 5.1.1. Реализация бюджета мероприятия
 - 5.1.2. *Тайминг* реализации бюджета
 - 5.1.3. Презентация бюджета
- 5.2. Доходы
 - 5.2.1. Виды доходов
 - 5.2.2. Возможности подтверждения доходов
 - 5.2.3. Средства для выплаты доходов
- 5.3. Расходы
 - 5.3.1. Виды расходов: постоянные и переменные
 - 5.3.2. Возможные действия, касающиеся затрат
 - 5.3.3. Платежные соглашения с поставщиками
- 5.4. План на случай непредвиденных обстоятельств
 - 5.4.1. Действия, которые необходимо предпринять в случае превышения уровня затрат
 - 5.4.2. Действия, которые необходимо предпринять в случае снижения доходов
 - 5.4.3. Процент непредвиденных расходов
- 5.5. Отчет о прибылях и убытках
 - 5.5.1. Составление отчета о прибылях и убытках
 - 5.5.2. Применение отчета о прибылях и убытках
 - 5.5.3. Действия, которые необходимо предпринять на основе отчета о прибылях и убытках
- 5.6. Управление прибылью
 - 5.6.1. Цель мероприятия и его прибыль
 - 5.6.2. Управление стипендиями и грантами
 - 5.6.3. Инвестиционные возможности

- 5.7. *Cash Flow*
 - 5.7.1. Что такое *Cash Flow*?
 - 5.7.2. Вклады в *Cash Flow*
 - 5.7.3. Действия, которые необходимо предпринять на основе *Cash Flow*
- 5.8. Налогообложение
 - 5.8.1. Налогообложение прибыли в зависимости от его использования
 - 5.8.2. НДС и его международное влияние
 - 5.8.3. Разница между компанией с ограниченной ответственностью и некоммерческой организацией
- 5.9. Управление комиссионными вознаграждение
 - 5.9.1. Определение необходимого количества комиссионных вознаграждений
 - 5.9.2. Управление комиссионными вознаграждениями в зависимости от клиента
 - 5.9.3. Соглашение о комиссионных вознаграждений с поставщиком
- 5.10. Амортизация. ROI
 - 5.10.1. Расчет окупаемости инвестиций
 - 5.10.2. *Тайминг* окупаемости инвестиций
 - 5.10.3. Амортизация инвестиций

Модуль 6. Стратегии управления в маркетинге и коммуникации

- 6.1. Стратегическая коммуникация
 - 6.1.1. Стратегическая коммуникация в мероприятиях
 - 6.1.2. Важность среды в стратегии
 - 6.1.3. Стремление брендов к *долгосрочной прибыли*
- 6.2. Поведение потребителей
 - 6.2.1. Новая интерпретация пирамиды Маслоу
 - 6.2.2. Психология современного потребителя
 - 6.2.3. Google заявляет о новой поведенческой модели
- 6.3. Цель бренда
 - 6.3.1. Текущая важность цели бренда
 - 6.3.2. Поиск ценности и цели бренда
 - 6.3.3. Интеграция или сосуществование цели с КСО
- 6.4. Устойчивое развитие как стратегия
 - 6.4.1. Открытие и практика устойчивого развития
 - 6.4.2. Коммуникация о целях устойчивого развития
 - 6.4.3. Внедрение ЦУР на мероприятиях

- 6.5. Глобальные проблемы коммуникации
 - 6.5.1. Теории международного маркетинга
 - 6.5.2. *Кросс-культурный* маркетинг и его применение
 - 6.5.3. Перенос брендов и сообщений в другие страны
- 6.6. Реклама и маркетинг
 - 6.6.1. Традиционная и цифровая реклама
 - 6.6.2. Креативность: искусство или наука
 - 6.6.3. Действия и инструменты для проведения мероприятий
- 6.7. Модели анализа
 - 6.7.1. Внутренний анализ: SWOT-анализы
 - 6.7.2. Стратегический анализ: Бостон и Ансофф
 - 6.7.3. Внешний анализ: 5 сил Портера и PESTEL
- 6.8. Связь со СМИ
 - 6.8.1. Пресс-конференции, пресс-релизы и другие инструменты
 - 6.8.2. Обучение пресс-секретарей
 - 6.8.3. Кризисная коммуникация
- 6.9. Связь с агентствами
 - 6.9.1. Тендеры, контракты и другие практики
 - 6.9.2. Управление проектами и их реализация
 - 6.9.3. Измерение и результаты проекта
- 6.10. Коммуникационный план
 - 6.10.1. Коммуникационный план
 - 6.10.2. Разработка тактической части коммуникационного плана
 - 6.10.3. Реализация и мониторинг коммуникационного плана

Модуль 7. Управление маркетингом и цифровизация мероприятий

- 7.1. Цифровизация на мероприятиях
 - 7.1.1. Новые коммуникационные технологии
 - 7.1.2. Цифровые мероприятия
 - 7.1.3. *Большие данные*. Метрики и аналитика
- 7.2. Цифровая сегментация
 - 7.2.1. Новые аудитории и типологии пользователей
 - 7.2.2. Новые переменные сегментации
 - 7.2.3. *Портрет покупателя* и его развитие

- 7.3. Цифровизация информации
 - 7.3.1. Мыслить и общаться в цифровом формате
 - 7.3.2. Новые модели *управления знаниями*
 - 7.3.3. *Фальшивые новости* и другие враги цифровизации
- 7.4. Управление репутацией на цифровом уровне
 - 7.4.1. Индивидуальный бренд
 - 7.4.2. *Мониторинг социальных сетей*
 - 7.4.3. *Входящий маркетинг*
- 7.5. *Цифровой* брендинг
 - 7.5.1. *Бренд-менеджмент*
 - 7.5.2. *Брендинг мероприятия*
 - 7.5.3. Действия, которые необходимо предпринять на основе отчета о прибылях и убытках
- 7.6. Процесс *бенчмаркинга*
 - 7.6.1. Цель мероприятия
 - 7.6.2. Анализ конкуренции
 - 7.6.3. *Бенчмаркинг* результатов
- 7.7. Рекламная кампания для мероприятия
 - 7.7.1. *Brainstorming* и мозговой штурм
 - 7.7.2. Внутренняя и внешняя часть рекламной кампании
 - 7.7.3. Реализация и мониторинг рекламной кампании
- 7.8. Цифровые методы
 - 7.8.1. Определение целей и стратегий
 - 7.8.2. Выбор каналов и платформ
 - 7.8.3. Оптимизация результатов в режиме реального времени
- 7.9. Социальные сети
 - 7.9.1. Знание и использование социальных сетей
 - 7.9.2. Самые важные роли для мероприятия
 - 7.9.3. Выполнение прямой трансляции мероприятия в социальных сетях
- 7.10. Управление командами маркетинга и коммуникации
 - 7.10.1. Лидерские навыки
 - 7.10.2. Ключи к прагматичному *менеджменту*
 - 7.10.3. Повседневное управление

Модуль 8. Управление операциями и логистика мероприятий

- 8.1. Операции и логистика мероприятий
 - 8.1.1. Изучение потребностей мероприятия
 - 8.1.2. Планирование необходимых операций
 - 8.1.3. Знание потребностей персонала операции
- 8.2. Транспортная логистика и доступ
 - 8.2.1. Логистика в соответствии с видами транспорта мероприятия
 - 8.2.2. Логистика в соответствии с доступом
 - 8.2.3. Пропускная способность в пунктах доступа и транспорта
- 8.3. Управление человеческими ресурсами мероприятия
 - 8.3.1. Типология человеческих ресурсов, доступных для мероприятия
 - 8.3.2. Внутренняя коммуникация
 - 8.3.3. Иерархии и система подчинения
- 8.4. Управление поставщиками
 - 1.4.8. Политика коммуникации с поставщиками
 - 8.4.2. Управление деятельностью каждого поставщика
 - 8.4.3. Адаптивность и потребности каждого поставщика
- 8.5. Работа с выступающими и VIP-гостями
 - 8.5.1. Протокол контакта с VIP-персонами
 - 8.5.2. Управление потребностями VIP-гостей (зоны доступа, охрана, транспорт и т.д.)
 - 8.5.3. Управление персоналом по уходу и помощи VIP-гостям. Докладчик
- 8.6. Управление доступностью
 - 8.6.1. Управление доступностью мероприятия. Необходимые задачи
 - 8.6.2. Гастрономия с учетом всех требований
 - 8.6.3. Инклюзивные программы для посетителей с ограниченными возможностями
- 8.7. Управление устойчивостью
 - 8.7.1. Местная гастрономия
 - 8.7.2. Утилизация отходов при проведении мероприятий
 - 8.7.3. Выбор экологических материалов и продуктов

- 8.8. *Трансферы* и внутренние транспортные операции
 - 8.8.1. Протокол для управления *пересадками* гостей
 - 8.8.2. Сложность аэропорта и его операций
 - 8.8.3. Управление и разрешение инцидентов
- 8.9. Операции по уходу за обслуживающим персоналом
 - 8.9.1. *Стойка регистрации*
 - 8.9.2. Сегментация зон обслуживания
 - 8.9.3. Управление особыми инцидентами
- 8.10. Монтаж и демонтаж мероприятия
 - 8.10.1. Расчет *тайминга* и персонала для сборки
 - 8.10.2. Требования к логистике монтажа
 - 8.10.3. Логистика демонтажа мероприятия

Модуль 9. Спонсорство на мероприятиях

- 9.1. Планирование и стратегия спонсорства: выбор *целевой группы*
 - 9.1.1. Аспекты, необходимые для анализа в спонсируемом секторе
 - 9.1.2. Выбор лучших спонсоров
 - 9.1.3. Что должно быть спонсировано и причины спонсорства
- 9.2. Политика сектора. Этический кодекс. *Соответствие*
 - 9.2.1. Этический кодекс каждого сектора
 - 9.2.2. Управление данными спонсоров
 - 9.2.3. Отделы контроля *соответствия* и их значение
- 9.3. Создание спонсорского *досье*. Презентация
 - 9.3.1. Презентация
 - 9.3.2. Идентификация
 - 9.3.3. Цели
- 9.4. Создание спонсорского *досье*. Технические данные
 - 9.4.1. Определение индоссаментов и авалей
 - 9.4.2. Исторические данные
 - 9.4.3. Возможности спонсорства

- 9.5. Управление ценами продаж
 - 9.5.1. Расчет цен продажи спонсорской помощи
 - 9.5.2. Индивидуальная продажа по концепциям
 - 9.5.3. Групповые продажи различных спонсоров
- 9.6. Планы и расположение выставочных площадей
 - 9.6.1. Создание карты *стендов*
 - 9.6.2. Что должно быть отражено
 - 9.6.3. Движение посетителей
- 9.7. Планирование выставочной площади
 - 9.7.1. Визуализация
 - 9.7.2. Известность
 - 9.7.3. Справедливость с точки зрения количества участников
- 9.8. Маркетинговая политика
 - 9.8.1. Где продавать спонсорство
 - 9.8.2. Как продавать спонсорство
 - 9.8.3. Условия оплаты и штрафы
- 9.9. Управление и последующие действия по продаже спонсорской поддержки
 - 9.9.1. Реализация и прогнозирование спонсорской помощи
 - 9.9.2. Техничко-экономическое обоснование (ТЭО)
 - 9.9.3. Достижение целей или переориентация
- 9.10. Лояльность спонсорства
 - 9.10.1. Действия по формированию лояльности спонсорства
 - 9.10.2. Услуги, которые должны быть предоставлены
 - 9.10.3. Улучшения или инновации

Модуль 10. Цифровизация мероприятий; разработка цифрового мероприятия

- 10.1. Эпоха Covid-19 на мероприятиях
 - 10.1.1. Важные моменты, которые необходимо знать
 - 10.1.2. *Тайминг* принятия решений
- 10.2. Цифровое планирование событий. Таблица
 - 10.2.1. Создание таблицы
 - 10.2.2. Элементы, которые необходимо учитывать в таблице
 - 10.2.3. Аспекты, которые должны быть отражены в таблице Приоритеты



- 10.3. Выбор поставщиков
 - 10.3.1. Выбор технологического *партнера*
 - 10.3.2. Требования, запрашиваемые у поставщика
 - 10.3.3. Выбор поставщиков. Фактор цены vs. Фактор стоимости. Опыт
- 10.4. Управление сетями и интернетом
 - 10.4.1. Аспекты, которые необходимо учитывать в процессе управления сетями
 - 10.4.2. Заключение контракта на интернет-услуги
 - 10.4.3. Испытания сети на нагрузку и насыщенность
- 10.5. Цели охвата. Аудитория
 - 10.5.1. Определить целевую аудиторию
 - 10.5.2. Вещание на других языках
 - 10.5.3. Помещения для вещания
- 10.6. Взаимодействие участников Голосование
 - 10.6.1. Внедрение системы взаимодействия
 - 10.6.2. Элементы, которые должны быть учтены при взаимодействии участников.
 - 10.6.3. Формы и процедуры для развития взаимодействия
- 10.7. Вводные видео. *Kyrons*. Музыка
 - 10.7.1. *Kyrons*.
 - 10.7.2. Важность вступлений
 - 10.7.3. Ресурсы, которые нужно учитывать
- 10.8. Очная и цифровая координация. Выступающие in situ и удаленно
 - 10.8.1. Связь с выступающими
 - 10.8.2. Предоставление программы действий выступающим
 - 10.8.3. *Тайминг* и организация выступающих. Правила, которые необходимо соблюдать
- 10.9. Генерация виртуальных студий
 - 10.9.1. Хромакей
 - 10.9.2. Задняя часть
 - 10.9.3. *LED*-экран
- 10.10. Виртуальный и гибридный контроль мероприятия
 - 10.10.1. Мониторинг мероприятия через контроль
 - 10.10.2. Время и порядок трансляции
 - 10.10.3. Разрешение инцидентов в режиме реального времени

07

Практика

По завершении теоретического этапа студенты приступают к прохождению практики в рамках данной Очно-заочной магистратуры в компании, которая позволит им освоить функции организатора мероприятий. Деятельность, в которой вас будут сопровождать профессиональные эксперты в данной области, которые подскажут вам, как провести любое мероприятие в различных форматах и с использованием новейших инструментов, применяемых в данном секторе.



“

Пройдите стажировку у профессионалов отрасли, которые ознакомят вас с последними достижениями в области организации мероприятий”

Практический период программы в области организации мероприятий состоит из стажировки в одной из компаний, где студенты смогут получить реальный опыт планирования, организации и координации мероприятий в различных форматах. И все это при наличии специализированного персонала, который будет сопровождать и направлять вас, чтобы процесс обучения был максимально полным и соответствовал вашим профессиональным ожиданиям.

Студенты будут работать с понедельника по пятницу с 8 последовательными 8-часовыми днями практического обучения. Данная стажировка позволит нам увидеть, как все, что вы изучили в рамках теоретической базы, может быть перенесено в реальный мир организации мероприятий. Преподавательский состав в ТЕСН этой программы будет наставлять студентов, чтобы специалисты достигли оптимального, полного и качественного обучения на этом этапе.

Это, несомненно, возможность учиться, работая в индустрии мероприятий, где студенты смогут увидеть, как подбираются помещения в зависимости от мероприятия, как размещаются участники, какие основные маркетинговые и коммуникационные стратегии используются, как составляются планы в соответствии с мероприятием или как строятся отношения со СМИ и агентствами для того, чтобы обеспечить максимальную известность мероприятия.

Практическая часть проводится при активном участии студента, выполняющего действия и процедуры в каждой области компетенции (учиться учиться и учиться делать), при сопровождении и руководстве преподавателей и других коллег по обучению, способствующих командной работе и междисциплинарной интеграции как сквозным компетенциям для практики в области организации мероприятий (учиться быть и учиться взаимодействовать).

Описанные ниже процедуры составят основу практической части подготовки, а их выполнение будет зависеть от готовности и загруженности самого центра:



Воплотите все свои творческие идеи в организации мероприятий с помощью данной Практической подготовки"

Модуль	Практическая деятельность
Подход к разработке и планированию мероприятий	Освоить различные типы мероприятий с акцентом на конгрессы, съезды и инсентив-мероприятия
	Развивать активность в культурных, музыкальных, общественных или спортивных мероприятиях
	Руководить проектом по организации мероприятий, выполняя все этапы от поиска места проведения до последующей оценки результатов
	Исследовать с помощью дизайн-мышления наилучшую стратегию, которой следует придерживаться при создании мероприятия
	Отработать технику создания соответствующей вывески для мероприятия
	Принять решение о наиболее подходящих вариантах транспортировки и местах в зависимости от организуемого мероприятия
	Обсудить возможности проживания, транспорта и активности в рамках организации мероприятия
	Выбрать направление по гастрономии, архитектуре, искусству и конференц-центрам
Прикладные методы финансового менеджмента	Управлять бюджетом мероприятия с соответствующими статьями доходов и расходов
	Составить план действий на случай возможных проблем при организации мероприятия
	Управлять налогообложением мероприятия с учетом погашений и комиссий
	Участвовать в управлении полученными выгодами, изучая возможности инвестирования

Модуль	Практическая деятельность
Решение задач стратегического менеджмента и цифровизации маркетинга и коммуникаций на мероприятиях	Разработать планы маркетинга и рекламы в соответствии с организуемым мероприятием
	Проанализировать сильные и слабые стороны события, используя различные методики
	Поддерживать отношения со СМИ и агентствами для разработки коммуникационного плана
	Управлять цифровыми мероприятиями на основе новых коммуникационных технологий
	Сегментировать целевую аудиторию мероприятия по пользователям и персоне покупателей
	<i>Управлять цифровым брендингом бренда и мероприятия, о котором идет речь</i>
	Планировать досье и организовывать цифровое мероприятие
	Управлять коммуникационными каналами и сетями цифрового мероприятия
	Взять на себя управление цифровым и гибридным мероприятием
	Управление операциями, логистика и методы спонсорства мероприятий
Составить планы мероприятий с учетом спикеров, VIP-гостей и доступности	
Управлять логистикой монтажа и демонтажа мероприятия	
Планировать стратегию спонсорства и устойчивого развития мероприятия	
Создать спонсорское досье с техническими данными	
Применять общие маркетинговые политики в управлении спонсорством мероприятий	

Страхование ответственности

Основная задача этого учреждения – гарантировать безопасность как обучающихся, так и других сотрудничающих агентов, необходимых в процессе практической подготовки в компании. Среди мер, направленных на достижение этой цели, – реагирование на любой инцидент, который может произойти в процессе преподавания и обучения.

С этой целью данное образовательное учреждение обязуется застраховать гражданскую ответственность на случай, если таковая возникнет во время стажировки в центре производственной практики.

Этот полис ответственности для обучающихся должен быть комплексным и должен быть оформлен до начала периода практики. Таким образом, специалист может не беспокоиться, если ему/ей придется столкнуться с непредвиденной ситуацией, поскольку его/ее страховка будет действовать до конца практической программы в центре.



Общие условия прохождения практической подготовки

Общие условия договора о стажировке по данной программе следующие:

1. НАСТАВНИЧЕСТВО: во время практики студенту будут назначены два наставника, которые будут сопровождать его/ее на протяжении всего процесса, разрешая любые сомнения и вопросы, которые могут возникнуть. С одной стороны, будет работать профессиональный наставник, принадлежащий к учреждению, где проводится практика, цель которого – постоянно направлять и поддерживать студента. С другой стороны, за студентом также будет закреплён академический наставник, задача которого будет заключаться в координации и помощи студенту на протяжении всего процесса, разрешении сомнений и содействии во всем, что может ему/ей понадобиться. Таким образом, специалист будет постоянно находиться в сопровождении и сможет проконсультироваться по любым возникающим сомнениям как практического, так и академического характера.

2. ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: программа стажировки рассчитана на три недели непрерывного практического обучения, распределенного на 8-часовые дни, пять дней в неделю. За дни посещения и расписание отвечает центр, информируя специалистов должным образом и заранее, с достаточным запасом времени, чтобы облегчить их организацию.

3. НЕЯВКА: в случае неявки в день начала обучения по программе Очно-заочной магистратуры студент теряет право на прохождение практики без возможности возмещения или изменения даты. Отсутствие на практике более двух дней без уважительной/медицинской причины означает отмену практики и ее автоматическое прекращение. О любых проблемах, возникающих во время стажировки, необходимо срочно сообщить академическому наставнику.

4. СЕРТИФИКАЦИЯ: студент, прошедший Очно-заочную магистратуру, получает сертификат, аккредитующий стажировку в данном учреждении.

5. ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ: Очно-заочная магистратура не предполагает трудовых отношений любого рода.

6. ПРЕДЫДУЩЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ: некоторые центры могут потребовать справку о предыдущем образовании для прохождения Очно-заочной магистратуры. В этих случаях необходимо будет представить ее в отдел стажировки ТЕСН, чтобы подтвердить назначение выбранного учреждения.

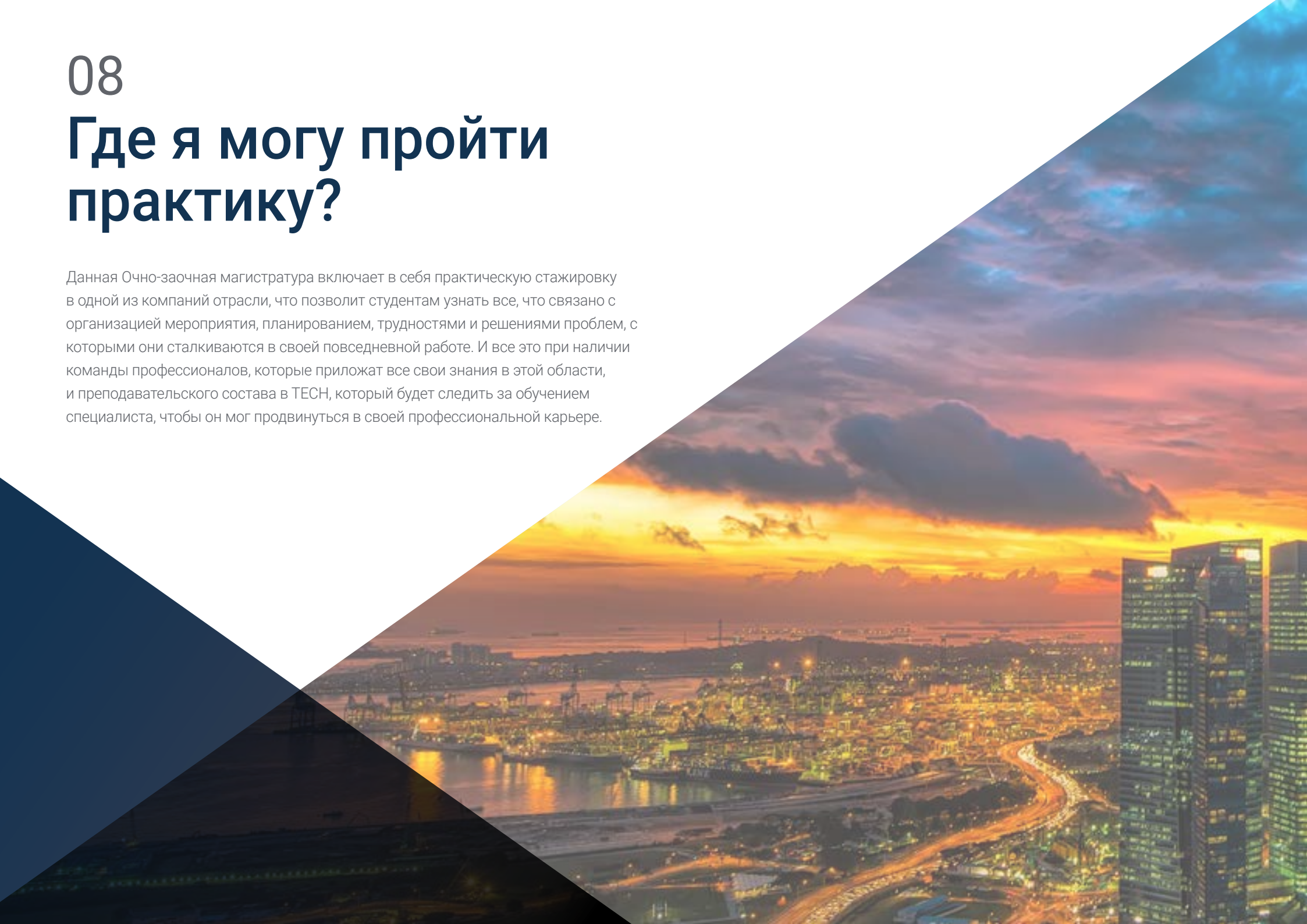
7. НЕ ВКЛЮЧАЕТСЯ: Очно-заочная магистратура не должна включать какие-либо иные пункты, не описанные в данных условиях. Поэтому в нее не входит проживание, транспорт до города, где проходит стажировка, визы или любые другие услуги, не описанные выше.

Однако студенты могут проконсультироваться со своим академическим наставником, если у них есть какие-либо сомнения или рекомендации по этому поводу. Наставник предоставит вам всю необходимую информацию для облегчения процесса.

08

Где я могу пройти практику?

Данная Очно-заочная магистратура включает в себя практическую стажировку в одной из компаний отрасли, что позволит студентам узнать все, что связано с организацией мероприятия, планированием, трудностями и решениями проблем, с которыми они сталкиваются в своей повседневной работе. И все это при наличии команды профессионалов, которые приложат все свои знания в этой области, и преподавательского состава в ТЕСН, который будет следить за обучением специалиста, чтобы он мог продвинуться в своей профессиональной карьере.



“

*Завершите свое теоретическое образование
практической стажировкой, которая
покажет вам широкие профессиональные
возможности индустрии мероприятий”*

tech 42 | Где я могу пройти практику?



Студенты могут пройти практическую часть этой Очно-заочной магистратуры в следующих центрах:



Бизнес-школа

Madrid Urban Vibes

Страна	Город
Испания	Мадрид

Адрес: Calle de Sta Engracia, 62, 28010 Madrid

Опыт, экскурсии, музыка и развлечения

Соответствующая практическая подготовка:
- Организация мероприятий





Бизнес-школа

ultimafiesta.com

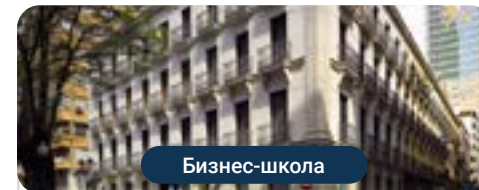
Страна: Испания
Город: Леон

Адрес: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

Люди, которые хотят подчеркнуть достоинство и торжество жизни в момент смерти

Соответствующая практическая подготовка:

- Организация мероприятий
- Коммерческий менеджмент и управление продажами



Бизнес-школа

**COLEGIO TERRITORIAL DE
ARQUITECTOS DE ALICANTE**

Страна: Испания
Город: Аликанте

Адрес: Plaza Gabriel Miró. nº2,
03001 Alicante

Центр предоставляет консультации в различных областях профессии, постоянно направляя и ориентируя своих специалистов

Соответствующая практическая подготовка:

- Организация мероприятий
- Дизайн продуктов UX/UI



Бизнес-школа

Nameless Agency

Страна: Мексика
Город: Мехико

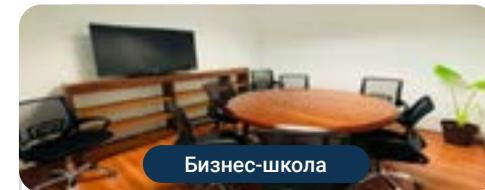
Адрес: Tula 30 Colonia Condesa
Cuauhtémoc C.P. 06140

Организация, специализирующаяся на цифровом маркетинге и связях с общественностью

Соответствующая практическая подготовка:

- Рекламная коммуникация
- МВА в области цифрового маркетинга





Бизнес-школа

Wakken

Страна	Город
Мексика	Мехико

Адрес: Ozuluama 21 B Col. Hipódromo
Condesa Del. Cuauhtemoc

Пространство для спортивных занятий
физическими упражнениями высокого уровня

Соответствующая практическая подготовка:

- Спорт высоких достижений
- Спортивная журналистика

09

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 TECH - 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.



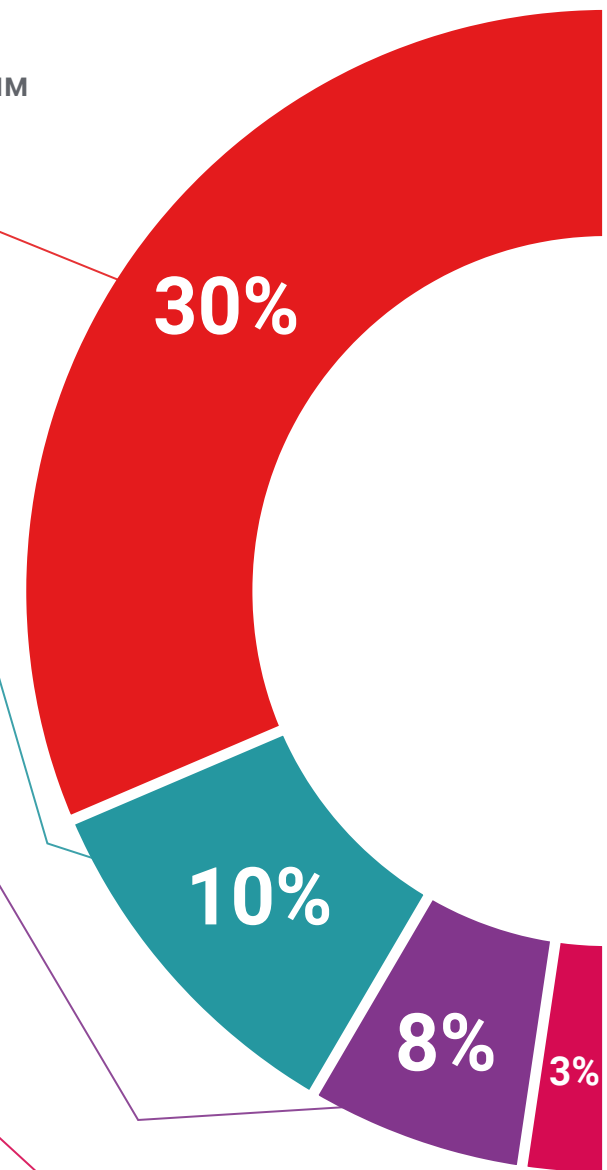
Практика управленческих навыков

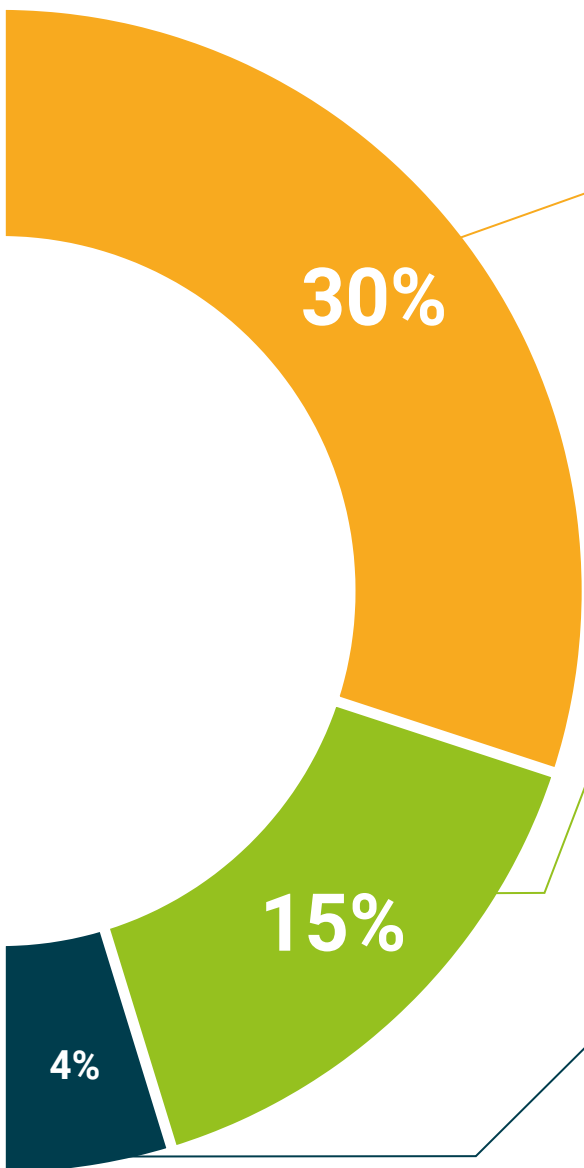
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



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

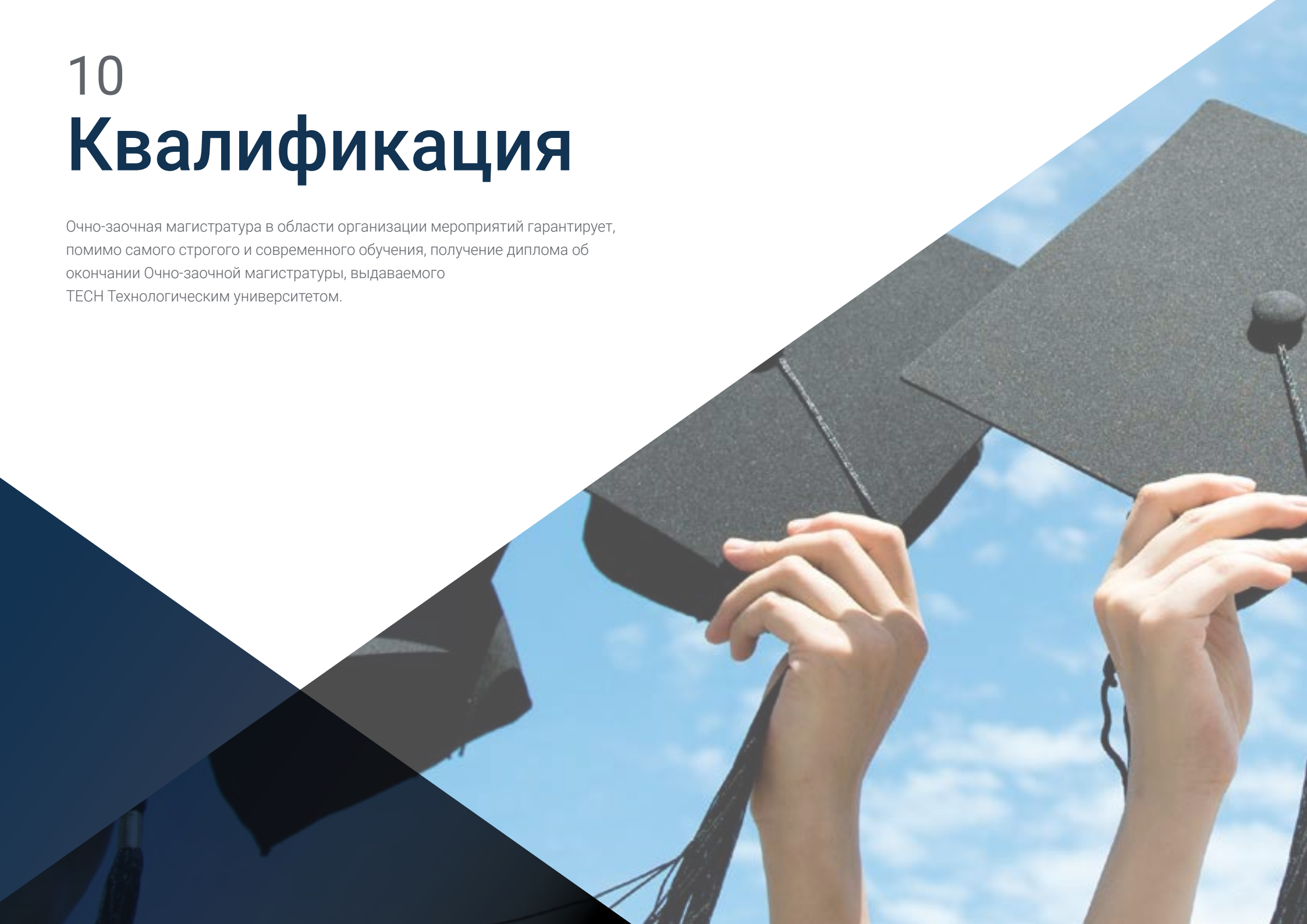
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



10

Квалификация

Очно-заочная магистратура в области организации мероприятий гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Очно-заочной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

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

Данная **Очно-заочная магистратура в области организации мероприятий** содержит самую полную и современную программу на профессиональном и академическом рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте с подтверждением получения соответствующий Сертификат об окончании Очно-заочной магистратуры, выданный TECH.

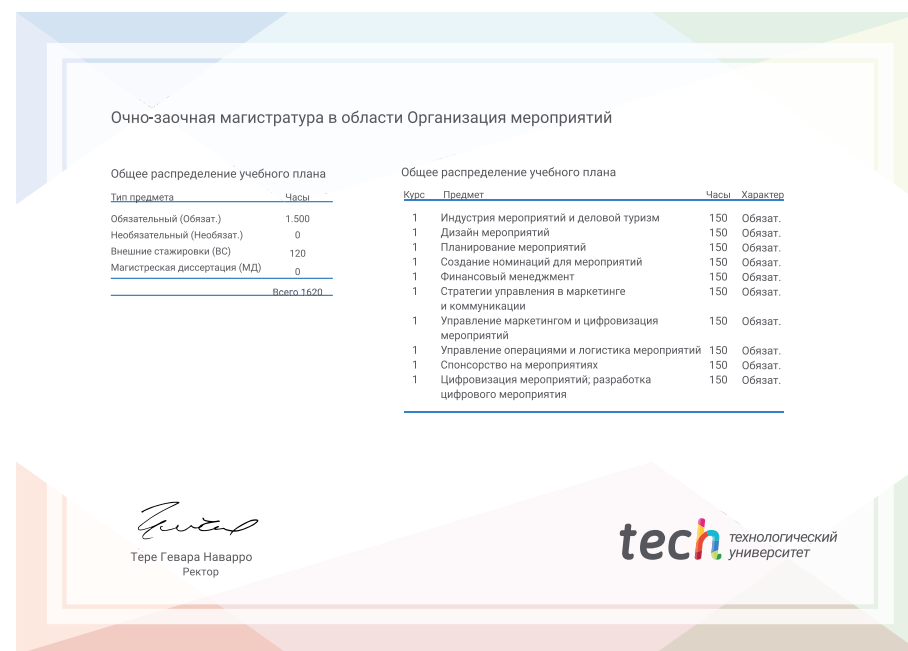
В дополнение к диплому вы получите сертификат, а также справку о содержании программы. Для этого вам следует обратиться к своему академическому консультанту, который предоставит вам всю необходимую информацию.

Диплом: **Очно-заочная магистратура в области организации мероприятий**

Формат: **Очно-заочное обучение (онлайн + практика)**

Продолжительность: **12 месяцев**

Учебное заведение: **TECH Технологический университет**



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

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее будущее

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Очно-заочная магистратура
Организация мероприятий

Формат: Очно-заочное обучение (онлайн + практика)

Продолжительность: 12 месяцев

Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет

Очно-заочная магистратура Организация мероприятий

