

# Бизнес-магистратура

МВА в области управления  
коммерческой деятельностью  
и продажами

M D C V



## Бизнес-магистратура МВА в области управления коммерческой деятельностью и продажами

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: выпускников университетов и специалистов с подтвержденным опытом работы

Веб-доступ: [www.techtitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-commercial-sales-management](http://www.techtitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-commercial-sales-management)

# Оглавление

01	Добро пожаловать	02	Почему стоит учиться в TECH?	03	Почему именно наша программа?	04	Цели
	<hr/>		<hr/>		<hr/>		<hr/>
	стр. 4		стр. 6		стр. 10		стр. 14
		05	Компетенции	06	Структура и содержание	07	Методология
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 20		стр. 24		стр. 36
		08	Профиль наших учащихся	09	Руководство курса	10	Влияние на карьеру
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 44		стр. 48		стр. 66
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					<hr/>		<hr/>
					стр. 70		стр. 74

# 01

# Добро пожаловать

За последнее десятилетие коммерция претерпела невиданные ранее изменения. В связи с этим компаниям необходимо внедрять новые профили, способные по-новому понимать коммерцию, привнося стратегическое видение в коммерческую работу. Таким образом, новые технологии и последние достижения в области коммуникаций предоставили организациям новые инструменты для контроля и анализа продукции, а также изменили привычки потребителей, которые все чаще предпочитают покупки через Интернет. В рамках этой программы MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами студенты приобретут необходимые навыки для стратегического управления коммерческой деятельностью организации с интегральной и глобальной точки зрения, позволяющей использовать наиболее эффективные инструменты для каждой части процесса.



Бизнес-магистратура MBA в области управления  
коммерческой деятельностью и продажами  
TECH Global University

“

*Компаниям требуются руководители с широким спектром специализаций, поэтому ТЕСН предлагает программы, разработанные специально для вас и адаптированные к вашим интересам”*

02

# Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

*TESH – это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе”*

## В TECH Технологическом университете



### Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя.

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной мультимедиа-системы.



### Высокие требования

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

**95%**

студентов TECH успешно завершают обучение



### Нетворкинг

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

**100 000+**

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

**200+**

разных национальностей



### Расширение прав и возможностей

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

**+500+**

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



### Талант

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

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



### Мультикультурный контекст

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

Наши студенты представляют более 200 национальностей.





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



### Анализ

---

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



### Академическое превосходство

---

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



### Экономия за счет масштаба

---

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



### Учитесь у лучших

---

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

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



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

03

# Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и 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 вопросах личного развития, включая следующие:

01

### Дать решающий толчок карьере студента

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

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

02

### Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

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

*Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.*

03

### Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

*Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами из области высшего менеджмента.*

04

### Брать на себя новые обязанности

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

*45% наших студентов получают повышение внутри компании.*

05

### Получить доступ к мощной сети контактов

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

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

06

### Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

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

*20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.*

07

### Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

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

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

08

### Стать частью эксклюзивного сообщества

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

*Мы даем вам возможность специализироваться с командой признанных преподавателей на международной сцене.*

# 04

## Цели

С целью укрепления и обновления знаний студентов во всем, что связано с коммерческой деятельностью и управлением продажами, ТЕСН разработал эту программу MBA с полным учебным планом, обновленным в соответствии с требованиями профессии. Таким образом, этот учебный процесс станет для студента уникальной возможностью приобрести навыки успешного профессионала, помогающего организациям достичь своих бизнес-целей. Востребованный профессионал, который достигает своих личных, профессиональных и зарплатных ожиданий.



“

*Международный опыт, этическая приверженность и видение бизнеса – одни из самых востребованных характеристик для менеджеров в цифровую эпоху”*

**TECH делает цели своих студентов своими собственными**  
**Мы работаем вместе для достижения этих целей**

Программа MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами научит студента:

01

Определять последние тенденции и разработки в области управления бизнесом

04

Разрабатывать стратегии для руководства организациями и командами продаж в период перемен

02

Разрабатывать, возглавлять и реализовывать более эффективные, ориентированные на клиента стратегии продаж, предлагающие персонализированные ценностные предложения

03

Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде, оценивая их влияние на компанию





05

Создавать наиболее подходящие программы для отбора, обучения, стимулирования, мониторинга и развития торгового персонала

06

Развивать навыки выявления, анализа и решения проблем

07

Объяснять компанию с глобальной точки зрения, а также ответственность и новую роль коммерческих директоров

08

Развить необходимые навыки для стратегического руководства коммерческой деятельностью организации



09

Разрабатывать инновационные стратегии и политику для улучшения коммерческого управления и повышения эффективности

10

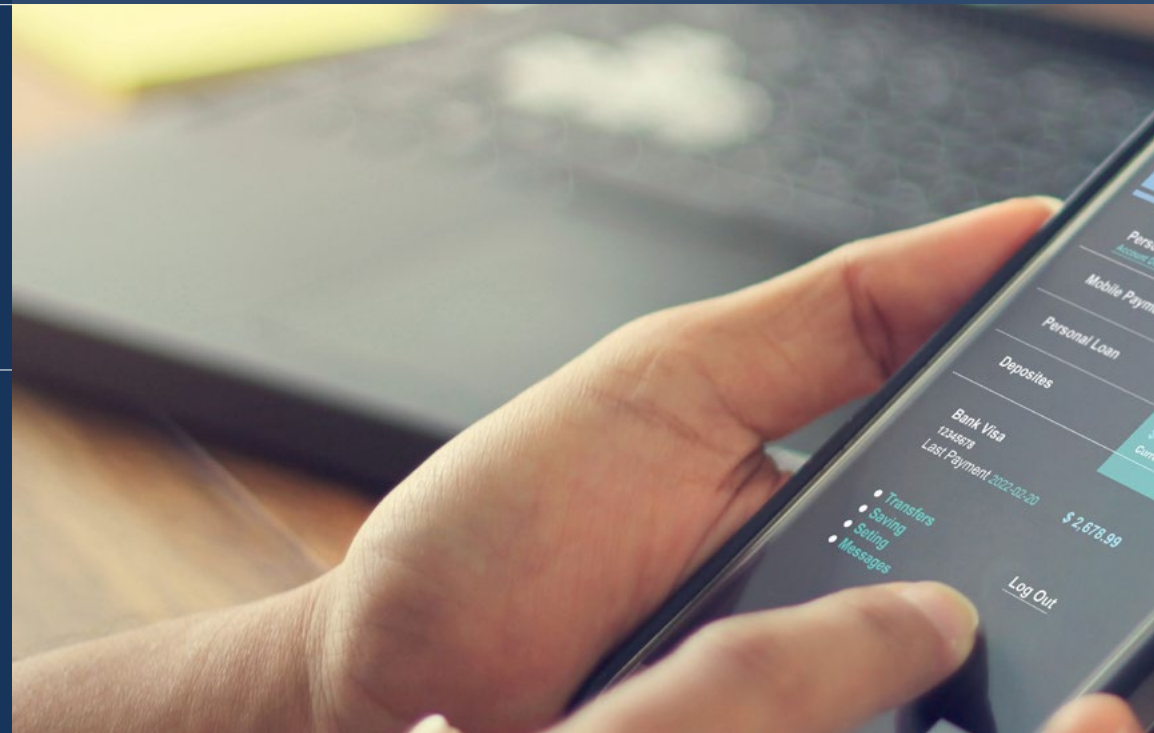
Формулировать и внедрять коммерческую политику как стратегию роста, которая адаптирует компанию к изменениям в международной среде

11

Приобрести лидерские качества для успешного руководства командами по продажам и маркетингу

12

Знать весь процесс логистической и операционной цепи компании



13

Уметь организовывать и управлять командами отдела продаж

14

Внедрять международные стратегии продаж и маркетинга

15

Интегрировать различные цифровые инструменты в бизнес-стратегию

16

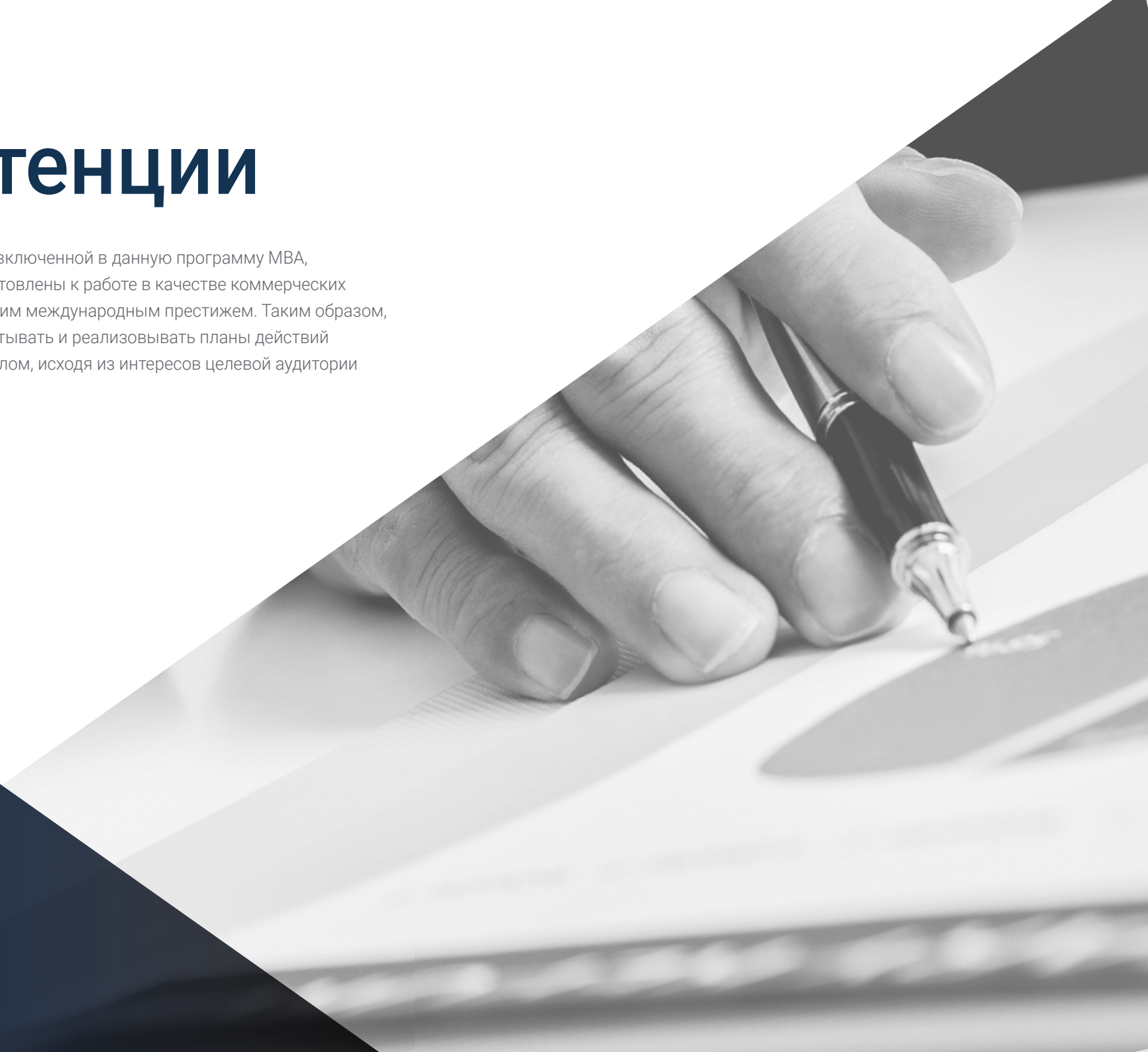
Проводить исследования рынка, чтобы понять конкурентов и разработать стратегии дифференциации



05

# Компетенции

После прохождения аттестации, включенной в данную программу MBA, студенты будут полностью подготовлены к работе в качестве коммерческих директоров в компаниях с высоким международным престижем. Таким образом, вы сможете предлагать, разрабатывать и реализовывать планы действий с сильным стратегическим смыслом, исходя из интересов целевой аудитории и с ориентацией на результат.



“

*Вы сможете стать успешным менеджером по продажам и коммерции, подняв свои профессиональные и личные перспективы на новый уровень. Не упустите эту возможность”*

01

Применять конкретные навыки лидерства  
в коммерческом управлении и продажах

02

Эффективно управлять  
многокультурными командами

03

Анализировать прибыльность  
инвестиционных проектов  
и создание стоимости

04

Анализировать финансовое воздействие  
управленческих решений

05

Применять методы и методики количественных  
и качественных исследований



06

Обладать глубокими знаниями  
в области маркетинговых технологий

08

Контролировать коммерческую  
деятельность компании

09

Проводить коммерческие аудиты

07

Проводить правильную коммерческую  
организацию и стратегию продаж

10

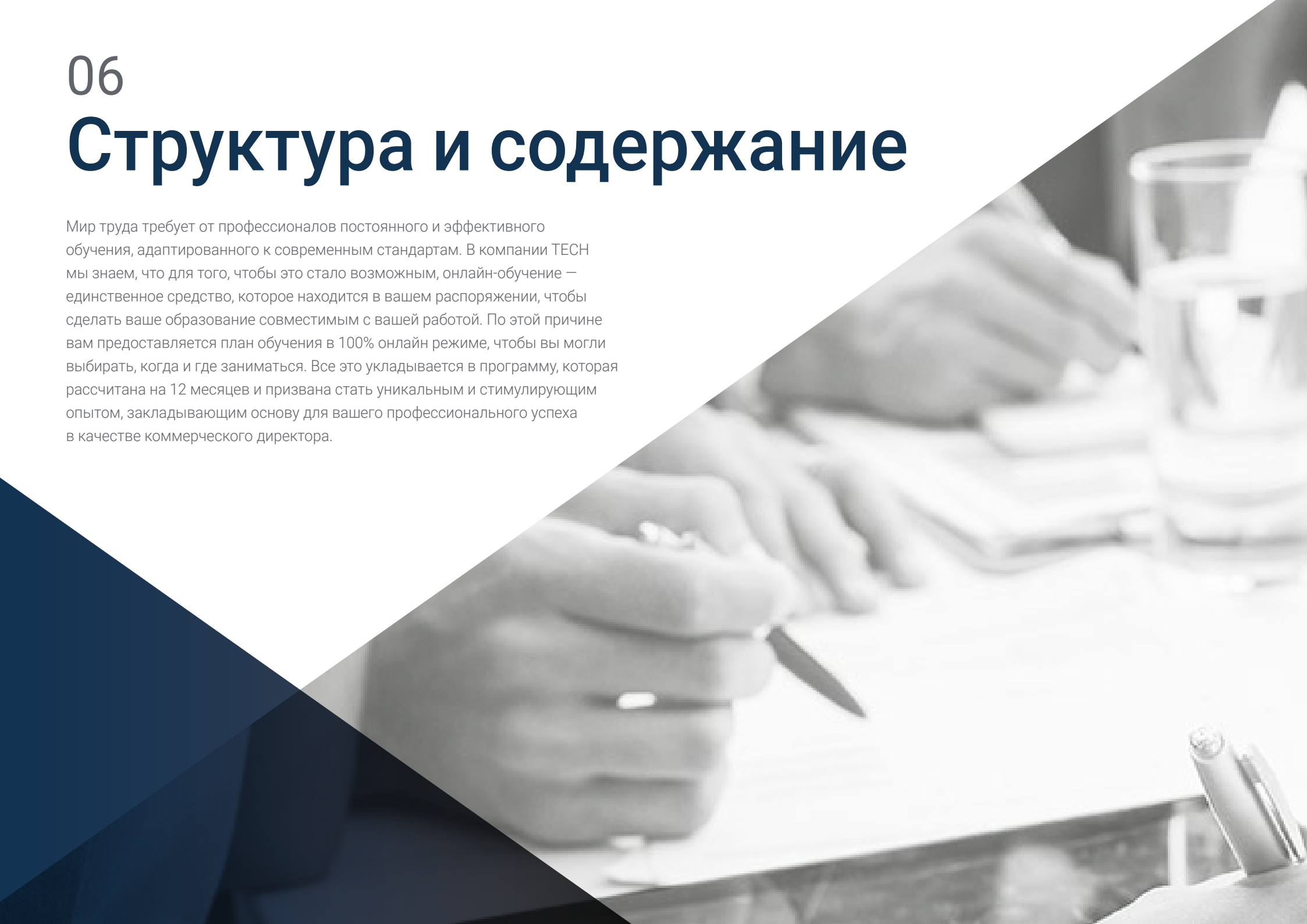
Применять технику коучинга  
в действиях по продажам



06

# Структура и содержание

Мир труда требует от профессионалов постоянного и эффективного обучения, адаптированного к современным стандартам. В компании TESH мы знаем, что для того, чтобы это стало возможным, онлайн-обучение — единственное средство, которое находится в вашем распоряжении, чтобы сделать ваше образование совместимым с вашей работой. По этой причине вам предоставляется план обучения в 100% онлайн режиме, чтобы вы могли выбирать, когда и где заниматься. Все это укладывается в программу, которая рассчитана на 12 месяцев и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, закладывающим основу для вашего профессионального успеха в качестве коммерческого директора.





“

*Учебная программа, разработанная профессионалами, которые научат вас, как выполнять свою профессиональную деятельность с полным успехом”*

## Учебный план

МВА в области управления коммерческой деятельностью и продажами в TECH Технологического университета — это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

В ходе программы студенты из первых рук узнают о руководящих принципах, которые определяют логистику и экономическое управление компанией, ключевые аспекты, когда речь идет об управлении коммерческой сферой. Кроме того, вы научитесь проводить глубокие исследования рынка, чтобы знать реальное поведение среды, в которой будет продаваться продукт, и, следовательно, наиболее подходящие стратегии в каждом конкретном случае.

Также будут изучены общие аспекты управления бизнесом, такие как лидерство, экономическое и цифровое управление организацией. Тем самым будущий директор будет обладать рядом универсальных компетенций, которые сделают его/ее успешным профессионалом на интегральном уровне.

По всем этим причинам данная программа МВА, несомненно, является уникальной возможностью в руках студентов, поскольку позволяет им развивать многообещающее профессиональное будущее с высокими перспективами заработной платы благодаря академической программе, которая понимает их потребности и потребности рынка и удовлетворяет их с помощью проверенной и эффективной методологии.

Эта программа рассчитана на 12 месяцев и состоит из 15 модулей:

<b>Модуль 1</b>	Менеджмент и лидерство
<b>Модуль 2</b>	Логистика и экономический менеджмент
<b>Модуль 3</b>	Управление продажами
<b>Модуль 4</b>	Исследование рынка
<b>Модуль 5</b>	Планирование кампании продаж
<b>Модуль 6</b>	Организация продаж и команда продаж
<b>Модуль 7</b>	Подбор, обучение и коучинг торговой сети
<b>Модуль 8</b>	Процесс коммерческой деятельности
<b>Модуль 9</b>	Управление отношениями с клиентами
<b>Модуль 10</b>	Интеграция цифровых каналов в коммерческую стратегию
<b>Модуль 11</b>	Международная торговля и маркетинг
<b>Модуль 12</b>	Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
<b>Модуль 13</b>	Управление персоналом и талантами
<b>Модуль 14</b>	Финансово-экономическое управление
<b>Модуль 15</b>	Исполнительный менеджмент

### Где, когда и как учиться?

TECH предлагает возможность обучения по программе MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами полностью в онлайн-формате. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять учебным временем.

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



## Модуль 1. Менеджмент и лидерство

### 1.1. Общий менеджмент

- 1.1.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
- 1.1.2. Политика и процессы управления
- 1.1.3. Общество и предприятие

### 1.2. Стратегическое управление

- 1.2.1. Определение стратегической позиции: миссия, видение и ценности
- 1.2.2. Развитие нового бизнеса
- 1.2.3. Рост и консолидация компании

### 1.3. Конкурентные стратегии

- 1.3.1. Анализ рынка
- 1.3.2. Устойчивое конкурентное преимущество
- 1.3.3. Возврат инвестиций

### 1.4. Корпоративная стратегия

- 1.4.1. Движущая сила корпоративной стратегии
- 1.4.2. Темпы развития корпоративной стратегии
- 1.4.3. Формирование корпоративной стратегии

### 1.5. Планирование и стратегия

- 1.5.1. Актуальность стратегического управления в процессе управленческого контроля
- 1.5.2. Анализ среды и организации
- 1.5.3. Бережливое управление

### 1.6. Управление талантами

- 1.6.1. Управление человеческим капиталом
- 1.6.2. Среда, стратегия и показатели
- 1.6.3. Инновации в управлении персоналом

### 1.7. Развитие менеджмента и лидерства

- 1.7.1. Лидерство и стили лидерства
- 1.7.2. Воля
- 1.7.3. Эмоциональный интеллект
- 1.7.4. Возможности и навыки лидера 2.0
- 1.7.5. Эффективные совещания

### 1.8. Управление изменениями

- 1.8.1. Анализ производительности
- 1.8.2. Управлять изменениями. Сопротивление изменениям
- 1.8.3. Управление процессами изменений
- 1.8.4. Управление мультикультурными командами

## Модуль 2. Логистика и экономический менеджмент

### 2.1. Финансовая диагностика

- 2.1.1. Показатели для анализа финансовой отчетности
- 2.1.2. Анализ рентабельности
- 2.1.3. Экономическая и финансовая рентабельность компании

### 2.2. Экономический анализ решений

- 2.2.1. Бюджетный контроль
- 2.2.2. Анализ конкуренции. Сравнительный анализ
- 2.2.3. Принятие решений. Инвестиции в бизнес или дезинвестирование

### 2.3. Оценка инвестиций и управление портфелем

- 2.3.1. Рентабельность инвестиционных проектов и создание стоимости
- 2.3.2. Модели для оценки проектов инвестиции
- 2.3.3. Анализ чувствительности, построение сценариев и дерева решений

### 2.4. Управление закупочной логистикой

- 2.4.1. Управление запасами
- 2.4.2. Управление складом
- 2.4.3. Управление закупками и снабжением

### 2.5. Управление цепями поставок

- 2.5.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
- 2.5.2. Изменение структуры спроса
- 2.5.3. Изменение стратегии операций

### 2.6. Логистические процессы

- 2.6.1. Организация и управление процессами
- 2.6.2. Закупки, производство, распределение
- 2.6.3. Качество, затраты на качество и инструменты
- 2.6.4. Послепродажное обслуживание

### 2.7. Логистика и клиенты

- 2.7.1. Анализ спроса и прогнозирование
- 2.7.2. Прогнозирование и планирование продаж
- 2.7.3. Совместное планирование, прогнозирование и замена

### 2.8. Международная логистика

- 2.8.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
- 2.8.2. Методы и средства международных платежей
- 2.8.3. Международные логистические платформы

**Модуль 3. Управление продажами****3.1. Коммерческие переговоры**

- 3.1.1. Эмоциональный интеллект в переговорах и продажи
- 3.1.2. Самомотивация и эмпатия
- 3.1.3. Развитие навыков ведения переговоров

**3.2. Основы коммерческого менеджмента**

- 3.2.1. Внутренний и внешний анализ. SWOT-анализ
- 3.2.2. Отраслевой и конкурентный анализ
- 3.2.3. Модель CANVAS

**3.3. Принятие решений в коммерческом менеджменте**

- 3.3.1. Стратегия бизнеса и конкурентная стратегия
- 3.3.2. Модели принятия решений
- 3.3.3. Аналитика и инструменты для принятия решений

**3.4. Руководство и управление сетью продаж**

- 3.4.1. Планирование кампании продаж
- 3.4.2. Сети на службе коммерческой деятельности
- 3.4.3. Политика в области найма и обучения продавцов
- 3.4.4. Управление продажами

**3.5. Реализация торговой функции**

- 3.5.1. Коммерческий договор
- 3.5.2. Мониторинг коммерческой деятельности
- 3.5.3. Этический кодекс коммерческого агента

**3.6. Управление финансами и бюджетом**

- 3.6.1. Сбалансированная система показателей
- 3.6.2. Контроль выполнения годового плана продаж
- 3.6.3. Финансовое воздействие стратегических решений

**Модуль 4. Исследование рынка****4.1. Новая конкурентная среда**

- 4.1.1. Технологические инновации и экономическое воздействие
- 4.1.2. Общество знаний
- 4.1.3. Новый профиль потребителя

**4.2. Методы и приемы количественных исследований**

- 4.2.1. Переменные и шкалы измерения
- 4.2.2. Источники информации
- 4.2.3. Методы отбора проб
- 4.2.4. Обработка и анализ данных

**4.3. Методы и приемы качественных исследований**

- 4.3.1. Прямые методы: Фокус-группа
- 4.3.2. Антропологические методы
- 4.3.3. Косвенные методы
- 4.3.4. Two face mirror и метод Дельфи

**4.4. Онлайн-исследования рынка**

- 4.4.1. Инструменты количественных исследований на онлайн-рынках
- 4.4.2. Динамические инструменты качественного исследования клиентов
- 4.4.3. Анализ и интерпретация полученных данных

**4.5. Сегментация рынка**

- 4.5.1. Типологии рынков
- 4.5.2. Концепция и анализ спроса
- 4.5.3. Сегментация и критерии
- 4.5.4. Определение целевой аудитории

**4.6. Типы покупательского поведения**

- 4.6.1. Сложное поведение
- 4.6.2. Поведение, уменьшающее диссонанс
- 4.6.3. Разнообразное поисковое поведение
- 4.6.4. Типичное покупательское поведение

**4.7. Информационные системы коммерческого менеджмента**

- 4.7.1. Концептуальные подходы к информационным системам коммерческого менеджмента
- 4.7.2. Хранилище данных и добыча данных
- 4.7.3. Системы географической информации

**4.8. Управление исследовательскими проектами**

- 4.8.1. Инструменты анализа информации
- 4.8.2. Разработка плана управления ожиданиями
- 4.8.3. Оценка реализуемости проектов

**4.9. Маркетинговая разведка в применении к коммерческому менеджменту**

- 4.9.1. Большие данные
- 4.9.2. Пользовательский опыт
- 4.9.3. Применение методик

**4.10. Агентства, СМИ и онлайн-каналы**

- 4.10.1. Интегрированные, креативные и онлайн-агентства
- 4.10.2. Традиционные и новые средства массовой информации
- 4.10.3. Онлайн-каналы
- 4.10.4. Другие цифровые плееры

## Модуль 5. Планирование кампании продаж

### 5.1. Анализ клиентского портфеля

- 5.1.1. Клиентское планирование
- 5.1.2. Классификация клиентов

### 5.2. Коммерческая сегментация

- 5.2.1. Анализ каналов распределения, областей сбыта и продукции
- 5.2.2. Подготовка коммерческих площадей
- 5.2.3. Реализация плана посещения

### 5.3. Выбор целевого клиента (CRM)

- 5.3.1. Дизайн e-CRM
- 5.3.2. Последствия и ограничения LOPD
- 5.3.3. Ориентация на потребителя
- 5.3.4. Планирование 1:1

### 5.4. Управление ключевыми клиентами

- 5.4.1. Идентификация ключевых клиентов
- 5.4.2. Преимущества и риски менеджера по работе с ключевыми клиентами
- 5.4.3. Продажи и управление ключевыми клиентами
- 5.4.4. Фазы стратегических действий КАМа

### 5.5. Прогнозирование продаж

- 5.5.1. Бизнес-прогноз и прогноз продаж
- 5.5.2. Методы прогнозирования продаж
- 5.5.3. Практическое применение прогнозирования продаж

### 5.6. Установление целевых показателей продаж

- 5.6.1. Соответствие целям бизнеса, коммерции и продаж
- 5.6.2. Программирование детальных целей и бюджетов
- 5.6.3. Распределение целевых показателей по бизнес-подразделениям
- 5.6.4. Цели и участие в продажах

### 5.7. Квота продаж и ее установление

- 5.7.1. Плата за деятельность
- 5.7.2. Квоты на объем и рентабельность
- 5.7.3. Плата за участие
- 5.7.4. Экономический и финансовый вклад
- 5.7.5. Сезонность и квоты

### 5.8. План действий в чрезвычайных ситуациях

- 5.8.1. Системы информирования и контроля продаж
- 5.8.2. Приборные панели
- 5.8.3. Корректирующие меры и планы действий в чрезвычайных ситуациях

## Модуль 6. Организация продаж и команда продаж

### 6.1. Коммерческая организация

- 6.1.1. Введение в коммерческую организацию
- 6.1.2. Наиболее типичные коммерческие структуры
- 6.1.3. Организация делегаций
- 6.1.4. Разработка организационных моделей бизнеса

### 6.2. Организация сети продаж

- 6.2.1. Организационная схема отдела
- 6.2.2. Разработка сетей продаж
- 6.2.3. Многоканальная реальность

### 6.3. Анализ внутреннего рынка

- 6.3.1. Определение цепочки услуг
- 6.3.2. Анализ качества обслуживания
- 6.3.3. Бенчмаркинг продукции
- 6.3.4. Ключевые факторы успеха бизнеса

### 6.4. Стратегия продаж

- 6.4.1. Методы продаж
- 6.4.2. Стратегии найма
- 6.4.3. Стратегии обслуживания

### 6.5. Стратегия выхода на рынок

- 6.5.1. Управление каналами
- 6.5.2. Конкурентное преимущество
- 6.5.3. Отдел продаж

### 6.6. Мониторинг коммерческой деятельности

- 6.6.1. Основные коэффициенты и методы контроля
- 6.6.2. Инструменты мониторинга
- 6.6.3. Методология сбалансированной системы показателей

### 6.7. Организация послепродажного обслуживания

- 6.7.1. Послепродажные действия
- 6.7.2. Отношения с клиентами
- 6.7.3. Самоанализ и совершенствование

### 6.8. Коммерческий аудит

- 6.8.1. Возможные направления деятельности
- 6.8.2. Коммерческий экспресс-аудит
- 6.8.3. Стратегическая оценка команды
- 6.8.4. Оценка маркетинговой политики

**Модуль 7. Подбор, обучение и коучинг торговой сети****7.1. Управление человеческим капиталом**

- 7.1.1. Интеллектуальный капитал. Нематериальный актив знаний
- 7.1.2. Привлечение талантов
- 7.1.3. Предотвращение потери человеческих ресурсов

**7.2. Подбор команды продаж**

- 7.2.1. Деятельность по набору персонала
- 7.2.2. Профили продавцов
- 7.2.3. Интервью
- 7.2.4. План найма

**7.3. Обучение продавцов высокого уровня**

- 7.3.1. План обучения
- 7.3.2. Характеристика и деятельность продавца
- 7.3.3. Обучение и управление высокоэффективными командами

**7.4. Управление обучением**

- 7.4.1. Теории обучения
- 7.4.2. Выявление и удержание талантов
- 7.4.3. Геймификация и управление талантами
- 7.4.4. Обучение и профессиональное устаревание

**7.5. Персональный коучинг и эмоциональный интеллект**

- 7.5.1. Эмоциональный интеллект в применении к технике продаж
- 7.5.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 7.5.3. Самооценка и язык эмоций
- 7.5.4. Множественный интеллект

**7.6. Воля**

- 7.6.1. Природа мотивации
- 7.6.2. Теория ожиданий
- 7.6.3. Теории потребностей
- 7.6.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

**7.7. Оплата труда торговых сетей**

- 7.7.1. Системы вознаграждения
- 7.7.2. Системы стимулирования и компенсации
- 7.7.3. Распределение статей заработной платы

**7.8. Компенсация и неэкономические выгоды**

- 7.8.1. Программы качества жизни на работе
- 7.8.2. Расширение и обогащение должности
- 7.8.3. Гибкий график работы и распределение обязанностей

**Модуль 8. Процесс коммерческой деятельности****8.1. Разработка процесса продаж**

- 8.1.1. Методология в процессе продаж
- 8.1.2. Привлечение внимания и аргументация
- 8.1.3. Возражения и демонстрация

**8.2. Подготовка к коммерческому визиту**

- 8.2.1. Изучение досье клиента
- 8.2.2. Установление целевых показателей продаж
- 8.2.3. Подготовка к собеседованию

**8.3. Проведение коммерческого визита**

- 8.3.1. Презентация для клиента
- 8.3.2. Определение потребностей
- 8.3.3. Аргументация

**8.4. Психология и техники продаж**

- 8.4.1. Понятия психологии в применении к продажам
- 8.4.2. Техники улучшения вербальной и невербальной коммуникации
- 8.4.3. Влияющие факторы в поведении потребителей

**8.5. Ведение переговоров и закрытие сделки**

- 8.5.1. Фазы переговоров
- 8.5.2. Тактика ведения переговоров
- 8.5.3. Закрытие и привлечение клиентов
- 8.5.4. Анализ коммерческого визита

**8.6. Процесс обеспечения лояльности**

- 8.6.1. Глубокие знания о клиенте
- 8.6.2. Коммерческий процесс, который будет осуществляться с клиентом
- 8.6.3. Ценность клиента для компании

## Модуль 9. Управление отношениями с клиентами

### 9.1. Знание рынка и потребителя

- 9.1.1. Открытые инновации
- 9.1.2. Конкурентная разведка
- 9.1.3. Акционерная экономика

### 9.2. CRM и реляционный маркетинг

- 9.2.1. Философия бизнеса или стратегическая ориентация
- 9.2.2. Идентификация и дифференциация клиентов
- 9.2.3. Компания и ее заинтересованные стороны
- 9.2.4. Клиентоориентированность

### 9.3. Маркетинг баз данных и управление отношениями с клиентами

- 9.3.1. Приложения для маркетинга баз данных
- 9.3.2. Законы и регулирование
- 9.3.3. Источники, хранение и обработка информации

### 9.4. Психология и поведение потребителей

- 9.4.1. Изучение поведения потребителей
- 9.4.2. Внутренние и внешние потребительские факторы
- 9.4.3. Процесс принятия решения потребителем
- 9.4.4. Потребительство, общество, маркетинг и этика

### 9.5. Области управления CRM

- 9.5.1. Обслуживание клиентов
- 9.5.2. Управление персоналом отдела продаж
- 9.5.3. Обслуживание клиентов

### 9.6. Маркетинг, ориентированный на потребителя

- 9.6.1. Сегментация
- 9.6.2. Анализ рентабельности
- 9.6.3. Стратегии обеспечения лояльности клиентов

### 9.7. Методы управления CRM

- 9.7.1. Прямой по маркетингу
- 9.7.2. Многоканальная интеграция
- 9.7.3. Вирусный маркетинг

### 9.8. Преимущества и недостатки внедрения CRM

- 9.8.1. CRM, продажи и расходы
- 9.8.2. Удовлетворенность и лояльность клиентов
- 9.8.3. Технологическая реализация
- 9.8.4. Стратегические и управленческие ошибки

## Модуль 10. Интеграция цифровых каналов в коммерческую стратегию

### 10.1. Управление цифровой электронной коммерцией

- 10.1.1. Новые бизнес-модели электронной коммерции
- 10.1.2. Планирование и разработка стратегического плана электронного бизнеса
- 10.1.3. Технологическая структура в электронной коммерции

### 10.2. Внедрение методов электронной коммерции

- 10.2.1. Социальные медиа и интеграция в план электронной коммерции
- 10.2.2. Мультиканальная стратегия
- 10.2.3. Персонализация приборных панелей

### 10.3. Цифровое ценообразование

- 10.3.1. Методы и шлюзы онлайн-платежей
- 10.3.2. Электронные промоакции
- 10.3.3. Цифровая синхронизация цен
- 10.3.4. *Электронные торги*

### 10.4. От электронной коммерции к мобильной коммерции и совместной коммерции

- 10.4.1. Бизнес-модели электронных торговых площадок
- 10.4.2. *Совместная коммерция (s-Commerce) и опыт бренда*
- 10.4.3. Покупки с помощью мобильных устройств

### 10.5. Анализ клиентов: от e-CRM к s-CRM

- 10.5.1. Интеграция потребителей в цепочку создания стоимости
- 10.5.2. Онлайн-исследования и методы повышения лояльности
- 10.5.3. Планирование стратегии управления взаимоотношениями с клиентами

### 10.6. Управление виртуальными сообществами: комьюнити-менеджмент

- 10.6.1. Изменение парадигмы коммуникации
- 10.6.2. Бизнес-аналитика и потребитель 2.0
- 10.6.3. Управление сетями и сообществами
- 10.6.4. Управление контентом социальных сетей
- 10.6.5. Мониторинг, аналитика и эффективность социальных сетей

### 10.7. План социальных медиа

- 10.7.1. Разработка плана социальных медиа
- 10.7.2. Определение стратегии, которой следует придерживаться в каждом СМИ
- 10.7.3. Протокол действий в чрезвычайных ситуациях в случае кризиса

### 10.8. Веб-аналитика и анализ социальных сетей

- 10.8.1. Установление целей и KPI
- 10.8.2. ROI в цифровом маркетинге
- 10.8.3. Визуализация и интерпретация приборных панелей



**Модуль 11. Международная торговля и маркетинг****11.1. Исследование международного рынка**

- 11.1.1. Маркетинг развивающихся рынков
- 11.1.2. Анализ PEST
- 11.1.3. Что, как и куда экспортировать?
- 11.1.4. Стратегии международного маркетинга-микс

**11.2. Международная сегментация**

- 11.2.1. Критерии сегментации международного рынка
- 11.2.2. Ниши рынка
- 11.2.3. Стратегии международной сегментации

**11.3. Международное позиционирование**

- 11.3.1. Брендинг на международных рынках
- 11.3.2. Стратегии позиционирования на международных рынках
- 11.3.3. Глобальные, региональные и местные бренды

**11.4. Продуктовые стратегии на международных рынках**

- 11.4.1. Модификация, адаптация и диверсификация продуктов
- 11.4.2. Глобальные стандартизированные продукты
- 11.4.3. Ассортимент продукции

**11.5. Цены и экспорт**

- 11.5.1. Расчет экспортных цен
- 11.5.2. Инкотермс
- 11.5.3. Международная стратегия ценообразования

**11.6. Качество в международной торговле**

- 11.6.1. Качество и международная торговля
- 11.6.2. Стандарты и сертификаты
- 11.6.3. Маркировка CE

**11.7. Международное продвижение**

- 11.7.1. Международное продвижение маркетинг-микса
- 11.7.2. Реклама
- 11.7.3. Международные ярмарки
- 11.7.4. Марка страны

**11.8. Распространение по международным каналам**

- 11.8.1. Маркетинг каналов сбыта и торговли
- 11.8.2. Экспортные консорциумы
- 11.8.3. Виды экспорта и внешней торговли

**Модуль 12. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность****12.1. Глобализация и руководство**

- 12.1.1. Руководство и корпоративное управление
- 12.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
- 12.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления

**12.2. Лидерство**

- 12.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
- 12.2.2. Лидерство в бизнесе
- 12.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом

**12.3. Кросс-культурный менеджмент**

- 12.3.1. Концепция *кросс-культурного менеджмента*
- 12.3.2. Вклад в познание национальных культур
- 12.3.3. Управление разнообразием

**12.4. Деловая этика**

- 12.4.1. Этика и мораль
- 12.4.2. Деловая этика
- 12.4.3. Лидерство и этика в компаниях

**12.5. Устойчивость**

- 12.5.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 12.5.2. Повестка дня на 2030 год
- 12.5.3. Устойчивые предприятия

**12.6. Корпоративная социальная ответственность**

- 12.6.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 12.6.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
- 12.6.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

**12.7. Системы и инструменты ответственного управления**

- 12.7.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
- 12.7.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
- 12.7.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 12.7.4. Инструменты и стандарты КСО

**12.8. Транснациональные компании и права человека**

- 12.8.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
- 12.8.2. Транснациональные компании и международное право
- 12.8.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

**12.9. Правовое регулирование и корпоративное управление**

- 12.9.1. Международные стандарты импорта и экспорта
- 12.9.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
- 12.9.3. Международное трудовое право

**Модуль 13. Управление персоналом и талантами**

**13.1. Стратегическое управление персоналом**

- 13.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
- 13.1.2. Стратегическое управление персоналом

**13.2. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций**

- 13.2.1. Анализ потенциала
- 13.2.2. Политика вознаграждения
- 13.2.3. Планирование карьеры/повышения

**13.3. Оценка производительности и управление эффективностью**

- 13.3.1. Управление производительностью
- 13.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс

**13.4. Инновации в управлении талантами и людьми**

- 13.4.1. Модели стратегического управления талантами
- 13.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
- 13.4.3. Лояльность и удержание
- 13.4.4. Проактивность и инновации

**13.5. Воля**

- 13.5.1. Природа мотивации
- 13.5.2. Теория ожиданий
- 13.5.3. Теории потребностей
- 13.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

**13.6. Развитие высокоэффективных команд**

- 13.6.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
- 13.6.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами

**13.7. Переговоры и управление конфликтами**

- 13.7.1. Переговоры
- 13.7.2. Управление конфликтами
- 13.7.3. Антикризисное управление

**13.8. Управленческая коммуникация**

- 13.8.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
- 13.8.2. Департаменты коммуникации
- 13.8.3. Менеджер по связям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям

**13.9. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов**

- 13.9.1. Производительность
- 13.9.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

**Модуль 14. Финансово-экономическое управление****14.1. Экономическая среда**

- 14.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
- 14.1.2. Финансовые учреждения
- 14.1.3. Финансовые рынки
- 14.1.4. Финансовые активы
- 14.1.5. Прочие организации финансового сектора

**14.2. Управленческий учет**

- 14.2.1. Основные понятия
- 14.2.2. Активы компании
- 14.2.3. Обязательства компании
- 14.2.4. Чистая стоимость компании
- 14.2.5. Счет прибылей и убытков

**14.3. Информационные системы и бизнес-аналитика**

- 14.3.1. Основы и классификация
- 14.3.2. Этапы и методы распределения затрат
- 14.3.3. Выбор центра затрат и эффекта

**14.4. Бюджет и управленческий контроль**

- 14.4.1. Модель бюджета
- 14.4.2. Капитальный бюджет
- 14.4.3. Операционный бюджет
- 14.4.5. Бюджет казначейства
- 14.4.6. Мониторинг бюджета

**14.5. Финансовый менеджмент**

- 14.5.1. Финансовые решения компании
- 14.5.2. Финансовый отдел
- 14.5.3. Денежные излишки
- 14.5.4. Риски, связанные с управлением финансами
- 14.5.5. Управление рисками в финансовом менеджменте

**14.6. Финансовое планирование**

- 14.6.1. Определение финансового планирования
- 14.6.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
- 14.6.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
- 14.6.4. Таблица движения денежных средств
- 14.6.5. Таблица оборотных активов

**14.7. Корпоративная финансовая стратегия**

- 14.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
- 14.7.2. Продукты корпоративного финансирования

**14.8. Стратегическое финансирование**

- 14.8.1. Самофинансирование
- 14.8.2. Увеличение собственных средств
- 14.8.3. Гибридные ресурсы
- 14.8.4. Финансирование через посредников

**14.9. Финансовый анализ и планирование**

- 14.9.1. Анализ бухгалтерского баланса
- 14.9.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
- 14.9.3. Анализ рентабельности

**14.10. Анализ и решение кейсов/проблем**

- 14.10.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

**Модуль 15. Исполнительный менеджмент****15.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней**

- 15.1.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

**15.2. Управление операциями**

- 15.2.1. Важность управления
- 15.2.2. Цепочка создания стоимости
- 15.2.3. Управление качеством

**15.3. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей**

- 15.3.1. Межличностная коммуникация
- 15.3.2. Коммуникативные навыки и влияние
- 15.3.3. Барьеры коммуникации

**15.4. Средства личной и организационной коммуникации**

- 15.4.1. Межличностная коммуникация
- 15.4.2. Инструменты межличностной коммуникации

- 15.4.3. Коммуникация в организации
- 15.4.4. Инструменты в организации

**15.5. Кризисная коммуникация**

- 15.5.1. Кризис
- 15.5.2. Фазы кризиса
- 15.5.3. Сообщения: содержание и моменты

**15.6. Подготовка кризисного плана**

- 15.6.1. Анализ потенциальных проблем
- 15.6.2. Планирование
- 15.6.3. Адекватность персонала

**15.7. Эмоциональный интеллект**

- 15.7.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация

- 15.7.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 15.7.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация

**15.8. Личный брендинг**

- 15.8.1. Стратегии личного брендинга
- 15.8.2. Законы личного брендинга
- 15.8.3. Инструменты для создания личного бренда

**15.9. Лидерство и управление командой**

- 15.9.1. Лидерство и стили лидерства
- 15.9.2. Возможности и проблемы лидеров

- 15.9.3. Управление процессами изменений
- 15.9.4. Управление мультикультурными командами

07

# Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.





“

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

## Бизнес-школа TECH использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

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

“

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



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



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

## Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа 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.



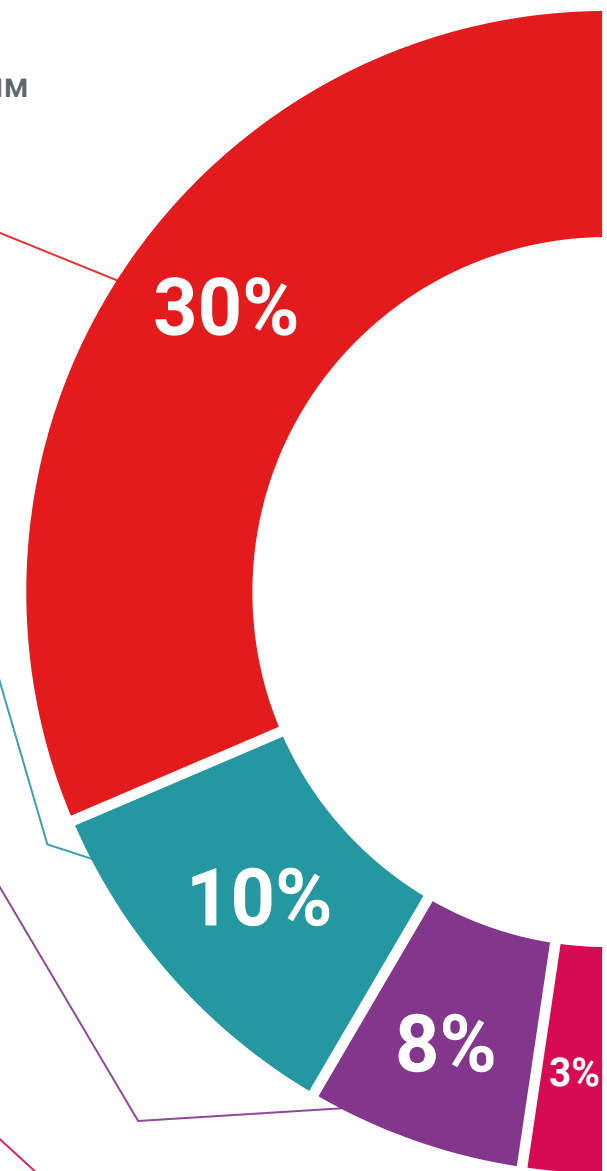
#### Практика управленческих навыков

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

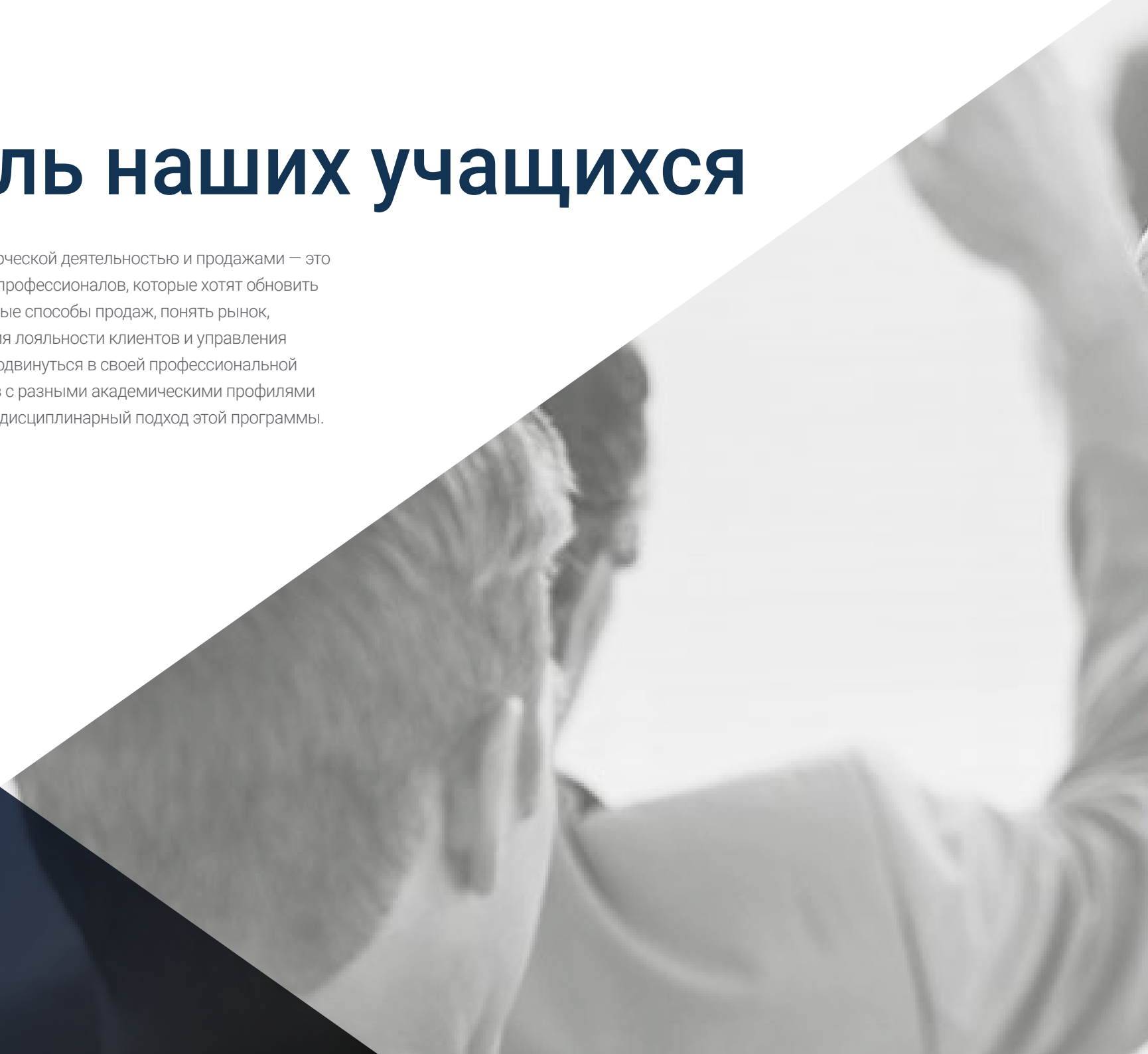
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

# Профиль наших учащихся

МВА в области управления коммерческой деятельностью и продажами — это программа, предназначенная для профессионалов, которые хотят обновить свои знания, открыть для себя новые способы продаж, понять рынок, разработать методы формирования лояльности клиентов и управления командами продавцов, а также продвинуться в своей профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



“

*Наша цель – увеличить ваши шансы на профессиональный и личный успех. Для достижения этой цели мы используем лучшую программу обучения на рынке”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



## Образование



## Академический профиль



## Географическое распределение

---



## Соня Ортис

Коммерческий директор

*"Получение этого диплома MBA позволило мне быть в курсе основных событий в области коммерческого менеджмента и управления продажами, в секторе, в котором я профессионально работаю уже более 10 лет. Я благодарна TECH за возможность, которую она мне предоставила благодаря этой 100% онлайн-программе, потому что иначе я не смогла бы продолжить обучение"*

09

# Руководство курса

Преподавательский состав этой программы MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами включает в себя высококвалифицированных и опытных профессионалов в мире бизнеса. Их богатый опыт в таких областях, как бизнес-стратегия, управление продажами, маркетинг и переговоры, позволит им передать студентам прочные и актуальные знания. Кроме того, они имеют ценный практический опыт работы в ведущих компаниях сектора, что еще больше обогатит обучение студентов, благодаря реальным случаям и конкретным примерам.





“

*Приверженность преподавательского состава к академическому совершенству станет основой для того, чтобы стать бизнес-лидером в области управления продажами и маркетингом”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области технологического рекрутинга и стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка *Fortune 50*, включая NBCUniversal и Comcast. Ее послужной список позволил ей добиться успеха в конкурентной среде с высокими темпами роста.

В качестве вице-президента по привлечению талантов в Mastercard она отвечает за стратегию и реализацию программы привлечения талантов, сотрудничая с бизнес-лидерами и отделом кадров для достижения операционных и стратегических целей найма. В частности, она стремится создать разнообразные, инклюзивные и высокопроизводительные команды, которые будут способствовать инновациям и росту продуктов и услуг компании. Кроме того, она является экспертом в использовании инструментов для привлечения и удержания лучших специалистов со всего мира. Она также отвечает за усиление бренда и ценностного предложения Mastercard через публикации, мероприятия и социальные сети.

Дженнифер Дав демонстрирует свою приверженность постоянному профессиональному развитию, активно участвуя в работе сетей HR-специалистов и принимая участие в принятии на работу большого количества сотрудников в различных компаниях. Получив степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами, она занимала руководящие должности в сфере рекрутинга в компаниях различных направлений.

Д-р Дав получила признание за способность руководить организационными преобразованиями, внедрять технологии в процессы подбора персонала и разрабатывать программы для руководителей, которые готовят учреждения к предстоящим испытаниям. Она также успешно внедрила программы благополучия сотрудников, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



## Г-жа Дав, Дженнифер

---

- Вице-президент по поиску талантов, Mastercard, Нью-Йорк, США
- Директор по поиску талантов, NBCUniversal Media, Нью-Йорк, США
- Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
- Руководитель отдела по подбору персонала в Rite Hire Advisory
- Исполнительный вице-президент, отдел продаж в Ardor NY Real Estate
- Директор по подбору персонала в Valerie August & Associates
- Менеджер по работе с клиентами в BNC
- Менеджер по работе с клиентами в Vault
- Степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами

“

*Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения, который поможет вам повысить свой профессиональный уровень”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Лидер в области технологий с десятилетним опытом работы в крупных транснациональных корпорациях, Рик Готье занимает видное место в сфере облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как высокоэффективный лидер и руководитель команды, демонстрирующий природный талант обеспечивать высокий уровень вовлеченности своих сотрудников.

Рик Готье прекрасно разбирается в стратегии и инновациях, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свои успехи качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-службы компании в США. В Microsoft он руководил командой из 104 человек, отвечая за обеспечение корпоративной ИТ-инфраструктуры и поддержку отделов разработки продуктов по всей компании.

Этот опыт позволил ему выделиться как высокоэффективному руководителю с выдающимися способностями к повышению эффективности, производительности и общей удовлетворенности клиентов.



## Г-н Готье, Рик

---

- Региональный директор по ИТ в Amazon, Сиэтл, США
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент компании Wimmer Solutions
- Старший директор по продуктивным инженерным услугам в Microsoft
- Диплом по кибербезопасности университета Western Governors University
- Технический сертификат по *коммерческому дайвингу* от Технологического института дайверов
- Степень бакалавра наук в области экологических исследований в Эвергринском государственном колледже



*Воспользуйтесь возможностью узнать о последних достижениях в этой области, чтобы применить их в своей повседневной практике"*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Роми Арман — известный международный эксперт с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. За свою долгую карьеру он не раз шел на риск и постоянно выступал за инновации и изменения в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Он помог таким компаниям, как Shell Energy, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют скрытый эффект, поскольку позволили нескольким корпорациям улучшить опыт потребителей, сотрудников и акционеров. Успех этого эксперта можно оценить с помощью таких осязаемых показателей, как CSAT, вовлеченность сотрудников в работу учреждений, в которых он работал, и рост финансового показателя EBITDA в каждом из них.

Кроме того, в своей профессиональной карьере он возвращал и возглавлял высокоэффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В частности, в Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать "экономически эффективную декарбонизацию" и перестроить фрагментированный ландшафт цифровых и технологических данных. Таким образом, его усилия показали, что для достижения устойчивого успеха необходимо исходить из потребностей потребителей и закладывать основы для трансформации процессов, данных, технологий и культуры.

С другой стороны, руководитель выделяется своим мастерством в области бизнес-применения искусственного интеллекта, в области которого он имеет степень последипломного образования, полученную в Лондонской школе бизнеса. В то же время он накопил опыт в области IoT и Salesforce.



## Г-н Арман, Роми

---

- Директор по цифровой трансформации (CDO) в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (ОЕМ-производители автомобилей и розничная торговля) компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре
- Степень бакалавра Университета Лидса
- Диплом последипломного образования по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена от Лондонской школы бизнеса
- Сертификация CCXP Customer Experience Professional
- Курс по цифровой трансформации для руководителей в IMD

“

*Вы хотите обновить свои знания на самом высоком образовательном уровне? TECH предлагает вам самое актуальное содержание на академическом рынке, разработанное подлинными экспертами международного уровня”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Мануэль Аренс — опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. В действительности Аренс занимает должность **менеджера по глобальным закупкам** в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он проработал большую часть своей карьеры. Находясь в Маунтин-Вью (Калифорния), он занимался решением таких операционных задач технологического гиганта, как обеспечение **целостности основных данных, обновление данных о поставщиках** и определение их **приоритетности**. Он руководил планированием цепочки поставок центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что позволило добиться значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области предоставления цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая **маркетинг, медиааналитику, измерения и атрибуцию**. За свою работу он получил несколько наград, в том числе **BIM Leadership Award, Search Leadership Award, Export Lead Generation Programme Award** и **EMEA Best Sales Model Award**.

Аренс также занимал должность **менеджера по продажам** в Дублине, Ирландия. На этой должности он за три года сформировал команду из 4-14 человек и привел отдел продаж к достижению результатов и эффективному взаимодействию друг с другом и межфункциональными группами. Он также работал **старшим отраслевым аналитиком** в Гамбурге (Германия), создавая сторилайны для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и составлял подробные отчеты, демонстрирующие экспертные знания в предметной области, включая понимание **макроэкономических и политических/регуляторных факторов**, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также возглавлял команды в таких компаниях, как **Eaton, Airbus и Siemens**, где приобрел ценный опыт управления клиентами и цепочками поставок. Его особенно отмечают за то, что он постоянно превосходит ожидания, **выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации**, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения проблем отрасли сделали его выдающимся лидером в своей области.





## Г-н Аренс, Мануэль

---

- Менеджер по глобальным закупкам в области Google, Маунтин-Вью, США
- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B, Google, США
- Директор по продажам в Google, Ирландия
- Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- Кредиторская задолженность в Eaton, Великобритания
- Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия



*Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим дидактическим материалам, находящимся на переднем крае технологий и образования и реализуемым всемирно признанными специалистами в этой области"*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Андреа Ла Сала — опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали значительное влияние на модную среду. На протяжении своей успешной карьеры он решал различные задачи, связанные с продуктом, мерчендайзингом и коммуникациями. Все это связано с такими престижными брендами, как Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein и другими.

Результаты работы этого высокопоставленного руководителя международного уровня связаны с его доказанной способностью синтезировать информацию в четкие схемы и осуществлять конкретные действия в соответствии с конкретными бизнес-целями. Кроме того, его признают за проактивность и адаптацию к быстро меняющемуся рабочему ритму. Ко всему этому он добавляет сильную коммерческую осведомленность, видение рынка и искреннюю страсть к продукции.

В качестве директора по глобальному бренду и мерчендайзингу Giorgio Armani он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли и потребностей и поведения потребителей. В этой роли Ла Сала также отвечал за формирование маркетинга продукции на различных рынках, выступая в качестве руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж.

С другой стороны, в таких компаниях, как Calvin Klein или Gruppo Coin, он занимался проектами, направленными на развитие структуры, разработки и маркетинга различных коллекций. Он также отвечал за составление эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Кроме того, он управлял условиями, стоимостью, процессами и сроками поставки для различных операций.

Благодаря этому опыту Андреа Ла Сала стал одним из лучших и наиболее квалифицированных корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши. Благодаря высокому управленческому потенциалу ему удалось эффективно реализовать позитивное позиционирование различных брендов и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



## Г-н Ла Сала, Андреа

---

- ♦ Глобальный директор по марке и мерчандайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- ♦ Директор по мерчандайзингу в Calvin Klein
- ♦ Ответственный за марку в Gruppo Coin
- ♦ Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- ♦ Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Аналитик рынка в Fastweb
- ♦ Степень бакалавра бизнеса и экономики в Восточном университете Пьемонта

“

*Самые квалифицированные и опытные международные специалисты ждут вас в TECH, чтобы предложить вам первоклассное обучение, обновленное и основанное на последних научных данных. Чего вы ждете, чтобы поступить?”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Мик Грам является синонимом инноваций и передового опыта в области бизнес-аналитики на международном уровне. Его успешная карьера связана с руководящими должностями в таких транснациональных корпорациях, как **Walmart** и **Red Bull**. Он также известен своей способностью **определять новые технологии**, которые в долгосрочной перспективе окажут долгосрочное влияние на корпоративную среду.

С другой стороны, руководитель считается пионером в использовании методов **визуализации данных**, которые упрощали сложные массивы, делая их доступными и облегчая принятие решений. Это умение стало основой его профессионального профиля, превратив его в желанного сотрудника для многих организаций, делающих ставку на **сбор информации и выработку конкретных действий** на ее основе.

Одним из его самых выдающихся проектов последних лет стала **платформа Walmart Data Safe** — крупнейшая в мире платформа для **анализа больших данных**, созданная на основе облачных технологий. Кроме того, он занимал должность **директора по бизнес-аналитике** в компании **Red Bull**, охватывая такие сферы, как **продажи, дистрибуция, маркетинг и управление цепочками поставок**. Недавно его команда была отмечена за постоянные инновации в использовании нового API Walmart Luminate для **анализа покупателей** и каналов сбыта.

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как **Университет Беркли** в США и **Копенгагенский университет** в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых компетенций. Таким образом, он стал считаться прирожденным **лидером новой глобальной экономики**, в центре которой — стремление к данным и их безграничным возможностям.



## Г-н Грам, Мик

---

- ♦ Директор по *бизнес-аналитике* и аналитике в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- ♦ Архитектор решений в области *бизнес-аналитики* в Walmart Data Cafe
- ♦ Независимый консультант по *бизнес-аналитике* и *науке о данных*
- ♦ Директор по *бизнес-аналитике* в Cargemini
- ♦ Старший аналитик в Nordea
- ♦ Старший консультант по *бизнес-аналитике* в SAS
- ♦ Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- ♦ Executive MBA в области электронной коммерции в Копенгагенском университете
- ♦ Бакалавр и магистр математики и статистики в Копенгагенском университете

“

*Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии Forbes! В рамках этой программы MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными преподавателями”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Скотт Стивенсон — выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. В этой должности он играл ключевую роль в контроле логистики и творческих рабочих процессов на различных цифровых платформах, включая социальные, поисковые, *дисплейные* 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. 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 маркетингу цифровых технологий в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма Калифорнийского университета
- Степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды

“

*Достигайте своих академических и профессиональных целей вместе с самыми квалифицированными специалистами в мире! Преподаватели MBA проведут вас через весь процесс обучения”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Доктор Эрик Найквист — ведущий международный профессионал в области спорта, построивший впечатляющую карьеру, отмеченную его стратегическим лидерством и способностью управлять изменениями и инновациями в спортивных организациях высшего уровня.

Он занимал такие высокие посты, как директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, расположенном во Флориде, США. Имея за плечами многолетний опыт работы в NASCAR, доктор Найквист также занимал ряд руководящих должностей, в том числе старшего вице-президента по стратегическому развитию и генерального директора по коммерческим вопросам, управляя более чем десятком направлений - от стратегического развития до маркетинга развлечений.

Найквист также внес значительный вклад в развитие ведущих спортивных франшиз Чикаго. Будучи исполнительным вице-президентом клубов Чикаго Буллз и Чикаго Уайт Сокс, он продемонстрировал свою способность добиваться делового и стратегического успеха в мире профессионального спорта.

Наконец, он начал свою карьеру в спорте, работая в Нью-Йорке в качестве старшего стратегического аналитика Роджера Гуделла в Национальной футбольной лиге (НФЛ), а до этого — в качестве стажера-юриста в Федерации футбола США.





## Г-н Найквист, Эрик

---

- Директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент по стратегическому планированию, NASCAR
- Старший директор по деловым вопросам NASCAR
- Исполнительный вице-президент, франшиза Чикаго Уайт Сокс
- Исполнительный вице-президент, франшиза Чикаго Буллз
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Степень доктора права Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бута Чикагского университета
- Бакалавр международной экономики Карлтонского колледжа

“

*Благодаря этой 100% онлайн-программе вы сможете совмещать учебу с повседневными обязанностями, пользуясь помощью ведущих международных экспертов в интересующей вас области. Записывайтесь сейчас!"*

# 10

## Влияние на карьеру

Профессиональная команда ТЕСН полностью осознает, 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. Для этого студентам предоставляется ряд инструментов высокого уровня, чтобы они могли получить подготовку, которую так хотят и заслуживают.



“

*Программа высокого уровня по выгодной цене. Это цель ТЕСН, и именно поэтому все больше и больше студентов выбирают нас”*

Учитесь по академическому плану, который позволит вам достичь желаемой должности и улучшить перспективы заработной платы.

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

MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами в TECH — это интенсивная программа, которая готовит студентов к решению проблем и принятию бизнес-решений в коммерческой сфере. Главная цель — способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Эта программа TECH включает в себя основные инновации в отрасли, так что вы сможете приобрести необходимую вам специализацию за короткий промежуток времени.

#### Время перемен



#### Что изменится



## Повышение заработной платы

---

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



11

# Преимущества для вашей компании

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





““

*Получите знания, необходимые для того, чтобы привнести в свою компанию свежее видение рынка, которое поможет вам продавать больше и лучше”*

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 руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом 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

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

---

06

### Повышение конкурентоспособности

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.

12

# Квалификация

Бизнес-магистратура MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу  
и получите университетский диплом  
без хлопот, связанных с поездками  
и бумажной волокитой”*

Данная **Бизнес-магистратура MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура** выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Бизнес-магистратура MBA в области управления коммерческой деятельностью и продажами**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



\*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

Веб обучение и продажах

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

**tech** технологический  
университет

**Бизнес-магистратура**  
МВА в области управления  
коммерческой деятельностью  
и продажами

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Бизнес-магистратура

МВА в области управления  
коммерческой деятельностью  
и продажами

