

Бизнес магистратура

МВА в области управления аудиовизуальными компаниями





Бизнес магистратура МВА в области управления аудиовизуальными компаниями

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

Веб-доступ: www.techtute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-audiovisual-business-management

Оглавление

01

Добро пожаловать

стр. 4

02

Почему стоит учиться в
TECH?

стр. 6

03

Почему именно наша
программа?

стр. 10

04

Цели

стр. 14

05

Компетенции

стр. 20

06

Структура и содержание

стр. 26

07

Методология

стр. 42

08

Профиль наших учащихся

стр. 50

09

Руководство курса

стр. 54

10

Влияние на карьеру

стр. 72

11

Преимущества для
вашей компании

стр. 76

12

Квалификация

стр. 80

01

Добро пожаловать

Разнообразные изменения в аудиовизуальной индустрии стремительно ускоряются, подпитываясь социальными, экономическими и культурными движениями во всем мире. По этой причине аудиовизуальное производство стало видом искусства, помогающим создавать продукт для различных СМИ и других отраслей. С другой стороны, бесспорно, влияние технологий в этой отрасли, что позволяет ей адаптироваться к новым требованиям современных поколений. Следовательно, возникает потребность в профессионалах, способных успешно управлять производственной и пост-продакшн командой и обладающих навыками для успешной работы с реальностью журналистики в различных областях. Эти и другие основы можно детально рассмотреть в программе, посвященной управлению в аудиовизуальных индустриях.



Бизнес-магистратура MBA в области управления аудиовизуальными Компаниями
TECH Технологическим университетом



“

Знать рабочую среду производственной команды: технологические средства, технические регламенты и персонал”

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.



“

TECH – 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 мультимедийной 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.

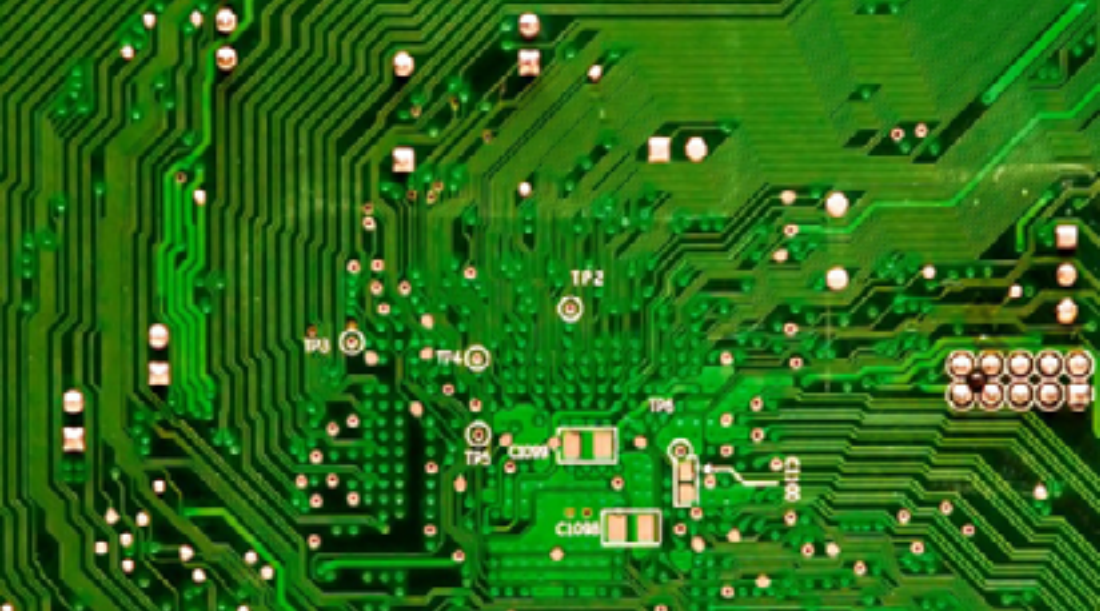
TECH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



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 последиplomного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



Экономия за счет масштаба

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



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

Академическое превосходство и развитие профессиональных навыков студентов являются основополагающими для ТЕСН, поэтому в рамках программы MBA в области управления аудиовизуальной индустрией студенты получают необходимые знания для понимания потребностей и преимуществ командной работы в многооператорных аудиовизуальных проектах и смогут перенести телевизионные программы со съемочной площадки на экран. По окончании программы студенты смогут проводить теоретический и критический анализ организационных структур аудиовизуальной коммуникации.



“

Изучить процессы создания, производства и постпродакшна аудиовизуальных произведений и управлять рабочей командой в аудиовизуальной компании”

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

Программа MBA в области управления аудиовизуальными компаниями позволит студентам:

01

Обладать сквозными и специфическими компетенциями, необходимыми для успешной работы с реальностью культурной журналистики в различных областях

04

Знать и развивать основные принципы документирования в культурной журналистике

02

Глубоко изучить цифровые коммуникации и культурную журналистику

03

Уметь определять, создавать и развивать истории с различными охватывающими их моментами, отличающиеся точностью и личным брендингом

05

Знать креативный путь идеи, от сценария до продукта на экране



06

Изучить основы элементов постановки

08

Знать основы функционирования аудиовизуальной системы (знать основное содержание, знать об авторах/ текстах, над которыми работали по каждому предмету)



09

Приобрести способность к теоретическому и критическому анализу организационных структур аудиовизуальной коммуникации (понимать основные идеи, соотносить концепции и элементы)

07

Уметь анализировать и предвидеть необходимые средства на основе последовательности действий

10

Изучить исторические, экономико-политические, социальные и технологические рамки, в которых производится, распространяется и потребляется аудиовизуальная продукция

11

Определить теоретические концепции, определяющие процессы производства аудиовизуальных произведений

14

Соотносить кино с другими изобразительными искусствами, такими как фотография и живопись

12

Знать правовую базу и законодательство, которое регулирует сектор аудиовизуального производства, и его влияние на различные форматы производства



13

Обладать навыками и умением режиссуры/кинопроизводства в соответствии со сценарием и планом съемок

15

Проанализировать и разработать инновационные стратегии, способствующие совершенствованию процессов управления и принятия решений, а также разработке информационных продуктов в соответствии с потребностями аудитории и рекламодателей

16

Понять стратегии исполнительного производства при разработке и последующем распространении аудиовизуальных проектов

18

Знать модификации и гибридные изменения, которые происходят в телевизионных жанрах в контексте современного телевидения

19

Распознавать различные форматы в контексте современного телевизионного ландшафта

17

Определить маркетинговый дизайн аудиовизуальной продукции через его влияние на различные современные аудиовизуальные СМИ

20

Определить ключевые особенности формата, его структуру, функционирование и факторы влияния



05

Компетенции

По окончании программы MBA в области управления аудиовизуальной индустрией специалист выработает ряд компетенций, которые позволят ему/ей оптимально развиваться на своем рабочем месте, имея возможность продолжать свою профессиональную карьеру. Следовательно, специалист будет понимать глобальное управление коммуникационным проектом на каждом из его этапов, уметь принимать правильные решения при любых обстоятельствах и сохранять объективность мышления в любое время.



“

Данная программа станет открытой дверью к новым профессиональным возможностям. Не упустите эту возможность”

01

Описывать, что такое культурная журналистика

02

Уметь эффективно перемещаться в сети 3.0

03

Использовать социальные сети в журналистской среде

04

Знать состав команд по производству аудиовизуальной продукции

05

Организовывать постановку



06

Планировать описательные действия
с учетом имеющихся средств

08

Использовать многокамерную систему



09

Знать и применять организационные
структуры аудиовизуальной коммуникации

07

Освоить различные фазы аудиовизуального проекта

10

Уметь адаптироваться к современным
формам потребления

11

Знать реляционный код различных агентов аудиовизуальной коммуникации

12

Иметь контекстуальное представление

13

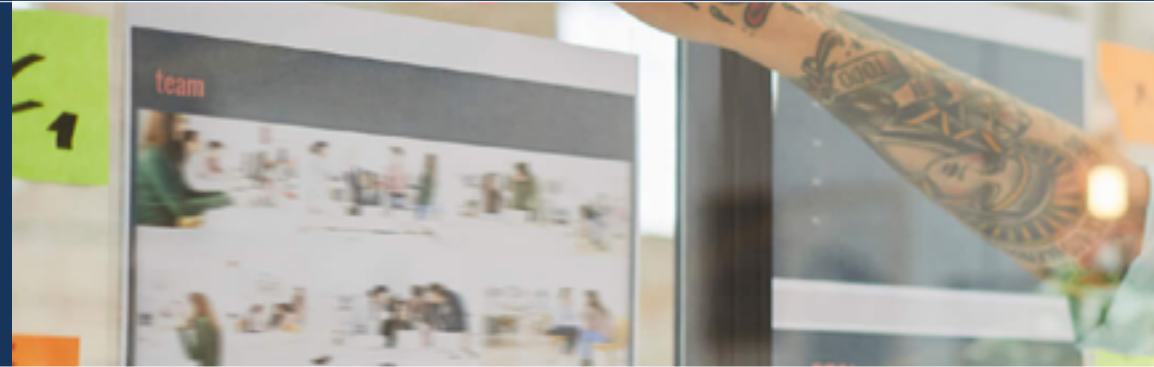
Описать историческую эволюцию аудиовизуального производства

14

Знать правовую базу

15

Создавать продукты с учетом имеющегося финансирования



16

Распределить бюджет по различным статьям

18

Организовывать различные команды людей



19

Планировать амортизацию аудиовизуальной продукции

17

Знать каналы распределения

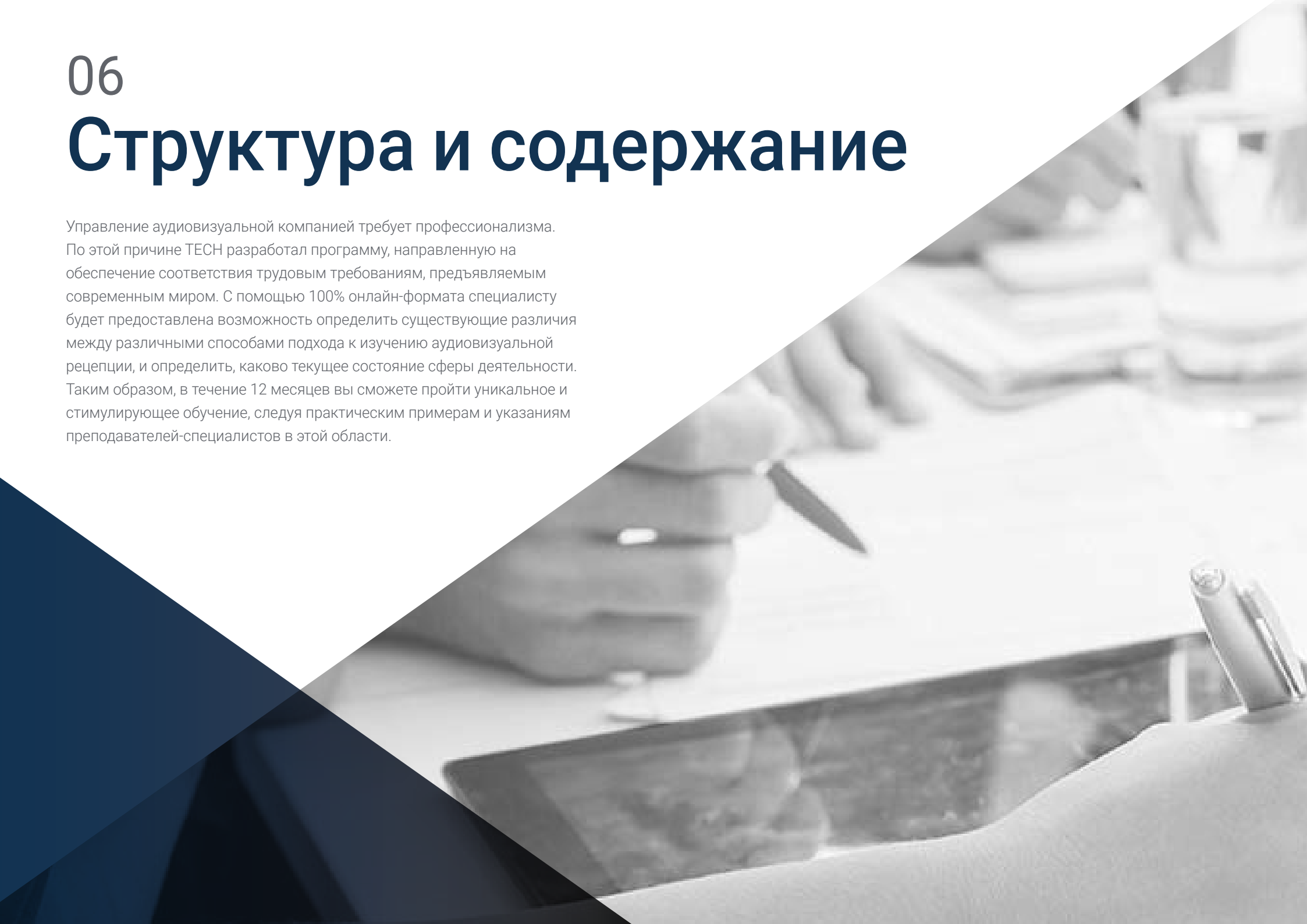
20

Производить аудиовизуальный продукт на разных носителях

06

Структура и содержание

Управление аудиовизуальной компанией требует профессионализма. По этой причине TECH разработал программу, направленную на обеспечение соответствия трудовым требованиям, предъявляемым современным миром. С помощью 100% онлайн-формата специалисту будет предоставлена возможность определить существующие различия между различными способами подхода к изучению аудиовизуальной рецепции, и определить, каково текущее состояние сферы деятельности. Таким образом, в течение 12 месяцев вы сможете пройти уникальное и стимулирующее обучение, следуя практическим примерам и указаниям преподавателей-специалистов в этой области.



“

Интерпретировать, анализировать и комментировать телевизионный формат с профессиональной, эстетической и культурной точек зрения”

Учебный план

Различные изменения, произошедшие в аудиовизуальной индустрии, были обусловлены различными факторами, такими как промышленная революция, социальные изменения и, конечно же, развитие технологий. Поэтому возникла необходимость в профессионалах, в совершенстве владеющих широким спектром знаний в этих разных областях.

Программа MBA в области управления аудиовизуальными компаниями гарантирует, что учащиеся будут обладать глубоким пониманием инструментов, необходимых для организации и управления процессами различных отделов, участвующих в аудиовизуальном производстве. По этой причине учебная программа начинается с обзора концепций индустрии и культуры, а также техники, ориентированной на реализацию проектов с теоретической и практической точки зрения.

Таким образом, все полученные знания будут преобразованы в реальные профессиональные навыки, которые позволят специалисту значительно увеличить свой потенциал. В результате, учащиеся смогут понять структуру аудиовизуальной системы и установить, как производство этого типа содержания предполагает его финансирование и оценку инвестиций с точки зрения затрат и выгод.

На протяжении 2700 часов обучения студенты будут анализировать множество практических случаев, действуя индивидуально и в команде. Вы изучите основы, определяющие направление действий актеров в художественной литературе и создание повествовательного дискурса.

Студенты также будут заинтересованы в получении глубоких знаний о новых жанрах и форматах, которые используются на телевидении. Обладая знаниями по использованию информации через социальные сети и разработке плана коммуникации. Таким образом, программа фокусируется на современных требованиях этой отрасли и готовит студентов к решению проблем, связанных с управлением отделом в этой сфере.

Данная Специализированная магистратура рассчитана на 12 месяцев и состоит из 15 модулей:

| | |
|-------------------|---|
| Модуль 1. | Культурная журналистика |
| Модуль 2. | Теория и техника производства |
| Модуль 3. | Структура аудиовизуальной системы |
| Модуль 4. | Аудиовизуальное производство |
| Модуль 5. | Производство художественной продукции и режиссура актеров |
| Модуль 6. | Индустрии культуры и новые коммуникационные бизнес-модели |
| Модуль 7. | Управление и продвижение аудиовизуальной продукции |
| Модуль 8. | Телевизионные жанры, форматы и программы |
| Модуль 9. | Аудиовизуальная аудитория |
| Модуль 10. | Сценарии для телевидения: программы и художественные |
| Модуль 11. | Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность |
| Модуль 12. | Управление персоналом и талантами |
| Модуль 13. | Финансово-экономическое управление |
| Модуль 14. | Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг |
| Модуль 15. | Управленческий менеджмент |



Где, когда и как учиться?

ТЕСН предлагает возможность обучения по программе MBA в области управления аудиовизуальными компаниями 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. Культурная журналистика

| | | | |
|--|--|--|--|
| 1.1. Культурная журналистика в основных СМИ и ее интеграция в цифровой мир | 1.2. Искусство рассказывать истории | 1.3. Основные руководства по культурной журналистской документации | 1.4. Философия коммуникации 3.0 |
| 1.5. Управление СМИ и социальными сетями | 1.6. Интерактивный журналистский контент | 1.7. Коммуникационные парадигмы | 1.8. Веб-позиционирование: SEO, SEM, SMO, SMM и SERM. Специализированный журналистский контент |

Модуль 2. Теория и техника производства

| | | | |
|--|--|--|---|
| 2.1. Производство как построение аудиовизуального произведения. Рабочая группа | 2.2. Элементы экранной съемки. Материалы для постройки фильма | 2.3. Препродакшн. Документы по реализации | 2.4. Экспрессивное значение звукового сопровождения |
| 2.1.1. От литературного сценария к техническому сценарию или план-схема | 2.2.1. Пространственная преадаптация. Арт-менеджмент | 2.3.1. Технический план | 2.4.1. Типология звуковых элементов |
| 2.1.2. Рабочая группа | 2.2.2. Элементы экранной съемки | 2.3.2. Сценографический план | 2.4.2. Создание звукового пространства |
| | | 2.3.3. <i>Сториборд</i> | |
| | | 2.3.4. План | |
| | | 2.3.5. План съемки | |
| 2.5. Экспрессивное значение освещения | 2.6. Основные техники съемки одной камерой | 2.7. Монтаж | 2.8. Постпродакшн и цветокоррекция |
| 2.5.1. Экспрессивное значение освещения | 2.6.1. Использование и техника однокамерной съемки | 2.7.1. Монтаж как сборка. Реконструкция пространства-времени | 2.8.1. Постпродакшн |
| 2.5.2. Основные техники освещения | 2.6.2. Поджанр <i>найденные кадры</i> . Художественные и документальные фильмы | 2.7.2. Нелинейные методы монтажа | 2.8.2. Концепция вертикального монтажа |
| | 2.6.3. Однокамерное производство на телевидении | | 2.8.3. Цветокоррекция |
| 2.9. Форматы и исполнительная группа | 2.10. Ключи, приемы и методы многокамерной съемки | | |
| 2.9.1. Многокамерные форматы | 2.10.1. Многокамерные техники | | |
| 2.9.2. Студия и команда | 2.10.2. Некоторые распространенные форматы | | |

Модуль 3. Структура аудиовизуальной системы**3.1. Введение в индустрии культуры (ИК)**

- 3.1.1. Концепция культуры. Культура-коммуникация
- 3.1.2. Теория и эволюция ИК: типология и модели

3.2. Киноиндустрия I

- 3.2.1. Характеристики и основные действующие лица
- 3.2.2. Структура пленочной системы

3.3. Киноиндустрия II

- 3.3.1. Киноиндустрия США
- 3.3.2. Независимые производственные компании
- 3.3.3. Проблемы и дебаты в киноиндустрии

3.4. Киноиндустрия III

- 3.4.1. Положение о кино: Государство и культура. Политика в области защиты и продвижения кинематографа
- 3.4.2. Кейс-стади

3.5. Телевизионная индустрия I

- 3.5.1. Экономическое телевидение
- 3.5.2. Основополагающие модели
- 3.5.3. Преобразования

3.6. Телевизионная индустрия II

- 3.6.1. Телевизионная индустрия США
- 3.6.2. Основные характеристики
- 3.6.3. Государственное регулирование

3.7. Телевизионная индустрия III

- 3.7.1. Общественное телевидение в Европе
- 3.7.2. Кризисы и дебаты

3.8. Оси перемен

- 3.8.1. Новые процессы в аудиовизуальном секторе
- 3.8.2. Нормативные дебаты

3.9. Цифровое наземное телевидение (ЦНТ)

- 3.9.1. Роль государства и опыт
- 3.9.2. Новые характеристики телевизионной системы

3.10. Новые участники аудиовизуального ландшафта

- 3.10.1. Платформы *Over-the-top* (OTT)
- 3.10.2. Последствия их появления

Модуль 4. Аудиовизуальное производство**4.1. Производство аудиовизуальной продукции**

- 4.1.1. Вводные понятия
- 4.1.2. Аудиовизуальная индустрия

4.2. Съёмочная группа

- 4.2.1. Профессионалы
- 4.2.2. Продюсер и сценарий

4.3. Аудиовизуальный проект

- 4.3.1. Управление проектами
- 4.3.2. Оценка проекта
- 4.3.3. Презентация проектов

4.4. Способы производства и финансирования

- 4.4.1. Финансирование производства аудиовизуальной продукции
- 4.4.2. Способы производства аудиовизуальной продукции
- 4.4.3. Ресурсы для предварительного финансирования

4.5. Съёмочная группа и разбивка сценария

- 4.5.1. Съёмочная группа
- 4.5.2. Разбивка сценария

4.6. Места проведения съёмок

- 4.6.1. Локации
- 4.6.2. Декорации

4.7. Кастинг и съёмочные контракты

- 4.7.1. Актерский состав или *кастинг*
- 4.7.2. Пробы на *кастинг*

4.8. Рабочий план и бюджет аудиовизуального производства

- 4.8.1. Рабочий план
- 4.8.2. Бюджет

4.9. Производство в области киносъёмки или записи

- 4.9.1. Подготовка к съёмкам
- 4.9.2. Оборудование и средства для съёмок

4.10. Постпродакшн и заключительный этап аудиовизуального производства

- 4.10.1. Монтаж и постпродакшн
- 4.10.2. Заключительный этап и тиражирование

Модуль 5. Производство художественной продукции и режиссура актеров

| | | | |
|--|---|--|--|
| 5.1. Постановка литературных сценариев 5.1.1. Введение 5.1.2. Процесс и его инструменты | 5.2. Оптика и камера 5.2.1. Объективы и кадрирование 5.2.2. Движение камеры 5.2.3. Непрерывность | 5.3. Свет и цвет: теоретические аспекты 5.3.1. Экспозиция 5.3.2. Теория цвета | 5.4. Освещение в кино 5.4.1. Инструменты 5.4.2. Повествовательная функция света |
| 5.5. Цвет и оптика 5.5.1. Управление цветом 5.5.2. Оптика 5.5.3. Управление изображением | 5.6. Работа на съемочной площадке 5.6.1. Список отснятых материалов 5.6.2. Команда и ее обязанности | 5.7. Технические вопросы в кинорежиссуре 5.7.1. Технические ресурсы | 5.8. Видение режиссера 5.8.1. Слово за режиссером |
| 5.9. Цифровые преобразования 5.9.1. Аналогово-цифровые преобразования в пленочной фотографии 5.9.2. Эпоха цифрового постпродакшна | 5.10. Режиссура актеров 5.10.1. Введение 5.10.2. Основные методы и приемы 5.10.3. Работа с актерами | | |

Модуль 6. Индустрии культуры и новые коммуникационные бизнес-модели

| | | | |
|--|---|---|---|
| 6.1. Концепции культуры, экономики, коммуникации, технологии, ИК 6.1.1. Культура, экономика, коммуникация 6.1.2. Индустрии культуры | 6.2. Технология, коммуникация и культура 6.2.1. Народный промысел в бизнес-индустрии 6.2.2. От живого исполнения до пластических искусств 6.2.3. Музеи и наследие | 6.3. Основные сектора индустрии культуры 6.3.1. Издательские продукты 6.3.2. Потокные ИК 6.3.3. Гибридные модели | 6.4. Цифровая эра в индустрии культуры 6.4.1. Цифровые культурные индустрии 6.4.2. Новые модели в цифровую эпоху |
| 6.5. Цифровые медиа и медиа в цифровую эпоху 6.5.1. Бизнес онлайн-прессы 6.5.2. Радио в цифровой среде 6.5.3. Особенности СМИ в цифровую эпоху | 6.6. Глобализация и разнообразие в культуре 6.6.1. Концентрация, интернационализация и глобализация культурных индустрий 6.6.2. Борьба за культурное разнообразие | 6.7. Политика в области культуры и сотрудничества 6.7.1. Культурная политика 6.7.2. Роль государств и регионов стран | 6.8. Музыкальное разнообразие в облаке 6.8.1. Музыкальный сектор в наши дни 6.8.2. Облако 6.8.3. Латинские/ибероамериканские инициативы |
| 6.9. Многообразие в аудиовизуальной индустрии 6.9.1. От плюрализма к разнообразию 6.9.2. Многообразие, культура и коммуникация 6.9.3. Выводы и предложения | 6.10. Аудиовизуальное разнообразие в Интернет 6.10.1. Аудиовизуальная система в эпоху Интернета 6.10.2. Телевизионные предложения и разнообразие 6.10.3. Выводы | | |

Модуль 7. Управление и продвижение аудиовизуальной продукции**7.1. Дистрибуция аудиовизуальных материалов**

- 7.1.1. Введение
- 7.1.2. Действующие лица распределения
- 7.1.3. Маркетинговая продукция
- 7.1.4. Сферы распространения аудиовизуальной продукции
- 7.1.5. Международное распространение

7.2. Дистрибьюторская компания

- 7.2.1. Организационная структура
- 7.2.2. Переговоры по дистрибьюторскому контракту
- 7.2.3. Международные клиенты

7.3. Витрины для кинопоказов, контракты и международные сбыты

- 7.3.1. Витрины для кинопоказов
- 7.3.2. Контракты на международную дистрибуцию
- 7.3.3. Международный рынок

7.4. Кинематографический маркетинг

- 7.4.1. Киномаркетинг
- 7.4.2. Производственная цепочка создания стоимости фильма
- 7.4.3. Рекламные средства на службе продвижения
- 7.4.4. Инструменты для запуска

7.5. Исследование рынка в кино

- 7.5.1. Введение
- 7.5.2. Предпроизводственный этап
- 7.5.3. Постпроизводственный этап
- 7.5.4. Этап маркетинга

7.6. Социальные сети и продвижение фильмов

- 7.6.1. Введение
- 7.6.2. Обещания и ограничения социальных сетей
- 7.6.3. Цели и их измерение
- 7.6.4. Календарь и стратегии продвижения
- 7.6.5. Интерпретация того, что говорят в сетях

7.7. Распространение аудиовизуальных материалов в Интернете I

- 7.7.1. Новый мир распространения аудиовизуальной продукции
- 7.7.2. Процесс распространения в Интернете
- 7.7.3. Продукты и возможности в новом сценарии
- 7.7.4. Новые способы распространения

7.8. Распространение аудиовизуальных материалов в Интернете II

- 7.8.1. Ключи к новому сценарию
- 7.8.2. Опасности, связанные с распространением информации в Интернете
- 7.8.3. *Видео по запросу* (VOD) как новое окно распространения

7.9. Новые площадки для дистрибуции

- 7.9.1. Введение
- 7.9.2. Революция *Netflix*

7.10. Кинофестивали

- 7.10.1. Введение
- 7.10.2. Роль кинофестивалей в прокате и показе фильмов

Модуль 8. Телевизионные жанры, форматы и программы

8.1. Жанр на телевидении

- 8.1.1. Введение
- 8.1.2. Телевизионные жанры

8.2. Формат телевидения

- 8.2.1. Подход к концепции формата
- 8.2.2. Телевизионные форматы

8.3. Создавая телевидение

- 8.3.1. Креативный процесс в индустрии развлечений
- 8.3.2. Креативный процесс в художественном жанре

8.4. Эволюция форматов на современном международном рынке I

- 8.4.1. Консолидация формата
- 8.4.2. Формат реалити-шоу
- 8.4.3. Что нового в *реалити-шоу*
- 8.4.4. Цифровое наземное телевидение и финансовый кризис

8.5. Эволюция форматов на современном международном рынке II

- 8.5.1. Развивающиеся рынки
- 8.5.2. Мировые бренды
- 8.5.3. Телевидение изобретает себя заново
- 8.5.4. Эпоха глобализации

8.6. Продать формат. *Питчинг*

- 8.6.1. Продажа телевизионного формата
- 8.6.2. *Питчинг*

8.7. Введение в телевизионное программирование

- 8.7.1. Роль составления программ
- 8.7.2. Факторы, влияющие на составление программ

8.8. Модели программирования телевидения

- 8.8.1. Соединенные Штаты и Великобритания

8.9. Профессиональная практика телевизионного программирования

- 8.9.1. Отдел программирования
- 8.9.2. Программирование на телевидении

8.10. Изучение аудитории

- 8.10.1. Исследование телевизионной аудитории
- 8.10.2. Понятие аудитории и рейтинги

Модуль 9. Аудиовизуальная аудитория**9.1. Аудитории в аудиовизуальных СМИ**

- 9.1.1. Введение
- 9.1.2. Формирование аудиторий

9.2. Изучение аудитории: традиции I

- 9.2.1. Теория влияния
- 9.2.2. Теория использования и удовлетворения
- 9.2.3. Культурологические исследования

9.3. Изучение аудитории: традиции II

- 9.3.1. Исследование рецепции
- 9.3.2. Аудитория в гуманистической перспективе

9.4. Аудитории с экономической точки зрения

- 9.4.1. Введение
- 9.4.2. Измерение аудитории

9.5. Теории рецепции

- 9.5.1. Введение в теории рецепции
- 9.5.2. Исторический подход к изучению рецепции

9.6. Аудитория в цифровом мире

- 9.6.1. Цифровая среда
- 9.6.2. Коммуникация и культура конвергенции
- 9.6.3. Активный характер аудитории
- 9.6.4. Интерактивность и участие
- 9.6.5. Транснациональность аудитории
- 9.6.6. Фрагментированная аудитория
- 9.6.7. Автономность аудитории

9.7. Аудитория: основные вопросы I

- 9.7.1. Введение
- 9.7.2. Кто они такие
- 9.7.3. Почему они потребляют эту продукцию

9.8. Аудитория: основные вопросы II

- 9.8.1. Что они потребляют?
- 9.8.2. Как они потребляют?
- 9.8.3. С какой целью?

9.9. Модель вовлеченности I

- 9.9.1. Вовлеченность как метаизмерение поведения аудитории
- 9.9.2. Комплексная оценка *вовлеченности*

9.10. Модель вовлеченности II

- 9.10.1. Введение. Параметры *вовлеченности*
- 9.10.2. *Вовлеченность* и пользовательский опыт
- 9.10.3. *Вовлеченность* как эмоциональная отдача аудитории
- 9.10.4. *Вовлеченность* как результат человеческого познания
- 9.10.5. Наблюдаемое поведение аудитории как проявление *вовлеченности*

Модуль 10. Сценарии для телевидения: программы и художественные произведения

10.1. Телевизионный нарратив

- 10.1.1. Понятия и ограничения
- 10.1.2. Коды и структуры

10.2. Нарративные категории в телевидении

- 10.2.1. Изложение
- 10.2.2. Персонажи
- 10.2.3. Действия и превращения
- 10.2.4. Пространство
- 10.2.5. Время

10.3. Телевизионные жанры и форматы

- 10.3.1. Нарративные единицы
- 10.3.2. Телевизионные жанры и форматы

10.4. Форматы для художественных произведений

- 10.4.1. Телевизионная беллетристика
- 10.4.2. Ситком
- 10.4.3. Драматический сериал
- 10.4.4. Мыльная опера
- 10.4.5. Другие форматы

10.5. Художественные сценарии на телевидении

- 10.5.1. Введение
- 10.5.2. Техника

10.6. Драма на телеэкране

- 10.6.1. Драматический сериал
- 10.6.2. Мыльная опера

10.7. Комедийные сериалы

- 10.7.1. Введение
- 10.7.2. Ситком

10.8. Сценарий в сфере развлечений

- 10.8.1. Сценарий шаг за шагом
- 10.8.2. Писать, чтобы сказать

10.9. Написание сценариев в сфере развлечений

- 10.9.1. Сбор сценария
- 10.9.2. Технический сценарий
- 10.9.3. Разбивка производства
- 10.9.4. Сводка

10.10. Разработка сценариев для развлекательных программ

- 10.10.1. Журнал
- 10.10.2. Юмористическая программа
- 10.10.3. Шоу талантов
- 10.10.4. Документальный жанр
- 10.10.5. Другие форматы

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность**11.1. Глобализация и руководство**

- 11.1.1. Руководство и корпоративное управление
- 11.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
- 11.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления

11.2. Лидерство

- 11.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
- 11.2.2. Лидерство в бизнесе
- 11.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом

11.3. Кросс-культурный менеджмент

- 11.3.1. Концепция *кросс-культурного менеджмента*
- 11.3.2. Вклад в познание национальных культур
- 11.3.3. Управление разнообразием

11.4. Развитие менеджмента и лидерства

- 11.4.1. Концепция развития менеджмента
- 11.4.2. Концепция лидерства
- 11.4.3. Теории лидерства
- 11.4.4. Стили лидерства
- 11.4.5. Интеллект в лидерстве
- 11.4.6. Проблемы лидерства сегодня

11.5. Деловая этика

- 11.5.1. Этика и мораль
- 11.5.2. Деловая этика
- 11.5.3. Лидерство и этика в компаниях

11.6. Устойчивость

- 11.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 11.6.2. Повестка дня на 2030 год
- 11.6.3. Устойчивые предприятия

11.7. Корпоративная социальная ответственность

- 11.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 11.7.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
- 11.7.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

11.8. Системы и инструменты ответственного управления

- 11.8.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
- 11.8.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
- 11.8.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 11.8.4. Инструменты и стандарты КСО

11.9. Транснациональные компании и права человека

- 11.9.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
- 11.9.2. Транснациональные компании и международное право
- 11.9.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

11.10. Правовое регулирование и корпоративное управление

- 11.10.1. Международные стандарты импорта и экспорта
- 11.10.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
- 11.10.3. Международное трудовое право

Модуль 12. Управление персоналом и талантами

12.1. Стратегическое управление персоналом

- 12.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
- 12.1.2. Стратегическое управление персоналом

12.2. Управление персоналом по компетенциям

- 12.2.1. Анализ потенциала
- 12.2.2. Политика вознаграждения
- 12.2.3. Планирование карьеры/повышения

12.3. Оценка работоспособности и управление ею

- 12.3.1. Управление производительностью
- 12.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс

12.4. Инновации в управлении талантами и людьми

- 12.4.1. Модели стратегического управления талантами
- 12.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
- 12.4.3. Лояльность и удержание
- 12.4.4. Проактивность и инновации

12.5. Мотивация

- 12.5.1. Природа мотивации
- 12.5.2. Теория ожиданий
- 12.5.3. Теории потребностей
- 12.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

12.6. Развитие высокоэффективных команд

- 12.6.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
- 12.6.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами

12.7. Управление изменениями

- 12.7.1. Управление изменениями
- 12.7.2. Тип процессов управления изменениями
- 12.7.3. Этапы или фазы управления изменениями

12.8. Переговоры и управление конфликтами

- 12.8.1. Переговоры
- 12.8.2. Управление конфликтами
- 12.8.3. Антикризисное управление

12.9. Управленческая коммуникация

- 12.9.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
- 12.9.2. Департаменты коммуникации
- 12.9.3. Менеджер по коммуникациям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям

12.10. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

- 12.10.1. Производительность
- 12.10.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 13. Финансово-экономическое управление**13.1. Экономическая среда**

- 13.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
- 13.1.2. Финансовые учреждения
- 13.1.3. Финансовые рынки
- 13.1.4. Финансовые активы
- 13.1.5. Прочие организации финансового сектора

13.2. Управленческий учет

- 13.2.1. Основные понятия
- 13.2.2. Активы компании
- 13.2.3. Обязательства компании
- 13.2.4. Чистая стоимость компании
- 13.2.5. Счет прибылей и убытков

13.3. Информационные системы и бизнес-аналитика

- 13.3.1. Основы и классификация
- 13.3.2. Этапы и методы распределения затрат
- 13.3.3. Выбор центра затрат и эффекта

13.4. Бюджет и управленческий контроль

- 13.4.1. Модель бюджета
- 13.4.2. Капитальный бюджет
- 13.4.3. Операционный бюджет
- 13.4.5. Бюджет казначейства
- 13.4.6. Мониторинг бюджета

13.5. Финансовый менеджмент

- 13.5.1. Финансовые решения компании
- 13.5.2. Финансовый отдел
- 13.5.3. Денежные излишки
- 13.5.4. Риски, связанные с управлением финансами
- 13.5.5. Управление рисками в финансовом менеджменте

13.6. Финансовое планирование

- 13.6.1. Определение финансового планирования
- 13.6.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
- 13.6.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
- 13.6.4. Таблица движения денежных средств
- 13.6.5. Таблица оборотных активов

13.7. Корпоративная финансовая стратегия

- 13.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
- 13.7.2. Продукты корпоративного финансирования

13.8. Стратегическое финансирование

- 13.8.1. Самофинансирование
- 13.8.2. Увеличение собственных средств
- 13.8.3. Гибридные ресурсы
- 13.8.4. Финансирование через посредников

13.9. Финансовый анализ и планирование

- 13.9.1. Анализ бухгалтерского баланса
- 13.9.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
- 13.9.3. Анализ рентабельности

13.10. Анализ и решение кейсов/проблем

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

Модуль 14. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг

14.1. Управление продажами

- 14.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
- 14.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
- 14.1.3. Роль коммерческих менеджеров

14.2. Маркетинг

- 14.2.1. Концепция маркетинга
- 14.2.2. Основы маркетинга
- 14.2.3. Маркетинговая деятельность компании

14.3. Управление стратегическим маркетингом

- 14.3.1. Концепция стратегического маркетинга
- 14.3.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
- 14.3.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования

14.4. Цифровой маркетинг и электронная коммерция

- 14.4.1. Цели цифрового маркетинга и электронной коммерции
- 14.4.2. Цифровой маркетинг и средства массовой информации, которые он использует
- 14.4.3. Электронная коммерция. Общий контекст
- 14.4.4. Категории электронной коммерции
- 14.4.5. Преимущества и недостатки *электронной коммерции* по сравнению с традиционной торговлей

14.5. Цифровой маркетинг для укрепления бренда

- 14.5.1. Онлайн-стратегии для улучшения репутации вашего бренда
- 14.5.2. *Брендингованный контент и сторителлинг*

14.6. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов

- 14.6.1. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
- 14.6.2. *Управление взаимоотношениями с посетителями*
- 14.6.3. *Гиперсегментация*

14.7. Управление цифровыми кампаниями

- 14.7.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
- 14.7.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
- 14.7.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний

14.8. Стратегия продаж

- 14.8.1. Стратегия продаж
- 14.8.2. Методы продаж

14.9. Корпоративная коммуникация

- 14.9.1. Понятие
- 14.9.2. Важность коммуникации в организации
- 14.9.3. Тип коммуникации в организации
- 14.9.4. Функции коммуникации в организации
- 14.9.5. Элементы коммуникации
- 14.9.6. Проблемы коммуникации
- 14.9.7. Сценарии коммуникации

14.10. Коммуникация и цифровая репутация

- 14.10.1. Онлайн-репутация
- 14.10.2. Как измерить цифровую репутацию?
- 14.10.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
- 14.10.4. Отчет о репутации в Интернете
- 14.10.5. *Брендинг онлайн*

Модуль 15. Управленческий менеджмент**15.1. Общий менеджмент**

- 15.1.1. Концепция общего менеджмента
- 15.1.2. Действия генерального директора
- 15.1.3. Генеральный директор и его функции
- 15.1.4. Трансформация работы менеджмента

15.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

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

15.3. Управление операциями

- 15.3.1. Важность управления
- 15.3.2. Цепочка создания стоимости
- 15.3.3. Управление качеством

15.4. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей

- 15.4.1. Межличностная коммуникация
- 15.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
- 15.4.3. Барьеры коммуникации

15.5. Средства личной и организационной коммуникации

- 15.5.1. Межличностная коммуникация
- 15.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
- 15.5.3. Коммуникация в организации
- 15.5.4. Инструменты в организации

15.6. Кризисная коммуникация

- 15.6.1. Кризис
- 15.6.2. Фазы кризиса
- 15.6.3. Сообщения: содержание и моменты

15.7. Подготовка кризисного плана

- 15.7.1. Анализ потенциальных проблем
- 15.7.2. Планирование
- 15.7.3. Адекватность персонала

15.8. Эмоциональный интеллект

- 15.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 15.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 15.8.3. Самооценка и эмоциональная

15.9. Личный брендинг

- 15.9.1. Стратегии личного брендинга
- 15.9.2. Законы личного брендинга
- 15.9.3. Инструменты для создания личного бренда

15.10. Лидерство и управление командой

- 15.10.1. Лидерство и стили лидерства
- 15.10.2. Возможности и проблемы лидеров
- 15.10.3. Управление процессами изменений
- 15.10.4. Управление мультикультурными

07

Методология

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





“

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

Бизнес-школа ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

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

“

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



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



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

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа ТЕСН - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

“ *В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде”*

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наша Бизнес-школа - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



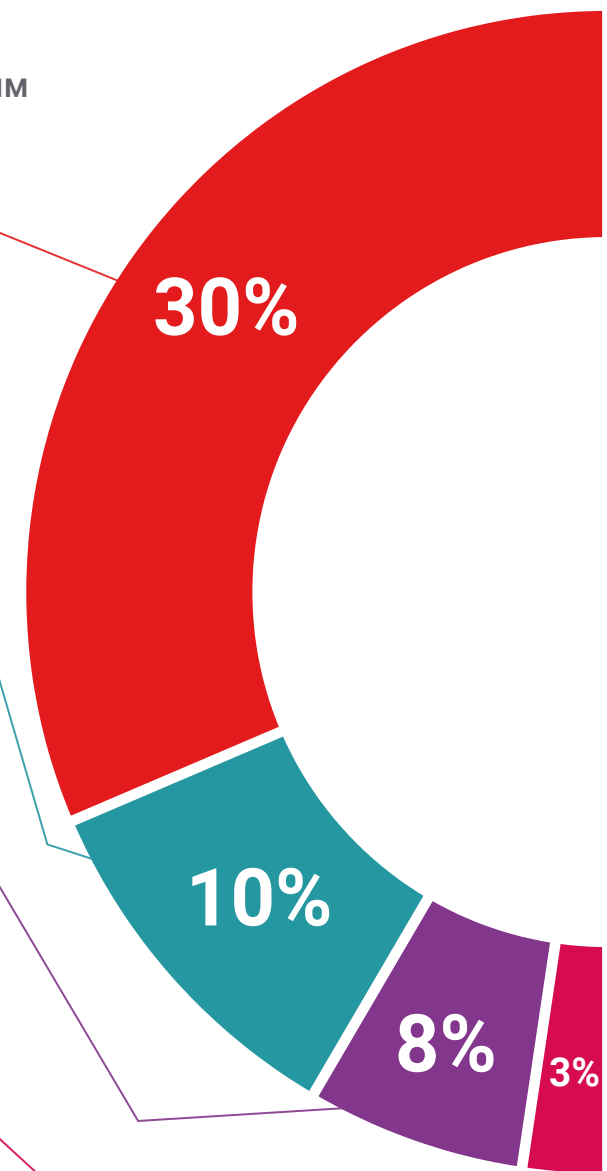
Практика управленческих навыков

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



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.



Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами в области высшего менеджмента на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

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



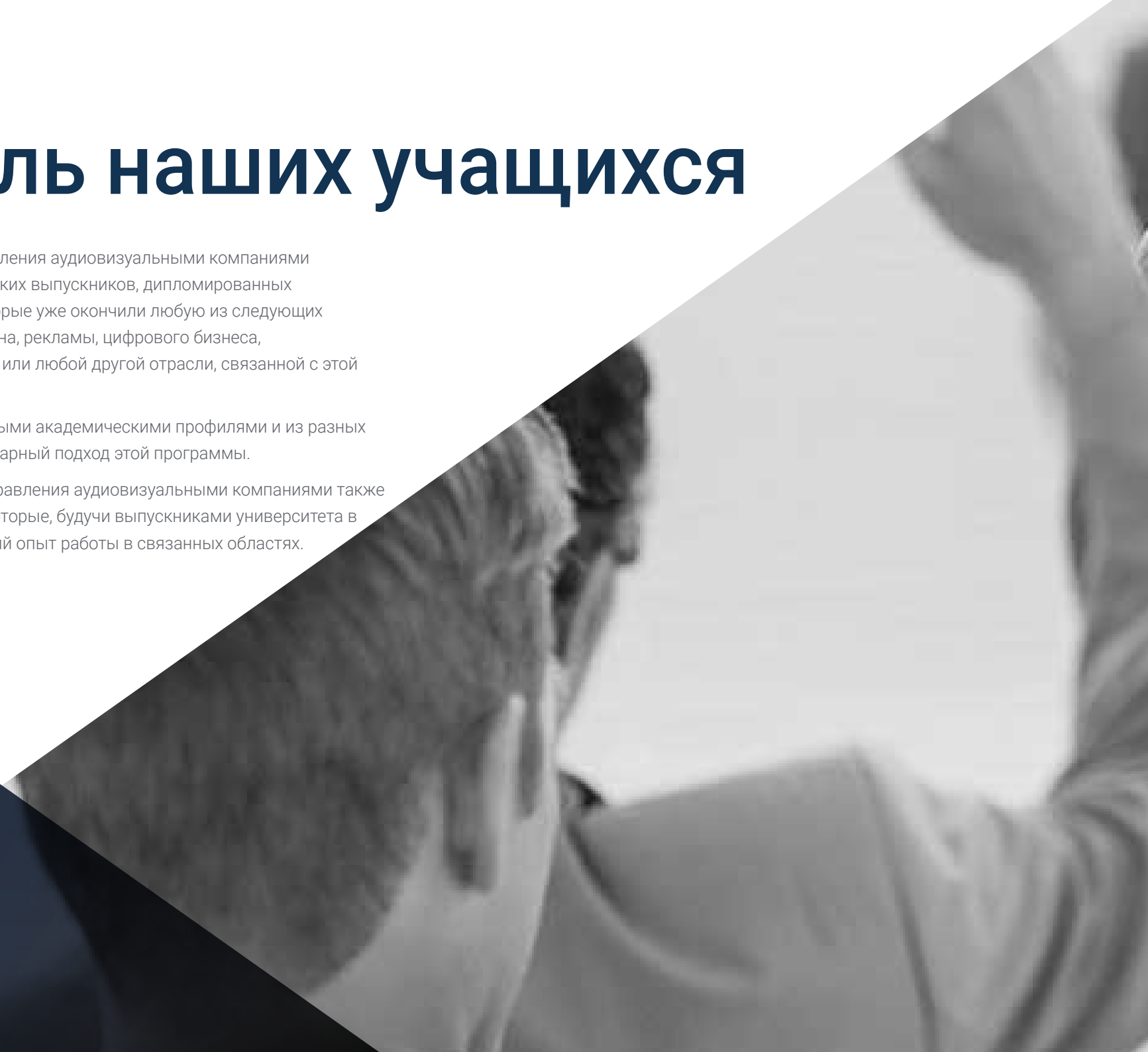
08

Профиль наших учащихся

Программа MBA в области управления аудиовизуальными компаниями предназначена для университетских выпускников, дипломированных специалистов и бакалавров, которые уже окончили любую из следующих специальностей в области дизайна, рекламы, цифрового бизнеса, аудиовизуальных коммуникаций или любой другой отрасли, связанной с этой сферой деятельности.

Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.

По программе MBA в области управления аудиовизуальными компаниями также могут обучаться специалисты, которые, будучи выпускниками университета в любой области, имеют двухлетний опыт работы в связанных областях.



“

*Знать фундаментальные понятия,
регулирующие дистрибуцию,
коммерциализацию и
распространение аудиовизуального
продукта в современном обществе”*

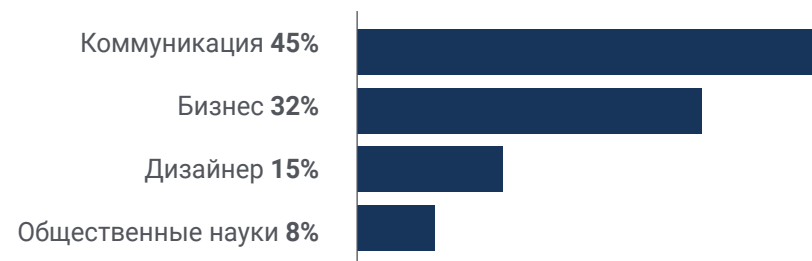
Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



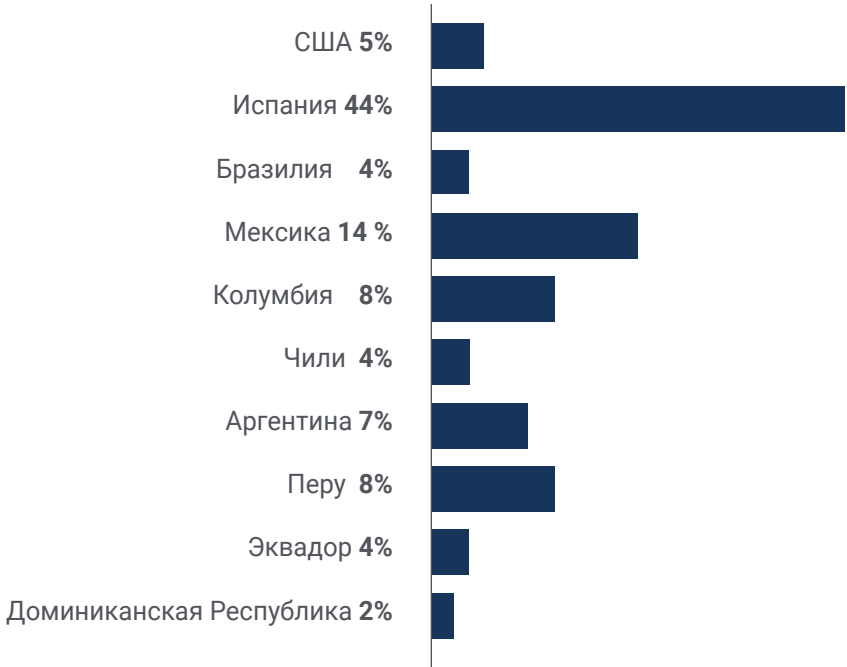
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Александра Рамон

Руководитель производства и менеджер проектов

"После нескольких лет руководящей работы я смогла запустить новый проект после обучения по программе MBA в области управления аудиовизуальными компаниями, что стало тем самым изменением, которое мне было необходимо для развития моей карьеры. Это прекрасный вариант, если нужно продолжить работу, поскольку программа проводится полностью в режиме онлайн"

09

Руководство курса

В преподавательский состав входят ведущие эксперты в области управления бухгалтерским учетом, которые привносят в программу свой многолетний опыт. Кроме того, в разработке и подготовке программы принимают участие другие специалисты, пользующиеся авторитетом в смежных областях, которые дополняют программу MBA на междисциплинарной основе, что делает ее уникальным и очень полезным опытом на академическом уровне для студента. Таким образом, данная программа предоставит студентам самое инновационное и мощное содержание, которое поможет им стать успешным руководителем в области бухгалтерского учета.



“

*Наша опытная команда преподавателей
предоставит вам новейшую
информацию по бухгалтерскому учету”*

Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области рекрутинга и технологической стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка Fortune 50, таких как 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 курирует 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 свое стремление к 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.

Она 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 реализовала оздоровительные программы, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



Г-жа Дав, Дженнифер

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

“

Благодаря ТЕСН вы
сможете учиться у лучших
мировых профессионалов”

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.

Он 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
- Степень по кибербезопасности в Университете Западных Губернаторов
- Профессиональный сертификат по *коммерческому дайвингу* от Технологического института дайверов
- Степень в области экологических исследований в Эвергринском государственном колледже

“

Используйте возможность ознакомиться с последними достижениями в этой области, чтобы применять их в вашей повседневной практике”

Приглашенный руководитель международного уровня

Роми Арман является известным международным экспертом с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. На протяжении всей своей карьеры 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. Благодаря этому он помог таким компаниям, как Shell Energy, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют неоспоримое влияние, поскольку они позволили нескольким корпорациям улучшить опыт как потребителей, так и 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 возвращивал и возглавлял высокоэффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В компании Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать "рентабельную декарбонизацию" и перестроить фрагментированный ландшафт данных, цифровых технологий и технологий. 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, этот руководитель выделяется своим мастерством в области бизнес-применения искусственного интеллекта, по которому он получил степень в аспирантуре Лондонской школы 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 (автомобильные комплектующие и розничная торговля) для компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре.
- Степень бакалавра от Университета Лидса
- Степень аспиранта Лондонской школы бизнеса по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена
- Профессиональный сертификат CCXP Customer Experience
- Курс по цифровой трансформации для руководителей от IMD



Вы хотите обновить свои знания, получив образование высочайшего качества? ТЕСН предлагает вам самый актуальный контент на академическом рынке, разработанный настоящими 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 провел 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 отличает умение постоянно превосходить 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

- Генеральный менеджер по глобальным закупкам в области Google, Маунтин-Вью, США
- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в 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 учебным материалам, находящимся на передовой линии технологий и образования, которые разрабатываются всемирно известными специалистами в этой области"

Приглашенный руководитель международного уровня

Андреа Ла Сала – опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали значительное влияние на индустрию моды. 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 ритму работы. Ко всему этому он добавляет сильное коммерческое понимание, видение рынка и искреннюю страсть к продукции.

В качестве директора по глобальному бренду и мерчендайзингу в Giorgio Armani он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли, 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 по улучшению структуры, разработке и маркетингу различных коллекций. Он также отвечал за создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Андреа управлял условиями, затратами, процессами и сроками поставки для различных операций.

Этот опыт сделал Андреа Ла Сала одним из лучших и наиболее квалифицированных корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши. Обладая высоким управленческим потенциалом, он сумел эффективно реализовать позитивное позиционирование различных брендов и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



Г-н Ла Сала, Андреа

- Директор по глобальному бренду и мерчандайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- Директор по мерчандайзингу в компании Calvin Klein
- Управляющий брендом в Gruppo Coin
- Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- Маркетинговый аналитик в Fastweb
- Выпускник факультета бизнеса и экономики Восточного университета Пьемонта

“

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

Приглашенный руководитель международного уровня

Мик Грэм 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 **первопроходцем 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 навыков. Таким образом, он стал считаться **прирожденным лидером новой глобальной экономики**, в центре которой - стремление к данным и их безграничным возможностям.



Г-н Грэм, Мик

- Директор по бизнес-аналитике и анализу 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 Capgemini
- Руководитель аналитического отдела в Nordea
- Старший консультант бизнес-аналитики для SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Эксклюзивная программа MBA по электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавриат и магистратура по математике и статистике в Копенгагенском университете

“

Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии Forbes! На этой программе MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными профессорами”

Приглашенный руководитель международного уровня

Скотт Стивенсон - выдающийся эксперт в области **цифрового маркетинга**, который уже более 19 лет связан с одной из самых влиятельных компаний в индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. В этой должности он играл ключевую роль в контроле за **логистикой и творческими процессами** 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 корпорации во время своей прежней работы в руководстве.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по **продаже цифровой собственности**. 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 писательства в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области **коммуникации и подачи материала**. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию **искусственного интеллекта в бизнесе**. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере **маркетинга и цифровых медиа**.



Г-н Стивенсон, Скотт

- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, Соединенные Штаты Америки
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра искусств в области творческого писательства Калифорнийского университета
- Степень бакалавра наук в области телекоммуникаций из Университета Флориды

“

Достигайте своих академических и карьерных целей с лучшими в мире экспертами! Преподаватели MBA будут сопровождать вас на протяжении всего процесса обучения”

Приглашенный руководитель международного уровня

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

Он занимал такие высокие должности, 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 Chicago Bulls и Chicago White Sox, 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 для Роджера Гуделла в Национальной футбольной лиге (НФЛ), а до этого - в качестве стажера-юриста в Федерации футбола США.



Д-р 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 франшизы Chicago White Sox
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago Bulls
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бут Чикагского университета
- Степень бакалавра по международной экономике в Карлтонском колледже



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

10

Влияние на карьеру

Мы понимаем, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. По этой причине конечной целью всегда будет предоставление всех необходимых инструментов и инновационной методологии для мотивации учащихся в ходе каждого занятия. Это гарантирует удовлетворительное трудоустройство в отрасли, требующей качества и совершенства.



“

Вы сможете добиться положительных изменений в своей профессиональной карьере, определить и классифицировать соответствующий и необходимый персонал и технические средства для каждой фазы проекта”

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

Программа MBA в области управления аудиовизуальными компаниями от TECH — это интенсивная программа, которая подготовит специалистов к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Главная цель — способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Если вы хотите совершенствоваться, добиваться положительных изменений на профессиональном уровне и общаться с лучшими, это место для вас.

Эта программа дает возможность обучения и профессионального роста и позволит вам повысить конкурентоспособность на рынке труда.

Добейтесь позитивных изменений, необходимых для развития вашей карьеры и профессии, с помощью программы MBA в области управления аудиовизуальной индустрией.

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 аудиовизуальными компаниями вносит свой вклад в повышение потенциала талантов организации путем подготовки лидеров высокого уровня.

Прохождение этой программы — это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



“

Изучить изменения, произошедшие в культурных индустриях в связи с поставкой и потреблением цифровых сетей, в их экономических, политических и социокультурных аспектах”

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 в области MBA в области управления аудиовизуальными компаниями гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



““

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

Данная **Бизнес-магистратура в области MBA в области управления аудиовизуальными компаниями** 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 Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Бизнес-магистратура в области MBA в области управления аудиовизуальными компаниями**

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.



Бизнес магистратура МВА в области управления аудиовизуальными компаниями

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

Бизнес магистратура

МВА в области управления аудиовизуальными компаниями