

# Бизнес-магистратура

МВА в области управления  
продажами и маркетинга  
(CRO, Chief Revenue Officer)





## Бизнес-магистратура MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer)

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

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-commercial-marketing-management-cro](http://www.techitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-commercial-marketing-management-cro)

# 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. 38
		08	Профиль наших учащихся	09	Руководство курса	10	Влияние на карьеру
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 46		стр. 50		стр. 72
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					<hr/>		<hr/>
					стр. 76		стр. 80

# 01

# Добро пожаловать

Современный рынок требует профессионалов с разносторонним профилем и широкой специализацией в области маркетинга в дополнение к специальной подготовке в той сфере бизнеса, в которой они профессионально работают. Это новое видение бизнеса, которое фокусируется на управлении отделами продаж и маркетинга, чтобы применять стратегии, которые приносят пользу компании, адаптируя ее к текущим потребностям сектора. По этой причине TECH представляет программу, предназначенную для директоров и менеджеров этих областей или тех, кто ставит перед собой профессиональную задачу достичь руководящей должности в этой сфере. В дополнение к этому студенты получают доступ к 10 эксклюзивным и дополнительным мастер-классам, разработанным престижным и всемирно известным специалистом в области управления продажами.



МВА в области управления продажами и маркетинга (Chief Revenue Officer)  
TECH Технологический университет



“

*Приготовьтесь стать директором по продажам и маркетингу вместе с ТЕСН! Вы получите доступ к 10 уникальным и дополнительным мастер-классам, которые проводят известные и всемирно признанные преподаватели”*

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

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



“

*Одна из наших основных задач - помочь вам развить необходимые навыки для стратегического руководства отделами продаж и маркетинга”*

Ваши цели - это наши цели

Мы работаем вместе, чтобы помочь вам их достичь

МВА в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) научит вас:

01

Интегрировать общее видение и цели компании с маркетинговой политикой и стратегиями, адаптируя компанию к потребностям рынка и клиентов

04

Определять, реализовывать и возглавлять успешную маркетинговую стратегию, владея инструментами маркетингового процесса и используя их на благо компании

02

Применять наиболее подходящие методы исследования рынка, а также анализировать различные источники данных, чтобы применять коммерческую политику и стратегии в компании



03

Определять возможности, угрозы и изменения в конкурентной среде, а также оперативно действовать в условиях этих изменений рынка, каналов и конкуренции

05

Создавать стратегии, ориентированные на клиента и предлагающие персонализированные ценностные предложения

06

Развивать управленческие навыки для создания и руководства командами продаж, которые генерируют добавленную стоимость для организации

08

Обладать глубокими знаниями в области логистики и финансового управления компанией

09

Проводить маркетинговые исследования для понимания изменений на рынке и покупательского поведения, которые могут определить маркетинговую стратегию

07

Приобрести лидерские качества, которые позволят вам руководить командами по продажам и маркетингу

10

Уметь руководить коммерческим отделением компании



11

Планировать и проводить кампании по продажам

12

Создавать команды продаж высокого уровня с помощью коучинга и методов эмоционального интеллекта

13

Управлять всем процессом продаж





14

Осуществлять маркетинговые стратегии, направленные на коммерциализацию продукта и лояльность потребителей

15

Достичь международного видения управления продажами и маркетинга

16

Использовать цифровые медиа для повышения осведомленности о компании и ее продукции, а также для осуществления процессов продаж

05

# Компетенции

После прохождения аттестации по программе MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) специалист приобретет необходимые навыки для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной методике преподавания.



“

Получите специализацию  
в области управления продажами  
и маркетинга вместе с *TECH*,  
и вы заметите, как продвинетесь  
в своей повседневной практике”

После окончания обучения вы сможете:

01

Развивать лидерские качества, которые позволят вам адекватно управлять командами в сфере маркетинга

02

Разработать и внедрить конкурентную стратегию, способствующую росту компании по сравнению с конкурентами

03

Провести финансовую диагностику компании для анализа ее жизнеспособности

04

Руководить логистическим управлением закупок

05

Проводить исследования рынка на национальном и международном уровне



06

Разрабатывать и управлять маркетинговыми кампаниями

08

Обладать глубокими знаниями в различных отраслях маркетинга

09

Применять методы SEM и SEO в маркетинговых кампаниях

07

Вести деловые переговоры, используя приемы эмоционального интеллекта, самомотивации и эмпатии

10

Применять самые высокие уровни качества во всех процессах, выполняемых в компании



06

# Структура и содержание

МВА в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer)

- это индивидуальная программа, которая преподается в 100% онлайн-формате, поэтому вы можете выбрать время и место, которые лучше всего соответствуют вашим возможностям, расписанию и интересам.

12-месячная программа, цель которой - стать уникальным и мотивирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве директора по продажам и маркетингу.



““

*Если вы работаете в сфере продаж и маркетинга, вам необходимо постоянно обновлять свои знания, чтобы быть в курсе основных событий в этом секторе”*

## Учебный план

MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) TECH Технологического университета - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению бизнес-задач и принятию решений как на национальном, так и на международном уровне. Его содержание призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 1500 часов обучения вы будете анализировать множество практических случаев в ходе индивидуальной работы, что позволит вам получить глубокие знания, которые вы сможете перенести на свою повседневную работу. Таким образом вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Данная Бизнес-магистратура углубленно рассматривает различные области деятельности компании и предназначена для специализации менеджеров, понимающих управление продажами и маркетинг со стратегической и инновационной точки зрения.

План, разработанный и ориентированный на ваше профессиональное совершенствование, который подготовит вас к достижению превосходства в области менеджмента и управления бизнесом. Программа, которая понимает ваши потребности и потребности вашей компании благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что даст вам необходимые навыки решения критических ситуаций творческим и эффективным способом.

Эта программа рассчитана на 12 месяцев и состоит из 4 блоков:

<b>Модуль 1</b>	Менеджмент и руководство
<b>Модуль 2</b>	Логистика и экономический менеджмент
<b>Модуль 3</b>	Исследование рынка
<b>Модуль 4</b>	Управление продажами
<b>Модуль 5</b>	Коммерческая структура и организация
<b>Модуль 6</b>	Обучение и коучинг сети продаж
<b>Модуль 7</b>	Стратегия в управлении маркетингом и операционный маркетинг
<b>Модуль 8</b>	Международный маркетинг
<b>Модуль 9</b>	Цифровой маркетинг
<b>Модуль 10</b>	Управление отношениями с клиентами
<b>Модуль 11</b>	1:1 Маркетинг
<b>Модуль 12</b>	Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
<b>Модуль 13</b>	Управление персоналом и талантами
<b>Модуль 14</b>	Управление экономикой и финансами
<b>Модуль 15</b>	Исполнительный менеджмент



### Где, когда и как учиться?

ТЕСН предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию этой программы, что позволит вам самостоятельно распоряжаться своим учебным временем.

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

## Модуль 1. Менеджмент и руководство

<b>1.1. Общий менеджмент</b> 1.1.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии 1.1.2. Политика и процессы управления 1.1.3. <i>Общество и предприятие</i>	<b>1.2. Стратегическое управление</b> 1.2.1. Определение стратегической позиции: миссия, видение и ценности 1.2.2. Развитие нового бизнеса 1.2.3. Рост и консолидация компании	<b>1.3. Конкурентные стратегии</b> 1.3.1. Анализ рынка 1.3.2. Устойчивое конкурентное преимущество 1.3.3. Возврат инвестиций	<b>1.4. Корпоративная стратегия</b> 1.4.1. <i>Движущая сила корпоративной стратегии</i> 1.4.2. <i>Темпы развития корпоративной стратегии</i> 1.4.3. <i>Формирование корпоративной стратегии</i>
<b>1.5. Планирование и стратегия</b> 1.5.1. Актуальность стратегического менеджмента в процессе управленческого контроля 1.5.2. Анализ среды и организации 1.5.3. <i>Бережливое управление</i>	<b>1.6. Управление талантами</b> 1.6.1. Управление человеческим капиталом 1.6.2. Среда, стратегия и показатели 1.6.3. Инновации в управлении персоналом	<b>1.7. Развитие менеджмента и лидерства</b> 1.7.1. Лидерство и стили руководства 1.7.2. Мотивация 1.7.3. Эмоциональный интеллект 1.7.4. Возможности и навыки лидера 2.0 1.7.5. Эффективные совещания	<b>1.8. Управление изменениями</b> 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

<b>2.1. Финансовая диагностика</b> 2.1.1. Показатели для анализа финансовой отчетности 2.1.2. Анализ рентабельности 2.1.3. Экономическая и финансовая рентабельность компании	<b>2.2. Экономический анализ решений</b> 2.2.1. Бюджетный контроль 2.2.2. Анализ конкуренции. Сравнительный анализ 2.2.3. Принятие решений. Инвестиции в бизнес или дезинвестирование	<b>2.3. Оценка инвестиций и управление портфелем</b> 2.3.1. Рентабельность инвестиционных проектов и создание стоимости 2.2.3. Модели для оценки проектов инвестиции 2.3.3. Анализ чувствительности, построение сценариев и дерева решений	<b>2.4. Управление закупочной логистикой</b> 2.4.1. Управление запасами 2.4.2. Управление складом 2.4.3. Управление закупками и снабжением
<b>2.5. Управление цепями поставок</b> 2.5.1. Стоимость и эффективность цепочки операций 2.5.2. Изменение структуры спроса 2.5.3. Изменение стратегии операционной деятельности	<b>2.6. Логистические процессы</b> 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	<b>2.7. Логистика и клиенты</b> 2.7.1. Анализ спроса и прогнозирование 2.7.2. Прогнозирование и планирование продаж 2.7.3. <i>Совместное планирование, прогнозирование и замена</i>	<b>2.8. Международная логистика</b> 2.8.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы 2.8.2. Методы и средства международных платежей 2.8.3. Международные логистические платформы

**Модуль 3. Исследование рынка****3.1. Основы маркетинга**

- 3.1.1. Основные определения
- 3.1.2. Основные понятия
- 3.1.3. Эволюция концепции маркетинга

**3.2. Маркетинг: от идеи до выхода на рынок**

- 3.2.1. Концепция и сфера применения маркетинга
- 3.2.2. Измерения маркетинга
- 3.2.3. Маркетинг 3.0

**3.3. Новая конкурентная среда**

- 3.3.1. Технологические инновации и экономическое воздействие
- 3.3.2. Общество знаний
- 3.3.3. Новый профиль потребителя

**3.4. Методы и приемы количественных исследований**

- 3.4.1. Переменные и шкалы измерения
- 3.4.2. Источники информации
- 3.4.3. Методы отбора проб
- 3.4.4. Обработка и анализ данных

**3.5. Методы и приемы качественных исследований**

- 3.5.1. Прямые методы: *фокус-группа*
- 3.5.2. Антропологические методы
- 3.5.3. Косвенные методы
- 3.5.4. *Two face mirror* и метод *Дельфи*

**3.6. Сегментация рынка**

- 3.6.1. Типологии рынков
- 3.6.2. Концепция и анализ спроса
- 3.6.3. Сегментация и критерии
- 3.6.4. Определение целевой аудитории

**3.7. Типы покупательского поведения**

- 3.7.1. Сложное поведение
- 3.7.2. Поведение, уменьшающее диссонанс
- 3.7.3. Разнообразное поисковое поведение
- 3.7.4. Типичное покупательское поведение

**3.8. Информационные системы в маркетинге**

- 3.8.1. Концептуальные подходы к маркетинговой информационной системе
- 3.8.2. *Хранилище данных и добыча данных*
- 3.8.3. Системы географической информации

**3.9. Управление исследовательскими проектами**

- 3.9.1. Инструменты анализа информации
- 3.9.2. Разработка плана управления ожиданиями
- 3.9.3. Оценка реализуемости проектов

**3.10. Маркетинговая разведка**

- 3.10.1. *Большие данные*
- 2.10.3. Пользовательский опыт
- 3.10.3. Применение методик

**Модуль 4. Управление продажами****4.1. Коммерческие переговоры**

- 4.1.1. Эмоциональный интеллект в переговорах и продажи
- 4.1.2. Самомотивация и эмпатия
- 4.1.3. Развитие навыков ведения переговоров

**4.2. Основы коммерческого менеджмента**

- 4.2.1. Внутренний и внешний анализ. SWOT-анализ
- 4.2.2. Отраслевой и конкурентный анализ
- 4.2.3. Модель CANVAS

**4.3. Принятие решений в коммерческом менеджменте**

- 4.3.1. Стратегия бизнеса и конкурентная стратегия
- 4.3.2. Модели принятия решений
- 4.3.3. Аналитика и инструменты для принятия решений

**4.4. Руководство и управление сетью продаж**

- 4.4.1. Планирование кампании продаж
- 4.4.2. Сети на службе коммерческой деятельности
- 4.4.3. Политика в области найма и обучения продавцов
- 4.4.4. *Управление продажами*

**4.5. Реализация торговой функции**

- 4.5.1. Коммерческий договор
- 4.5.2. Мониторинг коммерческой деятельности

**4.6. Управление ключевыми клиентами**

- 4.6.1. Идентификация ключевых клиентов
- 4.6.2. *Преимущества и риски менеджера по работе с ключевыми клиентами*
- 4.6.3. *Продажи и управление ключевыми клиентами*
- 4.6.4. Фазы стратегических действий КАМа

**4.7. Коммерческое прогнозирование**

- 4.7.1. Бизнес-прогноз и прогноз продаж
- 4.7.2. Методы прогнозирования продаж
- 4.7.3. Практическое применение прогнозирования продаж

**4.8. Управление финансами и бюджетом**

- 4.8.1. Сбалансированная система показателей маркетинга
- 4.8.2. Контроль за выполнением годового маркетингового плана
- 4.8.3. Финансовое воздействие стратегических решений

## Модуль 5. Коммерческая структура и организация

<b>5.1. Коммерческая организация</b> 5.1.1. Введение в коммерческую организацию 5.1.2. Наиболее типичные коммерческие структуры 5.1.3. Организация делегаций	5.1.4. Разработка организационных моделей бизнеса	<b>5.2. Организация сети продаж</b> 5.2.1. Организационная схема отдела 5.2.2. Дизайн сетей продаж 5.2.3. Многоканальная реальность	<b>5.3. Анализ внутреннего рынка</b> 5.3.1. Определение цепочки услуг 5.3.2. Анализ качества обслуживания 5.3.3. Бенчмаркинг продукции 5.3.4. Ключевые факторы успеха бизнеса
<b>5.4. Стратегия продаж</b> 5.4.1. Методы продаж 5.4.2. Стратегии найма 5.4.3. Стратегии обслуживания	<b>5.5. Стратегия выхода на рынок</b> 5.5.1. Управление каналами 5.5.2. Конкурентное преимущество 5.5.3. Отдел продаж	<b>5.6. Планирование кампании продаж</b> 5.6.1. Установление целей и квот 5.6.2. Коммерческая производительность 5.6.3. Планирование коммерческой деятельности 5.6.4. План действий в чрезвычайных ситуациях	<b>5.7. Организация клиентского портфеля</b> 5.7.1. Клиентское планирование 5.7.2. Классификация клиентов
<b>5.8. Подготовка коммерческих площадей</b> 5.8.1. Реализация плана посещения 5.8.2. Организация посещений	<b>5.9. Мониторинг коммерческой деятельности</b> 5.9.1. Основные коэффициенты и методы контроля 5.9.2. Инструменты мониторинга	5.9.3. Методология сбалансированной системы показателей	<b>5.10. Организация послепродажного обслуживания</b> 5.10.1. Послепродажные действия 5.10.2. Отношения с клиентами 5.10.3. Самоанализ и совершенствование

## Модуль 6. Обучение и коучинг сети продаж

<b>6.1. Отбор команды продавцов</b> 6.1.1. Деятельность по набору персонала 6.1.2. Профили продавцов 6.1.3. Собеседование 6.1.4. План приема	<b>6.2. Обучение продавцов высокого уровня</b> 6.2.1. План обучения 6.2.2. Характеристика и деятельность продавца 6.2.3. Обучение и управление высокоэффективными командами	<b>6.3. Персональный коучинг и эмоциональный интеллект</b> 6.3.1. Эмоциональный интеллект в применении к технике продаж 6.3.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание 6.3.3. Самооценка и язык эмоций 6.3.4. Множественный интеллект	<b>6.4. Мотивация и вознаграждение сетей продаж</b> 6.4.1. Техники мотивации 6.4.2. Системы вознаграждения 6.4.3. Системы стимулирования и компенсации
<b>6.5. Психология и техника продаж</b> 6.5.1. Понятия психологии в применении к продажам 6.5.2. Техники улучшения вербального и невербального общения 6.5.3. Влияющие факторы в поведении потребителей	<b>6.6. Разработка процесса продаж</b> 6.6.1. Методология в процессом продаж 6.6.2. Привлечение внимания и аргументация 6.6.3. Возражения и демонстрация	<b>6.7. Подготовка к коммерческому визиту</b> 6.7.1. Изучение досье клиента 6.7.2. Установление целевых показателей продаж 6.7.3. Подготовка к собеседованию	<b>6.8. Проведение коммерческого визита</b> 6.8.1. Презентация для клиента 6.8.2. Определение потребностей 6.8.3. Аргументация
<b>6.9. Ведение переговоров и закрытие сделки</b> 6.9.1. Фазы переговоров 6.9.2. Тактика ведения переговоров 6.9.3. Закрытие и привлечение клиентов	<b>6.10. Процесс обеспечения лояльности</b> 6.10.1. Глубокие знания о клиенте 6.10.2. Коммерческий процесс, который будет осуществляться с клиентом 6.10.3. Ценность клиента для компании		

**Модуль 7. Стратегия в управлении маркетингом и операционный маркетинг****7.1. Управление маркетингом**

- 7.1.1. *Позиционирование и создание стоимости*
- 7.1.2. Маркетинговая ориентация и позиционирование компании
- 7.1.3. Стратегический маркетинг в сравнении с операционным маркетингом
- 7.1.4. Цели в управлении маркетингом
- 7.1.5. Интегрированные маркетинговые коммуникации

**7.2. Роль стратегического маркетинга**

- 7.2.1. Основные маркетинговые стратегии
- 7.2.2. Сегментация, таргетинг и позиционирование
- 7.2.3. Управление стратегического маркетинга

**7.3. Измерения маркетинговой стратегии**

- 7.3.1. Необходимые ресурсы и инвестиции
- 7.3.2. Основы конкурентного преимущества
- 7.3.3. Конкурентное поведение компании
- 7.3.4. Фокус-группа

**7.4. Стратегии разработки новых продуктов**

- 7.4.1. Политика ценообразования
- 7.4.2. Стратегии продвижения и *мерчандайзинга*
- 7.4.3. Стратегии распространения, расширения и посредничества

**7.5. Маркетинг-микс**

- 7.5.1. *Маркетинговое ценностное предложение*
- 7.5.2. Политика, стратегия и тактика маркетинг-микса
- 7.5.3. Элементы маркетинга-микса
- 7.5.4. Удовлетворенность клиентов и маркетинг-микс

**7.6. Управление продуктами**

- 7.6.1. Распределение потребления и жизненный цикл продукта
- 7.6.2. Устаревание, срок годности, периодические кампании
- 7.6.3. Управление заказами и коэффициенты контроля запасов

**7.7. Принципы ценообразования**

- 7.7.1. Анализ среды
- 7.7.2. Производственные затраты и дисконтные наценки
- 7.7.3. Окончательная цена и карта позиционирования

**7.8. Управление каналами распределения**

- 7.8.1. *Торговый маркетинг*
- 7.8.2. Культура распределения и конкуренция
- 7.8.3. *Проектирование и управление каналами*
- 7.8.4. Функции каналов распределения
- 7.8.5. *Путь к рынку*

**7.9. Продвижение и каналы сбыта**

- 7.9.1. Корпоративный брендинг
- 7.9.2. Реклама
- 7.9.3. Продвижение продаж
- 7.9.4. Связи с общественностью и личные продажи
- 7.9.5. *Уличный маркетинг*

**7.10. Брендинг**

- 7.10.1. *Эволюция бренда*
- 7.10.2. Создание и развитие успешных брендов
- 7.10.3. *Капитал бренда*
- 7.10.4. *Управление категориями*

**7.11. Управление маркетинговыми группами**

- 7.11.1. Рабочие команды и управление встречи
- 7.11.2. Коучинг и управление командой
- 7.11.3. Управление равенством и многообразием

**7.12. Коммуникация и маркетинг**

- 7.12.1. Интегрированная маркетинговая коммуникация
- 7.12.2. Разработка программы маркетинговых коммуникаций
- 7.12.3. Коммуникативные навыки и влияние
- 7.12.4. Барьеры в деловом общении

## Модуль 8. Международный маркетинг

<p><b>8.1. Исследование международного рынка</b></p> <p>8.1.1. Маркетинг <i>развивающихся рынков</i></p> <p>8.1.2. Анализ PEST</p> <p>8.1.3. Что, как и куда экспортировать?</p> <p>8.1.4. Международные стратегии маркетинг-микс</p>	<p><b>8.2. Международная сегментация</b></p> <p>8.2.1. Критерии сегментации международного рынка</p> <p>8.2.2. Ниши рынка</p> <p>8.2.3. Стратегии международной сегментации</p>	<p><b>8.3. Международное позиционирование</b></p> <p>8.3.1. <i>Брендинг</i> на международных рынках</p> <p>8.3.2. Стратегии позиционирования на международных рынках</p> <p>8.3.3. Глобальные, региональные и местные бренды</p>	<p><b>8.4. Продуктовые стратегии на международных рынках</b></p> <p>8.4.1. Модификация, адаптация и диверсификация продуктов</p> <p>8.4.2. Глобальные стандартизированные продукты</p> <p>8.4.3. Ассортимент продукции</p>
<p><b>8.5. Цены и экспорт</b></p> <p>8.5.1. Расчет экспортных цен</p> <p>8.5.2. <i>Инкотермс</i></p> <p>8.5.3. Международная стратегия ценообразования</p>	<p><b>8.6. Качество в международном маркетинге</b></p> <p>8.6.1. Качество в международном маркетинге</p> <p>8.6.2. Стандарты и сертификаты</p> <p>8.6.3. Маркировка CE</p>	<p><b>8.7. Международное продвижение</b></p> <p>8.7.1. Международное продвижение маркетинга-микс</p> <p>8.7.2. <i>Реклама</i></p> <p>8.7.3. Международные ярмарки</p> <p>8.7.4. Марка страны</p>	<p><b>8.8. Распространение по международным каналам</b></p> <p>8.8.1. <i>Маркетинг каналов сбыта и торговли</i></p> <p>8.8.2. Экспортные консорциумы</p> <p>8.8.3. Виды экспорта и внешней торговли</p>

## Модуль 9. Цифровой маркетинг

<p><b>9.1. Цифровой маркетинг</b></p> <p>9.1.1. План интегрированного маркетинга: обычный и цифровой</p> <p>9.1.2. Стратегический цифровой маркетинг и принятие решений</p> <p>9.1.3. Модель CANVAS в цифровом маркетинге</p>	<p><b>9.2. Управление виртуальными сообществами: управление сообществами</b></p> <p>9.2.1. Изменение парадигмы коммуникации</p> <p>9.2.2. <i>Маркетинговая разведка</i> и потребитель 2.0</p> <p>9.2.3. Управление сетями и сообществами</p> <p>9.2.4. Управление контентом социальных сетей</p> <p>9.2.5. Маркетинговые коммуникации в Web 2.0</p> <p>9.2.6. Мониторинг, аналитика и эффективность социальных сетей</p>	<p><b>9.3. Электронная коммерция</b></p> <p>9.3.1. Логистика и распределение в <i>электронной коммерции</i></p> <p>9.3.2. Продажи, способы оплаты и безопасность в интернете</p> <p>9.3.3. Цифровой маркетинг, применяемый к <i>электронной коммерции</i></p> <p>9.3.4. Технологические платформы для <i>электронной коммерции</i></p>	<p><b>9.4. Эффективный маркетинг</b></p> <p>9.4.1. Партнерский маркетинг</p> <p>9.4.2. Разработка кампаний по рассылке электронных писем</p> <p>9.4.3. Инструменты управления результативным маркетингом</p>
<p><b>9.5. Веб-аналитика и анализ социальных сетей</b></p>	<p><b>9.6. Поисковый маркетинг (SEM)</b></p>	<p><b>9.7. Оптимизация поисковых систем (SEO)</b></p> <p>9.7.1. Основные принципы работы поисковых систем</p> <p>9.7.2. Выбор KWs</p> <p>9.7.3. Основные элементы SEO-анализа</p>	

**Модуль 10. Управление отношениями с клиентами****10.1. Знание рынка и потребителя**

- 10.1.1. Открытые инновации
- 10.1.2. Конкурентная разведка
- 10.1.3. Экономика совместного пользования

**10.2. CRM и реляционный маркетинг**

- 10.2.1. Философия бизнеса или стратегическая ориентация
- 10.2.2. Идентификация и дифференциация клиентов
- 10.2.3. Компания и ее заинтересованные стороны
- 10.2.4. Клиентоориентированность

**10.3. Маркетинг баз данных и управление отношениями с клиентами**

- 10.3.1. Приложения для маркетинга баз данных
- 10.3.2. Законы и регулирование
- 10.3.3. Источники, хранение и обработка информации

**10.4. Психология и поведение потребителей**

- 10.4.1. Изучение поведения потребителей
- 10.4.2. Внутренние и внешние потребительские факторы
- 10.4.3. Процесс принятия решения потребителем
- 10.4.4. Потребительство, общество, маркетинг и этика

**10.5. Области управления CRM**

- 10.5.1. Обслуживание клиентов
- 10.5.2. Управление персоналом отдела продаж
- 10.5.3. Обслуживание клиентов

**10.6. Маркетинг, ориентированный на потребителя**

- 10.6.1. Сегментация
- 10.6.2. Анализ рентабельности
- 10.6.3. Стратегии обеспечения лояльности клиентов

**10.7. Методы управления CRM**

- 10.7.1. Прямой по маркетингу
- 10.7.2. Многоканальная интеграция
- 10.7.3. Вирусный маркетинг

**10.8. Преимущества и недостатки внедрения CRM**

- 10.8.1. CRM, продажи и расходы
- 10.8.2. Удовлетворенность и лояльность клиентов
- 10.8.3. Технологическая реализация
- 10.8.4. Стратегические и управленческие ошибки

**Модуль 11. 1:1 маркетинг****11.1. Эмоциональный интеллект в бизнесе**

- 11.1.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 11.1.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 11.1.3. Самооценка и язык эмоций

**11.2. Реляционный капитал: коворкинг**

- 11.2.1. Управление человеческим капиталом
- 11.2.2. Анализ производительности
- 11.2.3. Управление равенством и многообразием
- 11.2.4. Инновации в управлении персоналом

**11.3. Лидерство и управление командой**

- 11.3.1. Лидерство и стили руководства
- 11.3.2. Возможности и навыки лидера 2.0
- 11.3.3. Управление процессами изменений
- 11.3.4. Управление мультикультурными командами
- 11.3.5. Коучинг

**11.4. Выбор целевого клиента (CRM)**

- 11.4.1. Дизайн e-CRM
- 11.4.2. Последствия и ограничения LOPD
- 11.4.3. Ориентация на потребителя
- 11.4.4. Планирование 1:1

**11.5. Управление ключевыми клиентами**

- 11.5.1. Идентификация ключевых клиентов
- 11.5.2. Преимущества и риски менеджера по работе с ключевыми клиентами
- 11.5.3. Продажи и управление ключевыми клиентами
- 11.5.4. Фазы стратегических действий КАМа

**11.6. Процесс обеспечения лояльности**

- 11.6.1. Глубокие знания о клиенте
- 11.6.2. Коммерческий процесс, который будет осуществляться с клиентом
- 11.6.3. Ценность клиента для компании

**Модуль 12. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность**

**12.1. Глобализация и управление**

- 12.1.1. Управление и корпоративное управление
- 12.1.2. Основы корпоративного управления в бизнесе
- 12.1.3. Роль совета директоров в системе корпоративного управления

**12.2. Лидерство**

- 12.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
- 12.2.2. Лидерство в компаниях
- 12.2.3. Значение лидера в управлении компаниями

**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 деловая этика

**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 КСО
- 12.6.3. Воздействие и измерение корпоративной социальной ответственности

**12.7. Системы и инструменты ответственного менеджмента**

- 12.7.1. КСО: корпоративная социальная ответственность
- 12.7.2. Основные аспекты реализации стратегии ответственного управления
- 12.7.3. Этапы внедрения системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 12.7.4. Инструменты и стандарты КСО

**12.8. Международные компании и права человека**

- 12.8.1. Глобализация, международные компании и права человека
- 12.8.2. Транснациональные компании и международное право
- 12.8.3. Правовые инструменты для международных компаний в области прав человека

**12.9. Юридическая среда и корпоративное управление**

- 12.9.1. Международное регулирование импорта и экспорта
- 12.9.2. Интеллектуальная собственность и промышленная собственность
- 12.9.3. Международное трудовое законодательство

**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 по сферам компетенций**

- 13.2.1. Анализ потенциала
- 13.2.2. Политика вознаграждения
- 13.2.3. Планы карьерного роста/преемственности

**13.3. Оценка эффективности и управление эффективностью**

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

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

- 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. Мотивация**

- 13.5.1. Природа мотивации
- 13.5.2. Теория ожиданий
- 13.5.3. Теории потребностей
- 13.5.4. Мотивация и материальное 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. Внутреннее и внешнее общение в бизнес-среде
- 13.8.2. Отделы коммуникаций
- 13.8.3. Лицо, ответственное за связи в компании. Профиль директора по коммуникациям

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

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

**Модуль 14. Экономический и финансовый менеджмент**

**14.1. Экономическая среда**

- 14.1.1. Макроэкономическая среда и национальная финансовая система
- 14.1.2. Финансовые институты
- 14.1.3. Финансовые рынки
- 14.1.4. Финансовые активы
- 14.1.5. Другие субъекты финансового сектора

**14.2. Бухгалтерский административный учет**

- 14.2.1. Основные понятия
- 14.2.2. Активы компании
- 14.2.3. Пассивы компании
- 14.2.4. Чистая стоимость компании
- 14.2.5. Отчет о прибыли и убытках

**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 его влияние

**14.4. Бюджет и административный контроль**

- 14.4.1. Модель бюджета
- 14.4.2. Капитальное бюджетирование
- 14.4.3. Операционный бюджет
- 14.4.5. Бюджет денежных средств
- 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 финансовым менеджментом
- 14.5.5. Управление рисками финансового менеджмента

**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 формирование бизнес-стратегии
- 14.6.4. Таблица движения денежных средств
- 14.6.5. Таблица оборотного капитала

**14.7. Финансовая стратегия компании**

- 14.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
- 14.7.2. Финансовые продукты корпоративного финансирования

**14.8. Стратегическое финансирование**

- 14.8.1. Самостоятельное финансирование
- 14.8.2. Привлечение акционерного капитала
- 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 случаев/ проблем**

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

**Модуль 15. Исполнительный менеджмент**

**15.1. Руководитель и его функции. Организационная культура и подходы к ее формированию**

- 15.1.1. Руководитель и его функции. Организационная культура и подходы к ее формированию

**15.2. Операционный менеджмент**

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

**15.3. Публичные выступления и подготовка пресс-секретарей**

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

**15.4. Инструменты личной и организационной коммуникации**

- 15.4.1. Межличностная коммуникация
- 15.4.2. Инструменты межличностной коммуникации
- 15.4.3. Общение в организации
- 15.4.4. Инструменты в организации

**15.5. Общение в кризисных ситуациях**

- 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. Подходящий персонал

**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 развития 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 руководства
- 15.9.2. Возможности и проблемы лидера
- 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 ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

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

“

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



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



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

## Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху.

Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

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

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

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

## Методология *Relearning*

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



#### Учебный материал

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

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



#### Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



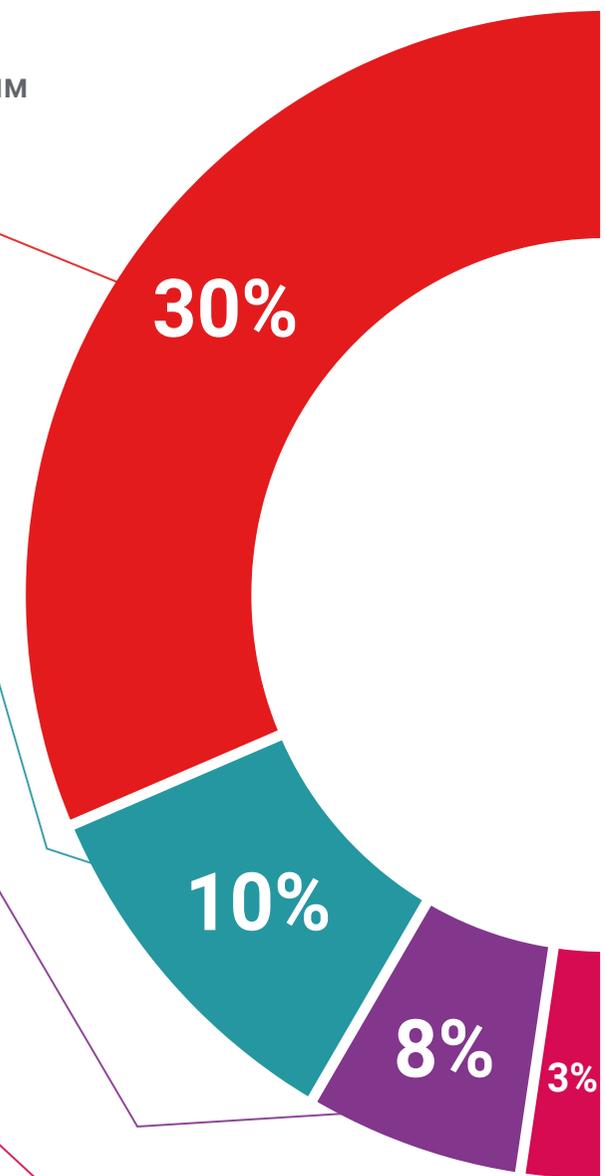
#### Практика управленческих навыков

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



#### Дополнительная литература

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





#### Метод кейсов

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



#### Интерактивные конспекты

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

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



#### Тестирование и повторное тестирование

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

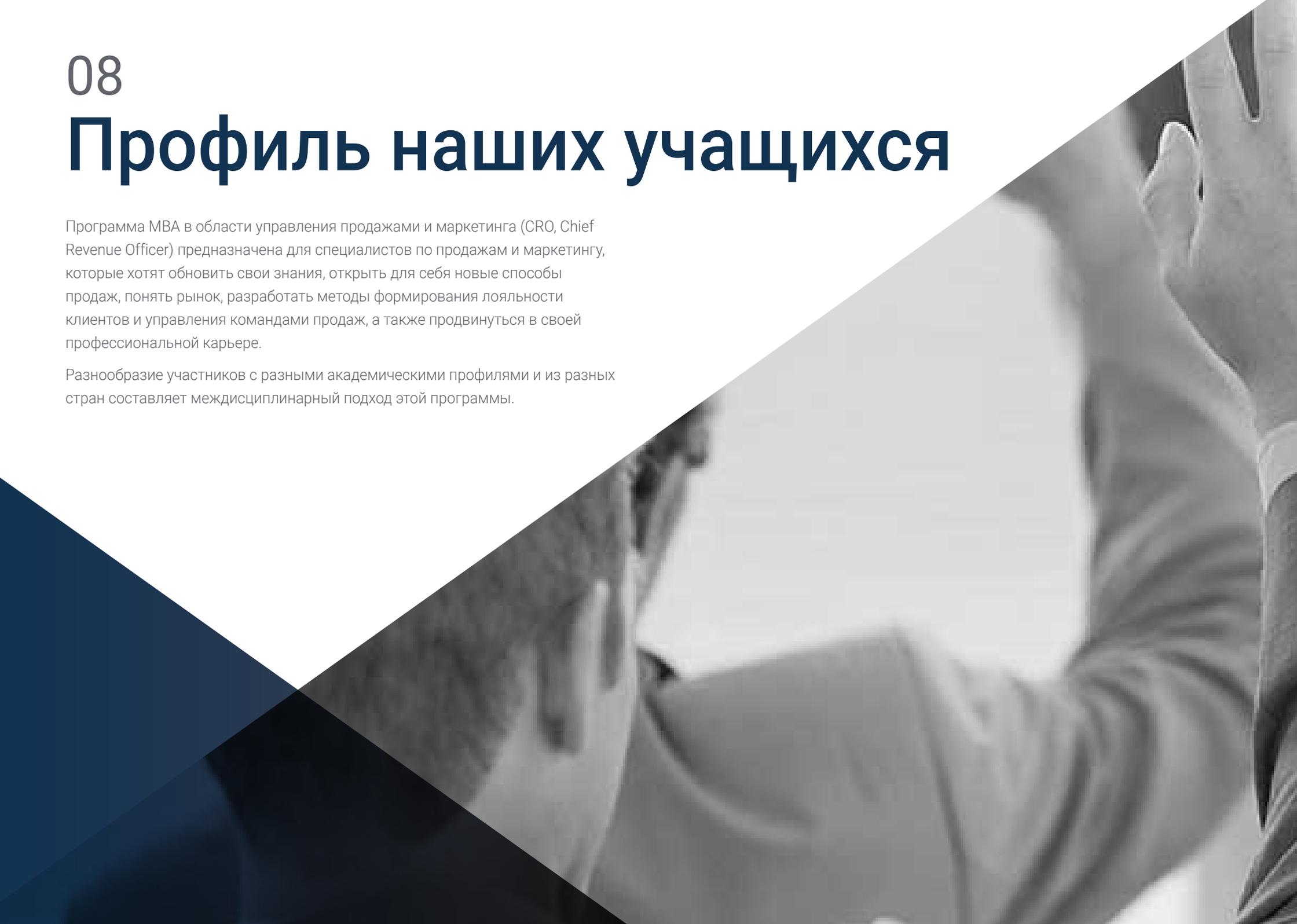


08

# Профиль наших учащихся

Программа MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) предназначена для специалистов по продажам и маркетингу, которые хотят обновить свои знания, открыть для себя новые способы продаж, понять рынок, разработать методы формирования лояльности клиентов и управления командами продаж, а также продвинуться в своей профессиональной карьере.

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



“

*Если у вас есть опыт работы в коммерческом или маркетинговом секторе, и вы ищете возможность интересного совершенствования своей карьеры, продолжая работать, то эта программа для вас”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



## Образование



## Академический профиль



### Географическое распределение



## Фернандо Диас

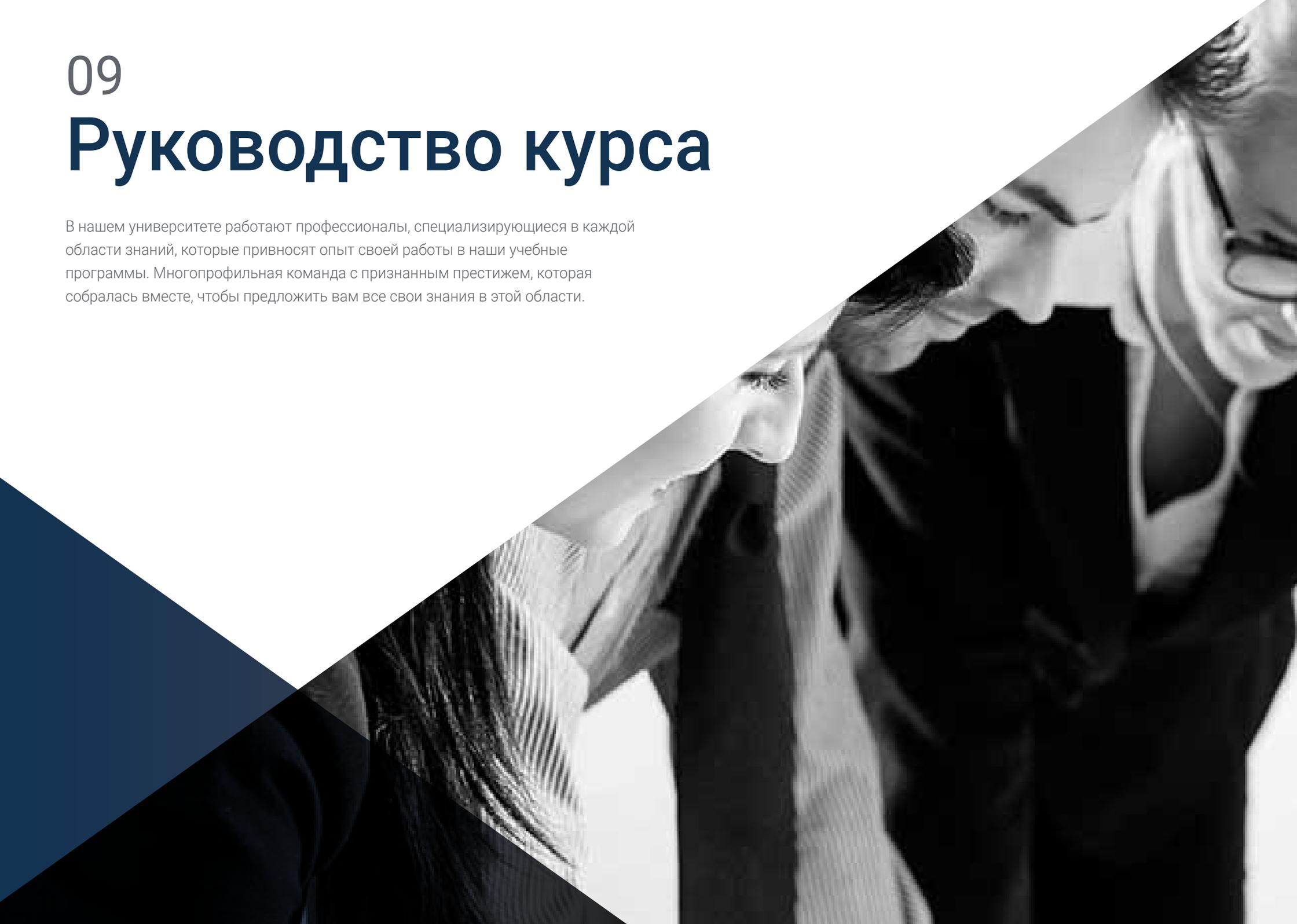
Коммерческий директор

*"Для меня, специалиста в области коммерции, эта программа стала большим открытием, поскольку я понимаю, что коммерческий менеджмент и маркетинг должны идти рука об руку. Ориентация на клиента, флагман программы, невозможна без этого слияния. Программа дала мне важные инструменты для развития моей работы в области управления продажами и большую цель: развивать этот союз в моей компании. Лично для меня атмосфера, созданная преподавательским составом, руководством программы и, конечно, моими коллегами, была просто непревзойденной"*

09

# Руководство курса

В нашем университете работают профессионалы, специализирующиеся в каждой области знаний, которые приносят опыт своей работы в наши учебные программы. Многопрофильная команда с признанным престижем, которая собралась вместе, чтобы предложить вам все свои знания в этой области.



“

*Наша команда преподавателей-экспертов по программе MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) поможет вам добиться успеха в вашей профессии”*

## Приглашенный международный руководитель

Киави Мартинес - ведущая международная фигура в спортивной индустрии, имеющая большой опыт работы в футбольной команде **Las Vegas Raiders**, где она занимала должность **вице-президента и директора по продажам**. В этой должности она руководила и управляла всеми продажами и мероприятиями по удержанию клиентов на стадионе **Allegiant Stadium**, монетизируя корпоративное партнерство, продажи люксов, премиальных и сезонных абонементов. В период переезда в Лас-Вегас ее руководство сыграло ключевую роль в реализации стратегии продаж **PSL, люксов и мест в ложах**.

Также в команде **Raiders** она работала **директором по премиальным местам и обслуживанию**, а затем была повышена до **вице-президента по премиальному обслуживанию и работе с гостями**. До начала своей карьеры в профессиональном спорте Киави Мартинес была издателем и владельцем журнала **Culture Magazine**, который позволял писателям-подросткам выражать свой жизненный опыт. Она также занимала должность **исполнительного директора** в **Youth Achieving Destiny**, некоммерческой организации, которая помогала обездоленным подросткам, обучая их предпринимательству и развивая их. Кроме того, она опубликовала свою первую книгу под названием **“Спортивная мечта”**, чтобы вдохновить детей следовать своим увлечениям, несмотря на трудности.

Она также была удостоена звания одной из **“Сильных женщин района залива”**, которое присуждается женщинам, увлеченным обучением, расширением прав и возможностей и общением с другими женщинами в бизнесе и обществе. Кроме того, она была удостоена звания **“Вдохновляющая женщина в спорте”** от организации **Women in Sports and Events (WISE) Las Vegas**. Она также входила в советы директоров организации **Teach For America, Las Vegas**, и фонда **Icy Baby**, оба из которых занимаются вопросами молодежи и спорта.

Должность: вице-президент и директор по продажам, **Las Vegas Raiders**, США



## Г-жа Мартинес, Киава

---

- Вице-президент по премиальному обслуживанию и работе с гостями в Las Vegas Raiders
- Директор по рассадке и премиальному обслуживанию в Las Vegas Raiders
- Основатель и издатель журнала Culture Magazine
- Развитие бизнеса и связей с общественностью в Harper Real Estate Investments
- Исполнительный директор компании Youth Achieving Destiny
- Степень магистра бизнес-администрирования в Университете Феникса
- Степень бакалавра политических наук Калифорнийского университета
- Награды: Женщины, обладающие властью в районе залива, Вдохновляющая женщина в спорте по версии организации Women in Sports and Events (WISE), Лас-Вегас
- Член: Teach For America, Лас-Вегас, Фонд Icy Baby

“

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

## Приглашенный международный руководитель

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.

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 привлечению талантов в Mastercard, Нью-Йорк, США
- Директор по привлечению талантов, NBCUniversal Media, Нью-Йорк, США
- Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
- Директор 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
- Исполнительный директор 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 международный руководитель

Технологический лидер с десятилетним опытом работы в крупнейших технологических транснациональных корпорациях, Рик Готьер добился значительных успехов в области облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как лидер и руководитель высокоэффективных команд, проявляя природный талант к обеспечению высокого уровня вовлеченности своих сотрудников.

Он — прирожденный стратег и руководитель инноваций, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свой успех качественными данными. Его опыт работы в **Amazon** позволил ему управлять и интегрировать ИТ-услуги 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 замечательными способностями повышать эффективность, производительность и общую удовлетворенность клиентов.



## Г-н. Готьер, Рик

---

- Региональный руководитель отдела ИТ-Amazon, Сиэтл
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент в компании Wimmer Solutions
- Старший директор производственно-технических служб в Microsoft
- Диплом в области кибербезопасности в Western Governors University
- Технический сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
- Диплом в области экологических исследований в Государственном колледже Эвергрин

“

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

## Приглашенный международный руководитель

Роми Арман - известный международный эксперт 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, 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 данных, цифровых и технологических. 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 применения искусственного интеллекта в бизнесе, по которому он имеет диплом аспирантуры 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 энергетической корпорации Shell, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в энергетической корпорации Shell
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (автомобильные производители комплектующих и розничные продавцы) в 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 профессионалов в области клиентского опыта CCXP
- Курс по цифровой трансформации для руководителей от 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 международный руководитель

Мануэль Аренс – опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. На самом деле Аренс занимает должность менеджера по глобальным закупкам в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он провел большую часть своей карьеры. Работая в Маунтин-Вью, штат Калифорния, он предлагал решения операционных проблем технологического гиганта, таких как целостность основных данных, обновление данных о поставщиках и определение приоритетов поставщиков. Он руководил планированием цепочки поставок для центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что привело к значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиа-аналитику, измерение и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе премию за лидерство в области BIM, премию за лидерство в области поиска, премию за программу генерации экспортных лидов и премию за лучшую модель продаж в EMEA.

Аренс также занимал должность менеджера по продажам в Дублине, Ирландия. На этой должности он расширил команду от 4 до 14 человек за три года и руководил отделом продаж, добиваясь результатов и хорошо взаимодействуя друг с другом и межфункциональными командами. Он также работал старшим отраслевым аналитиком в Гамбурге, Германия, создавая сюжетные линии для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и писал углубленные отчеты, демонстрирующие его мастерство в данной области, включая понимание макроэкономических и политических/нормативных факторов, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также руководил группами в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт работы с клиентами и управления 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 отраслевых задач сделали его выдающимся лидером в своей области.



## Г-н. Аренс, Мануэль

---

- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в Google, США
- Менеджер по продажам в Google, Ирландия
- Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- Accounts Payable 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 международный руководитель

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 создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Он также отвечал за условия, стоимость, процессы и сроки доставки 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

---

- ♦ Менеджер по глобальному бренду и мерчендайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- ♦ Директор по мерчендайзингу 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 международный руководитель

Мик Грам является ярким примером 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-анализу и аналитике в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики для Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Cargemini
- Старший аналитик в Nordea
- Главный 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 международный руководитель

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

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

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

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



## Г-н. Стивенсон, Скотт

---

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

“

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

## Приглашенный международный руководитель

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 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 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.



## Д-р. Найквист, Эрик

---

- Директор по коммуникациям и влиянию, NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент NASCAR по стратегическому планированию
- Старший директор по деловым вопросам в NASCAR
- Исполнительный вице-президент по франшизам 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
- Доктор юриспруденции 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!"*

## Руководство



### **Г-н Лопес, Адольфо**

- Специалист по коммерческим и исследовательским вопросам в компании Investgroup
- Консультант по маркетингу в компании Alcoworking
- Менеджер в Клубе инноваций Валенсийского сообщества
- Получил степень по экономике и бизнес-исследованиям в Университете Валенсии
- Получил диплом в области маркетинга в бизнес-школе ESEM
- Член обществ: Член Совета директоров AECTA, Член Совета директоров AINACE, Клуб маркетинга Валенсии (бывший президент)



10

# Влияние на карьеру

Мы понимаем, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией.

Конечной целью выполнения этой большой работы должно быть достижение профессионального роста, и по этой причине мы хотим предоставить все наши ресурсы в ваше распоряжение с этой комплексной программой высокого академического уровня.



“

*Мы предоставляем в ваше распоряжение все наши ресурсы, чтобы помочь вам достичь желаемых профессиональных изменений”*

Обучаясь у нас,  
вы сможете улучшить  
свои навыки  
управления бизнесом  
и маркетингом,  
чтобы с большей  
уверенностью  
развиваться в своей  
повседневной  
практике.

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

MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) TECH - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению бизнес-задач и принятию решений как на национальном, так и на международном уровне. Главная цель - способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

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

Укрепляйте свои  
навыки и добивайтесь  
профессионального  
успеха.

### Время перемен



### Изменения



## Повышение заработной платы

---

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



11

# Преимущества для вашей компании

Программа MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала посредством специализации лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой академической программы позволит совершенствоваться не только на личном, но, прежде всего, на профессиональном уровне, повышая уровень подготовки и улучшая управленческие навыки. Но, кроме того, вступление в образовательное сообщество TECH - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.





“

*Мы предлагаем вам уникальную возможность привнести в вашу компанию более инновационное и глобальное видение”*

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

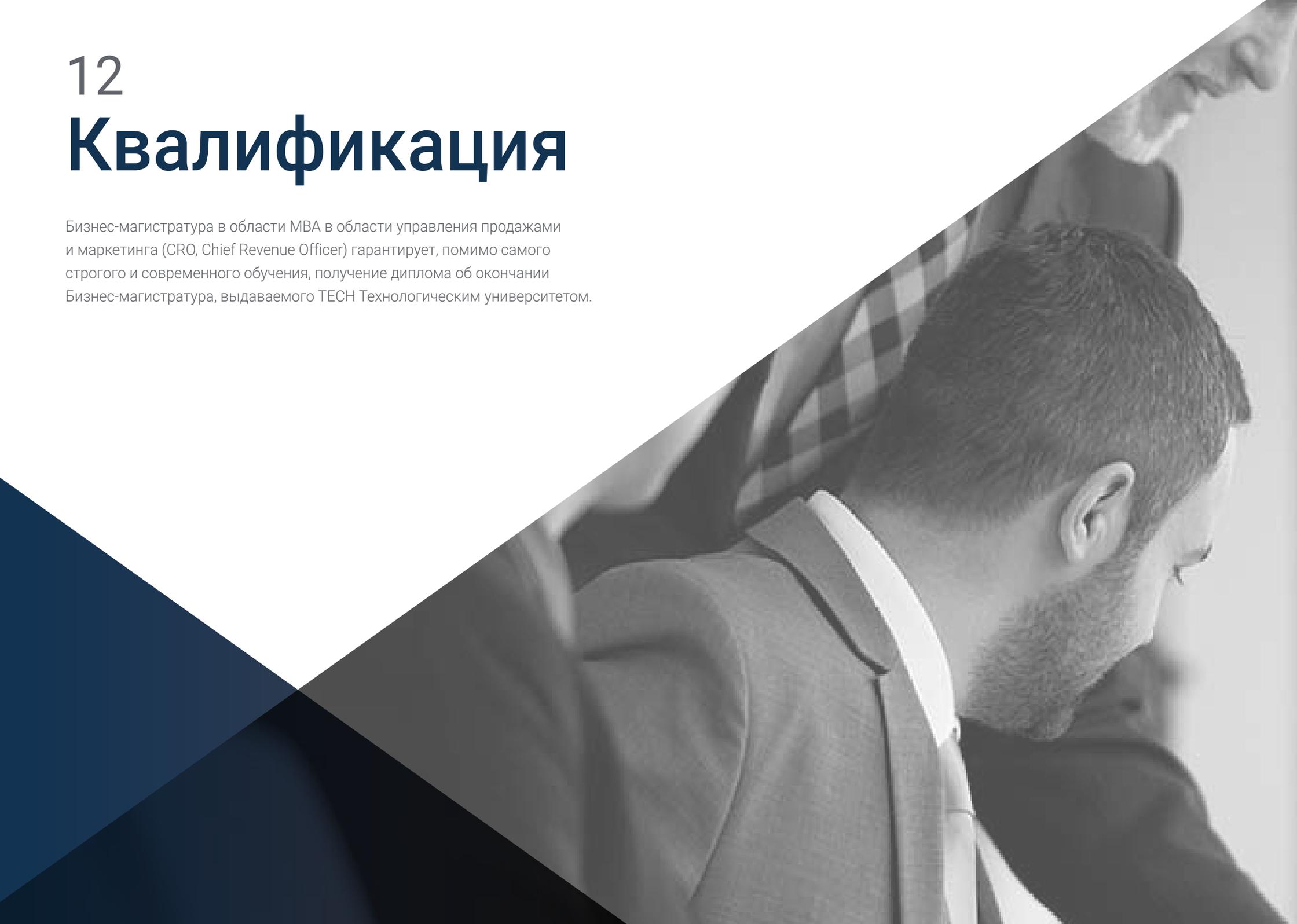
### **Повышение конкурентоспособности**

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 продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer) гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



““

*Наша квалификация  
станет отличительным  
плюсом в вашем резюме”*

Данная **Бизнес-магистратура в области MBA в области управления продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer)** содержит самую полную и современную программу на рынке.

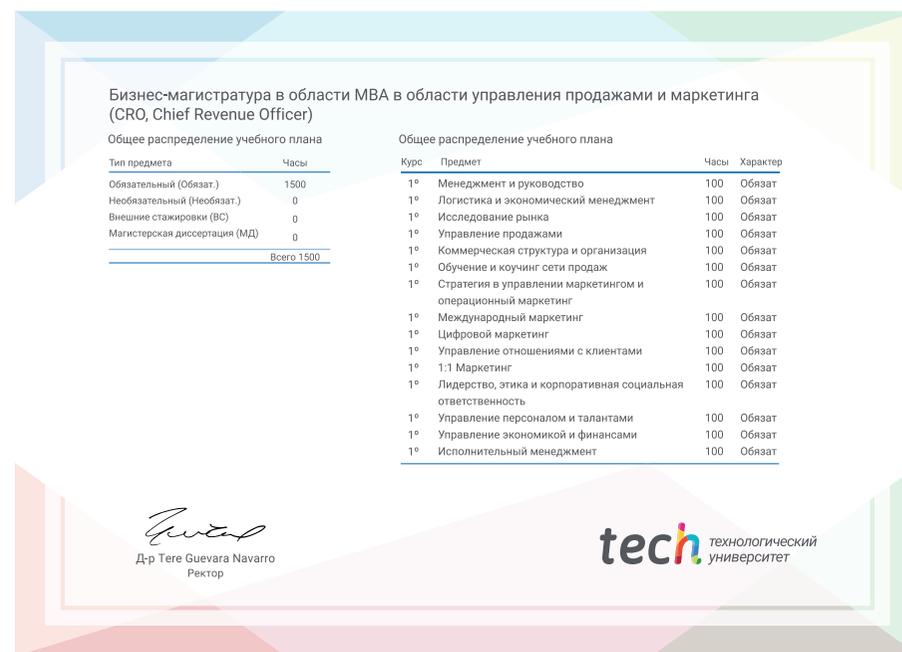
После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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 продажами и маркетинга (CRO, Chief Revenue Officer)**

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  
(CRO, Chief Revenue Officer)

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

**tech** технологический  
университет

**Бизнес-магистратура**  
MBA в области управления  
продажами и маркетинга  
(CRO, Chief Revenue Officer)

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

# Специализированная магистратура

МВА в области управления  
продажами и маркетинга  
(CRO, Chief Revenue Officer)