

# Бизнес-магистратура

## МВА в области цифрового бизнеса



## Бизнес-магистратура МВА в области цифрового бизнеса

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: **выпускников университетов и опытных специалистов в области управления или менеджмента**

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-digital-business](http://www.techitute.com/ru/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-digital-business)

# Оглавление

01	Добро пожаловать	02	Почему стоит учиться в TESH?	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

Новые технологии не стоят на месте. Предприятия претерпели радикальные изменения в том, как они осуществляют свое управление, продают свою продукцию и обслуживают клиентов. Поэтому современное управление бизнесом должно сосредоточиться на цифровом мире, чтобы добиться значительного роста и удовлетворить потребности клиентов. В этом смысле традиционное отошло на второй план, о чем свидетельствуют изменения в структуре потребления граждан, которые все чаще предпочитают покупки через Интернет. Таким образом, содержание этой программы ТЕСН будет дополнено набором из 10 эксклюзивных *мастер-классов*, проводимых всемирно известным экспертом в области цифрового маркетинга.



Программа MBA в области цифрового бизнеса  
ТЕСН Технологический университет



“

Хотите специализироваться на цифровом маркетинге? Теперь вы можете это сделать благодаря ТЕСН! Престижный приглашенный международный руководитель проведет 10 уникальных мастер-классов в этой динамичной области”

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.





## 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"*

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.

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 руководства проектами со стратегическим и инновационным видением”

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

Данная программа MBA в области цифрового бизнеса научит студента:

01

Разрабатывать стратегии по созданию новых возможностей на существующих рынках

04

Уметь разрабатывать бизнес-план

02

Понимать конкурентную среду, в которой работает наш бизнес



03

Разрабатывать стратегии по созданию новых рынков и новых предприятий

05

Подробно изучить этапы создания компании

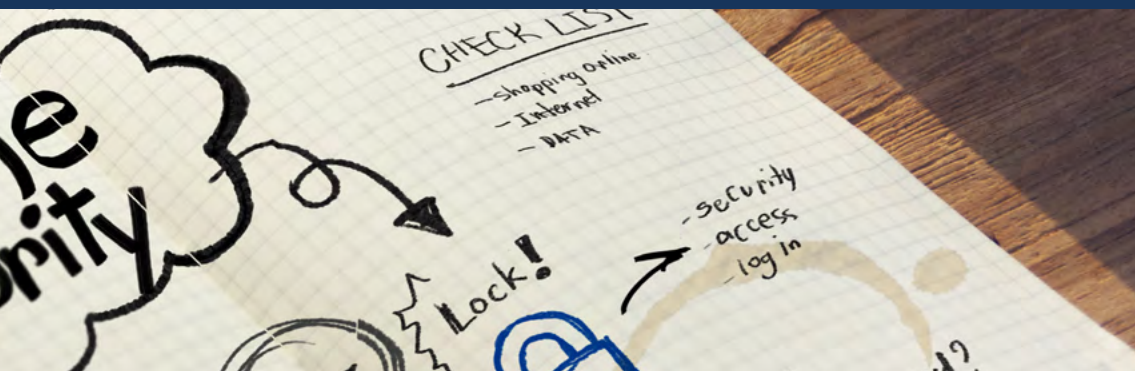


06

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

08

Руководить процессами изменения бизнеса на основе цифровизации



09

Осуществлять стратегии цифрового маркетинга и электронной коммерции

07

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

10

Применять инструменты SEO и SEM в маркетинговых кампаниях

11

Использовать социальные сети для проведения маркетинговых и рекламных кампаний

14

Разрабатывать и планировать кампании по защите репутации в Интернете

12

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



13

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

15

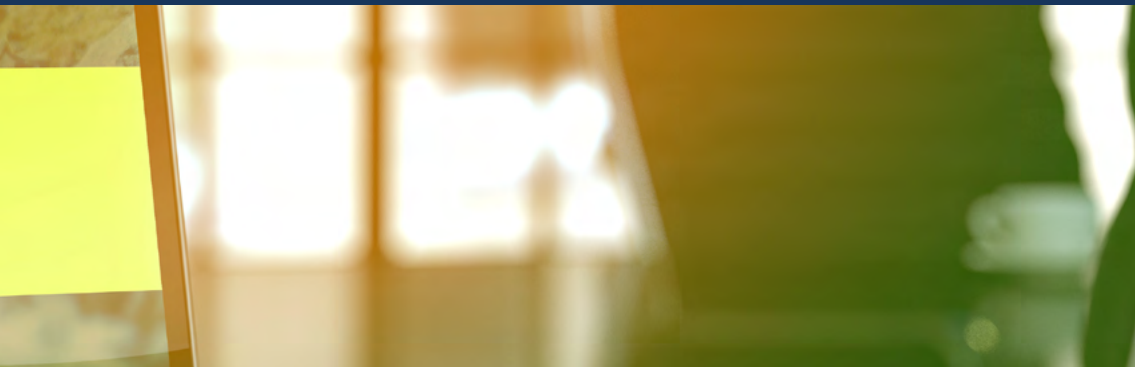
Уметь управлять инструментами онлайн-мониторинга, чтобы понимать охват маркетинговых кампаний

16

Уметь проводить эффективные кампании по рассылке электронных писем

18

Получить глубокое понимание того, как ведется электронная коммерция



19

Понимать и управлять международными финансами

17

Понимать веб-аналитику и цифровые показатели используемых нами инструментов

20

Понимать новые тенденции в электронной коммерции через мобильные телефоны

# 05 Компетенции

После прохождения аттестации по программе MBA в области цифрового бизнеса специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и современной практики, основанной на самой инновационной методологии преподавания.



“

*Эта программа позволит вам приобрести навыки, необходимые для того, чтобы успешнее выполнять свою повседневную работу”*

01

Контролировать и управлять корпоративными финансами

04

Применять инновационные методы в разработке и управлении проектами

02

Разрабатывать корпоративную и конкурентную стратегию компании



03

Применять различные бизнес-модели, основанные на цифровой эпохе

05

Применять методы электронной коммерции

06

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

08

Использовать социальные медиа как незаменимый инструмент для повышения узнаваемости компании

09

Обладать широкими знаниями о потребителях

07

Применять на практике методы поискового маркетинга

10

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

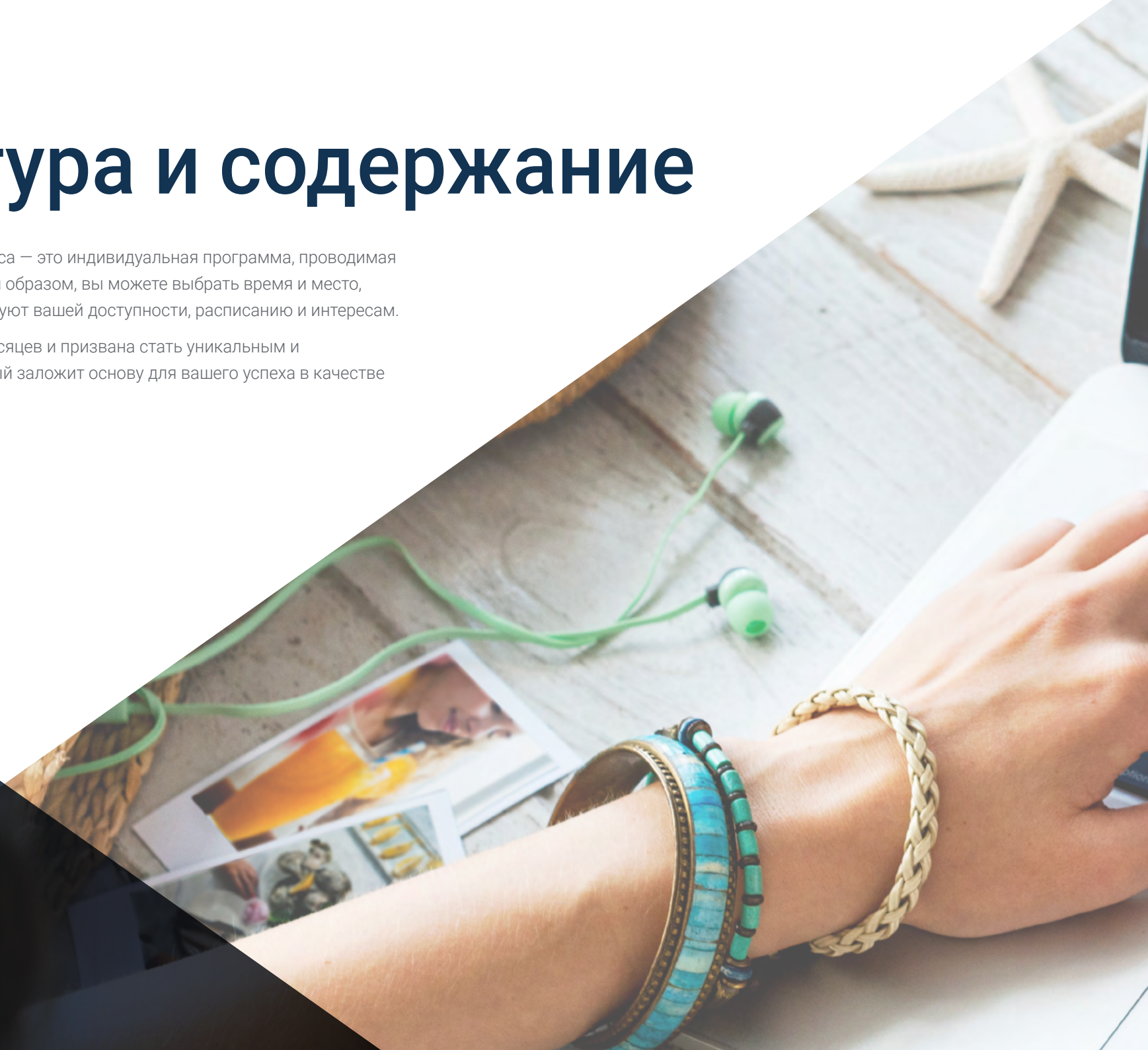


06

# Структура и содержание

МВА в области цифрового бизнеса — это индивидуальная программа, проводимая на 100% в режиме онлайн. Таким образом, вы можете выбрать время и место, которые лучше всего соответствуют вашей доступности, расписанию и интересам.

Программа рассчитана на 12 месяцев и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве менеджера цифрового бизнеса.







“

*В TECH мы предоставляем в ваше распоряжение все наши ресурсы, чтобы вы могли приобрести навыки и умения, необходимые для вашего профессионального развития”*

## Учебный план

Программа MBA в области цифрового бизнеса в TECH Технологический университет – это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 2700 часов обучения студенты анализируют множество практических случаев, работая индивидуально и в команде. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Эта программа MBA углубленно рассматривает различные области бизнеса и предназначена для специализации менеджеров, которые понимают технологическую и социальную революцию со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

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

Эта программа MBA рассчитана на 12 месяцев и состоит из 14 модулей:

<b>Модуль 1.</b>	Конкурентная среда и стратегия
<b>Модуль 2.</b>	Инновации и предпринимательство
<b>Модуль 3.</b>	<i>Цифровой маркетинг</i> и электронная коммерция
<b>Модуль 4.</b>	Поисковый маркетинг
<b>Модуль 5.</b>	Цифровая коммуникация и онлайн-репутация
<b>Модуль 6.</b>	<i>Производительность и входящий маркетинг</i>
<b>Модуль 7.</b>	Веб-аналитика и <i>маркетинговая аналитика</i>
<b>Модуль 8.</b>	Инновации, электронная логистика и технологии в цепочке поставок
<b>Модуль 9.</b>	<i>Мобильная</i> электронная коммерция
<b>Модуль 10.</b>	Новые цифровые тенденции
<b>Модуль 11.</b>	Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
<b>Модуль 12.</b>	Управление персоналом и талантами
<b>Модуль 13.</b>	Финансово-экономическое управление
<b>Модуль 14.</b>	Управленческий <i>менеджмент</i>



### Где, когда и как учиться?

ТЕСН предлагает вам возможность пройти эту программу MBA в области цифрового бизнеса полностью в онлайн-режиме. 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. Конкурентная среда и стратегия

**1.1. Глобальная экономическая среда**

- 1.1.1. Основы глобальной экономики
- 1.1.2. Глобализация бизнеса и финансовых рынков
- 1.1.3. Предпринимательство и новые рынки

**1.2. Корпоративные финансы**

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

**1.3. Экономический анализ решений**

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

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

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

**1.5. Корпоративная стратегия и технологическая стратегия**

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

**1.6. Информационные системы для принятия решений**

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

**1.7. Цифровая стратегия**

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

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

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

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

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

**1.10. Социальный бизнес**

- 1.10.1. Стратегическое видение Веб 2.0 и его проблемы
- 1.10.2. Возможности конвергенции и тенденции развития ИКТ
- 1.10.3. Как сделать Веб 2.0 и социальные сети прибыльными?
- 1.10.4. Мобильность и цифровой бизнес

**Модуль 2. Инновации и предпринимательство**

**2.1. Дизайн-мышление**

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

**2.2. Стратегическая инновационная разведка**

- 2.2.1. Технологическое наблюдение
- 2.2.2. Технологическое прогнозирование
- 2.2.3. Кулхантинг

**2.3. Предпринимательство и инновации**

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

**2.4. Управление стартапами**

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

**2.5. Бизнес-план**

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

**2.6. Управление проектами**

- 2.6.1. Гибкая разработка
- 2.6.2. Бережливое управление в стартапах
- 2.6.3. Отслеживание проектов и управление проектами

**2.7. Фазы роста начинающей компании**

- 2.7.1. Фаза посева
- 2.7.2. Фаза стартапа
- 2.7.3. Фаза роста
- 2.7.4. Фаза консолидации

**2.8. Финансирование стартапов**

- 2.8.1. Банковское финансирование
- 2.8.2. Субсидии
- 2.8.3. Посевной капитал и акселераторы. Бизнес-ангелы
- 2.8.4. Венчурный капитал IPO
- 2.8.5. Партнерство государства и частного сектора

**2.9. Бережливое управление**

- 2.9.1. Основные принципы бережливого управления
- 2.9.2. Группы по совершенствованию и решению проблем
- 2.9.3. Новые формы технического обслуживания и управления качеством

**Модуль 3. Маркетинг цифровой и электронной коммерции**

**3.1. Управление цифровой электронной коммерцией**

- 3.1.1. Новые бизнес-модели электронной коммерции
- 3.1.2. Планирование и разработка стратегического плана электронного бизнеса
- 3.1.3. Технологическая структура в электронной коммерции

**3.2. Операции и логистика в электронной коммерции**

- 3.2.1. Как управлять системой Fulfillment?
- 3.2.2. Цифровое управление точками продаж
- 3.2.3. Управление контактными центрами
- 3.2.4. Автоматизация в управлении и мониторинге процессов

**3.3. Внедрение методов электронной коммерции**

- 3.3.1. Социальные медиа и интеграция в план электронной коммерции
- 3.3.2. Мультиканальная стратегия
- 3.3.3. Персонализация панели индикаторов

**3.4. Цифровое ценообразование**

- 3.4.1. Методы и шлюзы онлайн-платежей
- 3.4.2. Электронные промоакции
- 3.4.3. Цифровая синхронизация цен
- 3.4.4. Электронные торги

**3.5. От электронной коммерции к мобильной коммерции и совместной коммерции**

- 3.5.1. Бизнес-модели электронных торговых площадок
- 3.5.2. Совместная коммерция (s-Commerce) и опыт бренда
- 3.5.3. Покупки с помощью мобильных устройств

**3.6. Анализ клиентов: от e-CRM к s-CRM**

- 3.6.1. Интеграция потребителей в цепочку создания стоимости
- 3.6.2. Онлайн-исследования и методы повышения лояльности
- 3.6.3. Планирование стратегии управления взаимоотношениями с клиентами

**3.7. Торговый цифровой маркетинг**

- 3.7.1. Перекрестный мерчандайзинг
- 3.7.2. Разработка и управление кампаниями Facebook Ads
- 3.7.3. Разработка и управление кампаниями Google Adwords

**3.8. Маркетинг онлайн для электронной коммерции**

- 3.8.1. Входящий маркетинг
- 3.8.2. Дисплей и программная покупка
- 3.8.3. План коммуникации

## Модуль 4. Поисковый маркетинг

### 4.1. Принцип работы поисковых систем

- 4.1.1. Показатели и индексы
- 4.1.2. Алгоритмы
- 4.1.3. SEO и корпоративный брендинг

### 4.2. Анализ SEO

- 4.2.1. Определение KPI
- 4.2.2. Генерация сценариев и оповещений
- 4.2.3. Оптимизация изображений, видео и других элементов
- 4.2.4. Линкбилдинг

### 4.3. Техническое SEO

- 4.3.1. Оптимизация производительности веб-сайтов
- 4.3.2. Real Time контент
- 4.3.3. Соответствующая маркировка и заголовки
- 4.3.4. Передовые методы WPO

### 4.4. SEO и электронная коммерция

- 4.4.1. Оптимизация коэффициента конверсии
- 4.4.2. Google Search Console
- 4.4.3. Социальное доказательство и вирализация
- 4.4.4. Навигация и индексированность

### 4.5. Поиск ключевых слов для SEM

- 4.5.1. Adwords Keyword Tool
- 4.5.2. Google Suggest
- 4.5.3. Insights for Search
- 4.5.4. GoogleTrends

### 4.6. SEM и Google Ads

- 4.6.1. Google Shopping
- 4.6.2. Google Display Network
- 4.6.3. Google Ads Mobile
- 4.6.4. Реклама на YouTube

### 4.7. Реклама на Facebook

- 4.7.1. Реклама PPC/PPF (pay per fan)
- 4.7.2. Создание рекламы на Facebook
- 4.7.3. Facebook Power Editor
- 4.7.4. Оптимизация кампаний

### 4.8. Стратегия и измерение SEM

- 4.8.1. Оценка качества
- 4.8.2. Ссылки на сайт
- 4.8.3. KPI
- 4.8.4. Показатели, клики, конверсии. Доход, ROI, CPA

## Модуль 5. Цифровая коммуникация и онлайн-репутация

### 5.1. Веб 2.0 или социальная паутина

- 5.1.1. Организация в эпоху разговоров
- 5.1.2. Веб 2.0 - это люди
- 5.1.3. Цифровая среда и новые форматы коммуникации

### 5.2. Коммуникация и цифровая репутация

- 5.2.1. Отчет о репутации в Интернете
- 5.2.2. Нетикет и лучшие практики в социальных сетях
- 5.2.3. Брендинг и нетворкинг 2.0

### 5.3. Разработка и планирование плана создания онлайн-репутации

- 5.3.1. План по улучшению репутации бренда
- 5.3.2. Общие метрики, ROI и социальный CRM
- 5.3.3. Онлайн кризис и репутационное SEO

### 5.4. Общие, профессиональные и платформы микроблогов

- 5.4.1. Facebook
- 5.4.2. LinkedIn
- 5.4.3. Twitter

### 5.5. Платформы для видео, изображений и мобильности

- 5.5.1. YouTube
- 5.5.2. Instagram
- 5.5.3. Flickr
- 5.5.4. Vimeo
- 5.5.5. Pinterest

### 5.6. Контент-стратегия и сторителлинг

- 5.6.1. Корпоративный блоггинг
- 5.6.2. Стратегия контент-маркетинга
- 5.6.3. Создание контент-плана
- 5.6.4. Стратегия курирования контента

### 5.7. Стратегии в социальных медиа

- 5.7.1. Корпоративные связи с общественностью и социальные медиа
- 5.7.2. Определение стратегии, которой следует придерживаться в каждом СМИ
- 5.7.3. Анализ и оценка результатов

### 5.8. Комьюнити-менеджмент

- 5.8.1. Роли, задачи и обязанности комьюнити-менеджера
- 5.8.2. Менеджер социальных медиа
- 5.8.3. Стратег по социальным медиа

### 5.9. План социальных медиа

- 5.9.1. Разработка плана социальных медиа
- 5.9.2. График, бюджет, ожидания и мониторинг
- 5.9.3. Протокол действий в чрезвычайных ситуациях в случае кризиса

### 5.10. Инструменты мониторинга онлайн

- 5.10.1. Инструменты управления и настольные приложения
- 5.10.2. Инструменты мониторинга и опроса

**Модуль 6. Производительность и входящий маркетинг****6.1. Разрешительный маркетинг**

- 6.1.1. Как получить разрешение пользователя?
- 6.1.2. Персонализация сообщения
- 6.1.3. Подтверждение по почте или Double Opt-in

**6.2. Стратегия и техника производительности**

- 6.2.1. *Маркетинг производительности: результаты*
- 6.2.2. Цифровой медиамикс
- 6.2.3. Важность воронки продаж

**6.3. Разработка кампаний по расширению членства**

- 6.3.1. Агентства и партнерские программы
- 6.3.2. *Post View*
- 6.3.3. Разработка программ аффилирования
- 6.3.4. Оптимизация показов и кампаний

**6.4. Запуск партнерской программы**

- 6.4.1. Аффилированные сети и прямая аффилированность
- 6.4.2. Мониторинг и анализ результатов
- 6.4.3. Контроль мошенничества

**6.5. Разработка кампаний по рассылке электронных писем**

- 6.5.1. Списки подписчиков, лидов и клиентов
- 6.5.2. Инструменты и ресурсы для маркетинга электронной почты
- 6.5.3. Онлайн-копирайтинг для маркетинговых кампаний электронной почты

**6.6. Показатели маркетинга электронной почты**

- 6.6.1. Метрики списка
- 6.6.2. Показатели доставки новостной рассылки
- 6.6.3. Показатели конверсии

**6.7. Входящий маркетинг**

- 6.7.1. Эффективный входящий маркетинг
- 6.7.2. Преимущества входящего маркетинга
- 6.7.3. Измерение успеха входящего маркетинга

**6.8. Целевые исследования**

- 6.8.1. *Моделирование потребительских намерений и персоны покупателя*
- 6.8.2. *Составление карты путешествия клиента*
- 6.8.3. *Контент-стратегия*

**6.9. Оптимизация контента**

- 6.9.1. Оптимизация контента для поисковых систем
- 6.9.2. Создание контента
- 6.9.3. Динамизация контента

**6.10. Конверсия**

- 6.10.1. *Привлечение лидеров и CRO*
- 6.10.2. *Выращивание лидеров и автоматизация маркетинга*

**Модуль 7. Веб-аналитика и маркетинговая аналитика****7.1. Веб-аналитика**

- 7.1.1. Основы веб-аналитики
- 7.1.2. Классические СМИ vs. Цифровые СМИ
- 7.1.3. Базовая методология веб-аналитики

**7.2. Google Analytics**

- 7.2.1. Настройка учетной записи
- 7.2.2. *Отслеживание API Javascript*
- 7.2.3. Настраиваемые отчеты и сегменты

**7.3. Качественный анализ**

- 7.3.1. Методы исследования, применяемые в веб-аналитике
- 7.3.2. *Путешествие клиента*
- 7.3.3. *Воронка покупки*

**7.4. Цифровые метрики**

- 7.4.1. Основные метрики
- 7.4.2. Коэффициенты
- 7.4.3. Установление целей и KPI

**7.5. Области анализа стратегии**

- 7.5.1. Приобретение трафика
- 7.5.2. Активация
- 7.5.3. Конверсия
- 7.5.4. Лояльность

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

- 7.6.1. *Бизнес-аналитика*
- 7.6.2. Методология и анализ больших объемов данных
- 7.6.3. Извлечение, обработка и загрузка данных

**7.7. Визуализация данных**

- 7.7.1. Визуализация и интерпретация *дашбордов*
- 7.7.2. Преобразование данных в ценность
- 7.7.3. Интеграция источников
- 7.7.4. Ведение отчетности

**7.8. Инструменты веб-аналитики**

- 7.8.1. Технологическая основа инструмента AW
- 7.8.2. Logs и Tags
- 7.8.3. Основная и adhoc маркировка

**Модуль 8. Инновации, электронная логистика и технологии в цепочке поставок**

**8.1. Инженерия процессов и проектирование продукции**

- 8.1.1. Инновационные стратегии
- 8.1.2. Открытые инновации
- 8.1.3. Организация и инновационные культура
- 8.1.4. Многофункциональное оборудование

**8.2. Запуск и индустриализация новых продуктов**

- 8.2.1. Разработка новых продуктов
- 8.2.2. Бережливый дизайн
- 8.2.3. Индустриализация новых продуктов
- 8.2.4. Производство и сборка

**8.3. Управление цифровой электронной коммерцией**

- 8.3.1. Новые бизнес-модели электронной коммерции
- 8.3.2. Планирование и разработка стратегического плана электронного бизнеса
- 8.3.3. Технологическая структура в электронной коммерции

**8.4. Операции и логистика в электронной коммерции**

- 8.4.1. Цифровое управление точками продаж
- 8.4.2. Управление контактными центром
- 8.4.3. Автоматизация в управлении и мониторинге процессов

**8.5. Электронная логистика B2C и B2B**

- 8.5.1. Электронная логистика
- 8.5.2. B2C: e-Fulfillment, последняя миля
- 8.5.3. B2B: e-Procurement. Market Places

**8.6. Цифровое ценообразование**

- 8.6.1. Методы и шлюзы онлайн-платежей
- 8.6.2. Электронные промоакции
- 8.6.3. Цифровая синхронизация цен
- 8.6.4. Электронные торги

**8.7. Склад электронной коммерции**

- 8.7.1. Особенности склада электронной коммерции
- 8.7.2. Дизайн и планирование складских помещений
- 8.7.3. Инфраструктура. Стационарное и мобильное оборудование
- 8.7.4. Зонирование и местоположение

**8.8. Дизайн интернет-магазина**

- 8.8.1. Дизайн и юзабилити
- 8.8.2. Наиболее распространенные функциональные возможности
- 8.8.3. Технологические альтернативы

**8.9. Управление цепями поставок и тенденции будущего**

- 8.9.1. Будущее электронного бизнеса
- 8.9.2. Реальность сегодня и будущее электронной коммерции
- 8.9.3. Операционные модели SC для глобальных предприятий



**Модуль 9. Мобильная электронная коммерция****9.1. Мобильный маркетинг**

- 9.1.1. Новые привычки потребления и мобильности
- 9.1.2. Модель SoLoMo
- 9.1.3. 4 P маркетинг-микса в мобильности

**9.2. Мобильные технологии**

- 9.2.1. Мобильные операторы
- 9.2.2. Мобильные устройства и операционные системы
- 9.2.3. Мобильные приложения и веб-приложения
- 9.2.4. Датчики и интеграция с физическим миром

**9.3. Тенденции в мобильном маркетинге**

- 9.3.1. Мобильная публикация
- 9.3.2. Адвергейтинг и геймификация
- 9.3.3. Мобильная геолокация
- 9.3.4. Дополненная реальность

**9.4. Поведение пользователей мобильных устройств**

- 9.4.1. Новые привычки поиска на мобильных устройствах
- 9.4.2. Мультиэкран
- 9.4.3. Мобильные устройства как фактор покупки
- 9.4.4. ASO, привлечение и удержание мобильных пользователей

**9.5. Пользовательский интерфейс и опыт покупок**

- 9.5.1. Правила и платформы *m-commerce*
- 9.5.2. Омниканальность
- 9.5.3. Мобильный и бесконтактный маркетинг
- 9.5.4. Разрыв между потребителем и рекламодателем
- 9.5.5. Менеджеры контента для мобильной коммерции

**9.6. Приложения и покупки**

- 9.6.1. Дизайн приложений для мобильной коммерции
- 9.6.2. Магазин приложений
- 9.6.3. Маркетинг приложений для повышения лояльности клиентов
- 9.6.4. Маркетинг приложений для электронной коммерции

**9.7. Мобильные платежи**

- 9.7.1. Цепочка создания стоимости и бизнес-модели мобильных методов оплаты
- 9.7.2. Ключи к улучшению UX для мобильных платежей
- 9.7.3. Стратегии позиционирования на рынке мобильных платежей
- 9.7.4. Управление мошенничеством

**9.8. Мобильная аналитика**

- 9.8.1. Методологии измерения и анализа мобильных устройств
- 9.8.2. Мобильные метрики: основные KPI
- 9.8.3. Анализ рентабельности
- 9.8.4. Мобильная аналитика

**9.9. Мобильная коммерция**

- 9.9.1. Услуги
- 9.9.2. Области применения
- 9.9.3. Мобильные социальные покупки

**9.10. Мобильные приложения для социальных сетей**

- 9.10.1. Мобильная интеграция в социальных сетях
- 9.10.2. Мобильность, взаимоотношения, повсеместность и публичность
- 9.10.3. Facebook Places
- 9.10.4. Геолокация, мобильные каталоги, рекомендации онлайн и покупки

## Модуль 10. Новые цифровые тенденции

### 10.1. Интернет вещей

- 10.1.1. Видения и задачи
- 10.1.2. Ключевые технологии
- 10.1.3. Новаторские проекты

### 10.2. Геймификация

- 10.2.1. Методы геймификации бизнеса
- 10.2.2. Концепция дизайна геймификации
- 10.2.3. Механизмы функционирования и мотивации
- 10.2.4. Преимущества и окупаемость инвестиций

### 10.3. Большие данные

- 10.3.1. Отраслевое применение
- 10.3.2. Бизнес-модели
- 10.3.3. Новые профессии

### 10.4. Искусственный интеллект

- 10.4.1. Методологические аспекты в искусственном интеллекте
- 10.4.2. Информированный метод поиска
- 10.4.3. Методы вывода в правилах
- 10.4.4. Семантические сети

### 10.5. Робототехника

- 10.5.1. Морфология робота
- 10.5.2. Математические инструменты для пространственной локализации
- 10.5.3. Кинематическое управление
- 10.5.4. Критерии для внедрения промышленного робота

### 10.6. Моделирование и имитация

- 10.6.1. Моделирование DEVS
- 10.6.2. Моделирование случайных вводов
- 10.6.3. Генерация случайных записей
- 10.6.4. Разработка экспериментов и оптимизация

### 10.7. Внедрение криптографии в технологические проекты

- 10.7.1. Электронная подпись
- 10.7.2. Электронный сертификат
- 10.7.3. Шифрование данных
- 10.7.4. Практическое применение криптографии

### 10.8. Другие тенденции

- 10.8.1. 3D-принтеры
- 10.8.2. Беспилотные летательные аппараты
- 10.8.3. Компьютерное зрение
- 10.8.4. Дополненная реальность

## 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 человеческими ресурсами на основе компетенций**

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

**12.3. Оценка производительности и управление эффективностью**

- 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. Управленческий менеджмент****14.1. Общий менеджмент**

- 14.1.1. Концепция общего менеджмента
- 14.1.2. Действия генерального директора
- 14.1.3. Генеральный директор и его функции
- 14.1.4. Трансформация работы менеджмента

**14.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней**

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

**14.3. Управление операциями**

- 14.3.1. Важность управления
- 14.3.2. Цепочка создания стоимости
- 14.3.3. Управление качеством

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

- 14.4.1. Межличностная коммуникация
- 14.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
- 14.4.3. Барьеры коммуникации

**14.5. Средства личной и организационной коммуникации**

- 14.5.1. Межличностная коммуникация
- 14.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
- 14.5.3. Коммуникация в организации
- 14.5.4. Инструменты в организации

**14.6. Кризисная коммуникация**

- 14.6.1. Кризис
- 14.6.2. Фазы кризиса
- 14.6.3. Сообщения: содержание и моменты

**14.7. Подготовка кризисного плана**

- 14.7.1. Анализ потенциальных проблем
- 14.7.2. Планирование
- 14.7.3. Адекватность персонала

**14.8. Эмоциональный интеллект**

- 14.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 14.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 14.8.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация

**14.9. Личный брендинг**

- 14.9.1. Стратегии личного брендинга
- 14.9.2. Законы личного брендинга
- 14.9.3. Инструменты для создания личного бренда

**14.10. Лидерство и управление командой**

- 14.10.1. Лидерство и стили лидерства
- 14.10.2. Возможности и проблемы лидеров
- 14.10.3. Управление процессами изменений
- 14.10.4. Управление мультикультурными командами

07

# Методология

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

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





“

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

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

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

“

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



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





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

## Инновационный и отличный от других метод обучения

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

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

“

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

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

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

## Методология *Relearning*

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



#### Учебный материал

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

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



#### Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



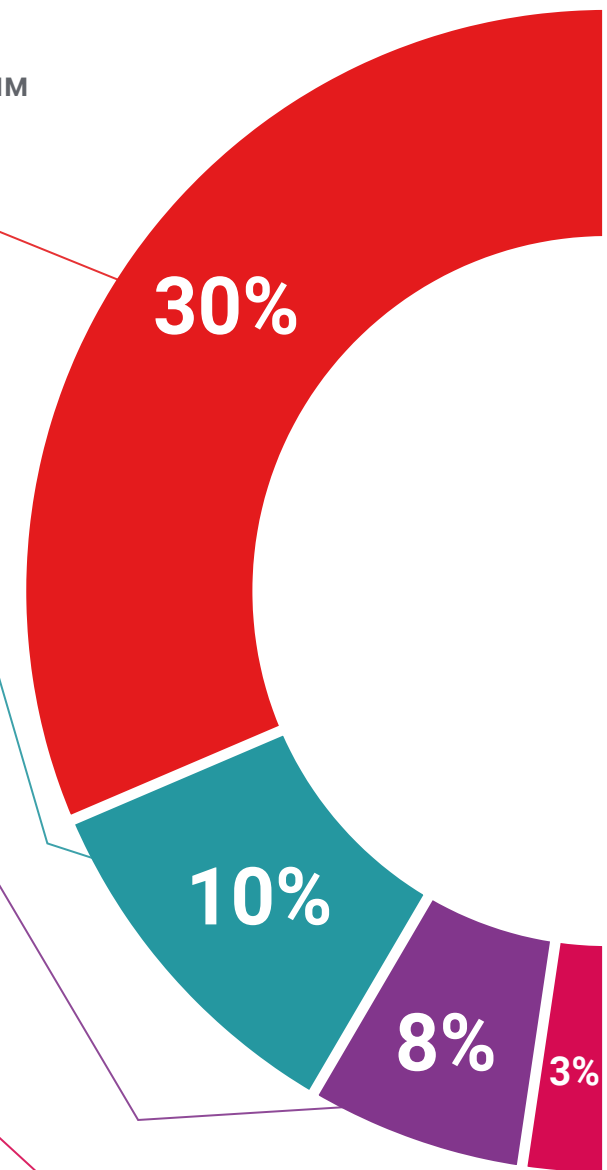
#### Практика управленческих навыков

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



#### Дополнительная литература

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





#### Метод кейсов

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



#### Интерактивные конспекты

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

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



#### Тестирование и повторное тестирование

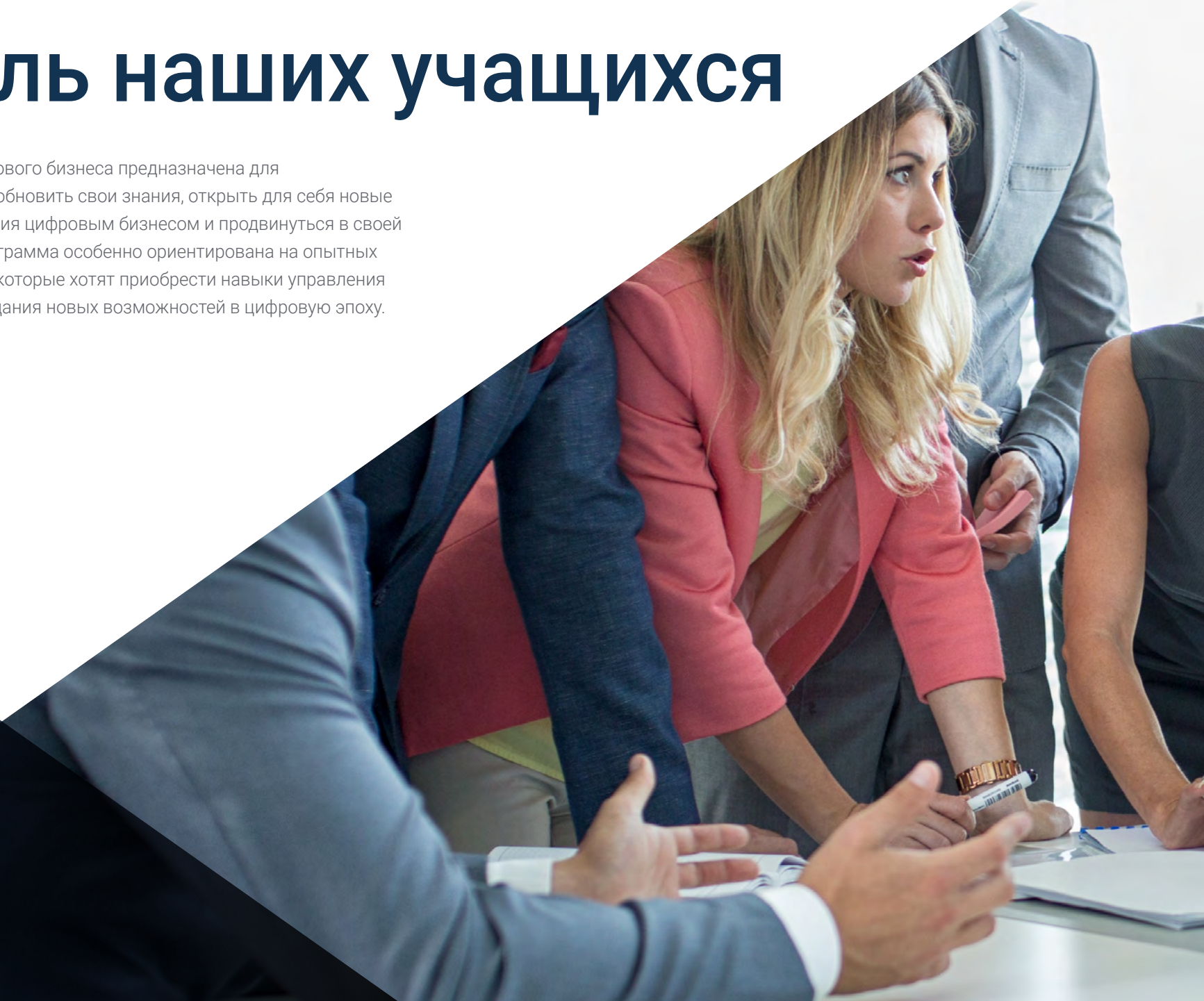
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

# Профиль наших учащихся

Программа MBA в области цифрового бизнеса предназначена для профессионалов, которые хотят обновить свои знания, открыть для себя новые способы руководства и управления цифровым бизнесом и продвинуться в своей профессиональной карьере. Программа особенно ориентирована на опытных профессионалов и менеджеров, которые хотят приобрести навыки управления бизнесом, необходимые для создания новых возможностей в цифровую эпоху.





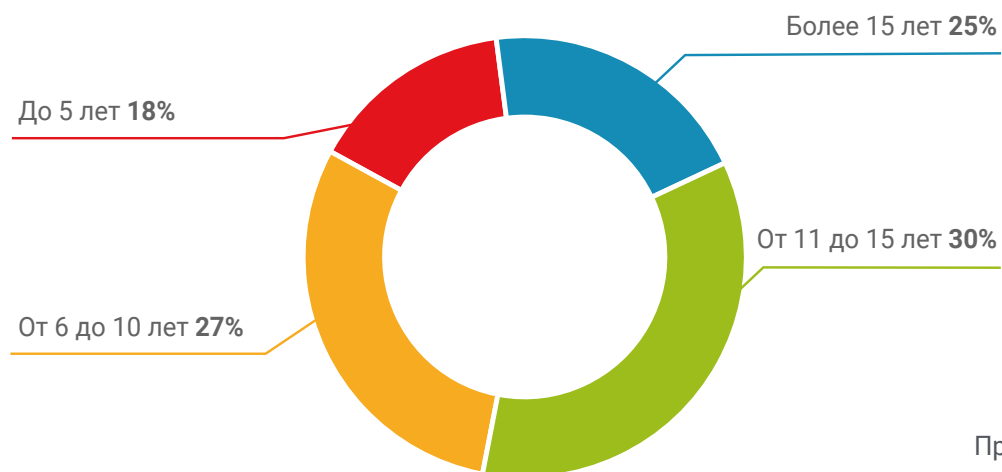
“

*Если вы хотите расширить свои знания в области цифровых технологий и ищете возможность интересного совершенствования своей карьеры, продолжая работать, то эта программа для вас”*

### Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

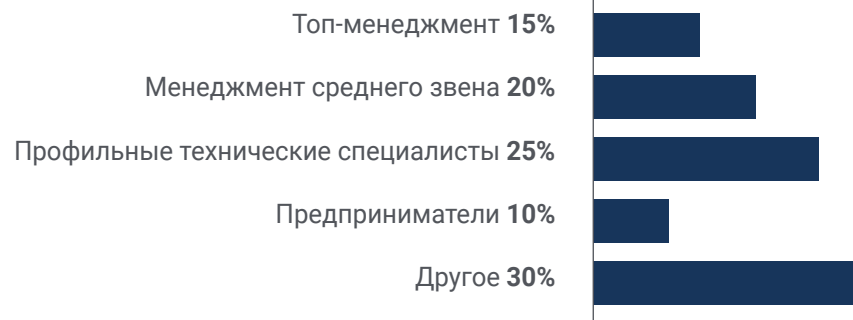
### Годы практики



### Образование

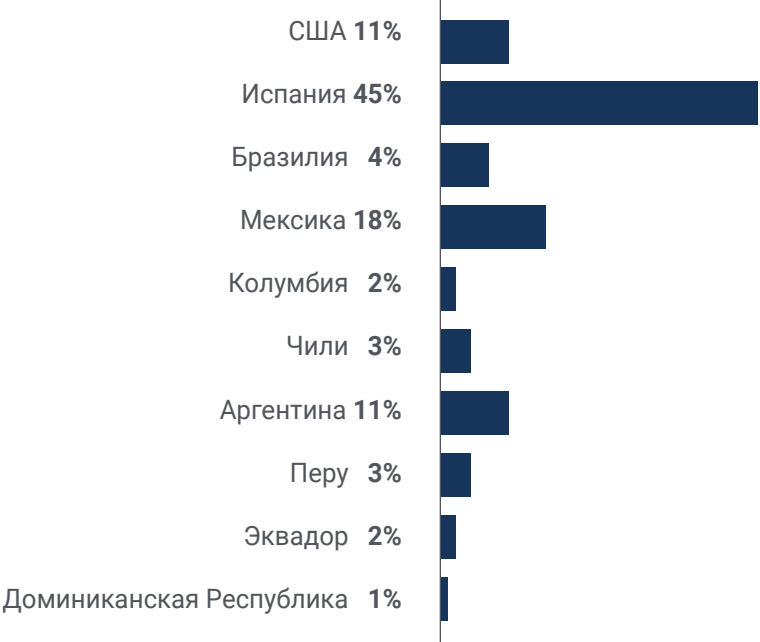


### Академический профиль





### Географическое распределение



## Сусана Санчес

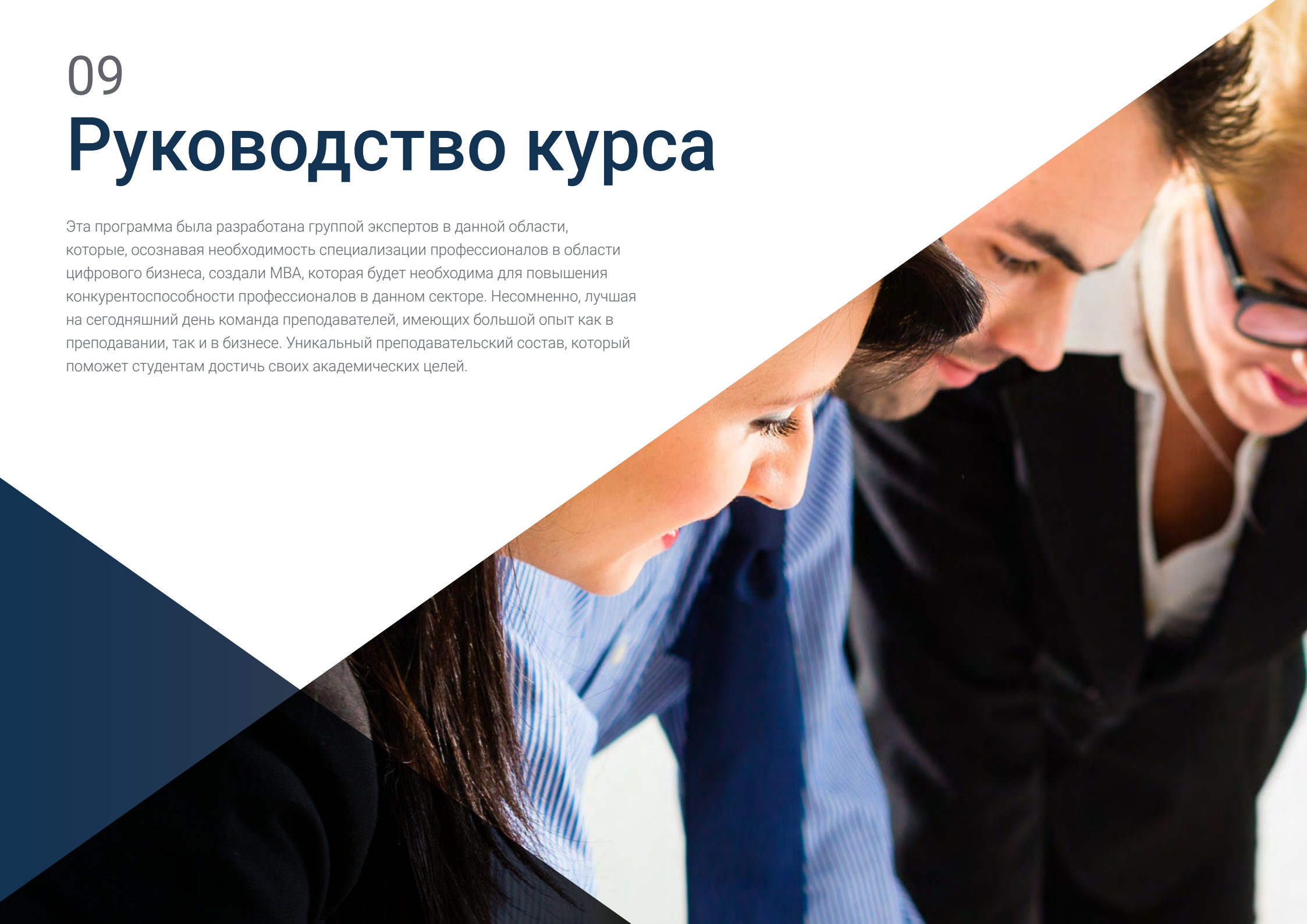
Директор электронного бизнеса

"Преимущество программы MBA в области цифрового бизнеса заключается в том, что в ней работает лучшая на сегодняшний день команда преподавателей, которая разработала уникальную программу, включающую самую полную и актуальную на сегодняшний день информацию. Без сомнения, это программа, которая настоятельно рекомендуется всем, кто хочет специализироваться в этой области"

09

# Руководство курса

Эта программа была разработана группой экспертов в данной области, которые, осознавая необходимость специализации профессионалов в области цифрового бизнеса, создали MBA, которая будет необходима для повышения конкурентоспособности профессионалов в данном секторе. Несомненно, лучшая на сегодняшний день команда преподавателей, имеющих большой опыт как в преподавании, так и в бизнесе. Уникальный преподавательский состав, который поможет студентам достичь своих академических целей.



“

*Преподавательский состав высокого уровня для обучения профессионалов, стремящихся к совершенству”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

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

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

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

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



## Д-р Мардер, Бен

---

- Руководитель программ маркетинговых исследований, Эдинбургский университет, Великобритания
- Координатор программ по введению в исследовательскую деятельность в бизнесе в Школе бизнеса, Эдинбургский университет
- Выступления в СМИ: The New York Times, Harvard Business Review и BBC
- Публикации в Journal of Retailing, European Journal of Marketing и Journal of Business Research
- Докторская степень по маркетингу и информационным системам в Университете Бата
- Степень магистра в области маркетинга в Университете Лестера
- Степень бакалавра в области финансовой экономики в Университете Лестера

“

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

## Приглашенный 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 организационной коммуникации Университета Майами

“

*TECH имеет выдающуюся и специализированную группу приглашенных международных руководителей, занимающих важные лидерские позиции в самых передовых компаниях на мировом рынке”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

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

Рик 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

“

*Воспользуйтесь  
возможностью узнать о  
последних достижениях в этой  
области, чтобы применить их в  
своей 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. 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 **взрачивал 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 **BIMLeadership 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. Аренс 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 реализуются 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. Андреа отвечал за создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Он также 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 Carpgemini
- 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 преподавателями"*

## 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!"*

## Руководство



### Г-н Галан, Хосе

- Директор по электронному маркетингу в TECH Технологическом университете
- Блоггер в "Cosas sobre Marketing Online" (Все об онлайн-маркетинге)
- Директор по корпоративному маркетингу в Médica Panamericana
- Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью и Мадридского университета Комплутенсе
- Европейская высшая программа в области цифрового маркетинга в Цифровом Университете ESIC



# 10 Влияние на карьеру

Мы понимаем, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста. И с нами у вас есть все шансы добиться этого. Поэтому не стоит упускать возможность, которую предоставляет TECH, специализироваться с лучшей командой в этой области, пользующейся большим профессиональным спросом.







“

*Наша цель – добиться позитивных изменений в вашей карьере, и мы полностью готовы помочь вам в достижении этой цели”*

*Если вы хотите добиться положительных изменений в своей профессии, программа MBA в области цифрового бизнеса поможет вам в этом.*

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

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

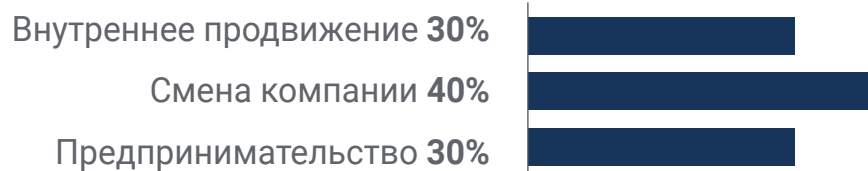
Если вы хотите усовершенствоваться, добиться положительных изменений на профессиональном уровне и пообщаться с лучшими, это место для вас.

*Получите возможность улучшить свою профессиональную карьеру за короткое время после прохождения этой программы*

#### Время перемен



#### Что изменится



## Повышение заработной платы

---

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



11

# Преимущества для вашей компании

Программа MBA по цифровому бизнесу способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой программы — это уникальная возможность приобрести необходимые навыки для развития в сфере высшего менеджмента, а также получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



“

*После обучения в TECH вы сможете привнести в компанию новое видение бизнеса, с помощью которого сможете осуществить соответствующие изменения в организации”*

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 цифрового бизнеса гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого TESH 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 цифрового бизнеса** 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 цифрового бизнеса**

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 цифрового бизнеса

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

# Бизнес-магистратура

## MBA в области цифрового бизнеса



The image shows a person's profile as they look at a computer monitor. The monitor displays a financial spreadsheet with various categories and numerical values. The spreadsheet is partially obscured by a dark blue diagonal graphic element on the left side of the image.

9	10567	Personnel Total	1-Pe
10	17695	Web Research	2-Ma
11	96643	Independent Research	2-Ma
12	94015	Firm Research Fees	2-Ma
13	75321	Market Research Total	3-Comm
14	95235	Promotions	3-Comm
15	32564	Branding	3-Comm
16	68508	Web Advertising	3-Comm
17	06342	Direct Marketing	3-Comm
18	89063	Newspaper Advertising	4-Other
19	07421	Communication Total	4-Other
20	93012	Travel	4-Other
21	24601	Phone	4-Other
22	35151	Computer/Office Equipment	1-Personal
23	10460	Postage	1-Personal
24	35246	Other Total	1-Personal
25	76745	Benefits	1-Personal
26	76023	Payroll taxes	1-Personal
27	23674	Salaries	1-Personal
28	14678	Commissions and bonuses	2-Marketing
	10567	Personnel Total	2-Marketing
	14678	Web Research	2-Marketing
	10567	Independent Research	