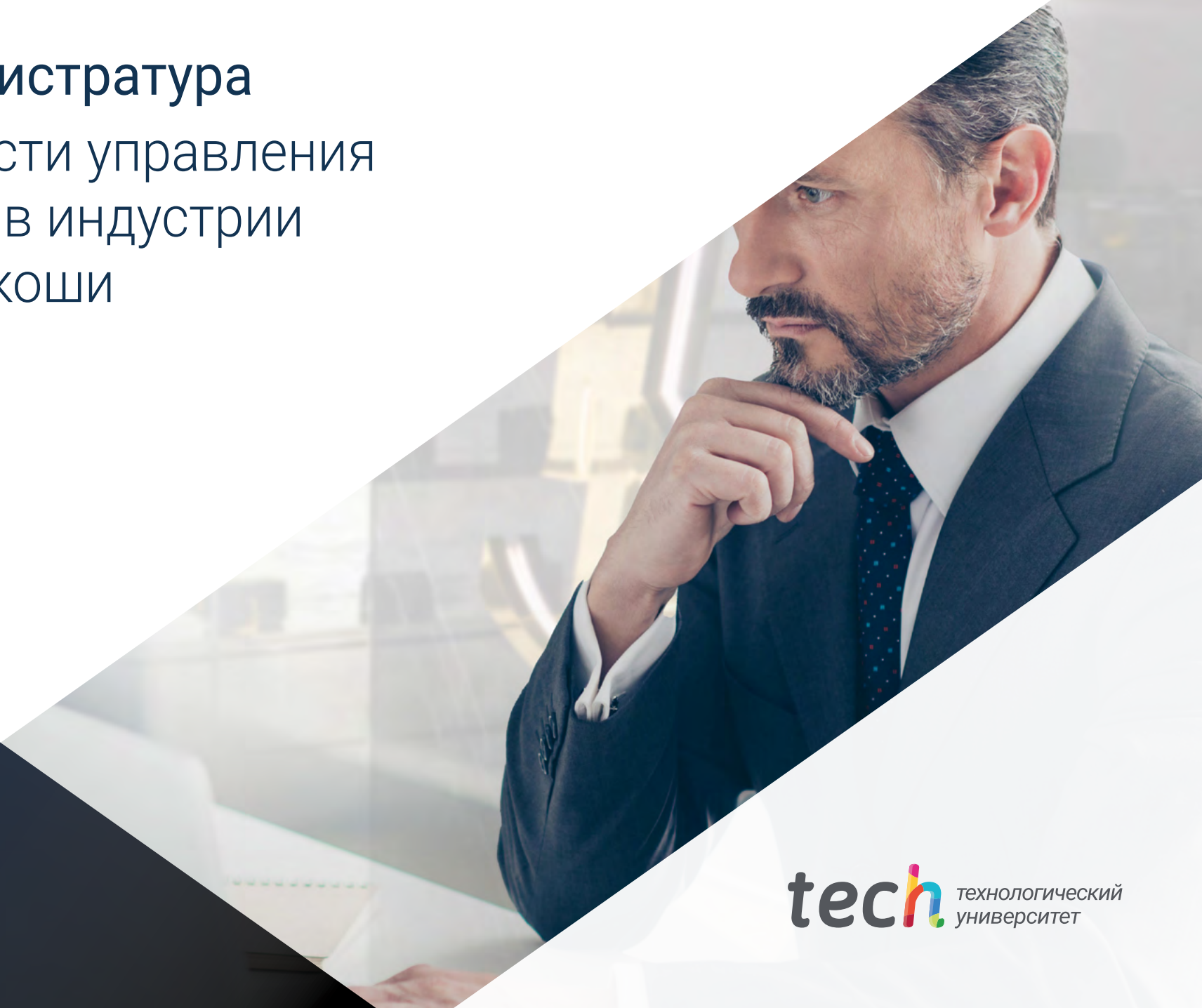


# Бизнес-магистратура

МВА в области управления  
продажами в индустрии  
моды и роскоши





## Бизнес-магистратура МВА в области управления продажами в сфере моды и роскоши

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: студентов и профессионалов в индустрии моды, которые заинтересованы в этом бизнесе, управлении и цифровой трансформации сектора. А также всем тем, кто хочет поднять свою профессиональную карьеру, получив новые знания о модном бизнесе, необходимые для понимания внутренней работы индустрии, стратегий и цифровых тенденций, которые движут ею сегодня.

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

# Оглавление

01

Добро пожаловать

---

стр. 4

02

Почему стоит учиться  
в TESH?

---

стр. 6

03

Почему именно наша  
программа?

---

стр. 10

04

Цели

---

стр. 14

05

Компетенции

---

стр. 20

06

Структура и содержание

---

стр. 26

07

Методология

---

стр. 38

08

Профиль наших учащихся

---

стр. 46

09

Руководство курса

---

стр. 50

10

Влияние на карьеру

---

стр. 74

11

Преимущества для  
вашей компании

---

стр. 78

12

Квалификация

---

стр. 82

# 01

# Добро пожаловать

В этом гиперподключенном обществе компании в сфере моды подхватываются все более быстрыми, изменчивыми и требовательными потоками новых потребительских привычек. Многоканальная стратегия – это эффективное и ключевое решение для повышения продаж и роста бизнеса в индустрии моды. И это создает уникальные проблемы для компаний сектора, стремящихся развивать свой бизнес, используя стратегию, в которой отлично работают механизмы, а технологии и оцифровка стали *обязательным* элементом процесса закупок. По этой причине TECH создал эту программу, где основные проблемы сектора решаются под руководством преподавательского состава, включая престижного приглашенного международного руководителя.



МВА в области управления продажами в индустрии моды и роскоши.  
TECH Технологический университет



“

*Не упустите возможность отточить свои лидерские навыки в бизнесе с приглашенным лектором международного уровня, имеющим самый высокий авторитет в индустрии моды”*

02

# Почему стоит учиться в ТЕСН?

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



“

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

## В TECH Технологическом университете



### Инновации

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

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной 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

Программа MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши предлагает способ улучшить бизнес-стратегию или создать пути между физическим и цифровым путем, включив многоканальное позиционирование. Таким образом, методы работы будут направлены на использование объективных данных для создания персонализированного опыта, основанного на предпочтениях клиентов, управление посланием бренда в едином стиле по всем каналам и предоставление клиенту большего количества возможностей для покупки. Цель – узнать больше о цифровой трансформации, электронной коммерции и новых технологиях, но не забывая о физической точке продаж, *Storytelling* и понимании моды как индустрии и как социального явления, с акцентом на мир тенденций и устойчивости. Такой целостный взгляд позволит успешно реализовать многоканальную стратегию и сделать ее ориентированной на клиентов и людей.



“

Цель данной программы – научиться разрабатывать и внедрять омниканальную стратегию в *fashion retail*. Цель, которую вы достигнете с помощью обучения на высоком уровне”

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

Программа MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши научит вас:

01

Уметь разрабатывать и внедрять омниканальную стратегию в *розничной торговле модной одеждой*

04

Узнать больше об омниканальной электронной коммерции и всех цифровых стратегиях

02

Уметь проводить правильный анализ сектора *Fashion Retail*, бизнес-модели компании и новых потребительских тенденций для облегчения принятия решений



03

Уметь использовать данные для создания персонализированных предложений и опыта для клиентов

05

Сделать все для клиентов и людей, повысить лояльность к бренду и увеличить продажи



06

Ознакомиться с *Fashion Tools*, необходимыми для омниканального управления компанией в сфере моды, и их применением на реальных примерах

08

Узнать о *брендинге*, его эволюции и применении в современном мире предметов роскоши

09

Изучить, как устроен Instagram в качестве платформы для такого рода коммуникации

07

Знать концепцию моды, ее происхождение и исторический фон, чтобы уметь синтезировать и объяснять ключевые дебаты в аналитическом и рефлексивном изучении первых теорий моды, общества потребления и культурного производства и их эволюции

10

Понять концепцию *визуального мерчандайзинга* из области моды, что позволит нам оценить сложность, которую он представляет, и различия в существующих подходах к этому термину



11

Приобрести необходимые навыки для разработки и реализации коммерческих акций в местах продаж, улучшить профессиональные навыки, а также технические и теоретические навыки в области визуальных продаж

12

Понимать и управлять принципами SEO и маркетинга поисковых систем

13

Развить навыки проведения рекламных кампаний в Интернете

14

Узнать, как использовать наиболее важные метрики и инструменты анализа для интернет-маркетинга

15

Изучить среду и новых потребителей индустрии *Fashion Retail*, чтобы понять их потребности и обнаружить новые возможности на рынке



16

Понять концепцию омниканальности и ее влияние как на клиентов, так и на цепочку создания стоимости компании в сфере моды

18

Узнать, как возник интерес к устойчивому развитию с момента его зарождения до сегодняшнего дня

19

Подробнее узнать о различных типах электронной коммерции, наиболее используемых платформах и основных характеристиках в зависимости от бренда или продукта

17

Узнать, почему общество, благодаря социальным и культурным изменениям, изменяет свое потребление моды, требуя от текстильной промышленности иного способа ведения дел

20

Прогнозировать модные тенденции путем выявления поведенческих моделей, построения последовательностей событий и перевода их в репрезентативную схему



05

# Компетенции

После прохождения аттестации по программе MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной дидактической методологии.



“

*Мы даем вам возможность получить глубокое понимание омниканального модного бизнеса, чтобы развить навыки, необходимые для достижения успеха в этом секторе”*

01

Знать, понимать и анализировать физическую и цифровую среду *Fashion Retail*

02

Внедрять омниканальную стратегию в модном бизнесе

03

Выявлять возможности для бизнеса и координировать их для увеличения объемов торговли в торговых точках

04

Развить технические знания о цифровой трансформации и понимание основных цифровых стратегий, используемых сегодня

05

Расширить возможности омниканального стратегического планирования и анализа



06

Понимать с помощью исследований текущее поведение потребителей и его эволюцию, что позволяет разрабатывать новые продукты и опыт, представляющие ценность для потребителей

08

Укрепить потенциал для инноваций и креативности в бизнесе с целью оптимизации ресурсов и принятия решений



09

Управлять специализированными технологиями в *розничной торговле*, операциях и логистике

07

Структурировать координацию и оптимизацию ресурсов маркетинга и продаж для достижения лучших результатов как в физической точке продаж, так и в Интернете

10

Понимать текущий и будущий рынок и динамику взаимоотношений потребителей и брендов для разработки *сторителлинга* идентичности бренда и создания соответствующего и последовательного образа бренда во всех точках его охвата

11

Управлять омниканальной организацией

14

Уметь использовать данные для создания персонализированных предложений и опыта для клиентов

12

Создать пути между физическим и цифровым и улучшить отношения между онлайн и офлайн



13

Проводить корректный анализ сектора *Fashion Retail*, бизнес-модели компании и новых потребительских тенденций для облегчения принятия решений

15

Контролировать сообщение бренда и следить за тем, чтобы оно было последовательным и одинаковым на всех каналах



16

Предоставлять клиентам больше возможностей для совершения покупки

18

Сделать все для клиентов и людей, повысить лояльность к бренду и увеличить продажи



19

Понимать устойчивое развитие и знать, как управлять им во всех сферах модного бизнеса

17

Узнать больше об омниканальной электронной коммерции и всех цифровых стратегиях

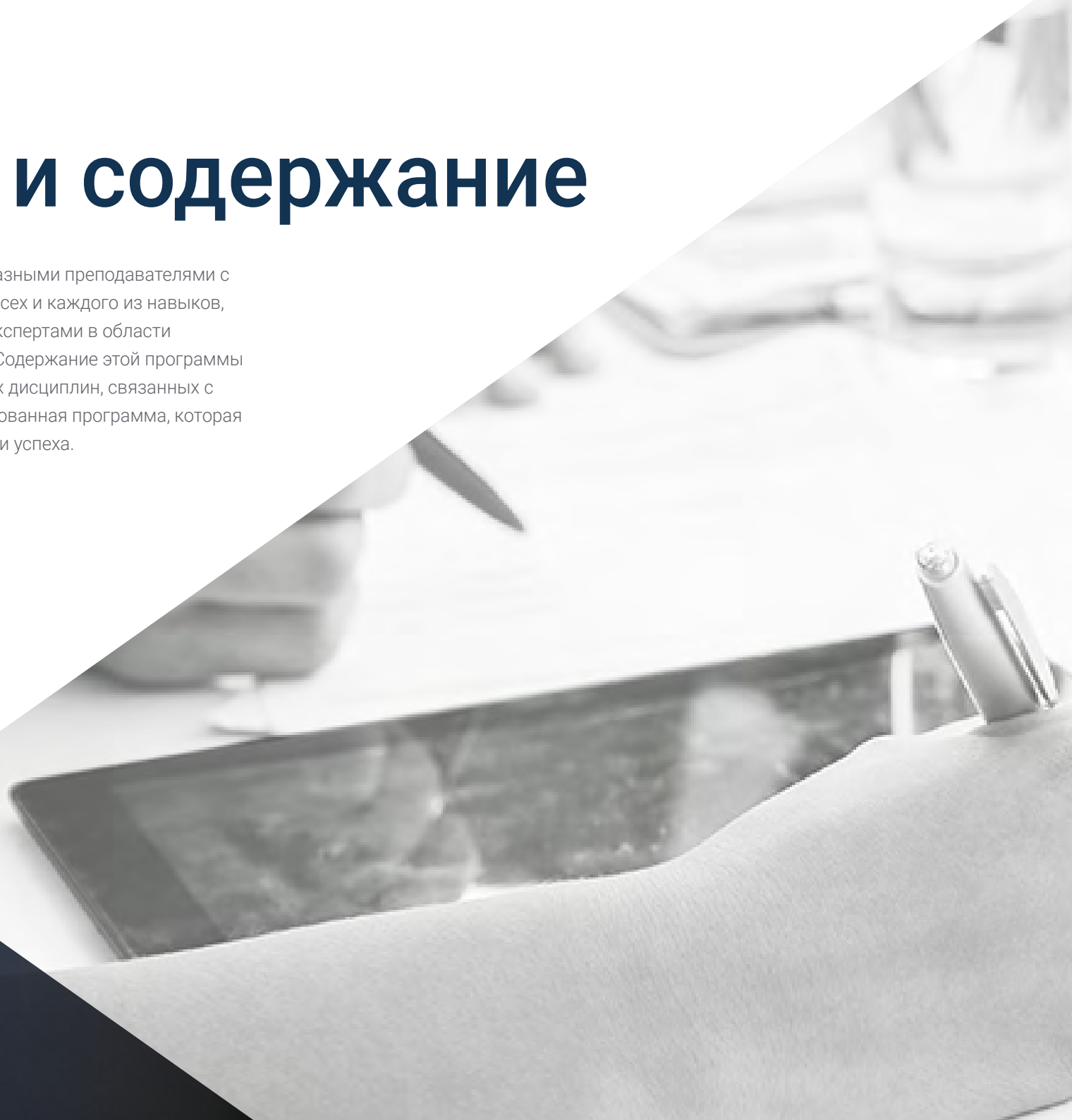
20

Ознакомиться с *Fashion Tools*, необходимыми для омниканального управления компанией в сфере моды, и их применением на реальных примерах

06

# Структура и содержание

Содержание этой программы было разработано разными преподавателями с четкой целью: обеспечить получение студентами всех и каждого из навыков, необходимых для того, чтобы стать настоящими экспертами в области управления продажами в сфере моды и роскоши. Содержание этой программы MBA позволит вам изучить все аспекты различных дисциплин, связанных с этой областью. Комплексная и хорошо структурированная программа, которая приведет вас к высочайшим стандартам качества и успеха.



“

*Полноценная программа обучения, структурированная в отлично разработанные дидактические единицы, ориентированные на обучение, совместимое с вашей личной и профессиональной жизнью”*

## Учебный план

Программа MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши в TESH Технологический университет – это интенсивная программа, которая подготовит вас к разработке и внедрению необходимых инструментов и стратегий в этом виде продаж и отношений с клиентами. Ее содержание направлено на развитие навыков, позволяющих принимать более взвешенные решения в меняющихся условиях индустрии моды.

На протяжении 2700 часов обучения вы будете анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, добываясь глубокого усвоения знаний, что позволит вам приобрести необходимые навыки для успешного развития в данном секторе. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Эта программа углубленно рассматривает различные области деятельности компаний в сфере моды и предназначена для специализации менеджеров, которые понимают это будущее развитие со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для специалистов в этой области, направленный на их профессиональное совершенствование, который подготовит их к достижению совершенства и предельных возможностей в данном контексте работы. 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 позволит вам приобрести навыки решения критических ситуаций творческим и эффективным способом.

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

<b>Модуль 1.</b>	Социология моды и тенденций
<b>Модуль 2.</b>	Брендинг в сфере роскоши и сторителлинг
<b>Модуль 3.</b>	Визуальный мерчандайзинг и опыт работы в розничной торговле
<b>Модуль 4.</b>	Цифровой маркетинг для модных брендов
<b>Модуль 5.</b>	Fashion Consumer Insights
<b>Модуль 6.</b>	Оmnikanальность и клиентский опыт. Розничная торговля и управление магазином одежды
<b>Модуль 7.</b>	Устойчивое развитие в моде
<b>Модуль 8.</b>	Цифровая трансформация и инновации в индустрии моды
<b>Модуль 9.</b>	Цифровая стратегия моды
<b>Модуль 10.</b>	Технологический и цифровой менеджмент в моде и роскоши: инструменты
<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>	Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг
<b>Модуль 15.</b>	Управленческий менеджмент



### Где, когда и как учиться?

TECH предлагает возможность обучения по программе MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши полностью в режиме онлайн. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять временем на учебу.

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

### Модуль 1. Социология моды и тенденций

1.1. История и социология моды	1.2. Семиотика, культурные аспекты и идентичность через моду	1.3. Социальные движения и городские племена	1.4. Социальные изменения в потреблении моды: влияние "неомании"
1.5. Изменчивая мода и новая культура миллениалов	1.6. Цифровая трансформация и феномен инфлюенсера	1.7. Переосмысление модного бизнеса и новый потребитель	1.8. «Пост-роскошь»: новые типологии и архетипы потребителей моды
1.9. Движущие силы изменений и новые тенденции в секторе моды после COVID	1.10. Культура творчества и потребление эксклюзивности		

### Модуль 2. Брендинг в сфере роскоши и сторителлинг

2.1. Брендинг и его эволюция	2.2. Понятие роскоши и его эволюция	2.3. Новый сценарий и появление новых рынков	2.4. Размеры брендов класса люкс
2.5. <i>Сторителлинг</i> , активный брендинг	2.6. Создание бренда с помощью историй	2.7. Распространение истории	2.8. Точки контакта с брендом
2.9. <i>Трансмедийный сторителлинг</i>	2.10. Instagram, платформа для сторителлинга класса люкс		

### Модуль 3. Визуальный мерчандайзинг и опыт работы в розничной торговле

3.1. Архитектурный анализ магазинов	3.2. Инструменты для дизайна помещений	3.3. Подход: место, предпосылки и намерения	3.4. Экстерьер: фасад
3.5. Витрина	3.6. Интерьер: планировка, обстановка, мебель, вывески и материалы	3.7. Дизайн помещений: магазин будущего	3.8. От бизнес-идеи до опыта работы в магазине

**Модуль 4.** Цифровой маркетинг для модных брендов

4.1. Введение и базовая лексика	4.2. Модели онлайн-продаж	4.3. Типы клиентов	4.4. Основные шаги электронной коммерции, связанные с цифровым маркетингом
4.5. Маркетинг социальных медиа	4.6. Маркетинг электронной почты	4.7. Мобильный маркетинг	4.8. Вирусный маркетинг и маркетинг влияния
4.9. Продвижение продаж и спонсорство в Интернете	4.10. Тенденции будущего		

**Модуль 5.** *Fashion Consumer Insights*

5.1. Необходимость знать потребителя в текущем контексте	5.2. Стратегия, ориентированная на человека и граждан	5.3. Ключевые характеристики стратегии, ориентированной на людей, и важность данных	5.4. Как принять стратегию, ориентированную на человека, в компанию в сфере моды?
5.5. Человеко-ориентированная методология	5.6. Дизайн-мышление и маркетинговая разведка	5.7. Позиционирование и восприятие модного бренда	5.8. Customer Insights и Customer Journey
5.9. Архетипы и персоны покупателей	5.10. Исследовательские ресурсы и методы		

**Модуль 6.** Омниканальность и клиентский опыт. Розничная торговля и управление магазином одежды

6.1. Концепция омниканальности и ее синергетический эффект: удобство для клиентов и цепочка создания стоимости	6.2. Команды и люди, навыки и потоки в розничной торговле модной одеждой	6.3. Цели и ключевые показатели в управлении магазинами модной одежды и розничной торговли	6.4. Работа в розничной торговле модной одеждой, чтобы превзойти ожидания покупателей
6.5. Разнообразие предлагаемых продуктов и услуг: гибкость в отношении объемов и требований	6.6. Оперативность	6.7. Стоимость поиска экономической эффективности	6.8. Последовательность
6.9. Адаптивность	6.10. Услуги и технологии для розничной торговли модной одеждой и управления ею		

### Модуль 7. Устойчивое развитие в моде

7.1. От потребления и гиперпотребления к преобразующему потреблению	7.2. Смена парадигмы: от линейной к круговой системе	7.3. Новый экологичный текстиль и сертификация текстиля	7.4. Экологическое управление продукцией текстиля
7.5. Оптимизация логистики	7.6. Упаковка	7.7. Переработка	7.8. Торговая точка: от цифровизации помещений до экоэффективной системы Greener Store Experience
7.9. Новые бизнес-модели	7.10. Репутация бренда, KCO и Greenwashing		

### Модуль 8. Цифровая трансформация и инновации в индустрии моды

8.1. Цифровая трансформация в секторе	8.2. Индустрия 4.0	8.3. Цифровые помощники	8.4. Данные
8.5. ИИ, цифровое взаимодействие, IoT и робототехника	8.6. Блокчейн, понимание технологии и того, как она приносит пользу отрасли	8.7. Омниканальность и ее влияние на сектор розничной торговли	8.8. Экосистемы стартапа
8.9. Цифровые бизнес-модели	8.10. Инновационные методологии		

### Модуль 9. Цифровая стратегия моды

9.1. Технологии и потребитель: типологии целевой аудитории и стратегическая сегментация потребителей	9.2. Аналитика до цифровой стратегии: момент 0 и стратегические KPI	9.3. Электронная коммерция: типологии и платформы	9.4. <i>Брендинг</i> : визуальные и текстовые средства коммуникации
9.5. Позиционирование: подходящий каталог	9.6. Платформы социальной рекламы	9.7. <i>Социальные продажи и входящий маркетинг</i>	9.8. <i>Автоматизация маркетинга</i> : email-маркетинг и бот-маркетинг
9.9. Роль CRM и большие данные в бизнес-стратегии	9.10. ROI и метрики		



**Модуль 10. Технологический и цифровой менеджмент в моде и роскоши: инструменты**

10.1. Введение в технологическое использование моды	10.2. Создание и поддержание идентичности-позиционирования	10.3. Google Analytics и Google Ads	10.4. Data Driven
10.5. Управление ключевыми показателями и создание последовательности шаблонов - Excel	10.6. Моделирование инновационных сценариев - Microsoft Power Bi	10.7. Лояльность и удержание клиентов - Salesforce	10.8. Сегментация и управление базами данных SQL
10.9. Творчество на основе данных-Python	10.10.Контент-маркетинг		

**Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность**

<b>11.1. Глобализация и руководство</b> 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	<b>11.2. Лидерство</b> 11.2.1. Лидерство. Концептуальный подход 11.2.2. Лидерство в бизнесе 11.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом	<b>11.3. Кросс-культурный менеджмент</b> 11.3.1. Концепция кросс-культурного менеджмента 11.3.2. Вклад в познание национальных культур 11.3.3. Управление разнообразием	<b>11.4. Развитие менеджмента и лидерства</b> 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
<b>11.5. Деловая этика</b> 11.5.1. Этика и мораль 11.5.2. Деловая этика 11.5.3. Лидерство и этика в компаниях	<b>11.6. Устойчивость</b> 11.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие 11.6.2. Повестка дня на 2030 год 11.6.3. Устойчивые предприятия	<b>11.7. Корпоративная социальная ответственность</b> 11.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности 11.7.2. Реализация корпоративной социальной ответственности 11.7.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности	<b>11.8. Системы и инструменты ответственного управления</b> 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
<b>11.9. Транснациональные компании и права человека</b> 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	<b>11.10. Правовое регулирование и корпоративное управление</b> 11.10.1. Международные стандарты импорта и экспорта 11.10.2. Интеллектуальная и промышленная собственность 11.10.3. Международное трудовое право		

## Модуль 12. Управление персоналом и талантами

### 12.1. Стратегическое управление персоналом

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

### 12.2. Управление персоналом по компетенциям

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

### 12.3. Оценка работоспособности и управление ею

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

### 12.4. Инновации в управлении талантами и людьми

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

### 12.5. Мотивация

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

### 12.6. Развитие высокоэффективных команд

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

### 12.7. Управление изменениями

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

### 12.8. Переговоры и управление конфликтами

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

### 12.9. Управленческая коммуникация

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

### 12.10. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

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

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

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

**13.2. Управленческий учет**

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

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

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

**13.4. Бюджет и управленческий контроль**

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

**13.5. Финансовый менеджмент**

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

**13.6. Финансовое планирование**

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

**13.7. Корпоративная финансовая стратегия**

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

**13.8. Стратегическое финансирование**

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

**13.9. Финансовый анализ и планирование**

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

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

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

## Модуль 14. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг

### 14.1. Управление продажами

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

### 14.2. Маркетинг

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

### 14.3. Управление стратегическим маркетингом

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

### 14.4. Цифровой маркетинг и электронная коммерция

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

### 14.5. Цифровой маркетинг для укрепления бренда

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

### 14.6. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов

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

### 14.7. Управление цифровыми кампаниями

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

### 14.8. Стратегия продаж

- 14.8.1. Стратегия продаж
- 14.8.2. Методы продаж

### 14.9. Корпоративная коммуникация

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

### 14.10. Коммуникация и цифровая репутация

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

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

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

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

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

**15.3. Управление операциями**

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

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

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

**15.5. Средства личной и организационной коммуникации**

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

**15.6. Кризисная коммуникация**

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

**15.7. Подготовка кризисного плана**

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

**15.8. Эмоциональный интеллект**

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

**15.9. Личный брендинг**

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

**15.10. Лидерство и управление командой**

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



*Процесс обучения будет настолько полным и захватывающим, что станет уникальным опытом профессионального и личностного роста"*

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.



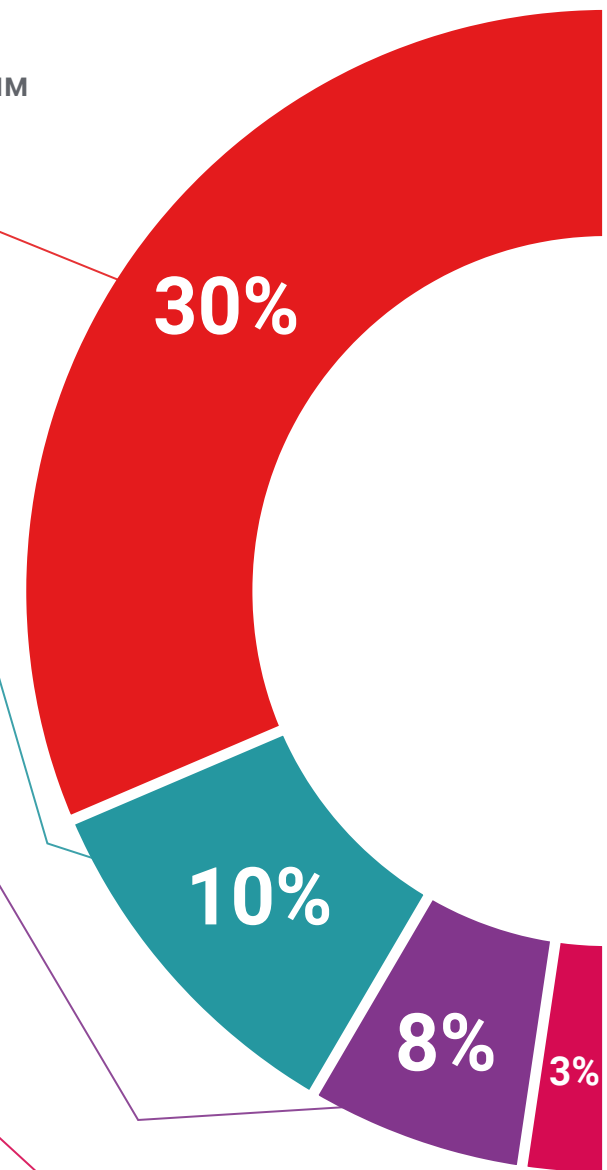
#### Практика управленческих навыков

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

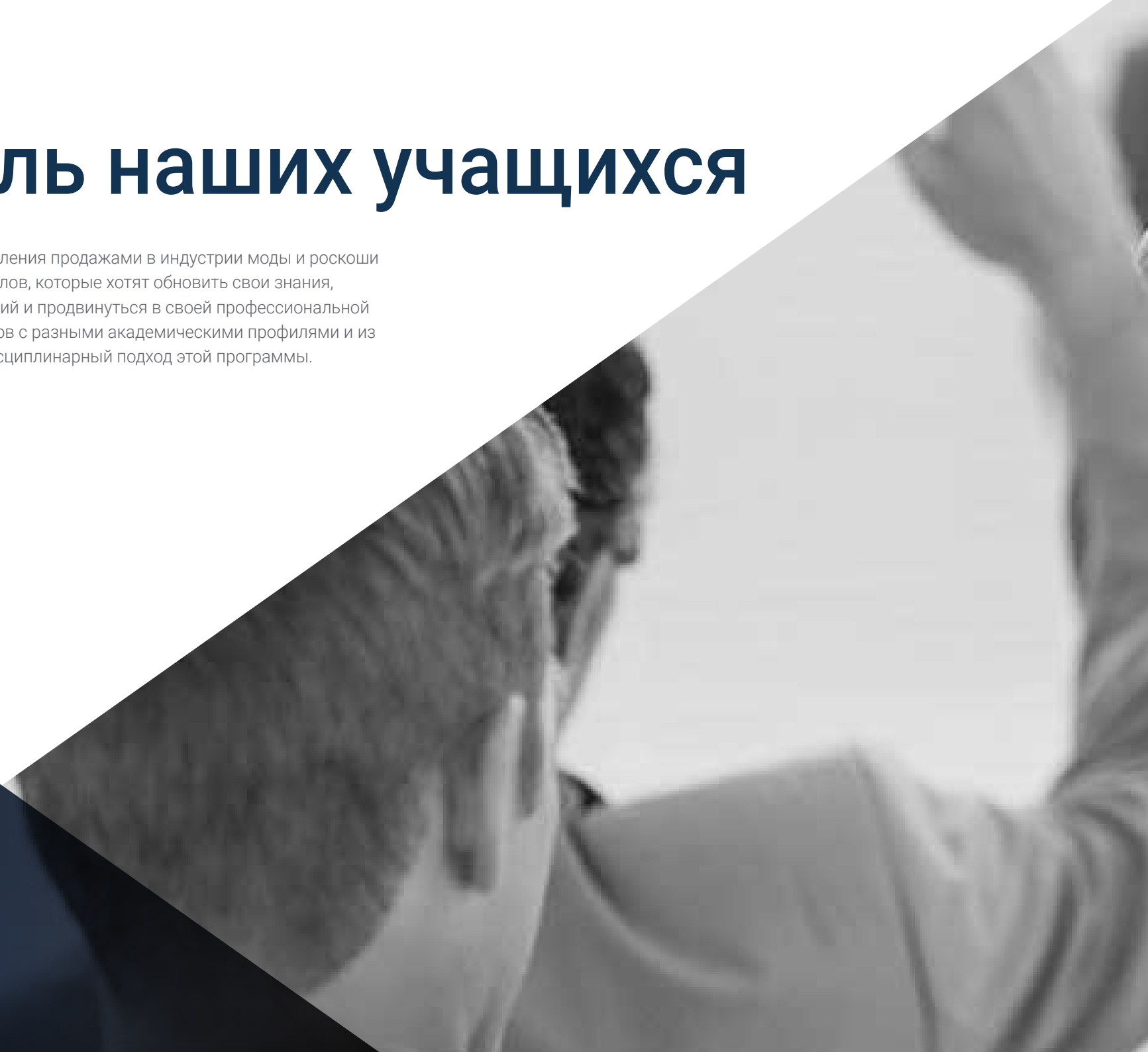
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

# Профиль наших учащихся

Программа MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши предназначена для профессионалов, которые хотят обновить свои знания, открыть новые пути для инноваций и продвинуться в своей профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



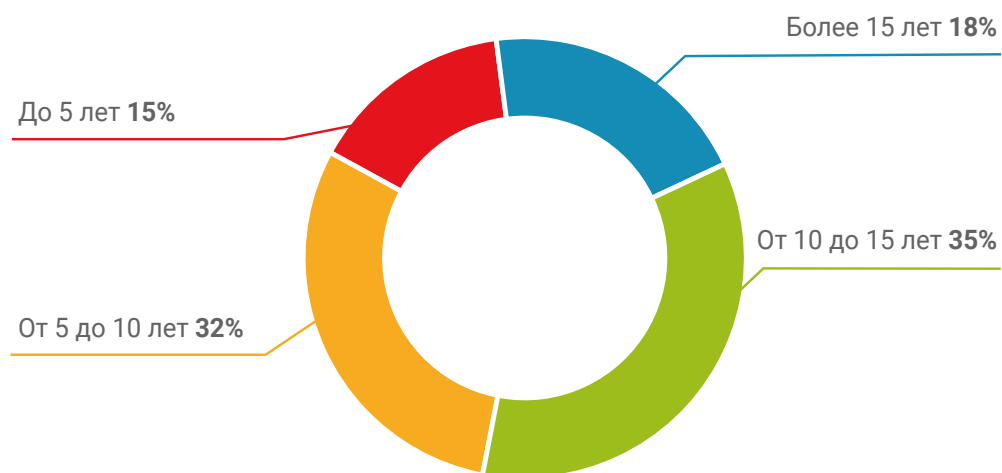
“

*Знания на высоком уровне достигаются упорным трудом и окружением себя лучшими. Мы ждем вас”*

## Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

## Годы практики



## Образование



## Академический профиль





## Географическое распределение



## Мария Лобесно

Предприниматель

*"Омниканальность была для меня вызовом, на который я не решалась для развития своего модного бренда. После MBA я смогла внедрить необходимые мне цифровые стратегии. И я сделала это как нельзя вовремя, чтобы иметь возможность остаться на рынке в условиях все более жестких требований"*

09

# Руководство курса

В преподавательский состав программы входят ведущие эксперты в секторе *Fashion Retail*, которые привносят в эту программу опыт своей многолетней работы. Кроме того, в разработке программы принимают участие другие специалисты с признанным авторитетом в смежных областях, которые подготавливают магистерскую программу междисциплинарным образом, делая ее, таким образом, уникальным и очень полезным опытом на академическом уровне для студента.



“

*Наша команда преподавателей поможет вам приобрести самые актуальные знания в этой области, чтобы вы могли с полной свободой развиваться в своей повседневной практике”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Альберто Феста – международный эксперт в индустрии предметов роскоши, известный своими достижениями на посту **коммерческого директора по геммологии** и часам культового модного дома **Dolce&Gabbana**. Он обеспечил рост и инновации этого бренда благодаря самым инновационным стратегиям **маркетинга** и продаж.

Карьера этого престижного руководителя насчитывает более 25 лет, в течение которых он занимал **ключевые посты** в самых известных компаниях мира, расположенных в Европе и Северной Америке. Он начал свою карьеру в транснациональной компании **Colgate-Palmolive**, где оттачивал свое мастерство до перехода в **PepsiCo**. В PepsiCo он занимал должность **менеджера по продажам**, внося значительный вклад в расширение компании.

Еще один ключевой период в его карьере корпоративного **лидера** наступил после того, как он занял должность **директора по продажам** в компании **Mattel**. Он также возглавлял подразделение **Matrix** компании **Bristol-Myers Squibb** в качестве генерального директора. Однако вершина его карьеры пришлась на период **более чем 15-летней работы** в компании **BULGARI**. Там он занимал должность **генерального директора** и в конечном итоге поднялся до **президента BULGARI USA**. Его стратегическое видение и лидерство сыграли важную роль в расширении глобального присутствия бренда и достижении беспрецедентного успеха.

За эти десятилетия работы в индустрии **моды** Феста также занимался научной деятельностью, передавая свой обширный опыт посредством чтения лекций в университетах и бизнес-школах по всему миру, но в основном в США и Италии. В свою очередь, его вклад в продажи, маркетинг, стратегию и операции сыграл важную роль в руководстве изменениями и инициативами по восстановлению самых передовых и эксклюзивных компаний.



## Г-н Феста, Альберто

---

- ♦ Коммерческий директор отдела геммологии и часов в Dolce&Gabbana, Милан, Италия
- ♦ Академический консультант Университета Луиса Гвидо Карли
- ♦ Консультант Совета по брендам SAID DAL 1923
- ♦ Консультант группы Kering
- ♦ Генеральный директор GM в Vhernier
- ♦ Генеральный директор Loro Piana LVMH
- ♦ Президент BULGARI USA
- ♦ Генеральный управляющий, подразделение Matrix, Bristol-Myers Squibb
- ♦ Директор по продажам в Mattel
- ♦ Директор по продажам в PepsiCo
- ♦ Старший бренд-менеджер в Colgate-Palmolive
- ♦ Степень бакалавра в области статистики и экономики в Римском университете Ла Сапиенца

“

*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

“

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

## Приглашенный руководитель международного уровня

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

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 **взращивал 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? TECH 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 Luminare для анализа покупателей и каналов сбыта.

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





## Г-н Грэм, Мик

---

- Директор по *бизнес-аналитике* и анализу в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области *бизнес-аналитики* в Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по *бизнес-аналитике* и *науке о данных*
- Директор по бизнес-аналитике в *Capgemini*
- Руководитель аналитического отдела в Nordea
- Старший консультант *бизнес-аналитики* для SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Эксклюзивная программа MBA по электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавриат и магистратура по математике и статистике в Копенгагенском университете



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



### Д-р Браво Дуран, Сандра

- ♦ Генеральный директор UX в Mume
- ♦ Генеральный директор и основатель Ch2 Abroad & Events
- ♦ Социолог туристической обсерватории Саламанки
- ♦ Цифровой консультант в Everis
- ♦ Исследователь в Runroom
- ♦ Преподаватель магистерской программы по управлению маркетингом в сфере моды и роскоши и магистерской программы по управлению брендами в сфере бизнеса роскоши в MSMK - Madrid School of Marketing
- ♦ Докторская степень по прикладной креативности в Университете Наварры
- ♦ Степень бакалавра социологии Университета Саламанки
- ♦ Степень бакалавра в области экономики Университета Саламанки
- ♦ Степень исполнительного магистра в области управления бизнесом в сфере моды Университета Наварры

## Преподаватели

### Г-жа Гарате, Мерседес

- ♦ Директор по бизнес-отрасли в NTT Data
- ♦ Старший менеджер в Everis
- ♦ Менеджер по стратегии и бизнесу в Everis
- ♦ Степень бакалавра в области промышленной инженерии в Мадридском политехническом университете
- ♦ MBA в EOI Business School
- ♦ Сертифицирован в области клиентского опыта Ассоциацией по развитию клиентского опыта (DEC)

### Г-н Санхосе, Карлос

- ♦ Специалист в области цифрового маркетинга
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в Designable
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в MURPH
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в 25 Gramos
- ♦ Руководитель отдела контента в Unánime Creativos
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью в университете CEU Карденаль Эррера

**Д-р Велар Лера, Маргарита**

- Консультант по коммуникациям с опытом работы в сфере моды
- Генеральный директор Forefashion Lab
- Директор по корпоративному маркетингу в SGN Group
- Консультант по корпоративным коммуникациям в LLYC
- Консультант по коммуникации и бренду, *фриланс*
- Руководитель отдела коммуникаций в Университете Вильянуэва
- Преподаватель университетских курсов, связанных с маркетингом
- Докторская степень в области коммуникации Мадридского университета имени Карлоса III
- Степень бакалавра в области аудиовизуальной коммуникации Университета Комплутенсе в Мадриде
- MBA в области руководства компаниями в сфере моды ISEM Fashion Business School

**Г-жа Хоса Мартинес, Мария Эухения**

- Основатель и дизайнер коллекции Eugeniota
- Преподаватель ESNE, CEDEU и ELLE Education
- Преподаватель в ISEM Fashion Business School
- Преподаватель магистратуры в ISEM Fashion Business School
- Руководитель программы "Управление модой и творчеством" и преподаватель дизайнерской мастерской IV на факультете дизайна в Университете Наварры
- Доктор наук в области прикладного творчества в Университете Наварры
- Степень бакалавра архитектуры Университета Наварры
- Специализация по ландшафтной и экологической архитектуре в Университете Наварры
- Степень магистра в ISEM Fashion Business School

**Д-р Сан Мигель Арреги, Патрисия**

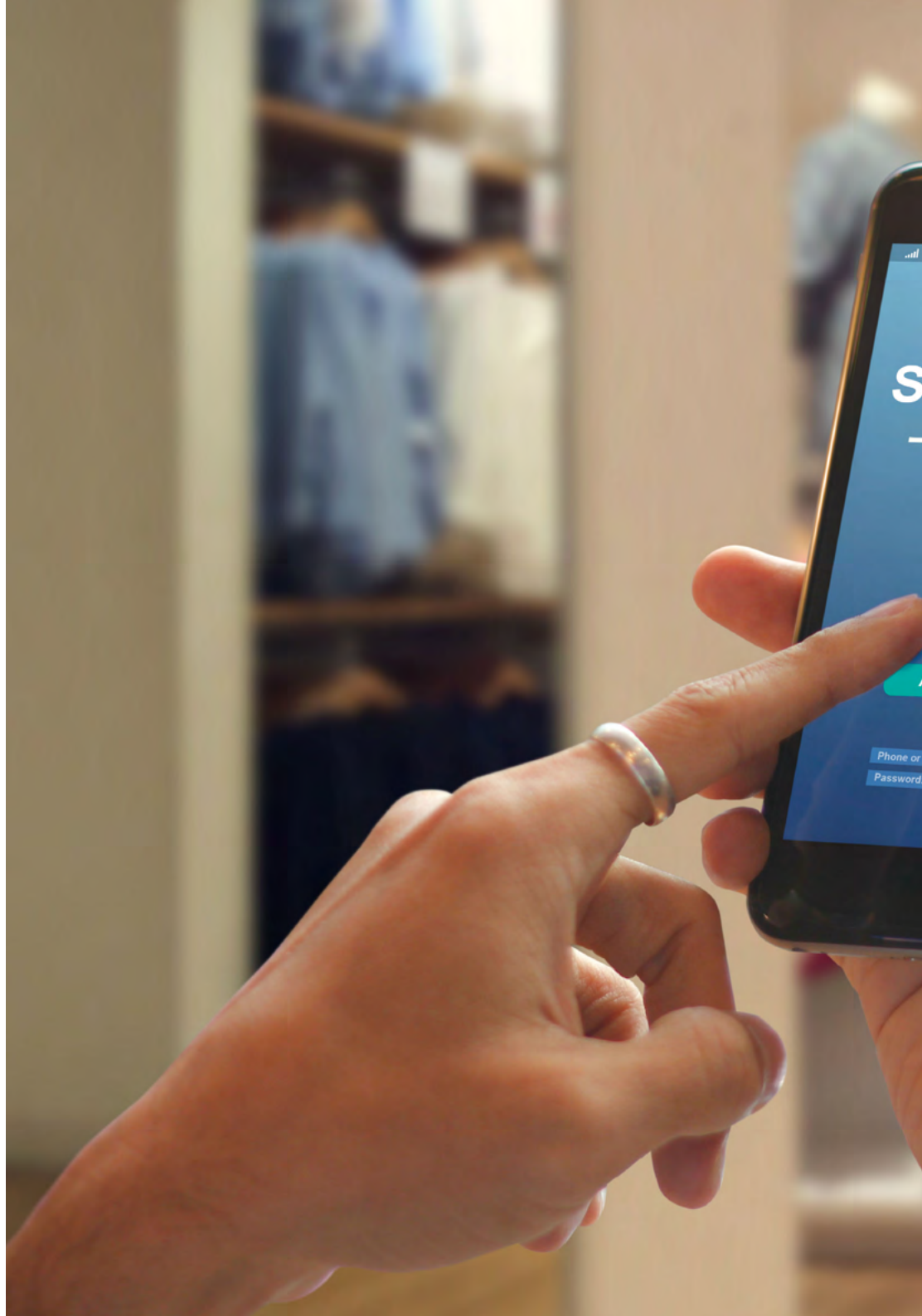
- Исследователь-эксперт в области цифрового маркетинга
- Основатель и руководитель Digital Fashion Brands
- Исследователь и коллаборатор маркетинговых исследований
- Автор книги *Influencer Marketing*
- Автор научных публикаций в престижных журналах
- Постоянный докладчик на национальных и международных конференциях и семинарах по коммуникациям и маркетингу
- Преподаватель в бакалавриате и аспирантуре университета
- Докторская степень в области цифрового маркетинга для модных компаний Университета Наварры
- Степень бакалавра по рекламе и связям с общественностью Мадридского университета Комплутенсе
- MBA в области Executive Fashion от ISEM

**Г-жа Опасо, Лаура**

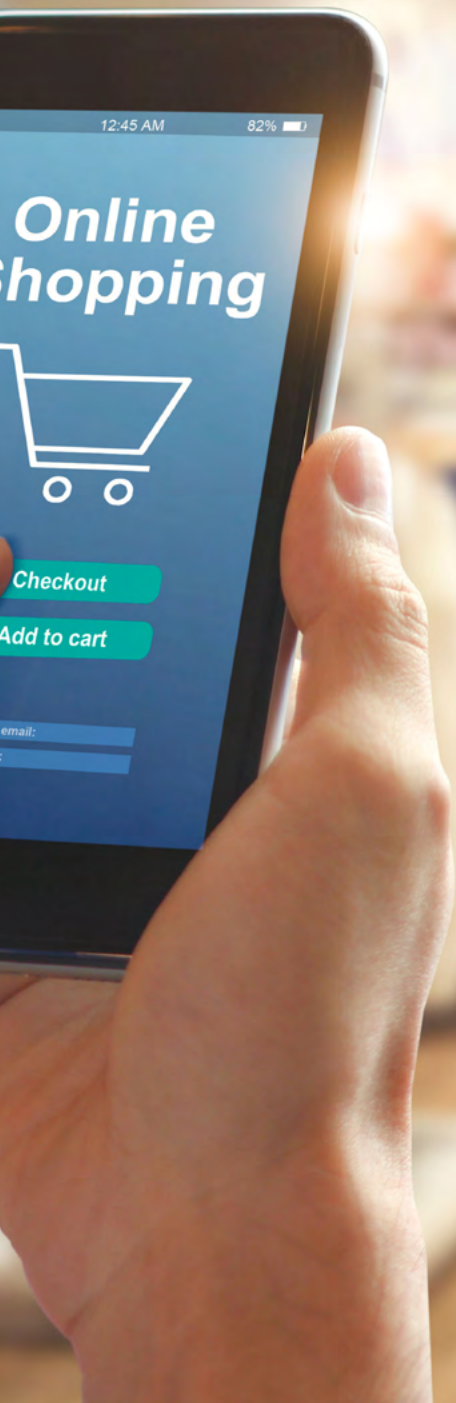
- Директор по партнерским связям в The Confidential Lab
- Автор статей о стиле жизни в блоге EITiempo.es
- Ведущая раздела моды на радиостанции esRadio
- Менеджер по редактированию моды в AMC Networks International Southern Europe
- Автор книги *"Armario Sostenible: Aprende a Comprar de Manera Consciente e Inteligente" (Устойчивый шкаф: научитесь делать покупки осознанно и разумно)*
- Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью в Университете Рей Хуан Карлос
- Специалист по связям с общественностью и продаже собственного бренда в Школе моды Лондонского университета искусств
- MBA в области делового администрирования и менеджмента от ISEM
- Курс по текстилю и устойчивой моде от REAS и социального рынка Мадрида

### Д-р Гарсия Баррига, Мария

- Доктор в области дизайна и маркетинговых данных
- Коммуникатор в телевизионной сети RTVE
- Коммуникатор в Telemadrid
- Преподаватель университета
- Автор книги «Узор вечности, создание спиральной идентичности для автоматизации модных тенденций»
- Коммуникации, маркетинг и социальные кампании, художественное наследие и цифровой маркетинг
- Главный редактор издательства Chroma Press
- Исполнительный директор по маркетингу и социальным сетям в компании Servicecom
- Редактор веб-контента в Premium Difusión, Diario Siglo XXI и Managers Magazine
- Степень доктора в области дизайна и маркетинга в Мадридском политехническом университете
- Степень бакалавра в области информационных наук, коммуникаций, маркетинга и рекламы в Мадридском университете Комплутенсе
- Последипломный курс в области маркетинга и коммуникаций в компаниях индустрии моды и роскоши в Мадридском университете Комплутенсе
- Сертифицированный специалист по анализу данных и творчеству с помощью Python, Китай
- Программа MBA *Fashion Business School* в бизнес-школе моды Университета Наварры







### **Гн Де Ривера Мендисабаль, Хавьер**

- ♦ Партнер - Rivera Consulting & Support
- ♦ Консультант по трансформации и высокоэффективной розничной торговле ActioGlobal
- ♦ Ассоциированный член Huete&Co
- ♦ Директор, генеральный директор, генеральный и финансовый директор, консультант и советник в таких компаниях, как Neck&Neck, Gocco, Textura, Tomblack, Ecoalf, Trucco, Intropia, Saga Furs, Lola Rey, Multiópticas, Silbon
- ♦ Степень бакалавра в области экономики и бизнес-исследований в Папском университете Комильяса (ICADE)
- ♦ Программа MBA в области налогообложения и налогового консультирования в Esine
- ♦ Программа консультантов от Deloitte и Spencer Stuart
- ♦ Сертификат NTL по глобальному организационному развитию
- ♦ Программа высшего менеджмента в сфере интернет-бизнеса в ISDI
- ♦ Программа сертификации по коучингу диалогов и командному коучингу в UFV
- ♦ Преподаватель в ISEM Fashion Business School
- ♦ Преподаватель в Университете Вильянуэва
- ♦ Преподаватель программ для руководителей в Esic, IE (Испания) и Университет Перу



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

# 10

## Влияние на карьеру

TECH осознает, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. По этой причине TECH создал глобальную систему, которая способствует достижению оптимальных результатов, предоставляя вам условия и стимулы, которые будут поддерживать вашу мотивацию на протяжении всей программы, чтобы ваша карьера приобрела тот обновляющий импульс, который вы ищете.



“

*Мы предоставляем в ваше распоряжение все наши ресурсы, чтобы вы могли добиться желаемого успеха в работе”*

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

Программа MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши от TECH — это интенсивная программа, которая подготовит вас к противостоянию трудностям и успешному их преодолению. Главная цель программы — поддерживать ваш личностный и профессиональный рост, помогая вам достичь успеха.

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

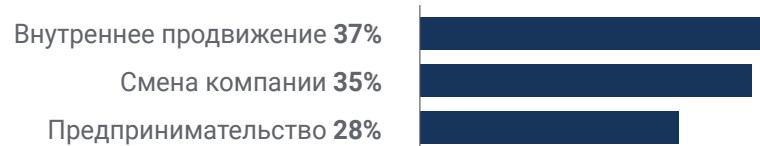
Войдите в мир MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши благодаря этой программе высочайшего академического уровня.

Рынок не ждет.  
Воспользуйтесь моментом и станьте лидером в бизнесе моды благодаря этой программе. Сейчас или никогда.

### Время перемен



### Что изменится



## Повышение заработной платы

---

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



11

# Преимущества для вашей компании

Программа MBA в области управления продажами в сфере моды и роскоши помогает полностью раскрыть талант студентов и вашей организации, специализируясь на лидерстве 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. Более того, вступление в образовательное сообщество TESH — это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.





“

*Вы узнаете, как стать движущей силой трансформации вашего бизнеса или проекта, приобретя компетенции и навыки для развития на омниканальном рынке”*

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 в индустрии моды и роскоши 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 управления продажами в индустрии моды и роскоши** содержит самую полную и современную программу на рынке.

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

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

Диплом: **Бизнес-магистратура в области MBA в области управления продажами в индустрии моды и роскоши**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



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



## Бизнес-магистратура МВА в области управления продажами в индустрии моды и роскоши

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

# Бизнес-магистратура

МВА в области управления  
продажами в индустрии  
моды и роскоши

