

Бизнес-магистратура МВА в области управления закупками





Бизнес-магистратура МВА в области управления закупками

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

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

Оглавление

01

Добро пожаловать

стр. 4

02

Почему стоит учиться
в TECH?

стр. 6

03

Почему именно наша
программа?

стр. 10

04

Цели

стр. 14

05

Компетенции

стр. 18

06

Структура и содержание

стр. 22

07

Методология

стр. 34

08

Профиль наших учащихся

стр. 42

09

Руководство курса

стр. 46

10

Влияние на карьеру

стр. 64

11

Преимущества для
вашей компании

стр. 68

12

Квалификация

стр. 72

01

Добро пожаловать

Значительная трансформация традиционной концепции закупок в современном деловом мире требует от компаний адаптации к современным требованиям и потребностям сектора, углубления и совершенствования своих услуг в различных областях, охватываемых этой дисциплиной, таких как логистика, производство, финансы, маркетинг, проекты, закупки и снабжение. В рамках этой программы TECH студенты в полной мере изучат вопросы управления бизнесом и приобретут необходимые навыки для реализации позитивных стратегий переговоров с поставщиками, а также определят финансовые последствия управления закупками для прибыльности компании. Студенты также получают доступ к 10 мастер-классам, которые проведет международный эксперт в этой области.



МВА в области управления закупками
TECH Технологический университет



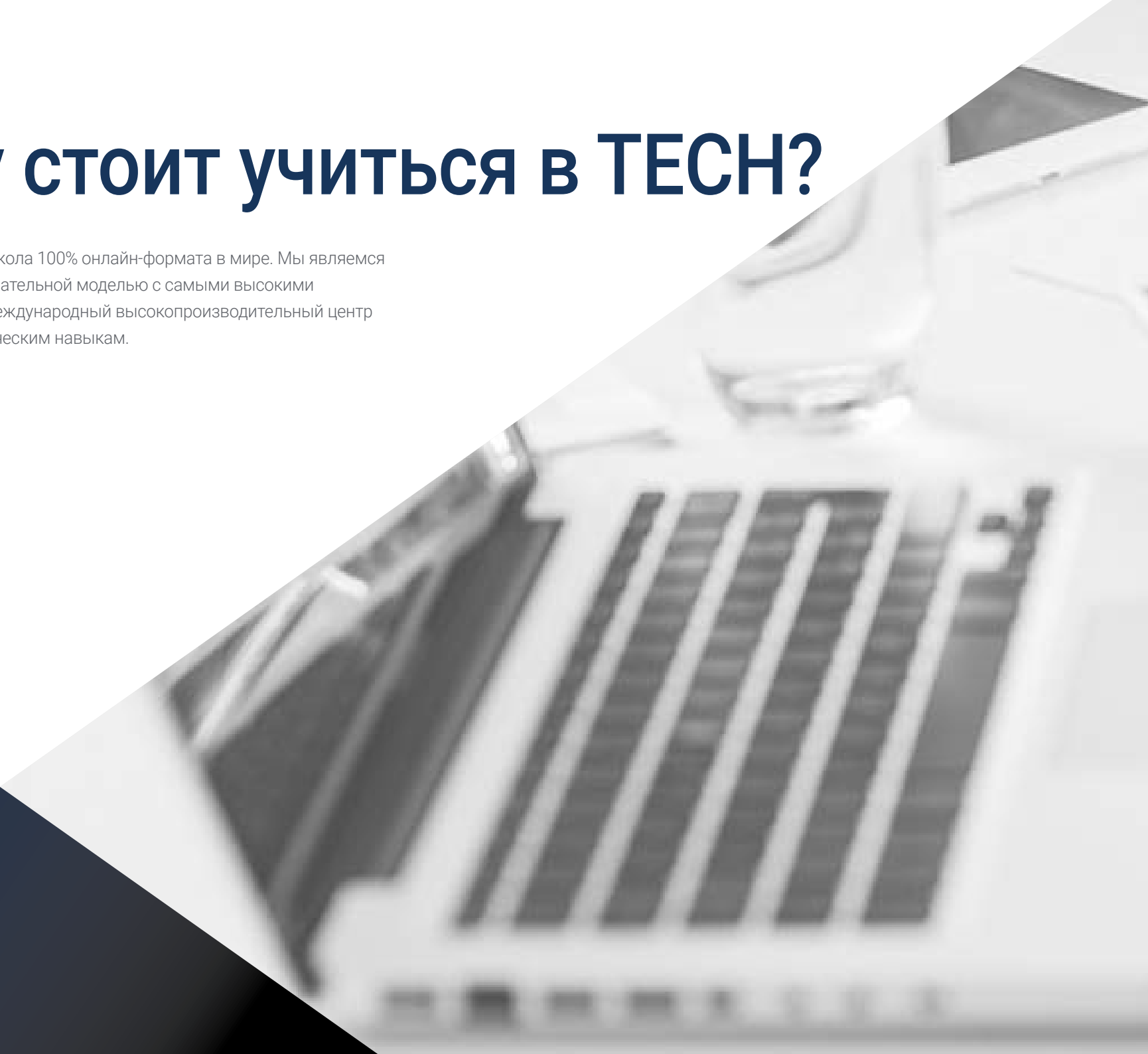
“

Не упустите возможность расширить свои навыки на мастер-классах, которые предоставит в ваше распоряжение международный руководитель, приглашенный ТЕСН для обучения этой программе”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

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



“

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

В TECH Технологическом университете



Инновации

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

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



Высокие требования

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

95%

студентов TECH успешно завершают обучение



Нетворкинг

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

100 000+

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

200+

разных национальностей



Расширение прав и возможностей

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

+500+

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



Талант

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

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



Мультикультурный контекст

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

Наши студенты представляют более 200 национальностей.

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



Анализ

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



Академическое превосходство

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



Экономия за счет масштаба

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



Учитесь у лучших

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

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



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

03

Почему именно наша програм?

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

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и вопросах личного развития, включая следующие:

01

Дать решающий толчок карьере студента

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

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

02

Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

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

Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.

03

Закрепиться в высшем руководстве предприятия

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

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

04

Брать на себя новые обязанности

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

45% наших студентов получают повышение внутри компании.

05

Получить доступ к мощной сети контактов

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

Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.

06

Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

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

20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.

07

Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

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

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

08

Стать частью эксклюзивного сообщества

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

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

04

Цели

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



“

Одна из наших основных задач – помочь вам развить необходимые навыки для стратегического управления закупками компании”

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

Бизнес-магистратура **MBA в области управления закупками** научит вас:

01

Определять политику закупок и снабжения в рамках интегрированной логистики

04

Структурировать требования в области закупок

02

Определять политику, практику и рычаги, определяющие управление закупками, а также отношения между клиентами и поставщиками



03

Использовать наиболее подходящие инструменты закупок для выбора и оценки лучших поставщиков

05

Реализовывать план по повышению производительности и снижению затрат

06

Оценивать и измерять результаты путем определения ключевых показателей

08

Составлять стратегический план отдела закупок

09

Определить финансовые последствия управления закупками для прибыльности компании

07

Разрабатывать стратегии ведения переговоров, обеспечивающие стабильные и позитивные отношения с поставщиками

10

Приобрести лидерские навыки, которые позволят специалистам более свободно развивать свою профессиональную деятельность



05

Компетенции

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



“

Навыки, которые вы приобретете после завершения этой программы, позволят вам добиться желаемого профессионального успеха”

01

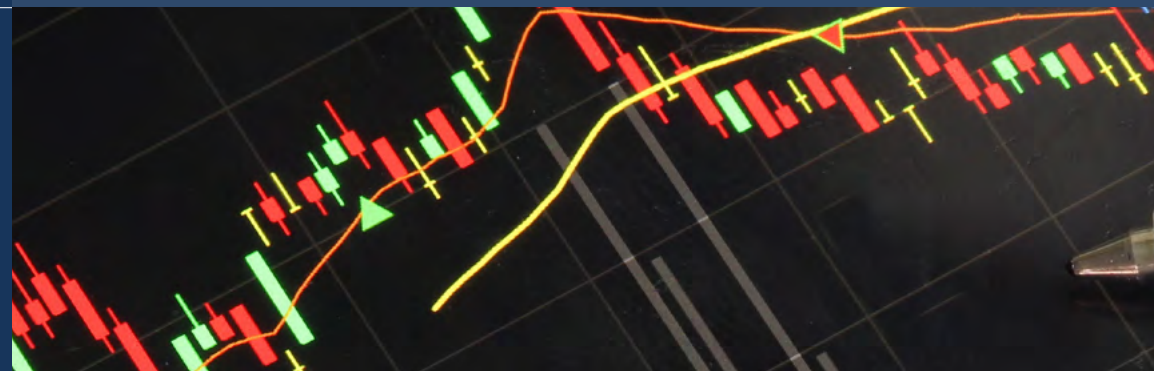
Провести финансовую диагностику компании

04

Понимать важность аудита в процессе закупок и снабжения компании

02

Провести анализ рынка, чтобы понять положение компании и ее конкурентов



03

Улучшить процессы закупок и поиска поставщиков

05

Понимать компанию и логистический процесс с точки зрения международного стратегического видения

06

Осуществлять и руководить проведением и аудитом закупок

08

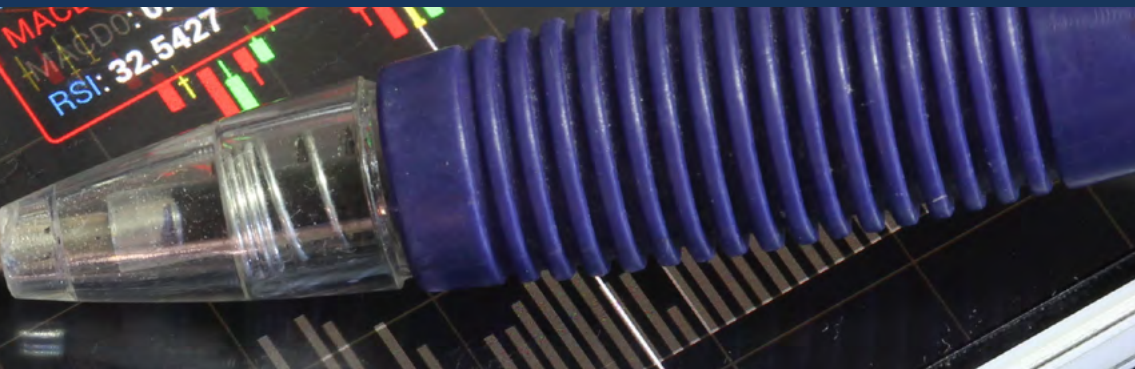
Планировать международную логистику, которая повысит прибыль компании

09

Применять самые высокие стандарты качества во всех процессах и проектах

07

Искать и выбирать наиболее подходящих поставщиков для компании



06

Структура и содержание

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

Программа, рассчитана на 12 месяцев и призвана стать уникальным и полезным опытом, который заложит основы вашего профессионального успеха, всегда стремясь к постоянному совершенствованию вашей подготовки.



“

Усилия на уровне образования будут вознаграждены на профессиональном уровне. Вот почему вы всегда должны стремиться обновлять свои знания”

Учебный план

MBA в области управления закупками в ТЕСН Технологический университет – это интенсивная программа, которая готовит студентов к принятию решений в сфере делового общения. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 2700 часов обучения студент будет анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, добиваясь превосходного знания предмета, которое сможет впоследствии применять в своей повседневной работе. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Эта программа углубленно рассматривает различные сферы деятельности компании и предназначена для специализации менеджеров, понимающих управление закупками со стратегической и инновационной точек зрения.

План, разработанный для студентов, ориентированный на их профессиональное совершенствование и готовящий их к достижению высоких результатов в области управления бизнесом и администрирования. Это программа, которая понимает потребности студентов и потребности компании, которая предлагает инновационное содержание, основанное на последних тенденциях, подкрепленное лучшей образовательной методикой и исключительным преподавательским составом, которая даст вам навыки творческого и эффективного решения критических ситуаций.

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

- Модуль 1.** Менеджмент и лидерство
- Модуль 2.** Логистика и экономический менеджмент
- Модуль 3.** Исследование рынка
- Модуль 4.** Функция закупок и снабжения
- Модуль 5.** Стратегическое управление закупками
- Модуль 6.** Управление взаимоотношениями с поставщиками
- Модуль 7.** Управление проектами и качеством для покупателей
- Модуль 8.** Социально-экологическое воздействие
- Модуль 9.** Глобальный сорсинг
- Модуль 10.** Производительность и аудит
- Модуль 11.** Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
- Модуль 12.** Управление персоналом и талантами
- Модуль 13.** Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг
- Модуль 14.** Управленческий менеджмент

Где, когда и как учиться?

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

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



Модуль 1. Менеджмент и лидерство

1.1. Общий менеджмент

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

1.2. Стратегическое управление

- 1.2.1. Определить стратегическую позицию: Миссия, видение и ценности
- 1.2.2. Развитие нового бизнеса
- 1.2.3. Рост и консолидация компании

1.3. Конкурентные стратегии

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

1.4. Корпоративная стратегия

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

1.5. Планирование и стратегия

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

1.6. Управление талантами

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

1.7. Развитие менеджмента и лидерства

- 1.7.1. Лидерство и стили лидерства
- 1.7.2. Воля
- 1.7.3. Эмоциональный интеллект
- 1.7.4. Эффективные совещания

1.8. Управление изменениями

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

1.9. Переговоры

- 1.9.1. Кросс-культурные переговоры
- 1.9.2. Подходы к ведению переговоров
- 1.9.3. Эффективные методы ведения переговоров
- 1.9.4. Реструктуризация

Модуль 2. Логистика и экономический менеджмент

2.1. Финансовая диагностика

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

2.2. Экономический анализ решений

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

2.3. Оценка инвестиций и управление портфелем

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

2.4. Финансовый менеджмент для управления закупками

- 2.4.1. Мультипликативный эффект от покупок на прибыль
- 2.4.2. Экономическая эффективность и снижение затрат
- 2.4.3. Альтернативная стоимость активов

2.5. Экономический контроль закупок

- 2.5.1. KPI, ключевые показатели управления закупками
- 2.5.2. Влияние правильного управления KPI на общие затраты
- 2.5.3. Оценочный лист контроля экономики и закупок

2.6. Управление складом, запасами и логистикой

- 2.6.1. Управление закупочной логистикой
- 2.6.2. Управление запасами
- 2.6.3. Управление складом

2.7. Управление цепями поставок

- 2.7.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
- 2.7.2. Изменение структуры спроса
- 2.7.3. Изменение стратегии операций

2.8. Логистические процессы

- 2.8.1. Организация и управление процессами.
- 2.8.2. Закупки, производство, распределение
- 2.8.3. Качество, затраты на качество и инструменты
- 2.8.4. Послепродажное обслуживание

2.9. Логистика и клиенты

- 2.9.1. Анализ спроса и прогнозирование
- 2.9.2. Прогнозирование и планирование продаж
- 2.9.3. Совместное планирование прогнозирование и замена

2.10. Международная логистика

- 2.10.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
- 2.10.2. Методы и средства международных платежей

- 2.10.3. Международные логистические платформы

Модуль 3. Исследование рынка**3.1. Новая конкурентная среда**

- 3.1.1. Технологические инновации и экономическое воздействие
- 3.1.2. Общество знаний
- 3.1.3. Новый профиль потребителя

3.2. Методы и приемы количественных исследований

- 3.2.1. Переменные и шкалы измерения
- 3.2.2. Источники информации
- 3.2.3. Методы отбора проб
- 3.2.4. Обработка и анализ данных

3.3. Методы и приемы количественных исследований

- 3.3.1. Прямые методы: фокус-группа
- 3.3.2. Антропологические методы
- 3.3.3. Косвенные методы
- 3.3.4. Two face mirror и метод Дельфи

3.4. Сегментация рынка

- 3.4.1. Типологии рынков
- 3.4.2. Концепция и анализ спроса
- 3.4.3. Сегментация и критерии
- 3.4.4. Определение целевой аудитории

3.5. Типы покупательского поведения

- 3.5.1. Сложное поведение
- 3.5.2. Поведение, уменьшающее диссонанс
- 3.5.3. Разнообразное поисковое поведение
- 3.5.4. Типичное покупательское поведение

3.6. Информационные системы в маркетинге

- 3.6.1. Концептуальные подходы к маркетинговой информационной системе
- 3.6.2. Хранилище данных и datamining
- 3.6.3. Системы географической информации

3.7. Управление исследовательскими проектами

- 3.7.1. Инструменты анализа информации
- 3.7.2. Разработка плана управления ожиданиями
- 3.7.3. Оценка реализуемости проектов

3.8. Маркетинговая разведка

- 3.8.1. Большие данные
- 3.8.2. Пользовательский опыт
- 3.8.3. Применение методик

Модуль 4. Функция закупок и снабжения**4.1. Закупки и цепочка создания стоимости**

- 4.1.1. Миссия, цель и структура отдела закупок и снабжения
- 4.1.2. Основные компоненты отдела закупок
- 4.1.3. Закупки и логистические потоки компании
- 4.1.4. Управление показателями, система показателей

4.2. Разработка стратегии закупок

- 4.2.1. Спецификации закупок
- 4.2.2. Управление квитанциями, заказами и накладными
- 4.2.3. Управление инцидентами и запасами

4.3. Анализ цен, затрат и стоимости покупки

- 4.3.1. Категорийный менеджмент
- 4.3.2. Системы RFP и RFQ
- 4.3.3. Международные индексы ценообразования
- 4.3.4. Динамическое ценообразование

4.4. Управление рисками в сфере закупок

- 4.4.1. Характер риска
- 4.4.2. Риски на рынке поставок
- 4.4.3. Страхование
- 4.4.4. Ценовые риски, волатильность

4.5. Электронные закупки

- 4.5.1. Электронный бизнес и электронный сорсинг
- 4.5.2. Аукционы и обратные аукционы
- 4.5.3. Стоимость применения и наиболее часто используемые системы
- 4.5.4. Электронные закупки

4.6. Закупки в различных отраслях промышленности и секторах

- 4.6.1. Приобретение услуг
- 4.6.2. Приобретение товаров для оборудования
- 4.6.3. Приобретение мерчандайзинга, маркетинга, рекламы
- 4.6.4. ИТ, транспорт и другие сектора
- 4.6.5. Закупки в государственном секторе

Модуль 5. Стратегическое управление закупками

5.1. Стратегическое управление закупками 5.1.1. Новые задачи в области закупок, сорсинга и управления закупками 5.1.2. Роль закупок в компании и в цепочке поставок 5.1.3. Функция закупок как поставщика ресурсов	5.2. Бережливое управление в процессах закупок 5.2.1. Бережливая покупка 5.2.2. Аутсорсинг в SCM 5.2.3. Бережливое снабжение	5.3. Дизайн стратегии закупок 5.3.1. Аутсорсинг 5.3.2. Аутсорсинг процессов 5.3.3. Глобализация 5.3.4. Релокализация	5.4. Аутсорсинг - Инсорсинг 5.4.1. Модели и процессы закупок 5.4.2. Модели сегментации 5.4.3. Роль электронных закупок
5.5. Стратегические закупки 5.5.1. Выбор поставщика и стратегия 5.5.2. Получение стоимости от стратегического сорсинга 5.5.3. Логистические операторы в сфере закупок	5.6. Проектирование и управление складом 5.6.1. Передовое проектирование складов 5.6.2. Комплектование и сортировка 5.6.3. Управление материальными потоками	5.7. Бережливый склад 5.7.1. Основы бережливого склада 5.7.2. Системы управления запасами 5.7.3. Радиочастоты в проектировании складов	5.8. Управление транспортом и дистрибуцией 5.8.1. Координация между транспортировкой и хранением 5.8.2. Зоны логистической деятельности, ZAL
5.9. Внутренняя логистика 5.9.1. Расчет требований 5.9.2. Типология складов в системе JIT 5.9.3. Поставки DOUKI SEISAN 5.9.4. Бережливое обращение с материалами			

Модуль 6. Управление взаимоотношениями с поставщиками

6.1. Планирование поиска поставщиков 6.1.1. Разработка процесса предложения и критериев 6.1.2. Определение потенциальных поставщиков 6.1.3. Выбор поставщиков	6.2. Критерии выбора поставщиков 6.2.1. Экономические критерии 6.2.2. Критерии качества 6.2.3. Другие критерии	6.3. Управление взаимоотношениями с поставщиками 6.3.1. Этика взаимоотношений 6.3.2. Планирование найма персонала 6.3.3. Закупка услуг	6.4. Интеграция поставщиков в цепочку создания стоимости 6.4.1. Фазы процесса интеграции 6.4.2. Риски и параметры контроля 6.4.3. Мониторинг 6.4.4. Нарушение интеграции
6.5. Управление и администрирование контрактов 6.8.1. Переговоры и реализация 6.8.2. Мониторинг и контроль результатов 6.8.3. Прекращение действия контракта			

Модуль 7. Управление проектами и качеством для покупателей

7.1. Бережливое управление 7.1.1. Основные принципы бережливого управления 7.1.2. Группы по совершенствованию и решению проблем 7.1.3. Новые формы технического обслуживания и управления качеством	7.2. Бережливые инструменты для управления проектами 7.2.1. Инструменты улучшения качества 7.2.2. Инструменты улучшения затрат 7.2.3. Инструменты улучшения сроков 7.2.4. Инструменты повышения вовлеченности персонала	7.3. Практическое применение бережливого управления: основные принципы и правила 7.3.1. Выявление отходов в сфере закупок и снабжения 7.3.2. Практическое применение 4 правил бережливого управления 7.3.3. Уникальное определение подпроцессов по SIPOC	7.4. Lean Six Sigma в процессах закупок 7.4.1. Максимизация стоимости с помощью подхода к совершенствованию DMAIC 7.4.2. Диагностика возможностей процесса и потенциала улучшения 7.4.3. Использование показателей процесса и результатов в закупках
7.5. Управление качеством в проектах 7.5.1. Планирование проекта по основе требований и спецификаций 7.5.2. Требования клиентов и оценка конкурентоспособности 7.5.3. Цели, взаимосвязи и корреляции 7.5.4. Модальный анализ отказов и последствий	7.6. Всеобщее управление качеством и передовое управление проектами 7.6.1. Всеобщее управление качеством 7.6.2. Шесть сигм (Six Sigma) как глобальная система управления бизнесом 7.6.3. Модель EFQM	7.7. Карта цепочки создания стоимости в процессах закупок 7.7.1. Определение конкретных целей по улучшению 7.7.2. Корректировка и балансировка процессов с целью сокращения нестоимостного времени и оптимизации ресурсов	

Модуль 8. Социально-экологическое воздействие

8.1. Корпоративная социальная ответственность 8.1.1. Стратегическое видение корпоративной социальной ответственности 8.1.2. Системы и модели для реализации КСО 8.1.3. Организация КСО 8.1.4. Роли и обязанности	8.2. SCM и корпоративная ответственность 8.2.1. Создание стоимости в экономике нематериальных активов 8.2.2. КСО: Корпоративная ответственность 8.2.3. Социальное, экологическое и экономическое воздействие	8.3. Ответственное финансирование и инвестиции 8.3.1. Прозрачность информации 8.3.2. Ответственное финансирование и инвестиции 8.3.3. Социальная экономика, кооперативизм и корпоративная социальная ответственность	8.4. Бизнес и окружающая среда 8.4.1. Устойчивое развитие 8.4.2. Реакция бизнеса на экологические проблемы 8.4.3. Отходы и выбросы
8.5. Системы и инструменты ответственного управления 8.5.1. Системы управления социальной ответственностью 8.5.2. Системы менеджмента качества, охраны окружающей среды, охраны труда и техники безопасности 8.5.3. Аудиты			

Модуль 9. Глобальный сорсинг

9.1. Глобальная экономическая среда

- 9.1.1. Основы глобальной экономики
- 9.1.2. Глобализация бизнеса и финансовых рынков
- 9.1.3. Рост и развитие на развивающихся рынках
- 9.1.4. Международная валютная система

9.2. Адаптация закупок к глобальному снабжению

- 9.2.1. Структура закупок
- 9.2.2. Потребность в новых навыках
- 9.2.3. Посредники

9.3. Управление импортом

- 9.3.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
- 9.3.2. Международные торговые институты и соглашения
- 9.3.3. Управление предприятием и международные закупки

9.4. Международная логистика распределения

- 9.4.1. Международные логистические платформы
- 9.4.2. Оператор международных перевозок
- 9.4.3. Узлы связи и распределения

9.5. Инкотермс и международный документооборот

- 9.5.1. Экспорт или развертывание
- 9.5.2. Агентский договор, договор о дистрибуции и договор о международных продажах и закупках
- 9.5.3. Промышленная и интеллектуальная собственность
- 9.5.4. Классификация тарифов

9.6. Методы и средства международных платежей

- 9.6.1. Выбор средств платежа
- 9.6.2. Документарный аккредитив
- 9.6.3. Банковская гарантия и документарный аккредитив

9.7. Международная бережливая логистика

- 9.7.1. Основы бережливого производства с применением в международной логистике
- 9.7.2. Основные последствия и требования
- 9.7.3. Другие методологии совершенствования процессов

Модуль 10. Производительность и аудит

10.1. Общие аспекты показателей эффективности бизнеса

- 10.1.1. Функции показателей управления
- 10.1.2. Система сбалансированных показателей и Balance Score Card
- 10.1.3. Показатели логистики

10.2. Показатели закупок исходных материалов

- 10.2.1. Показатели результативности
- 10.2.2. Экономические показатели
- 10.2.3. Внутренние показатели взаимоотношений с клиентами
- 10.2.4. Показатели эффективности закупок
- 10.2.5. Показатели производительности закупок
- 10.2.6. Цели закупок

10.3. Показатели закупок услуг

- 10.3.1. Экономические показатели
- 10.3.2. Показатели эффективности закупок
- 10.3.3. Показатели результативности
- 10.3.4. Показатели взаимоотношений
- 10.3.5. Внутренние показатели взаимоотношений с клиентами

10.4. Другие показатели

- 10.4.1. Показатели эффективности
- 10.4.2. Показатели производительности команды по закупкам

10.5. Аудит закупок

- 10.5.1. Цели аудита
- 10.5.2. Сфера аудита контроля закупок
- 10.5.3. Внутренние аудиты, обучение, политики и процедуры подрядчиков

10.6. Бенчмаркинг в управлении закупками

- 10.6.1. Виды бенчмаркинга
- 10.6.2. Бенчмарк на рынке
- 10.6.3. Достижения и преимущества применения бенчмаркинга в отделе закупок
- 10.6.4. Измерение бенчмаркинга

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. Деловая этика

- 11.4.1. Этика и мораль
- 11.4.2. Деловая этика
- 11.4.3. Лидерство и этика в компаниях

11.5. Устойчивость

- 11.5.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 11.5.2. Повестка дня на 2030 год
- 11.5.3. Устойчивые предприятия

11.6. Корпоративная социальная ответственность

- 11.6.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 11.6.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
- 11.6.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

11.7. Системы и инструменты ответственного управления

- 11.7.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
- 11.7.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
- 11.7.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 11.7.4. Международные ярмарки КСО

11.8. Транснациональные компании и права человека

- 11.8.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
- 11.8.2. Транснациональные компании и международное право
- 11.8.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

11.9. Правовое регулирование и корпоративное управление

- 11.9.1. Международные стандарты импорта и экспорта
- 11.9.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
- 11.9.3. 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. Воля

- 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. Управленческая коммуникация

- 12.7.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
- 12.7.2. Департаменты коммуникации
- 12.7.3. Менеджер по коммуникациям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям

12.8. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

- 12.8.1. Производительность
- 12.8.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 13. Коммерческий менеджмент, стратегический маркетинг и корпоративные коммуникации

13.1. Управление продажами

- 13.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
- 13.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
- 13.1.3. Роль коммерческих менеджеров

13.2. Маркетинг

- 13.2.1. Концепция маркетинга
- 13.2.2. Основы маркетинга
- 13.2.3. Маркетинговая деятельность компании

13.3. Управление стратегическим маркетингом

- 13.3.1. Концепция стратегического маркетинга
- 13.3.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
- 13.3.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования

13.4. Цифровой маркетинг и электронная коммерция

- 13.4.1. Цели цифрового маркетинга и электронной коммерции
- 13.4.2. Цифровой маркетинг и средства массовой информации, которые он использует
- 13.4.3. Электронная коммерция. Общий контекст
- 13.4.4. Категории электронной коммерции
- 13.4.5. Преимущества и недостатки *электронной коммерции* по сравнению с традиционной торговлей

13.5. Цифровой маркетинг для укрепления бренда

- 13.5.1. Онлайн-стратегии для улучшения репутации вашего бренда
- 13.5.2. *Брендингованный контент и сторителлинг*

13.6. Цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов

- 13.6.1. Стратегии лояльности и вовлечения через интернет
- 13.6.2. *Управление взаимоотношениями с посетителями*
- 13.6.3. Гиперсегментация

13.7. Управление цифровыми кампаниями

- 13.7.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
- 13.7.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
- 13.7.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний

13.8. Стратегия продаж

- 13.8.1. Стратегия продаж
- 13.8.2. Методы продаж

13.9. Корпоративная коммуникация

- 13.9.1. Понятие
- 13.9.2. Важность коммуникации в организации
- 13.9.3. Тип коммуникации в организации
- 13.9.4. Функции коммуникации в организации
- 13.9.5. Элементы коммуникации
- 13.9.6. Проблемы коммуникации
- 13.9.7. Сценарии коммуникации

13.10. Коммуникация и цифровая репутация

- 13.10.1. Онлайн-репутация
- 13.10.2. Как измерить цифровую репутацию?
- 13.10.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
- 13.10.4. Отчет о репутации в Интернете
- 13.10.5. *Брендинг онлайн*

Модуль 14. Управленческий менеджмент**14.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней**

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

14.2. Управление операциями

14.2.1. Важность управления
14.2.2. Цепочка создания стоимости
14.2.3. Управление качеством

14.3. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей

14.3.1. Межличностная коммуникация
14.3.2. Коммуникативные навыки и влияние
14.3.3. Барьеры коммуникации

14.4. Средства личной и организационной коммуникации

14.4.1. Межличностная коммуникация
14.4.2. Инструменты межличностной коммуникации
14.4.3. Коммуникация в организации
14.4.4. Инструменты в организации

14.5. Кризисная коммуникация

14.5.1. Кризис
14.5.2. Фазы кризиса
14.5.3. Сообщения: содержание и моменты

14.6. Подготовка кризисного плана

14.6.1. Анализ потенциальных проблем
14.6.2. Планирование
14.6.3. Адекватность персонала

14.7. Эмоциональный интеллект

14.7.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
14.7.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
14.7.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация

14.8. Личный брендинг

14.8.1. Стратегии развития личного бренда
14.8.2. Законы личного брендинга
14.8.3. Инструменты для создания личного бренда

14.9. Лидерство и управление командой

14.9.1. Лидерство и стили лидерства
14.9.2. Возможности и проблемы лидеров
14.9.3. Управление процессами изменений
14.9.4. Управление мультикультурными командами

07

Методология

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

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





“

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

Бизнес-школа ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

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

“

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



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



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

Инновационный и отличный от других метод обучения

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

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

“

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

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

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

Методология *Relearning*

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Учебный материал

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

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



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



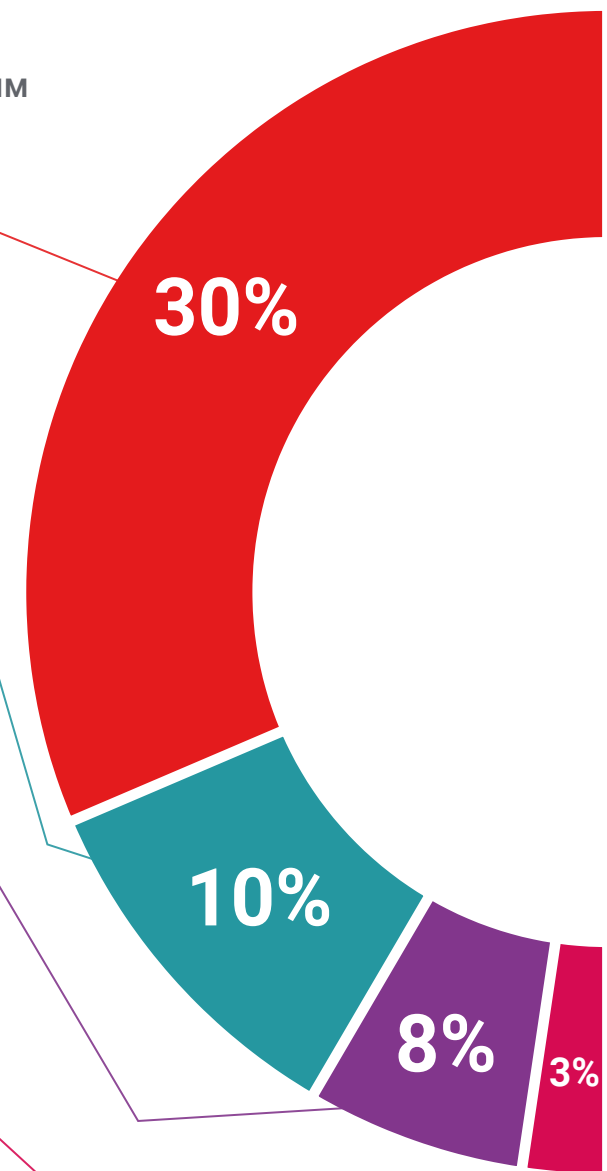
Практика управленческих навыков

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



Дополнительная литература

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





Метод кейсов

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



Интерактивные конспекты

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

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



Тестирование и повторное тестирование

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



08

Профиль наших учащихся

Программа MBA по управлению закупками предназначена для профессионалов, специализирующихся на управлении бизнесом, которые хотят обновить свои знания в этой области и продвинуться в своей профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



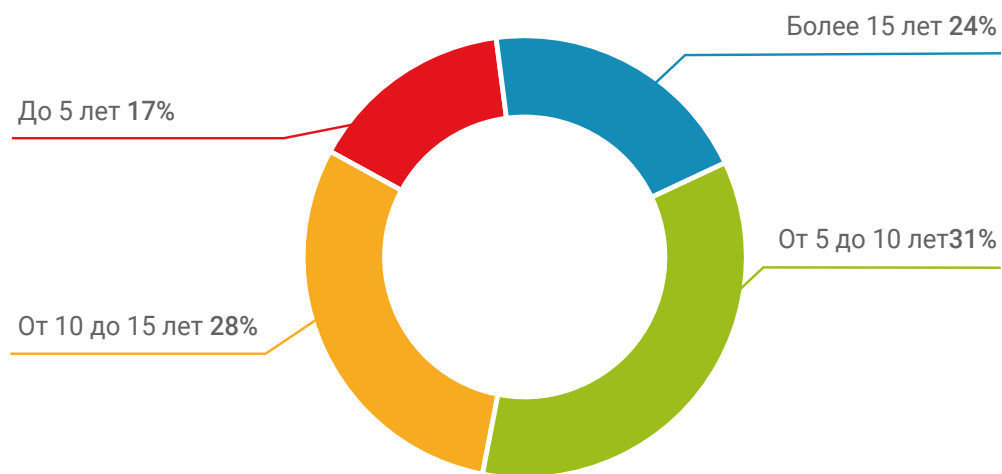
““

Если вы хотите получить специализацию, чтобы добиться дальнейшего развития своей карьеры, продолжая при этом работать, то эта программа для вас”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



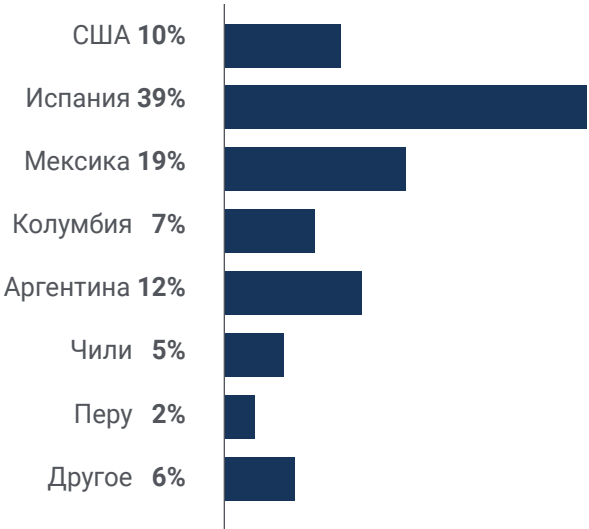
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Сантос Родригес

Менеджер по закупкам международной компании

"После завершения этой программы ТЕСН я понял новые концепции и стратегии в области MBA по управлению закупками, которые я не изучал во время обучения в бакалавриате. Вот почему полезно продолжать обучение по специализированным программам, чтобы быть в курсе основных событий в отрасли"

09

Руководство курса

ТЕСН поддерживает постоянное стремление к академическому совершенству. По этой причине на каждой из программ работают преподаватели высочайшего уровня. Эти специалисты имеют большой опыт работы в своих профессиональных областях и в то же время добились значительных результатов в своих эмпирических исследованиях и практической работе. Кроме того, эти специалисты играют ведущую роль в разработке университетской программы, поскольку они отвечают за отбор наиболее актуальных и инновационных материалов для включения в учебный план. В то же время они участвуют в разработке многочисленных мультимедийных ресурсов высокой педагогической ценности.



“

*Специалисты, преподающие
эту программу, имеют большой
опыт и лучшие результаты в
области управления закупками”*

Приглашенный руководитель международного уровня

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

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

Аренс также занимал должность **менеджера по продажам** в Дублине, Ирландия. На этой должности он за три года сформировал команду из 4-14 человек и привел отдел продаж к достижению результатов и эффективному взаимодействию друг с другом и межфункциональными группами. Он также работал старшим отраслевым аналитиком в Гамбурге (Германия), создавая сторилайны для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. 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

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

“

*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 руководящие должности 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

“

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

Приглашенный руководитель международного уровня

Роми Арман является известным международным экспертом с более чем двадцатилетним опытом работы в области **цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга**. На протяжении всей своей карьеры он не раз шел на риск и постоянно **выступал за инновации и изменения** в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. 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? TECH предлагает вам самый актуальный контент на академическом рынке, разработанный настоящими экспертами международного уровня”

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

“

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

Приглашенный руководитель международного уровня

Скотт Стивенсон – выдающийся эксперт в области цифрового маркетинга, который уже более 19 лет связан с одной из самых влиятельных компаний в индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. В этой должности он играл ключевую роль в контроле за логистикой и творческими процессами на различных цифровых платформах, включая социальные, поисковые, дисплейные и линейные медиа.

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

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

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



Г-н Стивенсон, Скотт

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

“

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

Приглашенный руководитель международного уровня

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

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

Найквист также внес значительный вклад в развитие ведущих спортивных франшиз Чикаго. Будучи исполнительным вице-президентом клубов **Chicago Bulls** и **Chicago White Sox**, он продемонстрировал свою способность добиваться делового и стратегического успеха в мире профессионального спорта.

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



Д-р Найквист, Эрик

- Директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент по стратегическому планированию NASCAR
- Старший директор по деловым вопросам NASCAR
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago White Sox
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago Bulls
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бут Чикагского университета
- Степень бакалавра по международной экономике в Карлтонском колледже

“

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

10

Влияние на карьеру

ТЕСН осознает, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста. По этой причине в ТЕСН Технологический университет мы предоставляем в ваше распоряжение все наши ресурсы, чтобы вы могли получить подготовку, необходимую для продолжения процесса обучения, и, прежде всего, чтобы вы могли добиться желаемого успеха в работе.



“

Наша главная задача — помочь вам добиться успеха в работе, поэтому мы выступаем за качество и профессионализм”

Добейтесь профессионального роста за короткое время благодаря этой качественной специализации, предлагаемой ТЕСН Технологический университет.

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

Программа MBA в области управления закупками от ТЕСН – это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению проблем и принятию решений на бизнес-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.

Погрузитесь в изучение этой комплексной магистерской программы и получите то повышение, которого вы так долго ждали.

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 закупками способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой академической программы позволит совершенствоваться не только на личном, но 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.



““

Узнайте о самых эффективных стратегиях для МВА в области управления закупками и применяйте их в своей повседневной работе”

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 руководства закупками гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



““

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

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

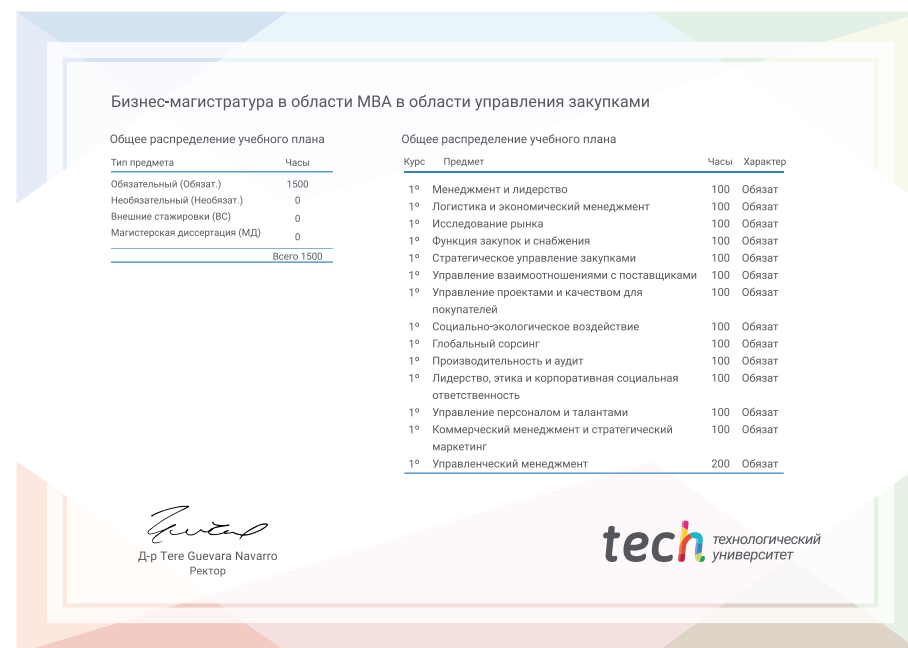
После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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 закупками**

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 закупками

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

Бизнес-магистратура

МВА в области управления закупками