

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент  
креативных индустрий



**tech** технологический  
университет

## Профессиональная магистерская специализация Высший менеджмент креативных индустрий

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: [www.techtute.com/ru/videogames-design/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-creative-industries](http://www.techtute.com/ru/videogames-design/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-creative-industries)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Компетенции

---

стр. 14

04

Руководство курса

---

стр. 18

05

Структура и содержание

---

стр. 26

06

Методология

---

стр. 40

07

Квалификация

---

стр. 48

# 01

# Презентация

Креативные индустрии начинают завоевывать свою нишу на международном рынке как самостоятельная дисциплина. Эти компании, ориентированные на инновации, являются частью повседневной жизни потребителей, особенно во время их досуга, как это происходит, например, с компаниями, производящими видеоигры. Однако их рост стал настолько головокружительным, что им нужны не только лучшие креативные команды, но и лучшие менеджеры. По этой причине TECH предлагает профессионалам сектора эту академическую программу, в рамках которой они смогут получить специализацию в области высшего менеджмента, чтобы достичь этого планового и устойчивого роста, приносящего пользу всей компании.







“

*Управляйте вашей компанией  
видеоигр с креативной,  
инновационной и международной  
точки зрения, улучшайте результаты и  
повышайте благосклонность публики”*

Индустрия видеоигр, как креативный сектор, приобретает большой вес в обществе. Все большее количество людей наслаждаются этим досугом и следят за новейшими разработками, поскольку эта индустрия настолько важна во всем мире, что приносит миллионы в качестве экономического сектора, охватывая тысячи домов каждый день. Экспоненциальный рост этой индустрии, который, как ожидается, будет продолжаться, делает ее одним из самых процветающих секторов экономики. В связи с этим профессионалам необходимо специализироваться не только в вопросах креативности, инноваций и новых инструментов, применяемых в дизайне видеоигр, но и пройти необходимую подготовку по бизнес-материалам.

Таким образом, профессионалы, желающие начать свой собственный бизнес или непосредственно управлять одной из основных компаний в этом секторе, таких как Sony, Nintendo или Ubisoft, найдут в этой Профессиональной магистерской специализации уникальную возможность научиться руководить компаниями такого типа, приобретая специализированные знания в области *делового администрирования* и креативных индустрий, которые станут основополагающими для их профессионального роста. В этом смысле такие аспекты, как исполнительный *менеджмент*, логистика или управление персоналом, коммерческий и *маркетинговый* менеджмент или информационные системы, объединены в этом комплексном учебном плане с наиболее креативными аспектами, такими как *брендинг*, методология *Futures Thinking*, новые продукты и креативные компании или предпринимательство в данном секторе.

Это делает данную программу одной из самых важных на современной академической сцене. Уникальная специализация, которая фокусируется на самых практических аспектах преподавания, так что студенты получают доступ к множеству ресурсов, с помощью которых они могут учиться так, как будто они сталкиваются с реальными ситуациями, имея возможность комфортно закрепить теоретические концепции. Кроме того, они получают более высокую квалификацию и смогут применить свои знания в повседневной практике, сумев управлять производством видеоигр для достижения своих целей и формирования позиции лидера в секторе. Кроме того, одним из главных преимуществ этой программы является то, что обучение будет проходить на 100% в режиме онлайн, без необходимости поездок или составления определенного расписания, поэтому сами студенты смогут самостоятельно управлять своей учебой, планируя свой график и темп обучения, с возможностью совмещать его с остальными повседневными обязанностями.

Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий** содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ◆ Разработка практических кейсов, представленных специалистами в области видеоигр
- ◆ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет теоретические и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- ◆ Практические упражнения для оценки самого себя, самоконтроля и улучшения успеваемости
- ◆ Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области управления креативными индустриями
- ◆ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ◆ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в Интернет



*Растущая конкуренция в индустрии видеоигр заставляет профессионалов совершенствовать свои деловые навыки, чтобы увеличить прибыль"*

“

*Эта программа представляет собой идеальное сочетание управления бизнесом и образования в области креативных индустрий, позволяя вам получить глубокие знания рынка и добиться максимальной прибыли для вашей компании"*

В преподавательский состав программы входят профессионалы в области видеоигр, которые вносят свой опыт работы в эту программу, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит профессионалам проходить обучение в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, основанный на обучении в реальных ситуациях.

В центре внимания этой программы - проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого студент должен попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие в течение учебного года. Для этого практикующему будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, созданная известными и опытными специалистами.

*Крупные компании по производству видеоигр полагаются на профессионалов в области бизнеса для управления своей бухгалтерией. Вы сможете заниматься всем креативным процессом, а также контролировать управление бизнесом.*

*Руководите успешными проектами по разработке видеоигр, которые ежегодно входят в число самых продаваемых.*





# 02

## Цели

Главная цель этой Профессиональной магистерской специализации ТЕСН - предложить профессионалам видеоигр ту высочайшую подготовку, которая позволит им создать свой собственный креативный бизнес или возглавить проекты крупных компаний по производству видеоигр. Таким образом, благодаря этой программе студенты получают подготовку, которая позволит им руководить всеми подразделениями своей компании, достигая абсолютного понимания ценности каждого из них и синергии, которую необходимо осуществлять для успеха бизнеса.





“

*Ваше руководство будет иметь решающее значение для успеха видеоигр вашей компании”*



## Общие цели

---

- ◆ Разработать лидерские качества, необходимые для управления бизнесом
- ◆ Ознакомиться и научиться управлять экономико-финансовыми сферами деятельности компании
- ◆ Приобрести знания о новых креативных индустриях
- ◆ Ознакомиться с нормативными актами, влияющими на креативные и нематериальные продукты, такие как законодательство об интеллектуальной и промышленной собственности или о рекламе
- ◆ Понять процесс создания и эволюции бренда
- ◆ Использовать соответствующие методы маркетинга и рекламы для доведения продукции до целевой аудитории

“

*Прохождение этой  
Профессиональной магистерской  
специализации позволит вам  
понять процесс создания бренда.  
Успешно пройдите эту программу  
и создайте свою собственную  
бизнес-идею в области видеоигр”*





## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- ♦ Развить ключевые лидерские качества, которые должны определять профессионалов своего дела
- ♦ Приобрести навыки коммуникации, необходимые бизнес-лидеру для того, чтобы его послание было услышано и понято членами его сообщества

### Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- ♦ Определять последние тенденции в управлении бизнесом, принимая во внимание глобализированную среду, которая определяет критерии высшего менеджмента
- ♦ Развивать необходимые навыки для стратегического управления деловой деятельностью
- ♦ Уметь разрабатывать все фазы бизнес-идеи: дизайн, технико-экономический план, исполнение, мониторинг и т.д

### Модуль 3. Управление людьми и управление талантами

- ♦ Понять, как лучше управлять человеческими ресурсами компании, добиваясь большей производительности в пользу прибыли компании

### Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- ♦ При разработке бизнес-плана следовать критериям устойчивости, установленным международными стандартами
- ♦ Разрабатывать инновационные стратегии и политику, повышающие эффективность управления и бизнеса

### Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- ♦ Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде
- ♦ Создавать корпоративные стратегии, которые задают сценарий, по которому компания должна следовать, чтобы быть более конкурентоспособной и достичь своих целей
- ♦ Понимать экономическую среду, в которой развивается компания, и разрабатывать соответствующие стратегии для предвидения изменений
- ♦ Уметь управлять экономическим и финансовым планом компании

### Модуль 6. Управление информационными системами

- ♦ Уметь применять информационные и коммуникационные технологии в различных областях деятельности компании
- ♦ Понять логистические операции, необходимые в бизнес-среде, чтобы разработать адекватное управление ими

### Модуль 7. Коммерческое управление, маркетинг и корпоративная коммуникация

- ♦ Осуществлять маркетинговую стратегию, позволяющую сделать наш продукт известным нашим потенциальным клиентам и сформировать соответствующий имидж нашей компании

### Модуль 8. Инновация и управление проектами

- ♦ Создавать инновационные стратегии в соответствии с нашими проектами



### Модуль 9. Новые креативные индустрии

- ♦ Понять, как креативность и инновации стали движущей силой экономики

### Модуль 10. Защита креативных и нематериальных продуктов

- ♦ Ознакомиться с правовой средой, связанной с защитой креативных и нематериальных продуктов

### Модуль 11. Экономическое и финансовое управление креативными компаниями

- ♦ Приобрести специальные знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий
- ♦ Организовывать и планировать задачи, используя имеющиеся ресурсы, чтобы решать их в точные сроки

### Модуль 12. *Futures Thinking*: как трансформировать настоящее из будущего

- ♦ Углубленно изучить концепцию *Futures Thinking* и то, как она может быть применена к управлению в креативных индустриях

### Модуль 13. Управление потребителями или пользователями на креативных предприятиях

- ♦ Предоставить наилучшие услуги потребителям и потенциальным пользователям собственного креативного предприятия







#### **Модуль 14. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов**

- ◆ Использовать новые информационные и коммуникационные технологии для правильного креативного управления брендом

#### **Модуль 15. Лидерство и инновации в креативных индустриях**

- ◆ Обеспечить адекватное лидерство в этой области, приняв инновации в качестве ключевой концепции развития бизнеса

#### **Модуль 16. Цифровая трансформация в креативной индустрии**

- ◆ Понять роль цифровизации в креативных индустриях и то, как ее можно использовать для достижения бизнес-целей

#### **Модуль 17. Новые стратегии цифрового маркетинга**

- ◆ Разработать коммуникативные навыки, как письменные, так и устные, и проводить эффективные профессиональные презентации в повседневной практике

#### **Модуль 18. Предпринимательство в креативных индустриях**

- ◆ Уметь управлять процессом создания и реализации новых идей в сфере креативных индустрий
- ◆ Овладеть инструментами для анализа экономических, социальных и культурных реалий, в которых сегодня развиваются и трансформируются креативные индустрии

# 03

## Компетенции

Профессионалы в области видеоигр, проходящие обучение по этой Профессиональной магистерской специализации в TECH, приобретут специальные навыки, которые позволят им управлять всеми аспектами, связанными с управлением бизнесом. Таким образом, они смогут использовать различные методы и стратегии для содействия росту своей компании и обеспечения того, чтобы каждый отдел выполнял свои задачи. Таким образом, они получат ту превосходную подготовку, которая позволит им получить доступ к основным компаниям сектора, таким как Sega, Nintendo или Ubisoft.





“

*Креативные компании требуют высококвалифицированных специалистов, поэтому вы не можете упустить возможность получить специализацию в TESH”*



## Общие профессиональные навыки

- ◆ Надлежащим образом контролировать все сферы деятельности компании
- ◆ Использовать наиболее подходящие методы и инструменты для достижения целей компании
- ◆ Осуществлять адекватный мониторинг всех подразделений компании
- ◆ Работать в креативных компаниях и уметь успешно управлять ими
- ◆ Обладать глубокими знаниями о деятельности новых креативных индустрий и их глобальном контексте

“

*Если вы мечтаете возглавить одну из ведущих компаний по производству видеоигр, не раздумывайте. Учитесь в TESH и получите необходимую подготовку, которая откроет вам двери в индустрию развлечений”*







## Профессиональные навыки

---

- ♦ Осуществлять глобальное управление компанией, применяя методы лидерства, влияющие на производительность работников для достижения целей
- ♦ Быть частью и руководить корпоративной и конкурентной стратегией компании
- ♦ Осуществлять правильное управление командой для повышения производительности и, следовательно, прибыли компании
- ♦ Контролировать логистические процессы, а также закупки и снабжение компании
- ♦ Глубоко изучить новые бизнес-модели информационных систем
- ♦ Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов и услуг компании
- ♦ Стремиться к внедрению инноваций во все процессы и сферы деятельности компании
- ♦ Иметь глубокие знания в области всех вопросов защиты креативной продукции, начиная с защиты интеллектуальной собственности и заканчивая рекламным правом
- ♦ Осуществлять правильное экономическое и финансовое управление компаниями в креативной индустрии
- ♦ Уметь рассчитывать прибыль, рентабельность и затраты в рамках проектов для креативной индустрии
- ♦ Иметь навыки работы с методологией *Future Thinking*, чтобы уметь применять ее преимущества в повседневной работе
- ♦ Осуществлять правильное управление изменениями и прогнозирование будущего компаний в креативной индустрии
- ♦ Осуществлять эффективное управление потребителями креативных компаний
- ♦ Управлять коммуникационными процессами на интегральном уровне для компаний креативной индустрии
- ♦ Принимать активное участие в процессе брендинга в креативных компаниях
- ♦ Обладать глубокими знаниями, позволяющими специалисту управлять процессом цифровизации в креативных индустриях
- ♦ Применять инновационные стратегии цифрового маркетинга для креативных компаний
- ♦ Осуществлять предпринимательскую деятельность в рамках креативной индустрии, извлекая максимальную пользу из своей главной идеи

# 04

## Руководство курса

Эта Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий в ТЕСН была разработана первоклассным преподавательским составом. Преподаватели с большим академическим и профессиональным опытом, которые собрали в одной программе самые инновационные концепции и стратегии управления компаниями такого типа. Таким образом, преподавательский состав будет направлять студентов посредством качественного преподавания, в котором теория сочетается с практическими занятиями для достижения реального и эффективного обучения.



“

*Эта великолепная команда специалистов по управлению креативным бизнесом, отобранных с учетом их профессионального и академического опыта, проведет вас по последним данным в секторе”*

## Приглашенный международный руководитель

С. Марк Янг - всемирно признанный эксперт, который сосредоточил свои исследования на **индустрии развлечений**. Его результаты были отмечены многочисленными наградами, в том числе премией Американской ассоциации бухгалтерского учета за **жизненные достижения в области бухгалтерского учета и менеджмента** в 2020 году. Он также получил три награды за вклад в научную литературу в этих областях.

Одной из самых заметных вех в его карьере стала публикация исследования "**Нарциссизм и знаменитости**", проведенного совместно с Дрю Пински. В этом тексте были собраны **непосредственные данные о знаменитых деятелях** кино и телевидения. Кроме того, в статье, которая впоследствии стала бестселлером, эксперт проанализировал **нарциссическое поведение звезд целлулоида** и то, как оно стало нормой в современных СМИ. В то же время он рассмотрел **влияние этого поведения на современную молодежь**.

На протяжении всей своей профессиональной деятельности Янг также изучал **организацию и направленность киноиндустрии**. В частности, он исследовал **модели прогнозирования кассового успеха** крупных фильмов. Он также внес свой вклад в бухгалтерский учет на основе деятельности и разработку систем контроля. В частности, хорошо известно его влияние на внедрение эффективного управления **на основе сбалансированной системы показателей**.

Академическая деятельность также была отмечена в его профессиональной жизни, и он был избран на **исследовательскую кафедру Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта** в области **бизнеса спорта и развлечений**. Он также читал лекции и участвовал в учебных программах, связанных с **бухгалтерским учетом, журналистикой и коммуникациями**. В то же время его учеба в бакалавриате и магистратуре связана с престижными американскими университетами, такими как Питтсбург и Огайо.





## Д-р. Янг, С. Марк

---

- Председатель кафедры Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в Бизнес-школе USC Marshal, Лос-Анджелес, США
- Официальный историк мужской теннисной команды Университета Южной Калифорнии
- Академический исследователь, специализирующийся на разработке прогностических моделей для киноиндустрии
- Соавтор книги "Нарциссизм и знаменитости"  
Доктор наук по бухгалтерскому учету Питтсбургского университета
- Степень магистра бухгалтерского учета в Университете штата Огайо
- Степень бакалавра экономики в Оберлинском колледже
- Член: Центр передового опыта в преподавании

“

*Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов*

## Руководство



### Д-р Велар, Марга

- ♦ Директор по корпоративному маркетингу в SGN Group (Нью-Йорк)
- ♦ Директор лаборатории Forefashion Lab
- ♦ Преподаватель в Университетском центре Вильянуэва, в Школе бизнеса моды ISEM и на факультете коммуникаций Университета Наварры
- ♦ Доктор в области коммуникации Мадридского университета имени Карлоса III
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальных коммуникаций с последипломным курсом в области коммуникаций и менеджмента моды в Университетском центре Вильянуэва, Университет Комплутенсе
- ♦ MBA Управление бизнесом в сфере моды от Школы бизнеса моды ISEM



### **Г-ñ Ледесма Каррильо, Карлос Атсонья**

- ♦ Руководитель международного / юридического отдела в компании Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U. (Междугородний транспорт Тенерифе)
- ♦ Менеджер по правовым вопросам, в Avalon Biz Consulting
- ♦ Тренер Rgpd - Esfoss (Высшая школа обучения и квалификации Канарских островов)
- ♦ Юридический консультант, Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.U
- ♦ Степень бакалавра в области юриспруденции Университета Ла-Лагуны. Санта-Крус-де-Тенерифе. Тенерифе
- ♦ Комплексное управление качеством, окружающей средой и охраной труда - Бизнес-школа Fyde Caja Canarias. Санта-Крус-де-Тенерифе, Тенерифе
- ♦ Стратегическое бизнес-планирование - Connect Americas. Вашингтон, США
- ♦ Курс профподготовки в области управления трудовыми ресурсами - Европейская Школа Управления и Предпринимательства. Мадрид
- ♦ Диплом по управлению знаниями в бизнесе - Образование без границ и Университет Короля Хуана Карлоса I. Мадрид, Испания
- ♦ MBA - Магистратура в области делового администрирования и менеджмента - Европейский университет Канарских островов. Ла-Ортава, Тенерифе

## Преподаватели

### Г-жа Арройо Вилльория, Кристина

- ♦ Партнер и директор по проектам и предпринимательству в компании Factoría de industrias creativas
- ♦ Стратегическое планирование, развитие бизнеса, коммуникационная и маркетинговая стратегия
- ♦ Степень бакалавра в области трудовых наук Университета Вальядолида
- ♦ Степень магистра в области управления человеческими ресурсами в бизнес-школе Сан-Пабло CEU
- ♦ Степень магистра в области образовательных технологий в бизнес-школе Bureau Veritas

### Д-р Пауле Вианес, Йессика

- ♦ Преподаватель в области финансов / Факультет экономики бизнеса в Университете Короля Хуана Карлоса
- ♦ Докторская степень с международным отличием в области социальных и юридических наук Международной школы докторантуры Университета Короля Хуана Карлоса
- ♦ Степень в области финансов университета Экстремадуры
- ♦ Степень в области делового администрирования и менеджмента в Университете Экстремадуры
- ♦ Степень магистра в области вычислительной статистической обработки информации в Мадридском университете Комплутенсе

### Г-жа Гальего Мартинес, Ана Белен

- ♦ Независимый консультант Белен Галмар Поддержка бизнеса
- ♦ Бакалавриат в области права мадридского университета Комплутенсе
- ♦ MBA - магистр в области управления бизнесом и администрирования, специализирующийся на финансовом менеджменте, Университет Камило Хосе Села
- ♦ Программа для руководителей по цифровой трансформации от Школы промышленной организации (Escuela de Organización Industrial)

### Г-н Санхосе, Карлос

- ♦ Руководитель отдела цифровых технологий в MURPH
- ♦ Создатель контента на протяжении более 8 лет в Liceo25, материнской компании интернет-изданий, таких как 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine, Libra и др.
- ♦ Специалист в области цифрового маркетинга и стратегии, Social Media & Social Ads, платформ электронной коммерции и маркетинга электронной почты
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью

### Г-н Гонсалес, Алексис

- ♦ Финансовый директор банка Cajasieta на Тенерифе, Канарские острова
- ♦ Соучредитель Инвестиционного клуба фондового рынка бизнес-школы
- ♦ Степень бакалавра в области управления бизнесом и администрирования Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария, специализация - финансы
- ♦ Диплом по бизнес-исследованиям Университета Лас-Пальмас-де-Гран-Канария
- ♦ Член № 1554 Коллегии экономистов Санта-Крус-де-Тенерифе
- ♦ Степень магистра в области налогообложения и налогового консультирования, присвоенная Центром финансовых исследований в сотрудничестве с Испанской ассоциацией налоговых консультантов
- ♦ Степень магистра программы Executive Master в области финансового менеджмента и продвинутых финансов Высшего института технических и банковских практик с отличием
- ♦ Программа курса профессиональной подготовки по финансовому планированию и управленческому контролю в банковской сфере, Международная организация финансовых аналитиков (AFI)
- ♦ Программа обучения "Бизнес-ангелы", организованная Парком технологий и науки Тенерифе
- ♦ Программа повышения квалификации руководителей в области управления портфелями для международных финансовых аналитиков



**Г-жа Браво, Сандра**

- ◆ Преподаватель в различных университетах и бизнес-школах в индустрии моды и роскоши
- ◆ Эксперт в области *Trend Forecasting y Customer Insights*
- ◆ Социолог и экономист Университета Саламанки
- ◆ Степень магистра (Executive Master) в области управления бизнесом в сфере моды ISEM Fashion Business School
- ◆ Программа "Социальные инновации, устойчивость и репутация компаний индустрии моды" в ISEM
- ◆ Кандидат наук в области прикладного креатива Университета Наварры

**Г-н Хусто, Румен**

- ◆ Аудит компаний и предпринимателей в Университете Ла-Лагуны (EmprendeULL)
- ◆ Основатель производственной компании JR Producciones
- ◆ Соучредитель стартапов E-MOVE, E-CARS и SENDA ECOWAY
- ◆ Генеральный директор SENDA ECOWAY
- ◆ Аккредитованный наставник Сети наставничества Испании при CEOE
- ◆ Лин Коучинг в Olympro Voxes Торговой палаты Санта-Крус-де-Тенерифе
- ◆ Степень бакалавра в области делового администрирования
- ◆ Мастер PRL в SGS
- ◆ Программа последипломного образования в области технологического надзора
- ◆ Программа последипломного образования в области дорожного картирования от UPC
- ◆ Специалист по управлению человеческими ресурсами Университета Виго

**Г-жа Эйсагирре Виланова, Каролина**

- ◆ Юридический советник генерального директора компании Eley Hawk
- ◆ Преподаватель Мадридской ассоциации адвокатов в магистратуре в области цифрового права, инновации и новых технологий
- ◆ Юридический консультант в области рекламного права для Autocontrol (Ассоциация по саморегулированию коммерческих коммуникаций)
- ◆ Дизайнер в многочисленных проектах для таких компаний, как Estudio Mariscal, RBA Ediciones (журналы National Geographic и El Mueble) и Laboratorios Echevarne
- ◆ Степень бакалавра в области права и дизайна в Университете Помпеу Фабра в Барселоне
- ◆ Специалист в области интеллектуальной собственности, имеет официальную степень магистра, полученную в Папском университете Комильяс (ICADE) в Мадриде

**Д-р Сан-Мигель, Патрисия**

- ◆ Директор и создатель центра Digital Fashion Brands для анализа цифрового влияния модных брендов
- ◆ Преподаватель цифрового маркетинга в Школе бизнеса моды ISEM и Университете Наварры
- ◆ Докторская степень Университета Наварры
- ◆ Степень бакалавра по рекламе и связям с общественностью Мадридского университета Комплутенсе
- ◆ Executive Fashion MBA от ISEM
- ◆ Автор книги «*Influencer Marketing*»

# 05

## Структура и содержание

Видеоигры - одна из самых креативных индустрий в мире. Их значение сегодня настолько велико, что они сумели отвоевать для себя нишу на международном экономическом рынке. По этой причине все больше и больше людей хотят получить специализацию в области топ-менеджмента этих компаний, чтобы иметь возможность управлять всеми внутренними аспектами бизнеса, которые дадут им конкурентное преимущество и поставят их в число компаний с самой высокой годовой прибылью. Цель данного учебного курса - предоставить специалистам по видеоиграм все знания, необходимые для руководства командами и управления каждым из отделов в компании такого типа.





“

*Инновационное содержание, с помощью которого можно совершить успешное академическое путешествие по концепциям и стратегиям топ-менеджмента креативных предприятий”*

## Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- 1.1. Глобализация и управление
  - 1.1.1. Глобализация и тенденции: интернационализация рынков
  - 1.1.2. Экономическая среда и корпоративное управление
  - 1.1.3. *Accountability* или подотчетность
- 1.2. Лидерство
  - 1.2.1. Межкультурная среда
  - 1.2.2. Лидерство и управление предприятиями
  - 1.2.3. Роли и обязанности руководства
- 1.3. Деловая этика
  - 1.3.1. Этика и целостность
  - 1.3.2. Этическое поведение в бизнесе
  - 1.3.3. Этика, этические кодексы и кодексы поведения
  - 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции
- 1.4. Устойчивое развитие
  - 1.4.1. Бизнес и устойчивое развитие
  - 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
  - 1.4.3. Повестка дня на 2030 год и ЦУР
- 1.5. Корпоративная социальная ответственность
  - 1.5.1. Корпоративная социальная ответственность
  - 1.5.2. Роли и обязанности
  - 1.5.3. Внедрение корпоративной социальной ответственности

## Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- 2.1. Анализ и организационная разработка
  - 2.1.1. Организационная культура
  - 2.1.2. Организационный анализ
  - 2.1.3. Разработка организационной структуры
- 2.2. Корпоративная стратегия
  - 2.2.1. Стратегия на корпоративном уровне
  - 2.2.2. Типологии стратегий корпоративного уровня
  - 2.2.3. Определение корпоративной стратегии
  - 2.2.4. Корпоративная стратегия и репутационный имидж
- 2.3. Стратегическое планирование и формулирование
  - 2.3.1. Стратегическое мышление
  - 2.3.2. Стратегическое планирование и формулирование
  - 2.3.3. Устойчивое развитие и корпоративная стратегия
- 2.4. Стратегические модели и паттерны
  - 2.4.1. Богатство, стоимость и доходность инвестиций
  - 2.4.2. Корпоративная стратегия: методологии
  - 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии
- 2.5. Стратегическое управление
  - 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
  - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/ Сбалансированная система показателей
  - 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
  - 2.5.4. Стратегическое управление и отчетность
- 2.6. Стратегическая реализация и исполнение
  - 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
  - 2.6.2. Мониторинг и стратегическое согласование
  - 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию
- 2.7. *Управленческий менеджмент*
  - 2.7.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
  - 2.7.2. *Управленческий менеджмент* и разработка процессов
  - 2.7.3. *Менеджмент знаний*
- 2.8. Анализ и решение дел/проблем
  - 2.8.1. Методология решения проблем
  - 2.8.2. Метод кейсов
  - 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

### Модуль 3. Управление людьми и управление талантами

- 3.1. Организационное поведение
  - 3.1.1. Теория организаций
  - 3.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
  - 3.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 3.2. Стратегическое управление персоналом
  - 3.2.1. Разработка рабочих мест, найм и отбор персонала
  - 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
  - 3.2.3. Анализ рабочих мест; разработка и подбор персонала
  - 3.2.4. Обучение и профессиональное развитие
- 3.3. Развитие менеджмента и лидерство
  - 3.3.1. Управленческие навыки: компетенции и умения XXI века
  - 3.3.2. Не управленческие навыки
  - 3.3.3. Карта компетенций и навыков
  - 3.3.4. Лидерство и управление людьми
- 3.4. Управление изменениями
  - 3.4.1. Анализ производительности
  - 3.4.2. Стратегический подход
  - 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессом
  - 3.4.4. Подход к постоянному совершенствованию
- 3.5. Переговоры и управление конфликтами
  - 3.5.1. Цели переговоров: отличительные элементы
  - 3.5.2. Эффективные методы ведения переговоров
  - 3.5.3. Конфликты: факторы и типологии
  - 3.5.4. Эффективное управление конфликтами: переговоры и коммуникация
- 3.6. Управленческая коммуникация
  - 3.6.1. Анализ производительности
  - 3.6.2. Ведение перемен. Соппротивление переменам
  - 3.6.3. Управление процессами изменений
  - 3.6.4. Управление многокультурными командами

- 3.7. Управление командой и эффективность работы людей
  - 3.7.1. Мультикультурная и мультидисциплинарная среда
  - 3.7.2. Управление командами и людьми
  - 3.7.3. Коучинг и эффективность работы персонала
  - 3.7.4. Управленческие совещания: планирование и управление временем
- 3.8. Управление знаниями и талантами
  - 3.8.1. Выявление знаний и талантов в организациях
  - 3.8.2. Корпоративные модели управления знаниями и талантами
  - 3.8.3. Креативность и инновации

### Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- 4.1. Экономическая среда
  - 4.1.1. Теория организаций
  - 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
  - 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 4.2. Управленческий учет
  - 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
  - 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
  - 4.2.3. Бухгалтерская отчетность предприятий
  - 4.2.4. Анализ финансовой отчетности: принятие решений
- 4.3. Бюджет и управленческий контроль
  - 4.3.1. Планирование бюджета
  - 4.3.2. Управленческий контроль: структура и цели
  - 4.3.3. Наблюдение и отчетность
- 4.4. Налоговая ответственность компаний
  - 4.4.1. Корпоративная налоговая ответственность
  - 4.4.2. Налоговая процедура: страновой подход
- 4.5. Системы корпоративного контроля
  - 4.5.1. Типологии контроля
  - 4.5.2. Нормативно-правовое соответствие/комплаенс
  - 4.5.3. Внутренний аудит
  - 4.5.4. Внешний аудит



- 4.6. Финансовый менеджмент
  - 4.6.1. Введение в финансовый менеджмент
  - 4.6.2. Финансовый менеджмент и корпоративная стратегия
  - 4.6.3. *Финансовый директор* Chief Financial Officer (CFO): управленческие компетенции
- 4.7. Финансовое планирование
  - 4.7.1. Бизнес-модели и потребности в финансировании
  - 4.7.2. Инструменты финансового анализа
  - 4.7.3. Краткосрочное финансовое планирование
  - 4.7.4. Долгосрочное финансовое планирование
- 4.8. Корпоративная финансовая стратегия
  - 4.8.1. Корпоративные финансовые инвестиции
  - 4.8.2. Стратегический рост: типологии
- 4.9. Макроэкономический контекст
  - 4.9.1. Макроэкономический анализ
  - 4.9.2. Краткосрочные показатели
  - 4.9.3. Экономический цикл
- 4.10. Стратегическое финансирование
  - 4.10.1. Банковский бизнес: современные условия
  - 4.10.2. Анализ и управление рисками
- 4.11. Деньги и рынки капитала
  - 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
  - 4.11.2. Переменный доход
  - 4.11.3. Оценка компаний
- 4.12. Анализ и решение дел/проблем
  - 4.12.1. Методология решения проблем
  - 4.12.2. Метод кейсов

## Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Управление операциями
  - 5.1.1. Определение стратегии операций
  - 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок
  - 5.1.3. Системы индикаторов
- 5.2. Управление закупками
  - 5.2.1. Управление запасами
  - 5.2.2. Управление складом
  - 5.2.3. Управление закупками и снабжением
- 5.3. *Управление цепями поставок (1)*
  - 5.3.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
  - 5.3.2. Изменение структуры спроса
  - 5.3.3. Изменение стратегии операционной деятельности
- 5.4. *Управление цепями поставок (2). Исполнение*
  - 5.4.1. *Бережливое производство/Бережливое мышление*
  - 5.4.2. Управление логистикой
  - 5.4.3. Покупки
- 5.5. Логистические процессы
  - 5.5.1. Организация и управление процессами
  - 5.5.2. Закупки, производство, распределение
  - 5.5.3. Качество, затраты на качество и инструменты
  - 5.5.4. Послепродажное обслуживание
- 5.6. Логистика и клиенты
  - 5.6.1. Анализ и прогнозирование спроса
  - 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж
  - 5.6.3. *Совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов*
- 5.7. Международная логистика
  - 5.7.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
  - 5.7.2. Методы и средства международных платежей
  - 5.7.3. Международные логистические платформы

- 5.8. Конкуренция от деятельности
  - 5.8.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество компаний
  - 5.8.2. Новые технологии и науки
  - 5.8.3. Информационные системы в операциях

## Модуль 6. Управление информационными системами

- 6.1. Управление информационными системами
  - 6.1.1. Информационные системы в бизнесе
  - 6.1.2. Стратегические решения
  - 6.1.3. Роль CIO
- 6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегией
  - 6.2.1. Анализ компании и отрасли
  - 6.2.2. Бизнес-модели, основанные в Интернете
  - 6.2.3. Значение IT в бизнесе
- 6.3. Стратегическое планирование информационных систем (ИС)
  - 6.3.1. Процесс стратегического планирования
  - 6.3.2. Формулировка стратегии ИС
  - 6.3.3. План реализации стратегии
- 6.4. Информационные и Business Intelligence
  - 6.4.1. CRM и *Business Intelligence*
  - 6.4.2. Управление проектами Business Intelligence
  - 6.4.3. Архитектура *Business intelligence*
- 6.5. Новые бизнес-модели, основанные на ИКТ
  - 6.5.1. Бизнес-модели на основе технологий
  - 6.5.2. Способность к инновациям
  - 6.5.3. Перепроектирование процессов цепочки создания стоимости
- 6.6. Электронная коммерция
  - 6.6.1. Стратегический план электронной коммерции
  - 6.6.2. Управление логистикой и обслуживанием клиентов в электронной коммерции
  - 6.6.3. *Электронная коммерция* как возможность интернационализации

- 6.7. Стратегии *электронного бизнеса*
  - 6.7.1. Стратегии в *социальных медиа*
  - 6.7.2. Оптимизация каналов обслуживания и поддержки клиентов
  - 6.7.3. Цифровое регулирование
- 6.8. *Цифровой бизнес*
  - 6.8.1. *Мобильная электронная коммерция*
  - 6.8.2. Дизайн и юзабилити
  - 6.8.3. Операции электронной коммерции

## Модуль 7. Коммерческое управление, маркетинг и корпоративная коммуникация

- 7.1. Управление маркетингом
  - 7.1.1. Управление покупками
  - 7.1.2. Коммерческая стратегия
  - 7.1.3. Техники продажи и переговоров
  - 7.1.4. Руководство групп продаж
- 7.2. Маркетинг
  - 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
  - 7.2.2. Основные показатели маркетинга
  - 7.2.3. План маркетинга
- 7.3. Стратегическое управление маркетингом
  - 7.3.1. Источники инноваций
  - 7.3.2. Современные тенденции в маркетинге
  - 7.3.3. Инструменты маркетинга
  - 7.3.4. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами
- 7.4. Стратегия продаж и коммуникации
  - 7.4.1. Позиционирование и продвижение
  - 7.4.2. Связи с общественностью
  - 7.4.3. Стратегия продаж и коммуникации
- 7.5. Стратегия продаж и о коммуникации
  - 7.5.1. *Позиционирование и продвижение*
  - 7.5.2. *Связи с общественностью*
  - 7.5.3. *Стратегия продаж и коммуникации*

- 7.6. Корпоративная коммуникация
  - 7.6.1. *Внутренняя и внешняя коммуникация*
  - 7.6.2. *Отделы коммуникации*
  - 7.6.3. *Менеджеры по коммуникации: управленческие компетенции и обязанности*
- 7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия
  - 7.7.1. *Корпоративная коммуникационная стратегия*
  - 7.7.2. *План коммуникации*
  - 7.7.3. *Написание пресс-релизов/клиппинг/реклама*

## Модуль 8. Инновации и управление проектами

- 8.1. Инновации
  - 8.1.1. Концептуальная рамка инноваций
  - 8.1.2. Типологии инноваций
  - 8.1.3. Продолжительные и прерванные инновации
  - 8.1.4. Подготовка и инновации
- 8.2. Инновационная стратегия
  - 8.2.1. Инновации и корпоративная стратегия
  - 8.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
  - 8.2.3. Инновационные мастер-классы
- 8.3. Разработка и валидация бизнес-модели
  - 8.3.1. Методология *бережливого стартапа*
  - 8.3.2. Инициатива инновационного бизнеса: этапы
  - 8.3.3. Формы финансирования
  - 8.3.4. Инструменты модели: карта эмпатии, модель канва и показателей
  - 8.3.5. Рост и лояльность
- 8.4. Руководство и управление проектами
  - 8.4.1. Возможности инновации
  - 8.4.2. Изучение целесообразности и конкретизации предложений
  - 8.4.3. Определение и разработка проектов
  - 8.4.4. Осуществление проектов
  - 8.4.5. Завершение проектов

## Модуль 9. Новые креативные индустрии

- 9.1. Новые креативные индустрии
  - 9.1.1. От индустрии культуры к креативной индустрии
  - 9.1.2. Современные креативные индустрии
  - 9.1.3. Виды деятельности и секторы, составляющие креативные индустрии
- 9.2. Экономический вес креативных индустрий сегодня
  - 9.2.1. Вклад
  - 9.2.2. Движущие силы роста и изменений
  - 9.2.3. Перспективы трудоустройства в креативных отраслях
- 9.3. Новый глобальный контекст креативных индустрий
  - 9.3.1. Рентгенография креативных индустрий в мире
  - 9.3.2. Источники финансирования креативной индустрии в каждой стране
  - 9.3.3. Тематические исследования: модели управления и государственная политика
- 9.4. Природное и культурное наследие
  - 9.4.1. Историческое и культурное наследие
  - 9.4.2. Продукция и услуги музеев, археологических и исторических объектов и культурных ландшафтов
  - 9.4.3. Нематериальное культурное наследие
- 9.5. Изобразительное искусство
  - 9.5.1. Пластические искусства
  - 9.5.2. Фотография
  - 9.5.3. Ремесло
- 9.6. Исполнительские искусства
  - 9.6.1. Театр и танец
  - 9.6.2. Музыка и фестивали
  - 9.6.3. Ярмарки и цирк
- 9.7. Аудиовизуальные средства массовой информации
  - 9.7.1. Кино, телевидение и аудиовизуальный контент
  - 9.7.2. Радио, подкасты и аудиоконтент
  - 9.7.3. Видеоигры

- 9.8. Актуальные публикации
  - 9.8.1. Литература, эссе и поэзия
  - 9.8.2. Издательство
  - 9.8.3. Пресса
- 9.9. Креативные услуги
  - 9.9.1. Дизайн и мода
  - 9.9.2. Архитектура и ландшафтный дизайн
  - 9.9.3. Реклама
- 9.10. Связи креативной экономики или оранжевой экономики
  - 9.10.1. Каскадная модель концентрические круги
  - 9.10.2. *Спилловер* креативности, производства и знания
  - 9.10.3. Культура в интересах креативной экономики

## Модуль 10. Защита креативных и нематериальных продуктов

- 10.1. Правовая защита нематериальных активов
  - 10.1.1. Интеллектуальная собственность
  - 10.1.2. Промышленная собственность
  - 10.1.3. Рекламное право II
- 10.2. Интеллектуальная собственность I
  - 10.2.1. Применимые нормативные акты
  - 10.2.2. Значимые аспекты и вопросы
  - 10.2.3. Примеры из практики
- 10.3. Интеллектуальная собственность II
  - 10.3.1. Регистрация интеллектуальной собственности
  - 10.3.2. Символы защиты прав и другие средства защиты
  - 10.3.3. Лицензии на распространение контента
- 10.4. Интеллектуальная собственность III
  - 10.4.1. Структуры управления
  - 10.4.2. Комиссии интеллектуальной собственности
  - 10.4.3. Значимые организмы
- 10.5. Промышленная собственность I: бренды
  - 10.5.1. Применимое законодательство
  - 10.5.2. Значимые аспекты и вопросы
  - 10.5.3. Применение в реальных условиях

- 10.6. Промышленная собственность II: промышленный дизайн
  - 10.6.1. Применимое законодательство
  - 10.6.2. Значимые аспекты и вопросы
  - 10.6.3. Юридическая практика
- 10.7. Промышленная собственность III: патенты и полезные модели
  - 10.7.1. Применимое законодательство
  - 10.7.2. Значимые аспекты и вопросы
  - 10.7.3. Тематические исследования
- 10.8. Интеллектуальная и промышленная собственность: практика
  - 10.8.1. Интеллектуальная собственность vs. промышленная собственность (сравнительное право)
  - 10.8.2. Практические вопросы разрешения конфликтов
  - 10.8.3. Кейс из практики: шаги, которые следует выполнить
- 10.9. Рекламное право I
  - 10.9.1. Применимое законодательство
  - 10.9.2. Значимые аспекты и вопросы
  - 10.9.3. Судебная практика в сфере рекламы
- 10.10. Рекламное право II
  - 10.10.1. Рекламное саморегулирование
  - 10.10.2. Самоконтроль
  - 10.10.3. Рекламное законодательство

## Модуль 11. Экономическое и финансовое управление креативными компаниями

- 11.1. Необходимая экономическая устойчивость
  - 11.1.1. Финансовая структура креативной компании
  - 11.1.2. Бухгалтерский учет на креативном предприятии
  - 11.1.3. Тройной итог
- 11.2. Доходы и расходы современного креативного предприятия
  - 11.2.1. Учет затрат
  - 11.2.2. Вид затрат
  - 11.2.3. Распределение затрат

- 11.3. Виды прибыли в компании
  - 11.3.1. Рентабельность производства
  - 11.3.2. Точка безубыточности
  - 11.3.3. Оценка альтернатив
- 11.4. Инвестиции в креативный сектор
  - 11.4.1. Инвестиции в креативную индустрию
  - 11.4.2. Оценка стоимости инвестиций
  - 11.4.3. Метод NPV: чистая приведенная стоимость
- 11.5. Рентабельность в креативной индустрии
  - 11.5.1. Экономическая рентабельность
  - 11.5.2. Экономическая эффективность времени
  - 11.5.3. Финансовая рентабельность
- 11.6. Движение денежных средств: ликвидность и платежеспособность
  - 11.6.1. Движение денежных средств
  - 11.6.2. Балансовый отчет и отчет о прибылях и убытках
  - 11.6.3. Ликвидация и левверидж
- 11.7. Формулы финансирования, существующие в настоящее время на креативном рынке
  - 11.7.1. Фонд венчурных инвестиций
  - 11.7.2. Бизнес-ангелы
  - 11.7.3. Гранты и субсидии
- 11.8. Ценообразование на продукцию в креативной индустрии
  - 11.8.1. Ценообразование
  - 11.8.2. Прибыль vs. Конкуренция
  - 11.8.3. Стратегия ценообразования
- 11.9. Стратегия ценообразования в креативном секторе
  - 11.9.1. Виды стратегий ценообразования
  - 11.9.2. Преимущества
  - 11.9.3. Недостатки
- 11.10. Операционные бюджеты
  - 11.10.1. Инструмент стратегического планирования
  - 11.10.2. Элементы, включенные в операционный бюджет
  - 11.10.3. Разработка и реализация операционного бюджета

## Модуль 12. *Futures Thinking*: как трансформировать настоящее из будущего

- 12.1. Методология *Futures Thinking*
  - 12.1.1. *Futures Thinking*
  - 12.1.2. Преимущества использования данной методологии
  - 12.1.3. Роль "футуриста" в креативной компании
- 12.2. Признаки перемен
  - 12.2.1. Сигнал к переменам
  - 12.2.2. Выявление сигналов об изменениях
  - 12.2.3. Интерпретация сигналов
- 12.3. Виды будущего
  - 12.3.1. Путешествие в прошлое
  - 12.3.2. Четыре вида будущего
  - 12.3.3. Применение методологии *Futures Thinking* на работе
- 12.4. *Future Forecasting*
  - 12.4.1. В поисках драйверов
  - 12.4.2. Как создать прогноз на будущее
  - 12.4.3. Как написать сценарий будущего?
- 12.5. Методы психической стимуляции
  - 12.5.1. Прошлое, будущее и эмпатия
  - 12.5.2. Факты vs. Опыт
  - 12.5.3. Альтернативные пути
- 12.6. Совместное прогнозирование
  - 12.6.1. Будущее как игра
  - 12.6.2. *Колесо будущего*
  - 12.6.3. Будущее с разных подходов
- 12.7. Эпические победы
  - 12.7.1. От открытия к инновационному предложению
  - 12.7.2. Эпическая победа
  - 12.7.3. Справедливость в игре будущего



- 12.8. Желаемое будущее
  - 12.8.1. Желаемое будущее
  - 12.8.2. Техники
  - 12.8.3. Работа в обратном направлении от будущего
- 12.9. От прогноза к действию
  - 12.9.1. Образы будущего
  - 12.9.2. Артефакты будущего
  - 12.9.3. Карта маршрута
- 12.10. ЦУР. Глобальное и междисциплинарное видение будущего
  - 12.10.1. Устойчивое развитие как глобальная цель
  - 12.10.2. Бережное отношение человека к природе
  - 12.10.3. Социальная устойчивость

## Модуль 13. Управление потребителями или пользователями в креативных компаниях

- 13.1. Пользователь в текущем контексте
  - 13.1.1. Изменение потребителя в последнее время
  - 13.1.2. Важность исследований
  - 13.1.3. Анализ тенденций
- 13.2. Стратегия с человеком в центре
  - 13.2.1. *Человеко-ориентированная стратегия*
  - 13.2.2. Секреты и преимущества *человеко-ориентированной стратегии*
  - 13.2.3. Истории успеха
- 13.3. Данные стратегии *человеко-ориентированной стратегии*
  - 13.3.1. *Данные в человеко-ориентированной стратегии*
  - 13.3.2. Ценность данных
  - 13.3.3. 360° градусный обзор для клиентов
- 13.4. Реализация *человеко-ориентированной стратегии* в креативной индустрии
  - 13.4.1. Преобразование разрозненной информации в знания о клиенте
  - 13.4.2. Анализ возможностей
  - 13.4.3. Стратегии и инициативы по максимизации

- 13.5. *Методология человеко-ориентированной стратегии*
  - 13.5.1. От исследования до создания прототипа
  - 13.5.2. Модель «двойного алмаза»: процесс и фазы
  - 13.5.3. Инструменты
- 13.6. *Дизайн-мышление*
  - 13.6.1. *Дизайн-мышление*
  - 13.6.2. Методология
  - 13.6.3. Методы и инструменты *дизайн-мышления*
- 13.7. *Позиционирование бренда в сознании пользователя*
  - 13.7.1. Анализ позиционирования
  - 13.7.2. Типология
  - 13.7.3. Методология и инструменты
- 13.8. *Пользовательский инсайты* в креативных компаниях
  - 13.8.1. *Инсайты* и их значение
  - 13.8.2. *Путь клиента* и актуальность *карты пути*
  - 13.8.3. Методы исследования
- 13.9. Профиль пользователя (архетипы и *персона покупателя*)
  - 13.9.1. Архетипы
  - 13.9.2. *Персона покупателя*
  - 13.9.3. Методологии анализа
- 13.10. Исследовательские ресурсы и методы
  - 13.10.1. Техники в контексте
  - 13.10.2. Техники визуализации и создания
  - 13.10.3. Техники голосовых контрастов

## Модуль 14. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов

- 14.1. *Бренды и брендинг*
  - 14.1.1. *Бренды*
  - 14.1.2. Эволюция *брендинга*
  - 14.1.3. Позиционирование, индивидуальность бренда, известность

- 14.2. Создание бренда
  - 14.2.1. Маркетинг-микс
  - 14.2.2. Архитектура бренда
  - 14.2.3. Идентичность бренда
- 14.3. Выражение бренда
  - 14.3.1. Графическая идентификация бренда
  - 14.3.2. Визуальный имидж бренда
  - 14.3.3. Другие элементы, отражающие знак
- 14.4. Коммуникация
  - 14.4.1. Подходы
  - 14.4.2. Точки соприкосновения с брендом
  - 14.4.3. Техники и инструменты общения
- 14.5. Контент бренда
  - 14.5.1. От брендов до развлекательных платформ
  - 14.5.2. Рост брендированного контента
  - 14.5.3. Связь с аудиторией через уникальные истории
- 14.6. Визуальный сторителлинг
  - 14.6.1. Анализ бренда
  - 14.6.2. Креативные рекламные концепции
  - 14.6.3. Креативные продажи
- 14.7. Пользовательский опыт
  - 14.7.1. Пользовательский опыт (СХ)
  - 14.7.2. Путь пользователя
  - 14.7.3. Согласование бренда и СХ
- 14.8. Стратегическое планирование
  - 14.8.1. Цели
  - 14.8.2. Определение аудитории и инсайтов
  - 14.8.3. Разработка стратегии
- 14.9. Производительность
  - 14.9.1. Брифинг
  - 14.9.2. Тактика
  - 14.9.3. Производственный план

- 14.10. Оценка
  - 14.10.1. Что оценивать?
  - 14.10.2. Как оценивать? (инструменты оценки)
  - 14.10.3. Отчетность о результатах

## Модуль 15. Лидерство и инновации в креативных индустриях

- 15.1. Применение креативности в промышленности
  - 15.1.1. Креативное самовыражение
  - 15.1.2. Креативные ресурсы
  - 15.1.3. Креативные техники
- 15.2. Новая инновационная культура
  - 15.2.1. Контекст инноваций
  - 15.2.2. Почему инновации терпят неудачу?
  - 15.2.3. Академические теории
- 15.3. Размеры и рычаги инноваций
  - 15.3.1. Плоскости или измерения инноваций
  - 15.3.2. Отношение к инновациям
  - 15.3.3. Интрапренерство и технологии
- 15.4. Сдерживающие факторы и барьеры для инноваций в креативной индустрии
  - 15.4.1. Личные и групповые ограничения
  - 15.4.2. Социальные и организационные ограничения
  - 15.4.3. Промышленные и технологические ограничения
- 15.5. Закрытая и открытая инновация
  - 15.5.1. От закрытых инноваций к открытым
  - 15.5.2. Практика внедрения открытых инноваций
  - 15.5.3. Опыт применения открытых инноваций в компаниях
- 15.6. Инновационные бизнес-модели в креативных индустриях
  - 15.6.1. Тенденции развития бизнеса в креативной экономике
  - 15.6.2. Тематические исследования
  - 15.6.3. Отраслевая революция

- 15.7. Руководство и управление инновационной стратегией
  - 15.7.1. Обеспечение внедрения
  - 15.7.2. Руководство процессом
  - 15.7.3. *Portfolio Maps*
- 15.8. Финансирование инноваций
  - 15.8.1. Финансовый директор: венчурный инвестор
  - 15.8.2. Динамическое финансирование
  - 15.8.3. Решение проблем
- 15.9. Гибридизация: инновации в креативной экономике
  - 15.9.1. Пересечение секторов
  - 15.9.2. Генерирование революционных решений
  - 15.9.3. Эффект Медичи
- 15.10. Новые креативные и инновационные экосистемы
  - 15.10.1. Формирование инновационной среды
  - 15.10.2. Креативность как стиль жизни
  - 15.10.3. Сетевые инновационные экосистемы

## Модуль 16. Цифровая трансформация в креативной индустрии

- 16.1. *Цифровое будущее* креативной индустрии
  - 16.1.1. Цифровая трансформация
  - 16.1.2. Состояние сектора и его сравнительный анализ
  - 16.1.3. Будущие задачи
- 16.2. Четвертая промышленная революция
  - 16.2.1. Промышленная революция
  - 16.2.2. Область применения
  - 16.2.3. Влияние
- 16.3. Цифровые средства обеспечения роста
  - 16.3.1. Операционная эффективность, ускорение и улучшение
  - 16.3.2. Непрерывная цифровая трансформация
  - 16.3.3. Решения и услуги для креативных индустрий

- 16.4. Применение *больших данных* в компании
  - 16.4.1. Ценность данных
  - 16.4.2. Данные в процессе принятия решений
  - 16.4.3. *Data driven компания*
- 16.5. Когнитивные технологии
  - 16.5.1. ИИ и *цифровое взаимодействие*
  - 16.5.2. IoT и робототехника
  - 16.5.3. Другие цифровые практики
- 16.6. Использование и применение технологии *блокчейн*
  - 16.6.1. *Блокчейн*
  - 16.6.2. Значение для креативных индустрий
  - 16.6.3. Универсальность транзакций
- 16.7. Омниканальность и развитие трансмедиа
  - 16.7.1. Влияние на сектор
  - 16.7.2. Анализ проблемы
  - 16.7.3. Развитие
- 16.8. Предпринимательские экосистемы
  - 16.8.1. Роль инноваций и *венчурного капитала*
  - 16.8.2. Экосистема *стартапов* и составляющие ее игроки
  - 16.8.3. Как максимально улучшить отношения между креативным агентом и *стартапом*?
- 16.9. Новые разрушительные бизнес-модели
  - 16.9.1. Основанные на коммерциализации (платформы и *маркетплейсы*)
  - 16.9.2. На основе предоставления услуг (модели *freemium*, *premium* или подписки)
  - 16.9.3. На основе сообщества (от *краудфандинга*, социальных сетей или блогов)
- 16.10. Методологии продвижения культуры инноваций в креативной индустрии
  - 16.10.1. Стратегия инноваций *голубого океана*
  - 16.10.2. Инновационная стратегия *бережливого стартапа*
  - 16.10.3. Стратегия гибких инноваций

## Модуль 17. Новые стратегии цифрового маркетинга

- 17.1. Технология и аудитория
  - 17.1.1. Цифровая стратегия и различия между типами пользователей
  - 17.1.2. Целевые аудитории, исключаящие факторы и поколения
  - 17.1.3. Портрет *идеального потребителя* (ICP) и *персона покупателя*
- 17.2. Цифровая аналитика для диагностики
  - 17.2.1. Аналитика до разработки цифровой стратегии
  - 17.2.2. Нулевой момент истины (ZMOT)
  - 17.2.3. KPI и метрики, типологии, классификация по методологиям
- 17.3. *Электронное развлечение*: влияние *электронной коммерции* на индустрию развлечений
  - 17.3.1. *Электронная коммерция*, типологии и платформы
  - 17.3.2. Важность веб-дизайна: UX и UI
  - 17.3.3. Оптимизация онлайн-пространства: минимальные требования
- 17.4. *Социальные сети и маркетинг влияния*
  - 17.4.1. Влияние и эволюция сетевого маркетинга
  - 17.4.2. Убеждение, ключи к контенту и вирусные действия
  - 17.4.3. Планирование кампаний социального маркетинга и *маркетинга влияния*
- 17.5. *Мобильный маркетинг*
  - 17.5.1. *Мобильный пользователь*
  - 17.5.2. *Веб- и мобильные приложения*
  - 17.5.3. Действия *мобильного маркетинга*
- 17.6. Реклама в онлайн-среде
  - 17.6.1. Реклама в социальных сетях и цели *социальной рекламы*
  - 17.6.2. Воронка конверсии или *воронка продаж*: категории
  - 17.6.3. *Социальные рекламные платформы*
- 17.7. Методология *входящего маркетинга*
  - 17.7.1. *Социальные продажи*, фундаментальные основы и стратегия
  - 17.7.2. CRM-платформа в цифровой стратегии
  - 17.7.3. *Входящий маркетинг* или маркетинг привлечения: действия и SEO





- 17.8. Автоматизация маркетинга
  - 17.8.1. *Маркетинг электронной почты* и типология электронной почты
  - 17.8.2. Автоматизация *маркетинга электронной почты*, приложения, платформы и преимущества
  - 17.8.3. Появление *маркетинга ботов и чатботов*: типология и платформы
- 17.9. Инструменты управления данными
  - 17.9.1. CRM в области цифровой стратегии, типологий и приложений, платформ и тенденций
  - 17.9.2. *Большие данные: большие данные, бизнес-аналитика и бизнес-интеллект*
  - 17.9.3. *Большие данные, искусственный интеллект и наука о данных*
- 17.10. Измерение рентабельности
  - 17.10.1. ROI: определение окупаемости инвестиций и ROI vs ROAS
  - 17.10.2. Оптимизация ROI
  - 17.10.3. Ключевые показатели

## Модуль 18. Предпринимательство в креативных индустриях

- 18.1. Предпринимательский проект
  - 18.1.1. Предпринимательство, виды и жизненный цикл
  - 18.1.2. Портрет предпринимателя
  - 18.1.3. Темы, представляющие интерес для предпринимательства
- 18.2. Личное лидерство
  - 18.2.1. Самосознание
  - 18.2.2. Предпринимательские навыки
  - 18.2.3. Развитие навыков и способностей предпринимательского лидерства
- 18.3. Выявление возможностей для инноваций и предпринимательства
  - 18.3.1. Анализ мегатрендов и конкурентных сил
  - 18.3.2. Поведение потребителей и оценка спроса
  - 18.3.3. Оценка возможностей для бизнеса
- 18.4. Генерация бизнес-идей в креативной индустрии
  - 18.4.1. Инструменты для генерации идей: *Brainstorming*, ментальные карты, *Drawstorming*, и тд
  - 18.4.2. Дизайн ценностного предложения: CANVAS, 5 w
  - 18.4.3. Разработка ценностного предложения

- 18.5. Создание прототипов и валидация
  - 18.5.1. Разработка прототипа
  - 18.5.2. Валидация
  - 18.5.3. Корректировка прототипов
- 18.6. Дизайн бизнес-модели
  - 18.6.1. Бизнес-модель
  - 18.6.2. Методологии для создания бизнес-моделей
  - 18.6.3. Дизайн бизнес-модели для предложенной идеи
- 18.7. Лидерство в команде
  - 18.7.1. Профили команд в соответствии с темпераментами и личностными особенностями
  - 18.7.2. Навыки лидера коллектива
  - 18.7.3. Методы командной работы
- 18.8. Рынки культуры
  - 18.8.1. Природа рынков культуры
  - 18.8.2. Типы рынков культуры
  - 18.8.3. Выявление близлежащих культурных рынков
- 18.9. Маркетинговый план и личный *брендинг*
  - 18.9.1. Проекция личного и предпринимательского проекта
  - 18.9.2. Средне- и краткосрочный стратегический план
  - 18.9.3. Переменные для измерения успеха
- 18.10. Коммерческий *питч*
  - 18.10.1. Презентация проекта для инвесторов
  - 18.10.2. Подготовка привлекательных презентаций
  - 18.10.3. Развитие навыков эффективной коммуникации

06

# 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"*

## Исследование 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”*



*Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.*





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

## Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. 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 профессиональным реалиям.

“

*Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”*

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 4 лет обучения, 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 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

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

*В 2019, году мы достигли  
лучших результатов  
обучения среди всех онлайн-  
университетов в мире.*

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

Наш университет - 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 650000 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.



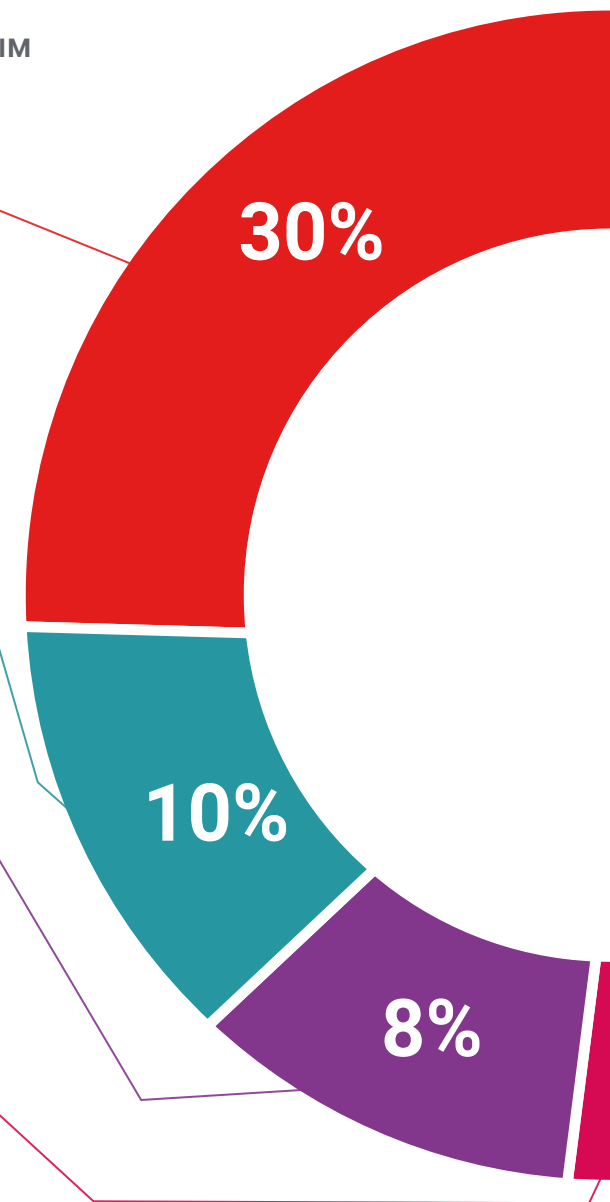
#### Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках 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 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.



07

# Квалификация

Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Профессиональной магистерской специализации, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу и получите диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”*



Данная **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Профессиональной магистерской специализации**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Профессиональной магистерской специализации, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Профессиональная магистерская специализация в области высшего менеджмента креативных индустрий**

Количество учебных часов: **3000 часов**



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



Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение креативных индустрий

Развитие Институты

Виртуальный класс Я

**tech** технологический  
университет

Профессиональная магистерская  
специализация

Высший менеджмент  
креативных индустрий

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Профессиональная магистерская специализация

Высший менеджмент  
креативных индустрий

