

# Специализированная магистратура МВА в области управления бизнесом видеоигр



## Специализированная магистратура МВА в области управления бизнесом видеоигр

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

Веб-доступ: [www.techtitute.com/ru/videogames-design/professional-master-degree/master-mba-video-game-business-management](http://www.techtitute.com/ru/videogames-design/professional-master-degree/master-mba-video-game-business-management)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Компетенции

---

стр. 14

04

Руководство курса

---

стр. 18

05

Структура и содержание

---

стр. 38

06

Методология

---

стр. 52

07

Квалификация

---

стр. 60

# 01

# Презентация

Руководство компанией, работающей в сфере видеоигр, предполагает решение различных задач и достижение различных целей. При этом необходимо учитывать множество факторов, таких как маркетинговые технологии, знание специфических программ или навыки руководства коллективом. По этой причине данная программа направлена на подготовку студентов к решению этих задач с помощью наиболее передовой академической методики. Благодаря этому студенты приобретут ценные и необходимые качества для руководства компаниями, занимающимися разработкой цифровых или видеоигр.



““

*Вы быстрее достигните успеха  
благодаря инструментам для  
высшего руководства компаниями  
по разработке видеоигр,  
которые вы приобретете с этой  
Специализированной магистратурой”*

Компании, занимающиеся созданием видеоигр, стремительно развиваются. Это развивающийся рынок, который имеет множество покупателей по всему миру, поэтому и требования к нему растут. Управление компанией такого типа требует развития целого ряда навыков, необходимых для того, чтобы она смогла добиться успеха в продажах.

Поэтому управлять компанией подразумевает нести одновременно значительную и тяжелую ответственность. Важно знать все тонкости этого сектора, чтобы изучить все эти аспекты и постоянно совершенствовать их для получения качественных конечных результатов.

MBA в области управления бизнесом видеоигр призвана стать руководством для профессионалов, которые хотят построить карьеру в сфере управления компаниями в области видеоигр. Посредством четкого и насыщенного содержания студент достигнет необходимых навыков для развития задач, стоящих перед ним.

Благодаря онлайн-методике эта программа представляет собой идеальный вариант для тех, кто хочет совмещать учебу с работой или личной жизнью. TESH применяет в этой программе методику обучения *Relearning*, доказавшую свою эффективность. Она заключается в повторении ключевых понятий преподавателями с целью развития непрерывного обучения.

Данная **Специализированная магистратура в области MBA в области управления бизнесом видеоигр** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных специалистами в области управления бизнесом видеоигр
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ 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



Станьте выдающимся специалистом в одной из ведущих отраслей в настоящее время"



“

*Компании, занимающиеся разработкой цифровых и видеоигр, переживают бум, связанный с бурным развитием технологий. Присоединяйтесь к этой инновации, обучаясь в TESH"*

В преподавательский состав программы входят профессионалы отрасли, признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов, которые привносят в обучение опыт своей работы.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалистам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

*Научить вас управлять успешными компаниями – одна из основных задач этой программы.*

*Благодаря нашей онлайн-методике вы сможете практично и эффективно организовать свое учебное время.*



# 02

## Цели

Цель программы MBA в области руководства компаниями по разработке видеоигр TESN – ознакомить студентов с основополагающими принципами стратегического управления компанией. Эта программа включает в себя все ключевые понятия для понимания и выполнения стратегического плана, который служит ориентиром для правильной координации и выполнения работы между членами команды. Таким образом, специалисты, прошедшие обучение по этой программе, по ее завершении получают соответствующие знания для развития своей роли на рабочем месте.







“

*Ведите команду к  
общей цели — успеху”*



## Общие цели

---

- ◆ Разрабатывать стратегии для отрасли
- ◆ Глубоко понимать и разрабатывать проекты видеоигр
- ◆ Обладать глубоким пониманием новых технологий и инноваций в отрасли
- ◆ Разрабатывать стратегии, ориентированные на видеоигры
- ◆ Освоить функциональные области компаний в секторе видеоигр
- ◆ Подробно изучить, как разрабатывать стратегии маркетинга и продаж
- ◆ Всесторонне изучить, как создавать компании, ориентированные на рынок видеоигр
- ◆ Глубоко изучить влияние на управление проектами и руководство командой



*Наши инструменты помогут вам и будут сопровождать вас на всем пути к достижению ваших целей"*







## Конкретные цели

---

### **Модуль 1. Стратегия в компаниях по разработке цифровых и видеоигр**

- ◆ Понять контекст и компоненты бизнес-стратегии с акцентом на индустрию видеоигр

### **Модуль 2. Руководство компаниями по производству видеоигр**

- ◆ Подробно изучить всю структуру цепочки создания стоимости в отрасли и получить необходимые навыки для управления различными организациями в отрасли

### **Модуль 3. Цифровой маркетинг и цифровая трансформация видеоигр**

- ◆ Определять и знать, как развивать все дисциплины и техники *игрового* маркетинга, позволяющие активизировать бизнес-модели в индустрии видеоигр

### **Модуль 4. Создание компаний по производству видеоигр**

- ◆ Обладать широкими знаниями основных элементов для создания компаний, которые могут позиционировать себя на рынке видеоигр

### **Модуль 5. Управление проектами**

- ◆ Знать в деталях функционирование и управление проектами

### **Модуль 6. Инновации**

- ◆ Провести комплексное изучение основных элементов для разработки инновационных и эффективных решений для различных услуг и продуктов

### **Модуль 7. Финансовый менеджмент**

- ◆ Определять и признавать наиболее важные аспекты экономического и финансового менеджмента как одной из основных компетенций для управления бизнесом

### **Модуль 8. Управление продажами**

- ◆ Развивать высокие коммерческие компетенции в основных процессах для увеличения продаж и потенциала развития бизнеса в компаниях сектора

### Модуль 9. Управление киберспортом

- ♦ Глубоко знать, изучать и исследовать все экосистемы *киберспорта*, а также основных игроков и бизнес-модели, чтобы иметь возможность развивать этот рынок

### Модуль 10. Лидерство и управление талантами

- ♦ Приобрести навыки и умения в области новых компетенций, необходимых людям для руководства бизнес-моделями и проектами в индустрии видеоигр

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

- ♦ Проанализировать влияние глобализации на корпоративное управление и корпоративную социальную ответственность
- ♦ Оценить значимости эффективного лидерства в управлении и успехе компаний
- ♦ Определить стратегии кросс-культурного менеджмента и их актуальность в различных бизнес-средах
- ♦ Развить лидерские навыки и понять современные проблемы, стоящие перед лидерами
- ♦ Определить принципы и практику деловой этики и их применение в принятии корпоративных решений
- ♦ Структурировать стратегии внедрения и повышения устойчивости и социальной ответственности в бизнесе

### Модуль 12. Управление персоналом и талантами

- ♦ Определить взаимосвязь между стратегическим менеджментом и управлением человеческими ресурсами
- ♦ Углубиться в компетенции, необходимые для эффективного управления человеческими ресурсами по компетенциям
- ♦ Освоить методики оценки эффективности и управления эффективностью
- ♦ Интегрировать инновации в управлении талантами и их влияние на удержание и лояльность персонала
- ♦ Разработать стратегии мотивации и развития высокоэффективных команд
- ♦ Предложить эффективные решения по управлению изменениями и разрешению конфликтов в организациях

### Модуль 13. Финансово-экономическое управление

- ♦ Анализировать макроэкономическую среду и ее влияние на национальную и международную финансовую систему
- ♦ Определять информационные системы и бизнес-аналитику для принятия финансовых решений
- ♦ Различать ключевые финансовые решения и управление рисками в финансовом менеджменте
- ♦ Оценить стратегии финансового планирования и получения финансирования бизнеса



#### **Модуль 14. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг**

- ◆ Описать концептуальные основы и важность коммерческого менеджмента в компаниях
- ◆ Изучить основополагающие элементы и виды деятельности маркетинга и их влияние на организацию
- ◆ Определить этапы процесса стратегического маркетингового планирования
- ◆ Оценить стратегии по улучшению корпоративной коммуникации и цифровой репутации компании

#### **Модуль 15. Управленческий менеджмент**

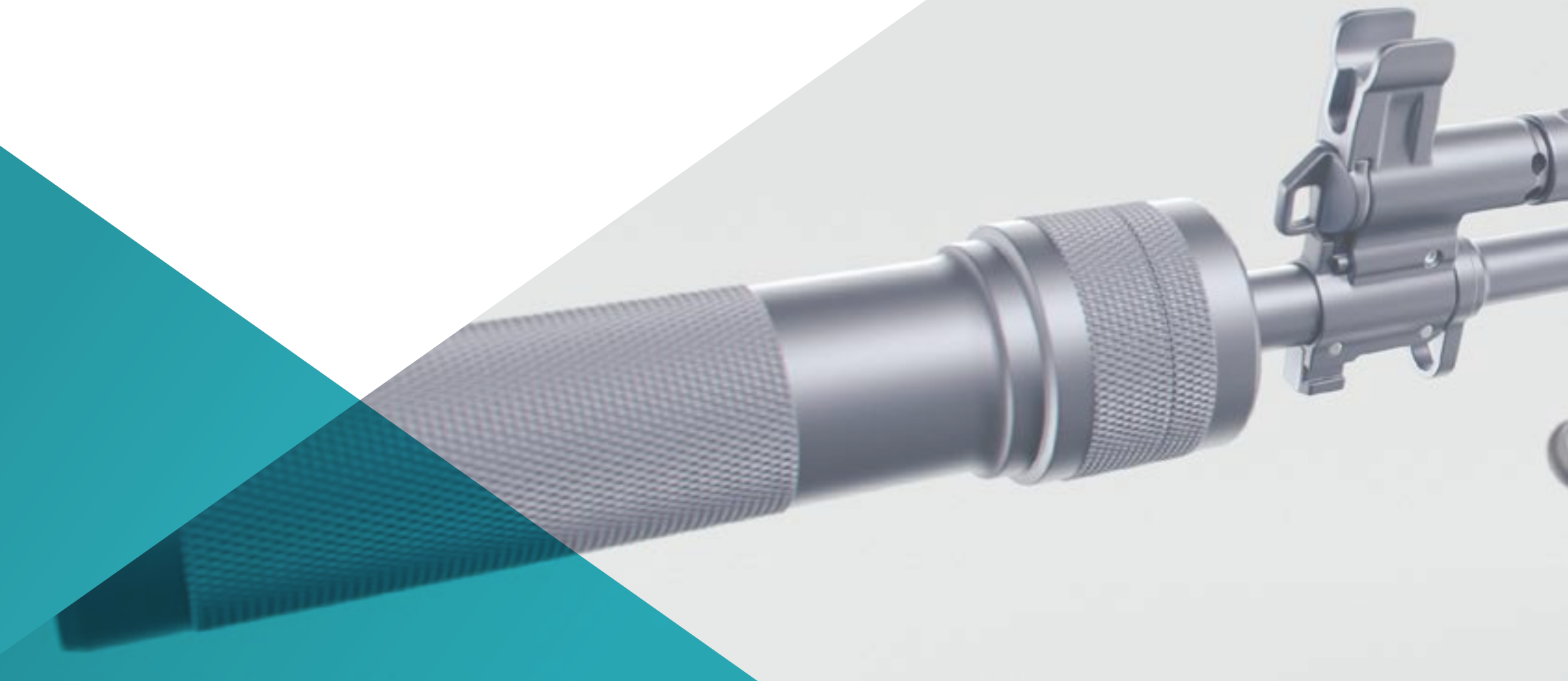
- ◆ Определить понятие общего менеджмента и его значение для управления бизнесом
- ◆ Оценить роль и ответственность руководства в организационной культуре
- ◆ Анализировать важность управления операциями и управления качеством в цепочке создания стоимости
- ◆ Развить навыки межличностного общения и публичных выступлений для подготовки пресс-секретарей



# 03

## Компетенции

Все навыки, которые студенты приобретают в процессе обучения в рамках программы MBA в области руководства компаниями по разработке видеоигр, пригодятся им в будущей карьере. В рамках этой программы вы найдете ответы на потребности компаний данного сектора, а также подробно изучите, как успешно развивать управленческую позицию в компании, работающей в цифровой сфере.





“

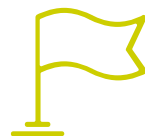
Благодаря различным компетенциям, таким как понимание экосистемы индустрии видеоигр, вы поймете и научитесь составлять надежный план для будущей позиции на рынке труда в компании этой сферы”



## Общие профессиональные навыки

---

- ♦ Разработать бизнес-стратегии для компаний, занимающихся цифровыми и видеоиграми
- ♦ Освоить области управления компаниями, занимающимися цифровыми и видеоиграми
- ♦ Глубоко изучить, как разрабатывать проекты видеоигр
- ♦ Подробно знать экосистему индустрии видеоигр
- ♦ Подробно изучить технологии, используемые в видеоиграх, с точки зрения бизнеса
- ♦ Глубоко изучить влияние действий маркетинга и продаж
- ♦ Проанализировать финансово-экономическое управление компанией по производству видеоигр
- ♦ Подробно рассмотреть основные аспекты создания компаний по производству видеоигр
- ♦ Приобрести высокие критерии в отношении развивающихся технологий и инноваций в индустрии видеоигр
- ♦ Приобрести наиболее сложные навыки и компетенции для руководства бизнес-моделями и проектами в области видеоигр



## Профессиональные навыки

---

- ♦ Погрузиться в стратегическую сферу деятельности компаний, занимающихся цифровыми и видеоиграми
- ♦ Проанализировать такие аспекты, как стратегический процесс и необходимость анализа различных переменных, необходимых для стратегической формулировки
- ♦ Знать инструменты исследования для анализа сектора видеоигр, конкурентной позиции и экономической среды
- ♦ Понять цели и функции стратегического управления в компаниях, занимающихся цифровыми и видеоиграми
- ♦ Рассмотреть элементы, составляющие структуру сектора и цепочки создания стоимости
- ♦ Рассмотреть элементы цепочки создания стоимости видеоигр
- ♦ Повысить ценность в таких аспектах, как электронная коммерция
- ♦ Изучить профессиональные профили сектора видеоигр и профессиональные киберспортивные клубы
- ♦ Узнать, как разработать план цифрового маркетинга
- ♦ Уделять особое внимание дисциплинам привлечения трафика и аудитории для распространения коммерческих сообщений
- ♦ Работать над методами дисплейной и программной рекламы
- ♦ Изучить дисциплины входящего маркетинга и маркетинга ключевых клиентов
- ♦ Освоить процессы цифрового маркетинга и текущие решения для их автоматизации
- ♦ Ознакомиться с потребностями, необходимыми для создания компании и ее стремления к устойчивости

- ◆ Рассмотреть ключевые элементы бизнес-плана и его инвестиционные потребности
- ◆ Изучить детали производства видеоигры и операции после ее выхода на рынок
- ◆ Проанализировать, как работают новые модели онлайн-дистрибуции
- ◆ Приобрести знания в области управления проектами
- ◆ Понять архитектуру проектов видеоигр
- ◆ Работать над реализацией концепции проекта, фаз запуска и исполнения
- ◆ Посмотреть, как реклама и управление маркетингом интегрируются в проект
- ◆ Рассмотреть элементы и компоненты, необходимые специалисту для развития инновационных навыков и способностей
- ◆ Относиться к талантам и управлять ими как к основополагающей части капитала цифровой компании и компании видеоигр
- ◆ Изучить и подробно рассмотреть инновационные бизнес-модели, которые разрабатываются в отрасли
- ◆ Знать навыки, знания и компетенции в области финансового экономического анализа
- ◆ Приобрести высокий уровень финансовых знаний о бизнесе
- ◆ Работать над наиболее актуальными аспектами финансовой системы
- ◆ Ознакомиться со всеми разделами, составляющими экономическую и финансовую систему компаний-разработчиков видеоигр
- ◆ Приобрести коммерческие навыки
- ◆ Правильно разработать действия, направленные на маркетинг и продажу продукции или услуг
- ◆ Применить на практике и узнать, как работает управление коммерцией и продажами, чтобы применять самые современные методы
- ◆ Изучить и понять, как управлять событиями, турнирами и конвенциями киберспорта
- ◆ Понять две наиболее значимые единицы в киберспорте: игрок и клуб
- ◆ Знать различные бизнес-модели, которые могут быть разработаны при управлении киберспортом, а также самые важные аспекты при разработке мероприятий и чемпионатов или управлении спонсорством и рекламой
- ◆ Планировать стратегии продаж *мерчандайзинга*
- ◆ Применять *маркетинг* влияния с выгодой для себя
- ◆ Приобрести лидерские навыки и компетенции
- ◆ Работать над компетенциями в области управления талантами посредством анализа и развития HR-процессов
- ◆ Получить подробное представление о *Soft Skills*
- ◆ Развивать прагматичное лидерство



# 04

## Руководство курса

С целью предоставления студентам соответствующих знаний для качественного руководства цифровыми компаниями и компаниями по разработке видеоигр, над данной программой работал высококвалифицированный преподавательский состав. Они имеют интересный карьерный путь, в котором накопили опыт, чрезвычайно полезный для разработки дидактического материала, который является частью этой программы. Студент, таким образом, получает гарантию высокого качества от преподавателей, которые будут сопровождать его на протяжении всего академического пути.







“

*Узнайте вместе с лучшими профессионалами секреты того, как привести художественную и видеоигровую компанию к успеху”*

## 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 организационная коммуникация  
Университета Майами

“

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

## Приглашенный руководитель международного уровня

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

Он 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. Благодаря этому 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

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. Разрабатывал и составлял подробные отчеты, демонстрирующие экспертные знания в предметной области, включая понимание **макроэкономических и политических/регуляторных факторов**, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также возглавлял команды в таких компаниях, как **Eaton, Airbus и Siemens**, где приобрел ценный опыт управления клиентами и цепочками поставок. Его особенно отличает умение постоянно превосходить ожидания, **выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации**, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения проблем отрасли сделали его выдающимся лидером в своей области.



## Г-н Аренс, Мануэль

---

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



*Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим учебным материалам, находящимся на передовой линии технологий и образования, которые разрабатываются всемирно известными специалистами в этой области"*



## Приглашенный руководитель международного уровня

Андреа Ла Сала – опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали значительное влияние на индустрию моды. На протяжении своей успешной карьеры он решал различные задачи, связанные с продуктом, мерчендайзингом и коммуникациями. Все это связано с такими престижными брендами, как Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein и другими.

Результаты работы этого высокопоставленного руководителя международного уровня связаны с его доказанной способностью синтезировать информацию в четкие схемы и осуществлять конкретные действия в соответствии с конкретными бизнес-целями. Кроме того, его признают за проактивность и адаптацию к быстро меняющемуся ритму работы. Ко всему этому он добавляет сильное коммерческое понимание, видение рынка и искреннюю страсть к продукции.

В качестве директора по глобальному бренду и мерчендайзингу в Giorgio Armani он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли, потребностей и поведения потребителей. В этой роли Ла Сала также отвечал за формирование маркетинга продукции на различных рынках, выступая в качестве руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж.

С другой стороны, в таких компаниях, как Calvin Klein или Gruppo Coin, он занимался проектами по улучшению структуры, разработке и маркетингу различных коллекций. Он также отвечал за создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Андреа 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!"*

## Руководство



### Г-н Санчес Матеос, Даниэль

- Продюсер видеоигр и приложений для нескольких устройств
- Директор по операциям, развитию бизнеса и НИОКР в компании Gamera Nest
- Директор программы PS Talents в PlayStation Iberia
- Партнер/директор по производству, маркетингу и операциям в ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- Партнер/менеджер по производству и операциям/дизайнер продукции в DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT
- Онлайн-менеджер в отделе маркетинга в AURUM PRODUCCIONES
- Сотрудник отдела дизайна и лицензирования в LA FACTORÍA DE IDEAS
- Ассистент по операциям в компании DISTRIMAGEN SL., Мадрид (Испания)
- Степень бакалавра коммуникационных наук Мадридского университета Комплутенсе
- Официальная степень магистра в области менеджмента, маркетинга и коммуникаций в Университете Камило Хосе Села, Мадрид
- Степень магистра в области телевизионного производства от IMEFE в сотрудничестве с Европейским союзом

## Преподаватели

### Г-н Гарсия Фернандес, Хуан Карлос

- ♦ Дизайнер и продюсер видеоигр
- ♦ Продюсер видеоигр в PlayStation Talents
- ♦ QA-тестер электронных игр в PlayStation Talents
- ♦ Степень бакалавра в области дизайна и разработки видеоигр в Университете UDIT академического образования



## Преподаватели

### Г-н Эспиноса де лос Монтерос Иглесиас, Рафаэль

- ◆ Генеральный директор и основатель Fluzo Studios
- ◆ Директор по финансированию коммерческих и НИОКР проектов в компании Kaudal
- ◆ Генеральный директор компании Reta al Alzheimer
- ◆ Генеральный директор компании Puxel Arts
- ◆ Директор по продуктам и услугам в компании Arquimea Ingeniería
- ◆ Менеджер по работе с ключевыми клиентами в компании Cota Soluciones
- ◆ Менеджер по качеству программного обеспечения в компании Recreativos Franco Gaming
- ◆ Национальный менеджер по информационным технологиям в компании Credit Agricole Cheuvreux
- ◆ Менеджер проекта ADSL и консультант по внедрению в компании Telefónica Spain
- ◆ Специалист по сетям и телефонии в Университете Карлоса III в Мадриде
- ◆ Инженер по промышленной технике: Промышленная электроника в Университете Карлоса III в Мадриде
- ◆ Степень магистра в области бизнес-стратегии и корпоративных коммуникаций в Университете короля Хуана Карлоса I
- ◆ Степень магистра в области искусственного интеллекта и инноваций от FOUNDERZ
- ◆ Международный магистр делового администрирования от LUIS BUSINESS SCHOOL

### Г-н Очоа Фернандес, Карлос Х.

- ◆ Специалист по технологическим инновациям, цифровому маркетингу и предпринимательству
- ◆ Основатель и генеральный директор компании ONE Digital Consulting
- ◆ Менеджер и советник в таких компаниях, как SIEMENS, Sagentia, Altran и Eptron
- ◆ Эксперт-оценщик для Европейской комиссии
- ◆ Независимый эксперт по оценке для Alberta Innovates (Канада)
- ◆ Ментор Швейцарского национального научного фонда (SNSF)

- ◆ Инженер Мадридского политехнического университета
- ◆ Международная программа MBA по предпринимательству в Колледже Бэбсон
- ◆ Президент Мадридского/Испанского отделения Ассоциации VR/AR
- ◆ Сопредседатель комитета по образованию в области VR/AR
- ◆ Член: Immersive Learning, ICICLE X-Reality Group для обучения и повышения эффективности и Metaverse Standards Forum

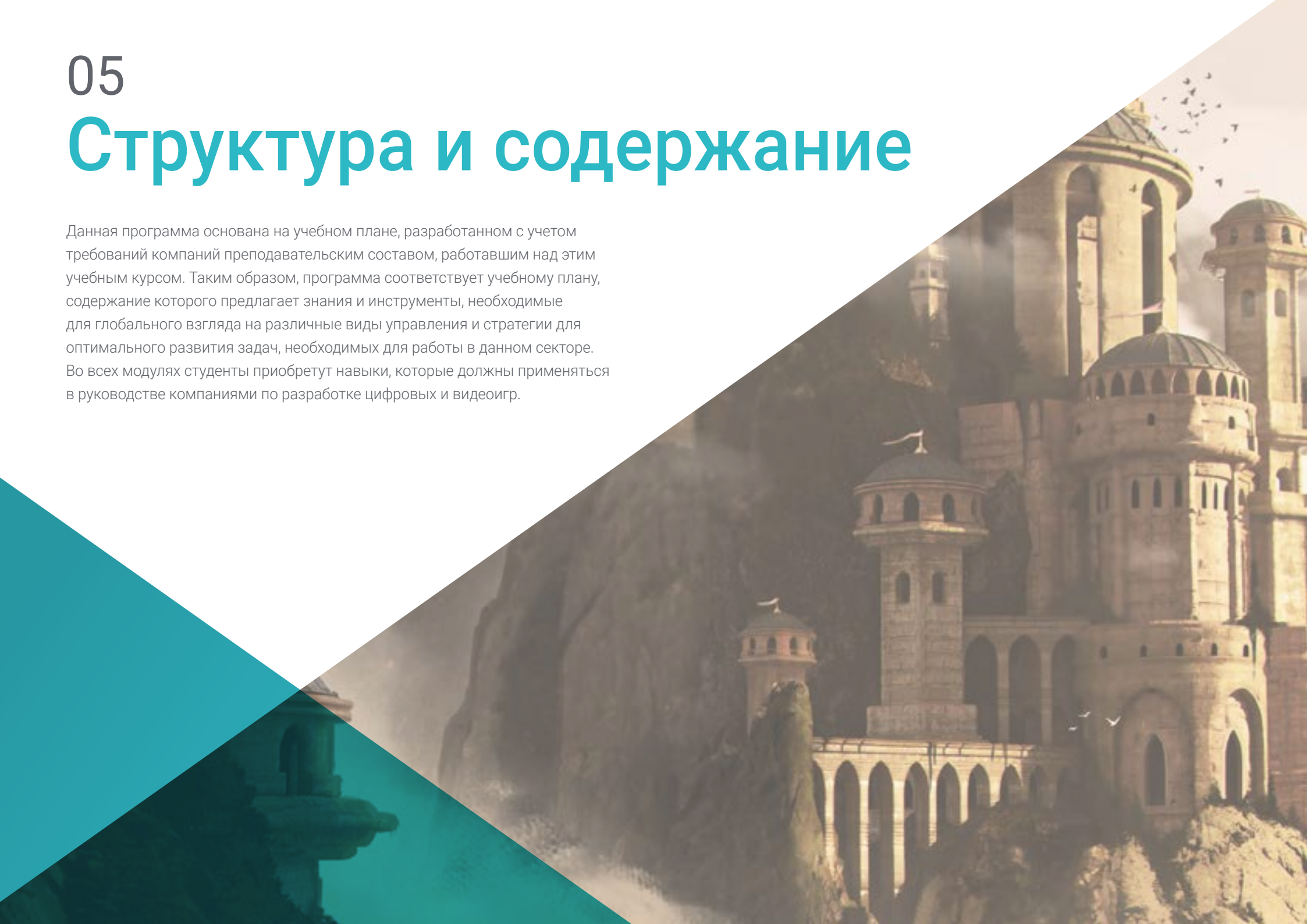
### Г-н Монтеро Гарсия, Хосе Карлос

- ◆ Основатель и креативный директор компании Red Mountain Games
- ◆ Международный представитель PlayStation Talents
- ◆ Креативный директор и основатель компании TRT Labs, Берлин
- ◆ Лауреат премии ITB Berlin, благодаря проекту TimeRiftTours
- ◆ 3D-художник в компании Telvent Global Services
- ◆ 3D-художник в компании Matchmind
- ◆ 3D-художник в компании Nectar Estudio
- ◆ Высшая степень в области анализа и управления Политехнического института Монте-де-Конксо, Сантьяго-де-Компостела
- ◆ Степень магистра в области дизайна игр с Naughty Dog's Эмилией Шац от CGMasterAcademy
- ◆ Степень магистра в области создания персонажей для игр с Epic Games от CGMasterAcademy
- ◆ Степень магистра в области 3D-изображения, анимации и интерактивных технологий, Тразос
- ◆ Степень магистра в области рендеринга с Vray для Infoarchitecture
- ◆ Степень магистра в области анимации и нелинейного монтажа в Школе новых технологий CICE

# 05

## Структура и содержание

Данная программа основана на учебном плане, разработанном с учетом требований компаний преподавательским составом, работавшим над этим учебным курсом. Таким образом, программа соответствует учебному плану, содержание которого предлагает знания и инструменты, необходимые для глобального взгляда на различные виды управления и стратегии для оптимального развития задач, необходимых для работы в данном секторе. Во всех модулях студенты приобретут навыки, которые должны применяться в руководстве компаниями по разработке цифровых и видеоигр.



“

*Эта Специализированная магистратура соответствует персонализированному учебному плану, позволяющему эффективно изучить все, что необходимо знать о руководстве компаниями по разработке цифровых и видеоигр”*

## Модуль 1. Стратегия в компаниях по разработке цифровых и видеоигр

- 1.1. Цифровой бизнес и видеоигры
  - 1.1.1. Компоненты стратегии
  - 1.1.2. Цифровая экосистема и экосистема видеоигр
  - 1.1.3. Стратегическое позиционирование
- 1.2. Стратегические процессы
  - 1.2.1. Стратегический анализ
  - 1.2.2. Выбор стратегических альтернатив
  - 1.2.3. Реализация стратегии
- 1.3. Стратегический анализ
  - 1.3.1. Внутренний
  - 1.3.2. Внешний
  - 1.3.3. Матрица SWOT
- 1.4. Анализ сектора видеоигр
  - 1.4.1. Анализ пяти сил Портера
  - 1.4.2. Анализ PESTEL
  - 1.4.3. Отраслевой анализ рынка
- 1.5. Анализ конкурентной позиции
  - 1.5.1. Создание и монетизация стратегической стоимости
  - 1.5.2. Нишевый поиск vs Сегментация рынка
  - 1.5.3. Устойчивость конкурентного позиционирования
- 1.6. Анализ экономической среды
  - 1.6.1. Глобализация и интернационализация
  - 1.6.2. Инвестиции и сбережения
  - 1.6.3. Показатели выпуска, производительности и занятости
- 1.7. Стратегическое управление
  - 1.7.1. Стратегическое направление
  - 1.7.2. Рамки для анализа стратегии
  - 1.7.3. Анализ отраслевой среды, ресурсов и возможностей
- 1.8. Формулирование стратегии
  - 1.8.1. Корпоративные стратегии
  - 1.8.2. Общие стратегии
  - 1.8.3. Стратегии клиентов

- 1.9. Реализация стратегии
  - 1.9.1. Стратегическое планирование
  - 1.9.2. Схема коммуникации и организационного участия
  - 1.9.3. Управление изменениями
- 1.10. Стратегический новый бизнес
  - 1.10.1. Стратегия «голубых океанов»
  - 1.10.2. Кривая истощения приростного улучшения стоимости
  - 1.10.3. Бизнес с нулевыми предельными издержками

## Модуль 2. Руководство компаниями по производству видеоигр

- 2.1. Сектор и цепочка создания стоимости
  - 2.1.1. Ценность в секторе развлечений
  - 2.1.2. Элементы цепочки создания стоимости
  - 2.1.3. Взаимосвязь между каждым из элементов цепочки создания стоимости
- 2.2. Разработчики видеоигр
  - 2.2.1. Концептуальное предложение
  - 2.2.2. Творческий дизайн и сюжетная линия видеоигры
  - 2.2.3. Технологии, применяемые при разработке видеоигр
- 2.3. Производители консолей
  - 2.3.1. Компоненты
  - 2.3.2. Типология и производители
  - 2.3.3. Поколение консолей
- 2.4. Издатели
  - 2.4.1. Выбор
  - 2.4.2. Управление развитием
  - 2.4.3. Создание продуктов и услуг
- 2.5. Дистрибьюторы
  - 2.5.1. Соглашения с дистрибьюторами
  - 2.5.2. Модели распределения
  - 2.5.3. Логистика распределения

- 2.6. Розничная торговля
  - 2.6.1. Розничная торговля
  - 2.6.2. Ориентация на потребителя и связь
  - 2.6.3. Консультационные услуги
- 2.7. Производители аксессуаров
  - 2.7.1. Игровые аксессуары
  - 2.7.2. Рынок
  - 2.7.3. Тенденции
- 2.8. Разработчики связующего программного обеспечения
  - 2.8.1. Связующее программное обеспечение в индустрии видеоигр
  - 2.8.2. Развитие связующего программного обеспечения
  - 2.8.3. Связующее программное обеспечение: типология
- 2.9. Профессиональные профили в секторе видеоигр
  - 2.9.1. Геймдизайнеры и программисты
  - 2.9.2. Профессионал моделирования и текстурирования
  - 2.9.3. Аниматоры и иллюстраторы
- 2.10. Профессиональные киберспортивные организации
  - 2.10.1. Административная область
  - 2.10.2. Спортивная область
  - 2.10.3. Коммуникационная область

### Модуль 3. Цифровой маркетинг и цифровая трансформация видеоигр

- 3.1. Стратегия цифрового маркетинга
  - 3.1.1. Ориентированность на клиента
  - 3.1.2. Customer Journey и Funnel маркетинга
  - 3.1.3. Разработка и создание плана цифрового маркетинга
- 3.2. Цифровые активы
  - 3.2.1. Веб-архитектура и дизайн
  - 3.2.2. Пользовательский опыт - CX
  - 3.2.3. Мобильный маркетинг
- 3.3. Цифровые СМИ
  - 3.3.1. Медиастратегия и планирование
  - 3.3.2. Дисплей и рекламные программы
  - 3.3.3. Цифровое телевидение

- 3.4. Поиск
  - 3.4.1. Разработка и внедрение стратегии поиска
  - 3.4.2. SEO
  - 3.4.3. SEM
- 3.5. Социальные медиа
  - 3.5.1. Разработка, планирование и аналитика стратегии социальных сетей
  - 3.5.2. Горизонтальные маркетинговые системы в социальных сетях
  - 3.5.3. Вертикальные маркетинговые системы в социальных сетях
- 3.6. Входящий маркетинг
  - 3.6.1. Воронка входящего маркетинга
  - 3.6.2. Создание контент-маркетинга
  - 3.6.3. Привлечение и управление лидерами
- 3.7. Маркетинг ключевых клиентов
  - 3.7.1. Стратегия B2B маркетинга
  - 3.7.2. Принятие решение и карта контактов
  - 3.7.3. План маркетинга ключевых клиентов
- 3.8. Email-маркетинг и целевые страницы
  - 3.8.1. Характеристики email-маркетинга
  - 3.8.2. Креативность и целевые страницы
  - 3.8.3. Маркетинговые кампании и действия email-маркетинга
- 3.9. Автоматизация маркетинга
  - 3.9.1. Автоматизация маркетинга
  - 3.9.2. Большие данные и искусственный интеллект в применении к маркетингу
  - 3.9.3. Основные решения по автоматизации маркетинга
- 3.10. Метрики, KPI и рентабельность инвестиций
  - 3.10.1. Основные показатели и KPI цифрового маркетинга
  - 3.10.2. Инструменты и решения для измерения
  - 3.10.3. Расчет и мониторинг ROI



## Модуль 4. Создание компаний по производству видеоигр

- 4.1. Предпринимательство
  - 4.1.1. Предпринимательская стратегия
  - 4.1.2. Предпринимательский проект
  - 4.1.3. Методологии гибкого предпринимательства
- 4.2. Технологические инновации в видеоиграх
  - 4.2.1. Инновации в консолях и периферийных устройствах
  - 4.2.2. Инновации в области захвата движения и *live dealer*
  - 4.2.3. Инновации в области графики и программного обеспечения
- 4.3. Бизнес-план
  - 4.3.1. Сегменты и ценностное предложение
  - 4.3.2. Процессы, ресурсы и ключевые альянсы
  - 4.3.3. Отношения с клиентами и каналы взаимодействия
- 4.4. Инверсия
  - 4.4.1. Вложения в индустрию видеоигр
  - 4.4.2. Критические вопросы для получения инвестиций
  - 4.4.3. Финансирование *стартапов*
- 4.5. Финансы
  - 4.5.1. Доходы и эффективность
  - 4.5.2. Операционные и капитальные расходы
  - 4.5.3. Отчет о прибылях и убытках и баланс
- 4.6. Производство видеоигр
  - 4.6.1. Инструменты моделирования производства
  - 4.6.2. Управление плановым производством
  - 4.6.3. Управление производственным контролем
- 4.7. Управление операциями
  - 4.7.1. Разработка, расположение и обслуживание
  - 4.7.2. Управление качеством
  - 4.7.3. Управление запасами и цепочкой поставок
- 4.8. Новые модели онлайн-распределения
  - 4.8.1. Модели онлайн-логистики
  - 4.8.2. Прямые онлайн поставки и SaaS
  - 4.8.3. *Прямая поставка*

- 4.9. Устойчивость
  - 4.9.1. Устойчивое создание стоимости
  - 4.9.2. ESG (экологическое, социальное и корпоративное управление)
  - 4.9.3. Устойчивое развитие в стратегии
- 4.10. Правовые аспекты
  - 4.10.1. Интеллектуальная собственность
  - 4.10.2. Промышленная собственность
  - 4.10.3. GDPR

## Модуль 5. Управление проектами

- 5.1. Жизненный цикл проекта видеоигры
  - 5.1.1. Концептуальная и предпроизводственная фаза
  - 5.1.2. Производственная фаза и заключительные фазы
  - 5.1.3. Постпроизводственная фаза
- 5.2. Проекты видеоигр
  - 5.2.1. Жанры
  - 5.2.2. *Серьезные игры*
  - 5.2.3. Поджанры и новые жанры
- 5.3. Архитектура проекта видеоигры
  - 5.3.1. Внутренняя архитектура
  - 5.3.2. Отношения между элементами
  - 5.3.3. Холистический взгляд на видеоигру
- 5.4. Видеоигры
  - 5.4.1. Игровые аспекты видеоигр
  - 5.4.2. Игровой дизайн
  - 5.4.3. Геймификация
- 5.5. Техника видеоигр
  - 5.5.1. Внутренние элементы
  - 5.5.2. Движки для видеоигр
  - 5.5.3. Влияние техники и маркетинга на дизайн
- 5.6. Разработка концепции, запуск и реализация проектов
  - 5.6.1. Предварительная разработка
  - 5.6.2. Фазы разработки видеоигр
  - 5.6.3. Фазы разработки видеоигр

- 5.7. Управление организацией проекта видеоигры
    - 5.7.1. Команда разработчиков и издатель
    - 5.7.2. Операционная команда
    - 5.7.3. Отдел продаж и маркетинга
  - 5.8. Руководства по разработке видеоигр
    - 5.8.1. Руководство по дизайну и технике видеоигр
    - 5.8.2. Руководство для разработчиков видеоигр
    - 5.8.3. Руководство по требованиям и техническим характеристикам
  - 5.9. Издательство и маркетинг видеоигр
    - 5.9.1. Подготовка к *kick off* видеоигры
    - 5.9.2. Цифровые каналы коммуникации
    - 5.9.3. *Delivery*, прогресс и мониторинг успеха
  - 5.10. Agile-методологии, применимые к проектам видеоигр
    - 5.10.1. *Дизайн и визуальное мышление*
    - 5.10.2. *Бережливый стартап*
    - 5.10.3. *Разработка и реализация Scrum*
- Модуль 6. Инновации**
- 6.1. Стратегия и инновации
    - 6.1.1. Инновации в видеоиграх
    - 6.1.2. Управление инновациями в видеоиграх
    - 6.1.3. Инновационные модели
  - 6.2. Инновационный талант
    - 6.2.1. Внедрение культуры инноваций в организациях
    - 6.2.2. Талант
    - 6.2.3. Карта культурных инноваций
  - 6.3. Руководство и управление талантами в цифровой экономике
    - 6.3.1. Жизненный цикл таланта
    - 6.3.2. Рекрутинг — поколенческие ограничения
    - 6.3.3. Удержание: *Вовлеченность*, *лояльность*, *приверженность*
  - 6.4. Бизнес-модели в инновациях видеоигр
    - 6.4.1. Инновации в бизнес-моделях
    - 6.4.2. Инструменты для инноваций в бизнесе
    - 6.4.3. *Навигатор бизнес-модели*
  - 6.5. Управление инновационными проектами
    - 6.5.1. Клиент и инновационный процесс
    - 6.5.2. Разработка ценностного предложения
    - 6.5.3. Экспоненциальные организации
  - 6.6. Agile-методологии в инновациях
    - 6.6.1. *Дизайн-мышление* и методология *Lean Startup*
    - 6.6.2. Модели управления проектами Agile: Kanban и Scrum
    - 6.6.3. *Бережливый Canvas*
  - 6.7. Управление валидацией инноваций
    - 6.7.1. Прототипирование (PMV)
    - 6.7.2. Валидация клиентов
    - 6.7.3. Поворот или сохранение
  - 6.8. Инновация процесса
    - 6.8.1. Возможности для инновации процессов
    - 6.8.2. *Time-to-Market*, сокращение неценностных задач и устранение дефектов
    - 6.8.3. Методологические инструменты для процессных инноваций
  - 6.9. Прорывные технологии
    - 6.9.1. Технологии физико-цифровой гибридации
    - 6.9.2. Технологии связи и обработки данных
    - 6.9.3. Прикладные технологии управления
  - 6.10. Возврат инвестиций в инновации
    - 6.10.1. Стратегии монетизации данных и инновационных активов
    - 6.10.2. ROI инноваций. Общий подход
    - 6.10.3. Воронки

## Модуль 7. Финансовый менеджмент

- 7.1. Бухгалтерский учет
  - 7.1.1. Бухгалтерский учет
  - 7.1.2. Годовая отчетность и другие отчеты
  - 7.1.3. Основные средства, инвестиционная собственность и нематериальные активы
- 7.2. Финансовый менеджмент
  - 7.2.1. Финансовые инструменты
  - 7.2.2. Корпоративные финансы и финансовый менеджмент
  - 7.2.3. Финансы для предпринимателей
- 7.3. Анализ финансовой отчетности
  - 7.3.1. Анализ финансовой отчетности
  - 7.3.2. Анализ ликвидности и платежеспособности
  - 7.3.3. Управление казначейством
- 7.4. Финансовые операции
  - 7.4.1. Финансовые операции
  - 7.4.2. Управление денежными средствами
  - 7.4.3. Финансовые операции
- 7.5. Финансовая система
  - 7.5.1. Финансовая система
  - 7.5.2. Структура и функционирование финансовой системы
  - 7.5.3. Рынок ценных бумаг
- 7.6. Управленческий контроль
  - 7.6.1. Управленческий контроль
  - 7.6.2. Центр финансовой ответственности
  - 7.6.3. Системы затрат
- 7.7. Бюджетный контроль
  - 7.7.1. Бюджетный процесс
  - 7.7.2. Бюджетная организация и управление
  - 7.7.3. Бюджетный контроль
- 7.8. Управление казначейством
  - 7.8.1. *Cash management* и бюджет денежных средств
  - 7.8.2. Поступления от коммерческих операций
  - 7.8.3. Оплата коммерческих сделок



- 7.9. Финансирование компании
  - 7.9.1. Преимущества, недостатки и последствия долга
  - 7.9.2. Выбор структуры капитала в компании
  - 7.9.3. Изменения в структуре капитала
- 7.10. Оценка стоимости компании
  - 7.10.1. Методы бухгалтерского учета и стоимость бизнеса
  - 7.10.2. Активы и задолженность
  - 7.10.3. Диагностика оценки стоимости компании и презентация для инвесторов

## Модуль 8. Управление продажами

- 8.1. Модели коммерческих организаций
  - 8.1.1. Коммерческий отдел
  - 8.1.2. Инструменты отдела продаж
  - 8.1.3. Торговый персонал
- 8.2. Коммерческие цели
  - 8.2.1. Планирование продаж
  - 8.2.2. Прогнозирование и бюджетирование
  - 8.2.3. Коммерческий бюджет
- 8.3. Коммерческое прогнозирование
  - 8.3.1. Рентабельность коммерческого отдела
  - 8.3.2. Прогнозирование продаж
  - 8.3.3. Мониторинг коммерческой деятельности
- 8.4. Новые реляционные модели
  - 8.4.1. Маркетинг в новых бизнес-моделях
  - 8.4.2. Персонализация как основная движущая сила отношений с клиентами
  - 8.4.3. Развитие клиентского опыта
- 8.5. Консультативные продажи
  - 8.5.1. Психология продаж
  - 8.5.2. Убеждающая коммуникация
  - 8.5.3. Введение и эволюция методов продаж

- 8.6. Методы продажи
    - 8.6.1. Розничная торговля или продажи B2C
    - 8.6.2. Внешние продажи B2B
    - 8.6.3. Онлайн-продажи
  - 8.7. Социальные продажи через цифровые платформы
    - 8.7.1. Социальные продажи
    - 8.7.2. Социальное отношение: создание сетей
    - 8.7.3. Процесс привлечения нового клиента с помощью социальных сетей
  - 8.8. Методологии цифровых продаж
    - 8.8.1. Основные agile-методологии в сфере цифровых продаж
    - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling*
    - 8.8.3. *Инбаунд-продажи B2B и маркетинг ключевых клиентов*
  - 8.9. Маркетинговая поддержка в коммерческой сфере
    - 8.9.1. Управление маркетингом
    - 8.9.2. Ценность цифрового маркетинга (B2C/B2B)
    - 8.9.3. Управление маркетинг-миксом в коммерческой сфере
  - 8.10. Организация и планирование работы продавца
    - 8.10.1. Торговые площади и маршруты
    - 8.10.2. Управление временем и организация встреч
    - 8.10.3. Анализ и принятие решений
- Модуль 9. Управление киберспортом**
- 9.1. Индустрия киберспорта
    - 9.1.1. Киберспорт
    - 9.1.2. Актеры в индустрии киберспорта
    - 9.1.3. Бизнес-модель и рынок киберспорта
  - 9.2. Управление киберспортивными организациями
    - 9.2.1. Значение киберспортивных организаций
    - 9.2.2. Создание организаций
    - 9.2.3. Администрация и управление клубами киберспорта
  - 9.3. Отношения с электронными геймерами
    - 9.3.1. Роль игрока
    - 9.3.2. Навыки и компетенции игрока
    - 9.3.3. Игроки как представители бренда
  - 9.4. Соревнования и мероприятия
    - 9.4.1. *Delivery в киберспорте*: соревнования и мероприятия
    - 9.4.2. Организация мероприятий и чемпионатов
    - 9.4.3. Основные местные, региональные, национальные и глобальные чемпионаты
  - 9.5. Управление спонсорством в киберспорте
    - 9.5.1. Управление спонсорством в киберспорте
    - 9.5.2. Виды спонсорства в киберспорте
    - 9.5.3. Соглашение о спонсорстве в киберспорте
  - 9.6. Управление рекламой в киберспорте
    - 9.6.1. *Адвергейминг*: новый формат рекламы
    - 9.6.2. *Брендированный контент* в киберспорте
    - 9.6.3. *Киберспорт как коммуникационная стратегия*
  - 9.7. Маркетинг в киберспорте
    - 9.7.1. Управление собственными медиа
    - 9.7.2. Управление оплаченными медиа
    - 9.7.3. Особое внимание уделяется социальным медиа
  - 9.8. *влияния*
    - 9.8.1. *Маркетинг влияния*
    - 9.8.2. *Управление аудиторией и его влияние на киберспорт*
    - 9.8.3. *Бизнес-модели в маркетинге влияния*
  - 9.9. *Мерчант*
    - 9.9.1. *Электронная коммерция и рыночные места*
    - 9.9.2. *Мерчандайзинг*
    - 9.9.3. *Электронная коммерция и маркетплейс*
  - 9.10. Показатели и KPI для киберспорта
    - 9.10.1. *Метрические данные*
    - 9.10.2. *KPI прогресса и успеха*
    - 9.10.3. *Стратегическая карта целей и показателей*



## Модуль 10. Лидерство и управление талантами

- 10.1. Компания, организация и отдел кадров
  - 10.1.1. Организация и организационная структура
  - 10.1.2. Стратегический менеджмент
  - 10.1.3. Анализ и организация работы
- 10.2. Управление персоналом в компании
  - 10.2.1. Организация в сфере человеческих ресурсов
  - 10.2.2. Каналы набора персонала
  - 10.2.3. Кандидатуры в секторе видеоигр
- 10.3. Личное и профессиональное лидерство
  - 10.3.1. Лидеры и процессы лидерства
  - 10.3.2. Авторитет общения
  - 10.3.3. Переговоры с успехом и неудачей
- 10.4. Управление знаниями и управление талантами
  - 10.4.1. Стратегическое управление талантами
  - 10.4.2. Технологии, применяемые в управлении человеческими ресурсами
  - 10.4.3. Инновационные модели в сфере человеческих ресурсов
- 10.5. Управление знаниями как ключ к росту компании
  - 10.5.1. Общие цели управления знаниями
  - 10.5.2. Структура систем и потоков управления знаниями
  - 10.5.3. Процессы управления знаниями
- 10.6. Коучинг и наставничество
  - 10.6.1. PNL
  - 10.6.2. Коучинг и наставничество
  - 10.6.3. Процессы
- 10.7. Новые формы лидерства в условиях VUCA
  - 10.7.1. Управление индивидуальными изменениями
  - 10.7.2. Управление организационными изменениями
  - 10.7.3. Инструменты
- 10.8. Управление многообразием
  - 10.8.1. Вовлечение новых поколений в руководство
  - 10.8.2. Женское лидерство
  - 10.8.3. Управление мультикультурализмом

- 10.9. Коуч-лидер
  - 10.9.1. Навыки коуч-лидера
  - 10.9.2. Feedback и *feedforward*
  - 10.9.3. Признание
- 10.10. Адаптация к новым технологиям
  - 10.10.1. Настрой
  - 10.10.2. Знания
  - 10.10.3. Безопасность

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

- 11.1. Глобализация и руководство
  - 11.1.1. Руководство и корпоративное управление
  - 11.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
  - 11.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления
- 11.2. Лидерство
  - 11.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
  - 11.2.2. Лидерство в бизнесе
  - 11.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом
- 11.3. *Кросс-культурный менеджмент*
  - 11.3.1. Концепция *кросс-культурного менеджмента*
  - 11.3.2. Вклад в познание национальных культур
  - 11.3.3. Управление разнообразием
- 11.4. Развитие менеджмента и лидерства
  - 11.4.1. Концепция развития менеджмента
  - 11.4.2. Концепция лидерства
  - 11.4.3. Теории лидерства
  - 11.4.4. Стили лидерства
  - 11.4.5. Интеллект в лидерстве
  - 11.4.6. Проблемы лидерства сегодня

- 11.5. Деловая этика
  - 11.5.1. Этика и мораль
  - 11.5.2. Деловая этика
  - 11.5.3. Лидерство и этика в компаниях
- 11.6. 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. Инструменты и стандарты 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 человеческими ресурсами на основе компетенций
  - 12.2.1. Анализ потенциала
  - 12.2.2. Политика вознаграждения
  - 12.2.12. Планирование карьеры/повышения

- 12.3. Оценка производительности и управление эффективностью
  - 12.3.1. Управление производительностью
  - 12.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс
- 12.4. Инновации в управлении талантами и людьми
  - 12.4.1. Модели стратегического управления талантами
  - 12.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
  - 12.4.3. Лояльность и удержание
  - 12.4.4. Проактивность и инновации
- 12.5. 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. Управление изменениями
  - 12.1.7. Управление изменениями
  - 12.2.7. Тип процессов управления изменениями
  - 12.3.7. Этапы или фазы управления изменениями
- 12.8. Переговоры и управление конфликтами
  - 12.8.1. Переговоры
  - 12.8.2. Управление конфликтами
  - 12.8.3. Антикризисное управление
- 12.9. Управленческая коммуникация
  - 12.9.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
  - 12.9.2. Департаменты коммуникации
  - 12.9.3. Менеджер по коммуникациям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям
- 12.10. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов
  - 12.10.1. Производительность
  - 12.10.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

## Модуль 13. Финансово-экономическое управление

- 13.1. Экономическая среда
  - 13.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
  - 13.1.2. Финансовые учреждения
  - 13.1.3. Финансовые рынки
  - 13.1.4. Финансовые активы
  - 13.1.5. Прочие организации финансового сектора
- 13.2. Информационные системы и *бизнес-аналитика*
  - 13.2.1. Основы и классификация
  - 13.2.2. Этапы и методы распределения затрат
  - 13.2.3. Выбор центра затрат и эффекта
- 13.3. Финансовый менеджмент
  - 13.3.1. Финансовые решения компании
  - 13.3.2. Финансовый отдел
  - 13.3.3. Денежные излишки
  - 13.3.4. Риски, связанные с управлением финансами
  - 13.3.5. Управление рисками в финансовом менеджменте
- 13.4. Финансовое планирование
  - 13.4.1. Определение финансового планирования
  - 13.4.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
  - 13.4.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
  - 13.4.4. Таблица движения денежных средств
  - 13.4.5. Таблица оборотных активов
- 13.5. Корпоративная финансовая стратегия
  - 13.5.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
  - 13.5.2. Продукты корпоративного финансирования
- 13.6. Стратегическое финансирование
  - 13.6.1. Самофинансирование
  - 13.6.2. Увеличение собственных средств
  - 13.6.3. Гибридные ресурсы
  - 13.6.4. Финансирование через посредников
- 13.7. Анализ и решение кейсов/проблем
  - 13.7.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## Модуль 14. Коммерческий менеджмент и стратегический маркетинг

- 14.1. Управление продажами
  - 14.1.1. Концептуальные основы управления бизнесом
  - 14.1.2. Коммерческая стратегия и планирование
  - 14.1.3. Роль коммерческих менеджеров
- 14.2. Маркетинг
  - 14.2.1. Концепция маркетинга
  - 14.2.2. Основы маркетинга
  - 14.2.3. Маркетинговая деятельность компании
- 14.3. Управление стратегическим маркетингом
  - 14.3.1. Концепция стратегического маркетинга
  - 14.3.2. Концепция стратегического маркетингового планирования
  - 14.3.3. Этапы процесса стратегического маркетингового планирования
- 14.4. Управление цифровыми кампаниями
  - 14.4.1. Что такое цифровая рекламная кампания?
  - 14.4.2. Шаги по запуску маркетинговой кампании в Интернете
  - 14.4.3. Ошибки при проведении цифровых рекламных кампаний
- 14.5. Стратегия продаж
  - 14.5.1. Стратегия продаж
  - 14.5.2. Методы продаж
- 14.6. Корпоративная коммуникация
  - 14.6.1. Концепция
  - 14.6.2. Важность коммуникации в организации
  - 14.6.3. Тип коммуникации в организации
  - 14.6.4. Функции коммуникации в организации
  - 14.6.5. Элементы коммуникации
  - 14.6.6. Проблемы коммуникации
  - 14.6.7. Сценарии коммуникации
- 14.7. Коммуникация и цифровая репутация
  - 14.7.1. Онлайн-репутация
  - 14.7.2. Как измерить цифровую репутацию?
  - 14.7.3. Инструменты для создания онлайн-репутации
  - 14.7.4. Отчет о репутации в Интернете
  - 14.7.5. *Брендинг* онлайн

## Модуль 15. Исполнительный менеджмент

- 15.1. *Общий менеджмент*
  - 15.1.1. Концепция общего менеджмента
  - 15.1.2. Действия генерального директора
  - 15.1.3. Генеральный директор и его функции
  - 15.1.4. Преобразование работы менеджмента
- 15.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
  - 15.2.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
- 15.3. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей
  - 15.3.1. Межличностная коммуникация
  - 15.3.2. Коммуникативные навыки и влияние
  - 15.3.3. Барьеры коммуникации
- 15.4. Средства личной и организационной коммуникации
  - 15.4.1. Межличностная коммуникация
  - 15.4.2. Инструменты межличностной коммуникации
  - 15.4.3. Коммуникация в организации
  - 15.4.4. Инструменты в организации
- 15.5. Кризисная коммуникация
  - 15.5.1. Кризис
  - 15.5.2. Фазы кризиса
  - 15.5.3. Сообщения: содержание и моменты



- 15.6. Подготовка кризисного плана
  - 15.6.1. Анализ потенциальных проблем
  - 15.6.2. Планирование
  - 15.6.3. Адекватность персонала
- 15.7. Эмоциональный интеллект
  - 15.7.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
  - 15.7.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
  - 15.7.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация
- 15.8. Личный брендинг
  - 15.8.1. Стратегии личного брендинга
  - 15.8.2. Законы личного брендинга
  - 15.8.3. Инструменты для создания личного бренда
- 15.9. Лидерство и управление командой
  - 15.9.1. Лидерство и стили лидерства
  - 15.9.2. Возможности и проблемы лидеров
  - 15.9.3. Управление процессами изменений
  - 15.9.4. Управление мультикультурными командами

“

*Комплексная программа,  
включающая все  
необходимое для того,  
чтобы занять место среди  
лучших компаний отрасли”*



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.



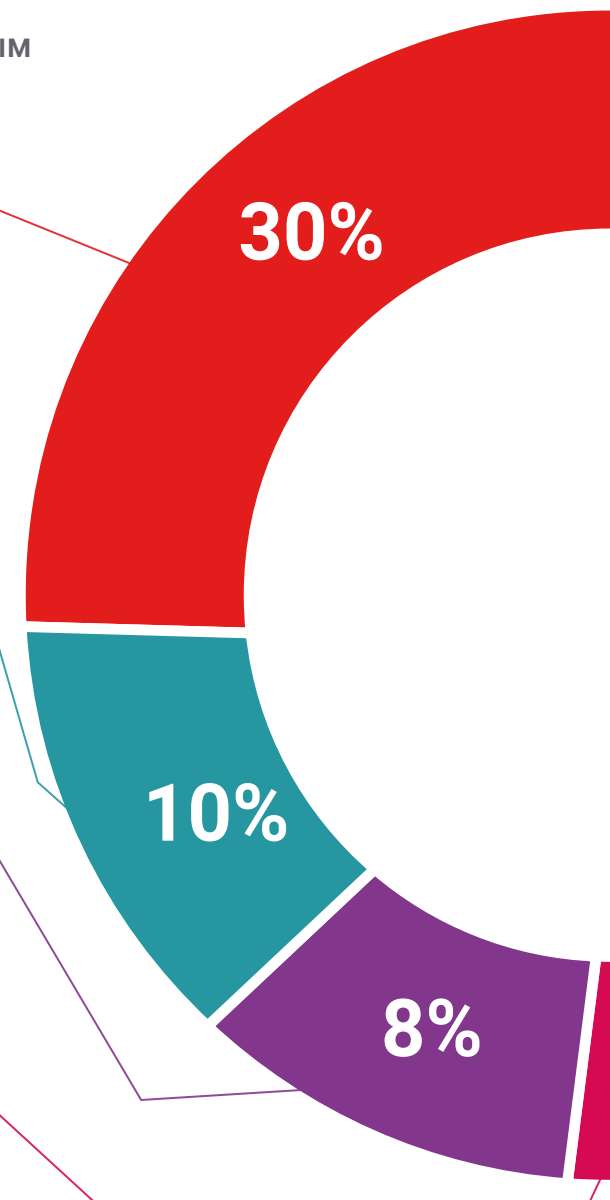
#### Практика навыков и компетенций

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

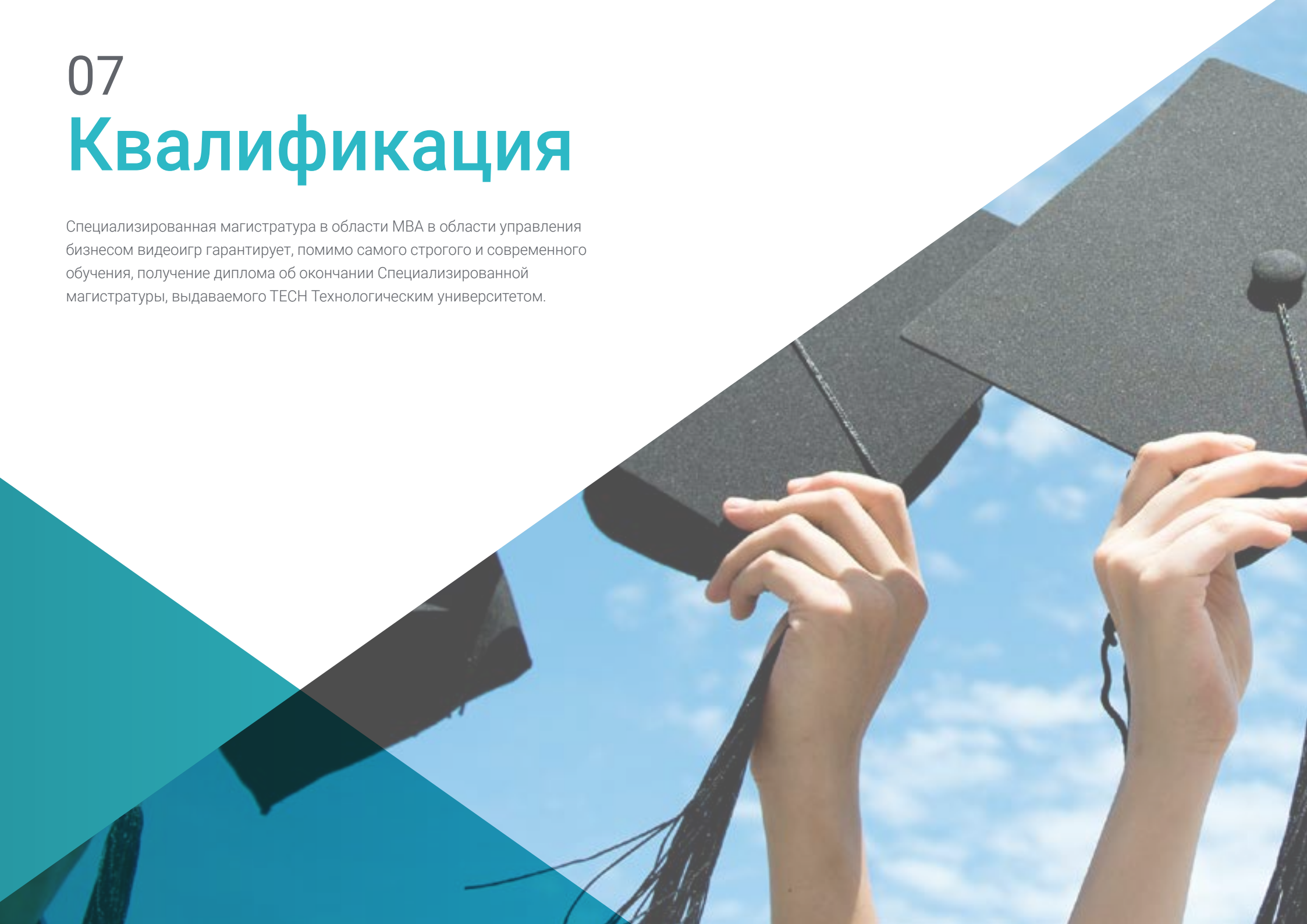
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

# Квалификация

Специализированная магистратура в области MBA в области управления бизнесом видеоигр гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого TECH Технологическим университетом.





““

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



Данная **Специализированная магистратура в области MBA в области управления бизнесом видеоигр** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, 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: **Специализированная магистратура в области MBA в области управления бизнесом видеоигр**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



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

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение  
МВА в области управления  
бизнесом видеоигр

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

**tech** технологический  
университет

Специализированная  
магистратура

МВА в области управления  
бизнесом видеоигр

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

# Специализированная магистратура МВА в области управления бизнесом видеоигр

