

МАКС ХАБЕРШТРО

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

РЕЗЮМЕ (подробное)



Макс Хаберштро
Экономист (государственное образование / международный стандарт)
Консультант по маркетингу туристических направлений
Журналист

Германия

Тел. 0049 7722 91 92 11

Моб. тел.: 0049 175 658 52 86

E-mail: haberstroh-max@t-online.de

1. Претендуемая позиция:

- Менеджер проекта в сфере развития туризма (маркетинг туристических направлений)
- Региональный менеджер/представитель или координатор организации или предприятия
- Директор иностранного представительства туристической компании
- Генеральный директор туристической компании

2. Личные данные:

Фамилия:	Хаберштро
Имя:	<u>Макс</u> Аугуст
Дата рождения:	15 июля 1952
Национальность:	немец

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

3. Ключевые квалификационные характеристики:

Менеджмент, непосредственное руководство и инструктаж линейных и проектных групп; знания и опыт приобретены в Германии и за рубежом;

Создание организаций и оптимизация их работы, развитие администрирования и политики: определение структуры организации и их реструктуризация: определение устава организации, создание межотраслевых и охватывающих различные направления рабочих групп/сетей и отраслевых групп («кластеров»); полная координация с этим связанной деятельности

Межкультурное консультирование и менеджмент, многолетний опыт, приобретенный, главным образом, в Центральной Азии и России/Юго-Восточная Европа (8,5 лет), а также в Южной Азии (3,5 года) и Мадагаскаре (с мая 2005 года);

Менеджмент персонала и стимулирование сотрудников: принятие на работу; образование и повышение квалификации в теории и на практике; индивидуальное консультирование; работа в команде и мотивация;

Образование на рабочем месте, индивидуальное консультирование, проведение семинаров и тренингов (workshops); разработка образовательных планов;

Создание марки (бренда) для направлений путешествий и территориального инвестирования; Разработка и применение инновационных и долгосрочных концептов; (корпоративный стиль: основная задача, пример, видение);

Маркетинг направлений путешествий и территориальных инвестиций; разработка и применение стратегических концепций для туристического и территориального маркетинга;

Интегрированное туристическое/ экологическое развитие; разработка и применение объединенных концепций для защиты природы, роста экономики и создания рабочих мест, особенно на базисе «чистого туризма» / «pro roog tourism»;

Менеджмент отношений с ключевыми фигурами: налаживание и поддерживание отношений различных направлений с ключевыми фигурами, принимающими решение по созданию кластеров и усилению позиций на рынке;

Переговоры и сотрудничество с партнерами в рамках проекта на месте: частные предприниматели, потенциальные инвесторы, представители организаций науки и исследований, неправительственные и международные организации,

Концептирование и осуществление инициатив по формированию самосознания («*public awareness initiatives*»); презентации с участием СМИ различных тем менеджмента и маркетинга перед малыми и большими аудиториями;

Составление рабочих программ/планов деятельности; финансовое планирование;

Планирование и реализация стратегических целей проектных групп;

Руководство миссиями, от которых требуется определенный «пионерский образ мышления», координация и мотивация посредством совместных усилий;

Работа со средствами массовой информации: установление и поддержание личных контактов, интервью, пресс-конференции, *информационные бюллетени;*

Профессиональная журналистика (Текст и Фото).

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

3.1 Зарубежный опыт:

<i>Период времени</i>	<i>Страна/Организация:</i>
04/76 – 06/79	Вьетнам, Лаос, Таиланд, Сингапур, Ирак/Министерство иностранных дел
12/94 – 03/02	Кыргызстан и Центральная Азия/Немецкое Общество Технического Содействия (Deutsche Gesellschaft fuer Technische Zusammenarbeit – GTZ) – Центр Международной Миграции и Развития (CIM)
05-06/02	Аргентина/ Немецкое и Французское посольство в Буэнос-Айресе
04. и 11-12/02; 03/03	Монтенегро/Немецкое Общество Технического Содействия (GTZ)
04/03 – 10/03; 10/04; 11/04-01/05	Россия/Министерство экономики земли Северный Рейн-Вестфалия и Ассоциация Волга-Дон, региональные бюро в Нижнем Новгороде, Костроме и Самаре
11/03+04-05/04	Хорватия/Немецкое Общество Технического Содействия (GTZ)
06-07/04	Косово / IFES, EAR
02-04/05	Болгария, Турция / Хохтиф
05/05-04/07	Мадагаскар/Международная охрана (окружающей среды) (CI)

4. Профессиональная деятельность

4.1 Профессиональная деятельность в настоящий момент времени:

**Консультант по туризму/экотуризму президента республики Мадагаскар
(проживающий на месте)**

4.2 Стаж работы:

32 года

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

4.3 Профессиональный опыт:

Период времени:	05/05-04/07
Место:	Мадагаскар (Антананариво)
Организации	Бюро Президента республики Мадагаскар; Мадагаскар/Международная охрана (окружающей среды), Антананариво и Вашингтон, D.C.
Должность:	Консультант по туризму/экотуризму президента республики Мадагаскар (проживающий на месте)
Описание:	<p><i>Создание и внедрение концепции «Мадагаскар в сети»:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Концепции и первая ступень осуществления видения президента «Мадагаскар – элемент природы!»; 3 концепции: создание марки «Мадагаскар»/ брэнда, маркетинг на Мадагаскаре, национальная программа развития туризма на Мадагаскаре: Мадагаскар – направление развития экотуризма и территориальных вложений; содействие при создании плана развития Мадагаскара 2007-2012 (MAP, www.madagascar.gov.mg/MAP);</i>• <i>Разработка интегрированной общественно-индивидуальной стратегии; успешная работа по убеждению в поддержке данной стратегии мадагаскарских и иностранных ответственных структур (союзы и объединения, международные спонсоры); планирование развития экотуризма; подготовка инвестиционных портфолио и реклама инвесторам; идентификация ресурсов и инфраструктуры для развития экотуризма на национальном уровне, а также среди многочисленных иерархично-зависимых секторов.</i>• <i>Толчок к созданию творческого кружка «Культурное наследие»</i>

Период времени:	02-04/05
Место:	Болгария и Турция (София, Смолян, Пампорово, Варна, Царево, побережье Черного моря, Кушадаси), Германия
Организация:	Хохтиф Девелопмент, Эссен
Должность:	Менеджер по развитию туризма

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Описание:	Консультирование в области предстоящих проектов на основе партнерства бизнеса и общества (Public Private Partnership - PPP) в рамках высокотехнологичных программ по интегрированному развитию туризма (ITE) для отдельных регионов Болгарии; предварительные переговоры с представителями Украины на международной туристической выставке (ITB) в Берлине касс. аналогичных инициатив для полуострова Крым; оценка организованного проведения отпуска и поведения целенаправленных групп на частично открытом побережье севернее от Кушадаси / Турция
-----------	--

Период времени:	10/04; 11/04-01/05
Место:	Россия (Сочи) и Германия
Организация:	Центр международной миграции и развития (CIM), Франкфурт
Должность:	CIM - Агент
Описание:	Участие в 3 международном экономическом форуме «Кубань 2004»; оценка немецко-российского проекта на основе партнерства бизнеса и общества (Public Private Partnership) по развитию туризма на Кубани; знакомство с различными партнерами по бизнесу; участие во всемирной туристической выставке в Лондоне (WTM)

Период времени:	06-07/04
Место:	Косово (Пристина)
Организация:	Ассоциация муниципалитетов Косово (AMK); Международный фонд выборных систем (IFES Ltd. London), Европейское агентство реконструкции (EAR)
Должность:	Советник по стабильному развитию туризма, культуры и развитию/поддержке гражданско-общественных задач
Описание:	Создание и инструктаж рабочей группы для успешного развития туризма и поддержке гражданско-общественных задач; подготовка основных документов (Policy Statement), подготовка к реализации основных направлений (Implementation Guideline)

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Период времени:	11/03
Место:	Хорватия (Сплит, Дубровник, Зупа-Дубровака, Оребик)
Организация:	Комитет (Департамент) по туризму округа Сплит, Ассоциация частных собственников жилых помещений (н-р, гостиниц, мотелей, частных домов и т.д.), Немецкое Общество Технического Содействия (GTZ)
Должность:	Консультант по туризму Немецкого Общества Технического Содействия (GTZ)
Описание:	Разработка среднесрочной интегрированной концепции стратегии маркетинга для Ассоциации частных собственников жилых помещений в рамках организации туризма на Дубровник Ривьера

Период времени:	04/03 – 10/03
Место:	Россия (Нижний Новгород, Самара, Кострома)
Организация:	Министерство экономики земли Северный Рейн-Вестфалия и Ассоциация Волга-Дон, Дюссельдорф (Северный Рейн-Вестфалия)
Должность:	Официальный представитель экономики земли Северный Рейн-Вестфалия в регионах России
Описание:	<ul style="list-style-type: none">• Внутреннее управление; руководство командой, разделенной на три находящиеся далеко друг от друга бюро;• Новое позиционирование центрального бюро в Нижнем Новгороде после выхода Представительства ВестЛБ из совместного с Ассоциацией Волга-Дон бюро;• концептуальная разработка маркетинговой стратегии Ассоциации Волга-Дон с целью продвижения организации в регионах России; установление контактов с потенциальными инвесторами и бизнес-партнерами, а также через лоббирование частного сектора в правительстве; организация визитов делегаций из Германии в Нижний Новгород;

Период времени:	04/02, 11-12/02 и 03/03
Место:	Монтенегро (Пондгорика и др. города)
Организация:	Национальная Организация по Туризму Монтенегро, Пондгорика; Немецкое общество технического содействия (GTZ)
Должность:	Консультант по туризму Немецкого

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

	Общества Технического Содействия (GTZ)
Описание:	Проведение независимой экспертизы дальнейшей реструктуризации Национальной Организации по Туризму Монтенегро; разработка бизнес-плана для туристических бюро в Будве и Баре; первый этап реализации программы реструктуризации

Период времени:	09/02 – 10/02
Место:	Аргентина (Буэнос-Айрес и Северо-запад)
Организация:	Национальный секретариат по туризму и спорту, Буэнос-Айрес, Немецкое посольство/Французское посольство в Буэнос-Айресе
Должность:	Независимый консультант по туризму
Описание:	Первичный анализ туристического потенциала в аргентинских северо-западных провинциях (планируемый немецко-французский проект сотрудничества)

Период времени:	02/00 – 03/02 и 05-06/02
Место:	Бишкек, Кыргызстан
Организация:	Администрация Президента и Ассоциация тур-операторов Кыргызстана; центр международной миграции и развития (CIM), немецкое общество технического содействия (GTZ)
Должность:	GTZ-CIM- Консультант по туризму, Советник по туризму Президента Республики Кыргызстан и Ассоциации тур-операторов Кыргызстана (проживающий на месте)
Описание:	После первой и второй фаз (смотри внизу) третья фаза относилась к запланированной работе на национальном уровне; инициирование сотрудничества правительства и частной экономики; внутренний маркетинг; содействие готовности по предоставлению услуг и развития туристического сознания («Год туризма 2001»); присвоение звания «личного консультанта по туризму Президента»; член трехглавого особого совета с г-ном д-ром Карлом Ханом (экономика) – раньше председатель правления концерна Фольксваген, и г-ном д-ром Ернстом Альбрехтом (политика), в прошлом –

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

	<p>министер-президент Нижней Саксонии.</p> <p><i>Совместная деятельность с ответственными представителями на месте:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• инициативы по созданию туристической марки (пример: миссия, ценности и основные направления, видение, цели, стратегии);• в качестве «старейшего партнера» - руководство кыргызским союзом туроператоров;• Создание сети передачи данных и сервисного обслуживания, включая иностранных спонсоров и их партнеров («Kyrgyz Tourism Network»);• Проект концепта маркетинговых исследований и менеджмента в области туризма;• создание организации (Кыргызский Совет по Продвижению);• издание руководства и учебного пособия «Кыргызский путь к обретению Имени»;• Содействие инвестициям: активное участие в создании центрального офиса для потенциальных инвесторов и бизнесменов («One-Stop Shop»); <p><i>РЕЗУЛЬТАТЫ:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Местное население осознает туризм как возможность для заработка и для новых рабочих мест.• Число посетителей Кыргызстана значительно возросло; благодаря экотуризму страна добилась международного признания в качестве высокогорной страны приключений на великом шелковом пути;• Значительно увеличилось число работающих в сфере туризма организаций, которые, работая сообща, улучшили свой сервис и стали экономически-жизнеспособны. Работая совместно на региональном уровне («Silk Road Group»), поддерживают собственные интернет-адреса и представляют себя на международных туристических выставках• 2 института, академия туризма и академия финансов и экономики повышают квалификацию и используют руководство и учебное пособие «Кыргызский путь к обретению Имени»;• Сотрудничество государства, неправительственных организаций и частной
--	---

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

	<p>экономики в развитии туристической отрасли благодаря «стратегии туристического партнерства» значительно продвинулось вперед;</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Год туризма 2001» : Согласно президенту развитие туристической отрасли в Кыргызстане приобретает экономический приоритет; • 2003 год – год памяти «Кыргызской государственной независимости»; В качестве основы послужило руководство и учебного пособия «Кыргызский путь к обретению Имени».
--	---

Период времени:	12/94 – 02/00
Место:	Бишкек, Кыргызстан
Организация:	Государственный Комитет по Туризму и спорту и Ассоциация тур-операторов Кыргызстана, GZT, CIM
Должность:	GZT, CIM - Консультант по туризму (проживающий на месте)
Описание:	<p><i>1-ая фаза: организация туризма («снизу»);</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • «партизанская маркетинговая стратегия»; • Содействие кадрам/обучение и повышение квалификации/консультации («Benchmarking») - горные страны в Европе и Америке; • Создание организации; начальное руководство, налаживание коллективной атмосферы в Кыргызском союзе туроператоров; • Сотрудничество со средствами массовой информации (внутри страны и за рубежом); • Интернет-маркетинг, информационные поездки для туроператоров и журналистов; участие в выставках (Берлин, Лондон); справочник Кыргызстана; • Сотрудничество со всемирно-туристической организацией (WTO) – содружество стран шелкового пути: содействие «GCET»; • Сотрудничество с Всемирным советом путешествий и туризма» (WTTC – инициатива GG); • Ответственный за бюджет и финансирование мероприятий посредством привлеченных средств во время совместной деятельности в Кыргызстане; <p><i>2-ая фаза: развитие туризма на региональном уровне:</i></p>

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

	<ul style="list-style-type: none"> • Выходящее за рамки сотрудничество («маркетинг региона центрально-азиатский шелковый путь»); • Разработка туристического профиля, логотипа в широком смысле (Кыргызская республика – страна Тянь Шаня – оазис на «Великом шелковом пути»); • Полная разработка корпоративного стиля
--	---

Период времени:	12/87 – 11/94
Место:	Германия/Бавария , Нюрнберг
Организация:	Нюрнбергский Конгресс и Центральное бюро по туризму
Должность:	Директор по маркетингу
Описание:	<p><i>Городской маркетинг для Нюрнберга;</i> разработка и реализация новых ориентированных на клиентов маркетинговых и менеджмент – идей;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка туристического концепта; • открытие восточно-немецкого ключевого рынка для Нюрнберга; • проект когерентной системы содействия сотрудников; организация мероприятий по образованию и повышению квалификации фирм; создание заинтересованности к продажам; отождествление возможностей экономии и рационализации в агентствах по сдаче квартир; • Разработка новых продуктов и сервисных моделей в области туризма (VIP – предложения, «Нюрнбергское обозрение», новых возможностей для мероприятий); • Проведение презентаций и направленных на продвижение различных продуктов тренинги на внутреннем и внешнем уровнях; ведение различных мероприятий в области туризма; проведение различных ярмарок; • Публикация ежегодного «справочника Нюрнберга» и брошюры «Нюрнберг-путеводитель – предложения на выходные»; • Работа с представителями общественности; • Работа с прессой; составление статей и репортажей для Нюрнбергского «Ежемесячного журнала» и узкопрофильных журналов таких как «FVW International», «Touristik aktuell» (оба на немецком) и «Travel inside» (CH); устные и письменные переводы; фотографии; • Особое поручение общего интереса: концепт

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

	по организации туристической выставки на тему «пережитки прошлого – места проведения государственных съездов партии, с целью «предостережения от ненависти и призыва к терпению»;
--	---

Период времени:	08/87 – 11/87
Место:	Германия / Хессен, Дармштадт
Организация:	«touristik aktuell», специализированный туристический журнал издательства «Jaeger»
Должность:	Независимый журналист и редактор
Описание:	Подготовка статей и репортажей (текст и фото; интервью; участие в конференциях); работа в редакции

Период времени:	04/86 – 07/87
Место:	Германия/Северный Рейн-Вестфалия, Брилон (Хохзауерланд)
Организация:	Общество транспорта Брилона
Должность:	Исполнительный директор
Описание:	<i>Руководство офисом организации, бюджетирование:</i> <ul style="list-style-type: none">• Менеджмент и маркетинг местных продуктов в области Экотуризма;• интеграция значимых частных предпринимателей, объединений, учреждений, а также общественных объединений транспорта Брилона в области общегородского развития туристической отрасли <i>Стабилизация деятельности вновь созданного «Общества транспорта Брилона»:</i> <ul style="list-style-type: none">• Создание маркетингового концепта;• Воплощение новых идей в области предоставления предложений, (Event-Marketing), обслуживание гостей;• Издание рекламных проспектов и брошюр по оптимизации продаж на рынке туризма; разработка планов путешествий; Организация и проведение тематических вечеров и акций на колесах (Roadshows)• Организация участия Брилона в выставках и ярмарках;• Тесное сотрудничество с отделом культуры, церквями и политическими партиями

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Период времени:	10/85 – 04/86
Место:	Германия / Северный Рейн-Вестфалия, Дюссельдорф и Кёльн
Организация:	- Туристическое агентство «Alt und Jung», Дюссельдорф - Академия экономического образования, Кёльн
Должность:	- Сотрудник офиса - Преподаватель: немецкая торговая корреспонденция, деловой английский (продвинутый уровень обучения)
Описание:	Переходный этап профессиональной деятельности после получения экономического образования

Период времени:	01/81 – 09/83
Место:	Германия/Хессен, Франкфурт-на-Майне
Организация:	Немецкое Центральное Бюро по Туризму
Должность:	Директор по обучению и повышению квалификации
Описание:	<i>Разработка новой концепции и сопровождение всего производственного процесса обучения и повышения квалификации; руководство/обучение 20 учениками и практикантами:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка новых направлений обучения и повышения квалификации сотрудников «обзор семинаров»; • Расширение производственного предложения по процессу обучения на специалиста по торговле в области пассажирских перевозок; • Идентификация новых организаторов и тем семинаров; • Задачи содействия персоналу: содействие доцентской деятельности и проведение семинаров внутри предприятия и за его пределами; взаимодействие с торгово-промышленной палатой, профессиональными школами и биржами труда, экзаменационными комиссиями и рабочими кругами (организация повышения квалификации для получения специальности – коммерсант в сфере туризма) • Выполнение особых заданий для правления DZT (представление интересов DZT во внешних объединениях)

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Период времени:	09/79 – 12/80
Место:	Германия / Баден-Вюртемберг, Шонах в Шварцвальде
Организация:	Курортное управления Шонаха
Должность:	Исполнительный директор
Описание:	<i>Руководство курортным управлением, включая бюджетирование;</i> <ul style="list-style-type: none">• Менеджмент и маркетинг местного продукта в области экотуризма; объединение представителей бизнеса, общественных организаций и институтов в сфере туризма;• Пробуждение от принятого осознания понятия туризма, создание концепций к реализации новых идей в области событийного маркетинга («Event-Marketing»), разработки нового продукта и содействие оживлению местной культурной сцены;• Организация и проведение фольклорных вечеров и незабываемых прогулок;• Гостевой сервис; издание информационных, рекламных брошюр и проспектов, содействующих продажам; составление туристических маршрутов;• Участие в выставках и ярмарках
Период времени:	08/75 – 06/79
Место:	Германия (Бонн); Вьетнам (Ханой), Лаос (Виенциане), Сингапур, Ирак (Багдад)
Организация:	Министерство иностранных дел
Должность:	Секретарь/Ассистент руководителя отдела или посла
Описание:	Способность к реализации/участию/работе на тяжелых должностях; «пионерская» деятельность после окончания Вьетнамской войны; <ul style="list-style-type: none">• Помощь при открытии первого немецкого посольства в Ханое и закрытие прежнего посольства в Сайгоне (Хо-Ше-Мин);• дипломатический курьер для ЕС-посольств; VIP-обслуживание;• ответственный за работу телетайпа и шифровальной службы в посольствах Сингапура и Багдада; организаторская работа, управленческая и посольская деятельность;• особая миссия по заданию ТВ-журналиста г-на д-ра Петера Шолль-Латура в Бангкоке

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

5. Прочие Знания и навыки / область интересов

5.1 Знания и навыки:

- Применение лицензии по использованию «модели чувствительности» Профессора Доктора Вестерса (Prof. Vesters® Sensitivitätsmodell, см. пункт 5.2)
- Сертификат инструктора по обучению/Аттестационный экзамен Торгово-промышленной палаты (г. Франкфурт-на-Майне)
- Навыки презентации и модерирования заседаний, конференций и семинаров
- Аудиовизуальные презентации
- Креативные техники (н-р, «мозговой штурм», «Карта мозга» и др.)
- Журналистика (репортажи, эссе, статьи, очерки, профессиональная фотография)
- Пользователь ПК: MS Word, Power Point, Outlook Express

5.2 Интересы:

- Создавать новые структуры/ развивать сеть бизнес-контактов/ открывать новые рынки; руководить проектами сотрудничества; корпоративный стиль, торговые марки направлений туризма, торговые марки продукта;
- Государственная философия и философия направлений туризма: пример для объединенных правительственных структур, общественно-гражданские задания;
- Техника торговой марки продукта (по Ханцу Домицлафу); менеджмент создания торговой марки как филологический метод устойчивого позиционирования продуктов, организаций и различных направлений в области туризма;
- Проф. Д-р Вестер «Объединенный тонкий/чувствительный анализ»; инструментарий для работы с комплексными система (Фредерик Вестер ГмбХ, Мюнхен);
- *Протокол результатов* – как вспомогательное средство для оценки успеха в менеджменте, коммуникации на предприятии, в целом государстве и в неправительственных организациях (Роберт Каплан / Давид Нортона);
- Связи с общественностью и коммуникация; двусторонний маркетинг/Интернет-маркетинг;
- Разработка и воплощение проектов на основе партнерства бизнеса и общества (PPP-проекты);
- Социально-экологические аспекты: рыночная торговля; туризм/транспорт и альтернативные источники энергии;
- UNWTO¹-программа: ST-EP²
- UNWTO-применение: TSA³
- PATA⁴: TTP⁵;

¹ United Nations World Tourism Organization

² Sustainable Tourism – Eliminating Poverty

³ Tourism Satellite Account

⁴ Pacific Asia Travel Association

⁵ Total Tourism Philosophy

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

- Зарубежные культуры и иностранные языки
- Старинные торговые пути как способы передачи идей (напр. Великий шелковый путь);
- Чтение, Журналистика (текст и профессиональная фотография);
- История, география, политика, культура, регион; влияние этики на экономику страны

5.3 Иностранные языки: (5 пунктов = отлично; 1 пункт = основы)

Язык	Читаю	Говорю	Пишу
Немецкий	5	5	5
Английский	5	5	5
Французский	5	5	5
Русский	3	3	2
Испанский	4	3	4

5.4 Независимый консультант - Доклады / семинары по менеджменту и маркетингу в туризме:

- Специализированное высшее учебное заведение, Биберах/Рис (с 03/06)
- Академия экономик и финансов, Бишкек (02/00-03/02);
- Международная академия туризма, Бишкек (12/94-03/02);
- Семинар по Туризму, Берлин (12/87 – 11/94)
- Университет Вюрцбург(12/87 – 11/94);

5.5 Последние публикации

- **Создание торговой марки МАДАГАСКАР** – учебное пособие и руководство «Мадагаскар – элемент природы» для студентов и работников; путеводитель по миру создания торговой марки, маркетинга и менеджмента в области туризма;
- **Кыргызский путь к обретению Имени** - Руководство и учебное пособие по корпоративному дизайну для туристического маркетинга Кыргызской Республики: Издание в текстовом и фото-оформлении (книга + CD);
- **Руководство по продажам для Кыргызстана**: 13 изданий в текстовом и фото-оформлении;
- Многочисленные публикации в газетах, журналах: пресс-служба, Портреты туристических направлений, Путевые заметки, эссе, очерки и интервью на темы менеджмента.

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

5.6 Актуальные концепции, экспертизы:

- Создание концепта по работе творческого кружка «Культурное наследие»: (Association Cercle Creatif “TANIRY” Haute Ville Antananarivo)
- Создание основополагающих маркетинговых концептов: «торговая марка «Мадагаскар», «маркетинг на Мадагаскаре», «Национальная программа развития туризма на Мадагаскаре»
- «Мадагаскар – элемент природы!» - как схема общей защиты Мадагаскара как места для путешествий и мест для вложений инвестиций
- «Экотуризм с Мадагаскарской улыбкой» - ведущая отрасль на Мадагаскаре в будущем
- Туризм – создание путеводителя и программного заявления (меморандума) для ассоциации муниципалитетов Косово
- «Быть другим и стать лучше» - среднесрочная интегрированная концепция стратегии маркетинга для Ассоциации частных собственников жилых помещений, Зупа-Дубровака (Хорватия) в рамках в рамках организации туризма на Дубровник Ривьера
- Концепция регионального маркетинга в России для Ассоциации Волга-Дон
- Маркетинговая и PR-концепция для Ассоциации Волга-Дон
- Независимая экспертиза реструктуризации общедоступного туризма в Монтенегро (2 части); Бизнес-план для туристических бюро в городах Будва и Бар
- Экспертиза развития туризма в Северо-западной Аргентине (совместная инициатива посольств Германии и Франции)
- Маркетинг-концепция развития туризма в Кыргызстане «Царский отдых, а ля Кан»
- Концепт создания торговой марки и маркетинга для Кыргызстана
- Концепция регионального сотрудничества стран и туристических компаний на Шелковом пути Центральной Азии
- набросок концепции политики развития туризма в Таджикистане, Матрица мероприятий и Операционный план-график (специальный сотрудник азиатского банка развития - ADB)

5.7 Членство в профессиональных организациях:

- Ассоциация «Архив Ханса Домицлаффа» (*Hans-Domizlaff-Archiv*, связанная с историей и развитием применения торговых марок, Франкфурт-на-Майне)
- Европейский Союз Специалистов по Туризму (European Union of Tourist Officers – EUTO)
- Немецкий Союз Журналистов (Deutscher Journalistenverband – DJV)
- EURO SOLAR – Европейский Союз Возобновляемой Энергии

МАКС ХАБЕРШТРО

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА
ИМЕДЖЕВАЯ РЕКЛАМА
ЦЕЛЕВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

6. Образование:

6.1 Вторая ступень образования:

Учебное учреждение	- Академия Туризма, Дюссельдорф; - <i>International Schools Association Geneva – ISA</i> <i>Международная Ассоциация Школ, Женева</i>
Период времени	10/83 – 09/85
Специальность	Экономист: государственное образование/ международный стандарт (ISA)

Учебное учреждение	Колледж Акерштрассе (частный колледж), Дюссельдорф
Период времени	10/83 – 09/85
Специальность	Среднее техническое образование

6.2 Базовое образование:

Учебное учреждение	Частная Школа Иностранных Языков Форбек, Генгенбах
Период времени	09/71 – 05/75 (с перерывом 13 месяцев на службу в армии)
Специальность	Журналист-международник <i>Английский, французский, испанский языки</i>

Учебное учреждение	профессиональная практика на Фабрике часовых механизмов Burger KG, Шонах, Коммерческий колледж, St. Georgen,
Период времени	09/69 – 07/71
Специальность	Специалист по сбыту и снабжению

Учебное учреждение	Коммерческая школа, Гаузах
Период времени	12/66 – 07/69
Специальность	Среднее образование (предколледжевый уровень)