

校级硕士 高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官)



校级硕士 高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官)

- » 模式: 在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线

网页链接: www.techitute.com/cn/information-technology/professional-master-degree/master-mba-advanced-technology-project-management-cto-hief-technology-officer

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

能力

16

04

课程管理

20

05

结构和内容

40

06

方法

54

07

学位

62

01 介绍

技术行业以令人眼花缭乱的速度不断发展,因此公司被迫将高技能的领导者纳入其员工队伍。这些项目经理和工作团队必须具备多种素质,其中必须是复杂数据的管理和分析;优化流程和资源或协调寻求个人和团队绩效福祉的人员。这个计划旨在指导学生了解这个复杂的现实,为他们提供所有最现代的工具和方法,以轻松应对领先的大型技术项目的挑战。



“

Jeff Bezos 已成功进入太空。你能想象自己在具备了相应的技能后可以去哪里吗?立即报名参加这个 MBA 课程,开始打造你作为技术领袖的未来”

在一个需要高度专业化和技术娴熟的行业中,领导者必须具备更高的能力,并拥有广泛的技能,以便不仅能够管理日常工作,还能够应对由于技术变化而可能出现的项目问题或重大变革。

因此,高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 专注于项目敏捷管理方法及其在软件开发、企业资源管理和数据分析决策中的应用,这些都对项目的成功至关重要。正是分析是最相关的,因为在整个培训过程中,分析的现在和未来都将得到解决,它在所有工作领域都有多种应用。

在领导多学科团队时,学生将获得一套基础知识,使他们的简历对于这个行业最先进的公司更具吸引力。了解涉及管理技术项目及其复杂性的所有内容,学生不仅会看到他们的知识增加,而且他们的工作前景也会增加。

此外, MBA 课程还具有 100% 在线学习的特殊性,这使学生更容易学习,因为它消除了去实体中心的义务和由此带来的固定时间表。所有教学材料均可通过任何可连接互联网的设备进行访问,从而使学习材料具有必要的灵活性,以适应学生自己的进度和义务。

这个**高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 校级硕士**包含市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 从资源管理到人力资本管理,深入研究所有管理领域
- ◆ 市场上最具创新性的分析方法的广泛内容,指导学生将其应用于项目开发
- ◆ 大量的视听和实用材料,使学生的学习工作更轻松
- ◆ 有关当今如何管理技术部门工作团队的最新信息
- ◆ 特别关注管理个人数据技术项目的法律框架
- ◆ 可以在任何连接互联网的固定或便携设备上访问课程内容



科技公司只将最优秀的项目交给最有能力的领导者。通过专注于高级技术项目管理 (CTO, 首席技术官), 你将有机会参与最具雄心的项目”

“

凭借在高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 中获得的知识, 任何突发情况都不会让你感到意外”

Apple, Microsoft, Google... 大公司正在等待像你这样的专业人士用一份全面的简历给他们留下深刻印象, 表明你是在高度。

通过分析预测未来的问题, 并学习如何调整技术项目以适应市场不断变化的需求。

这个课程的教学人员包括来自这个行业的专业人士, 他们将自己的工作经验带到了这一培训中, 还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

通过采用最新的教育技术制作的多媒体内容, 专业人士将能够进行情境化学习, 即通过模拟环境进行沉浸式培训, 以应对真实情况。

该课程设计以问题导向的学习为中心, 专业人士将在整个学年中尝试解决各种实践情况。为此, 您将得到由知名专家制作的新型交互式视频系统的帮助。



02 目标

随着越来越广泛的技术市场和公众越来越苛刻的需求,这个行业的公司被迫在许多管理领域寻找专业的领导者。面对这一现实,TECH 开发了这个程序,旨在准确地指导学生在承担有效管理所必需的各种知识中,并且优于其他非专业经理的知识。





“

Steve Jobs 是一个超前的人,即使在最糟糕的时刻。谁说你不能成为下一个 Steve Jobs?立即注册,学习成为优秀领导者所需的一切知识”



总体目标

- ◆ 专注于资讯项目指导和管理的主要 Frameworks
- ◆ 管理人员和设备管理最合适的技术, 有利于他们的幸福和工作效率的目标
- ◆ 为战略决策制定不同的分析技术
- ◆ 使用 KPI 监控的主要市场工具来控制项目相对于既定战略的执行和进度
- ◆ 开发最常见的商业信息管理系统
- ◆ 分析软件项目开发的过程和需求
- ◆ 确定质量管理在软件项目管理中的重要性, 并学会应用必要的标准来建立和控制它
- ◆ 解决数据管理在保护方面带来的问题和安全, 学习应用和遵守现行法规



TECH 为你提供成为最佳技术领导者所需的所有知识。迈出这一步, 开始建设你的未来”





具体目标

模块 1. 敏捷技术项目管理

- ◆ 发展项目管理和敏捷方法学的专业知识
- ◆ 分析项目管理敏捷方法的背景
- ◆ 为敏捷项目管理建立 Scrum Framework
- ◆ 分析敏捷项目管理的 Kanban Framework

模块 2. 软件开发项目中的需求管理和过程分析

- ◆ 分析新系统分析师的不同“角色”和功能信息
- ◆ 检查不同的数据收集方法
- ◆ 为数据库开发 DFD 示例和 E-R 示例
- ◆ 精心设计实用的商业模式

模块 3. 业务管理: 资源和客户管理的技术

- ◆ 确定业务战略
- ◆ 为每个公司流程开发统一的报告系统
- ◆ 在公司各部门和客户之间建立直接沟通
- ◆ 确定可实时访问的简易控制和管理系统

模块 4. 通过商业智能管理和控制计算机项目通过智能管理和控制计算机项目

- ◆ 在不同的环境中开发或应用数据
- ◆ 在复杂的环境和不完整的信息中解决问题
- ◆ 确定公司中反复出现的已知或新问题的业务分析应用案例
- ◆ 提出、沟通和开发业务或业务转型模式, 证明其对组织的好处和机会是合理的

模块 5. 信息技术项目的战略监测和控制

- ◆ 确定数据生命周期的阶段: 数据、信息、知识和价值
- ◆ 检查不同级别的分析: 描述性、规范性和预测性分析
- ◆ 分析不同信息存储范式之间的差异: 数据湖, 数据仓库和数据集市
- ◆ 评估商业智能中使用的一组技术解决方案的优势

模块 6. 用于技术项目决策的数字分析

- ◆ 了解数字分析的原理, 确定其含义
- ◆ 正确配置 Google Analytics 工作工具
- ◆ 评估结果并优化营销策略
- ◆ 利用获得的数据改进数字业务的决策



模块 7. 通过分析技术改进 IT 项目和业务

- ◆ 分析数字营销活动, 使其与全球业务战略保持一致
- ◆ 应用建议的驱动技术来改善这个组织的结果
- ◆ 生成有关数码营销的专业知识, 特别强调数码活动
- ◆ 确定不同类型的活动排除, 控制它们并应用它们来降低数字营销活动执行中的风险

模块 8. 软件项目管理和实施的质量

- ◆ 监控软件开发过程和开发的最终产品
- ◆ 确保开发项目执行程序和质量建立的标准
- ◆ 通知感兴趣的团体所执行的质量行动
- ◆ 识别产品、过程或标准中的缺陷并纠正它们

模块 9. 科技项目中信息安全的监管合规

- ◆ 检查数据保护法规
- ◆ 确立处理个人数据的合法性基础
- ◆ 开发技术以确保遵守数据保护的法规
- ◆ 建立与安全相关的安全监管框架和主要可用认证

模块 10. 计算机项目中的团队管理

- ◆ 培养管理技能, 以最大限度地提高科技公司的绩效
- ◆ 与传统威权主义方法论相比, 将领导力确定为一种伴奏模式
- ◆ 将情商视为优化公司业绩的基这个工具
- ◆ 制定有利于解决冲突的战略和谈判技巧

模块 11. 公司的领导力、道德和社会责任

- ◆ 分析全球化对公司治理和企业治理的影响
- ◆ 评估有效领导力在企业管理和成功中的重要性
- ◆ 确定跨文化管理策略及其在多样化企业环境中的相关性
- ◆ 发展领导力技能, 理解当前领导者面临的挑战
- ◆ 确定企业伦理原则和实践, 并应用于公司决策
- ◆ 制定可持续性和企业社会责任的实施和改进策略

模块 12. 人事和人才管理

- ◆ 确定战略管理与人力资源管理之间的关系
- ◆ 深入了解有效人力资源管理所需的核心能力
- ◆ 探讨绩效评估和管理的相关方法
- ◆ 整合人才管理创新及其对员工留存和忠诚度的影响
- ◆ 制定激励策略和高绩效团队的发展方案
- ◆ 提出有效的变革管理和冲突解决方案





模块 13. 经济-财务管理

- ◆ 分析宏观经济环境及其对国家和国际金融系统的影响
- ◆ 定义财务决策所需的信息系统和商业智能
- ◆ 区分关键财务决策和金融风险管理
- ◆ 评估财务规划和企业融资策略

模块 14. 商业管理与战略营销

- ◆ 构建商业管理的概念框架及其在企业中的重要性
- ◆ 深入了解营销的基本要素和活动及其对组织的影响
- ◆ 确定营销战略规划的各个阶段
- ◆ 评估提升企业沟通和数字声誉的策略

模块 15. 执行管理

- ◆ 定义总经理管理的概念及其在企业管理中的重要性
- ◆ 评估管理者在组织文化中的职能和责任
- ◆ 分析运营管理和质量管理在价值链中的重要性
- ◆ 发展人际沟通和演讲技巧, 以培训发言人

03 能力

完成技术高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 的信息技术专业人员, 将能够以全球视野承担项目总监的角色, 全面应对在过程中可能出现的各种挑战和复杂情况。这使学生成为行业内的宝贵资产, 拥有一套独特的技能和处理最严肃和最苛刻的项目的能力。





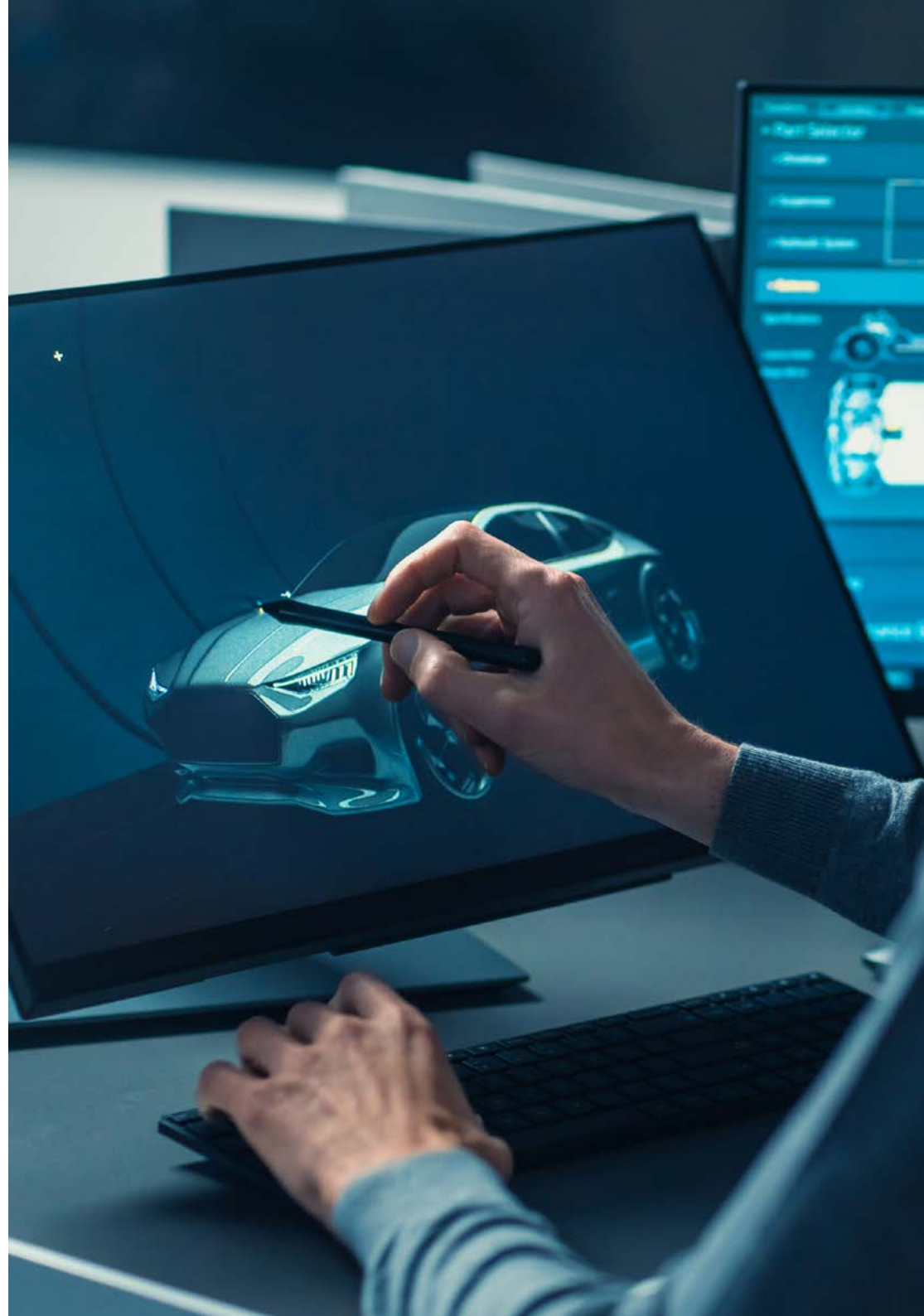
“

这个 MBA 是你推动信息技术职业发展的理想课程。成为领导者并立即注册”



总体能力

- ◆ 了解影响技术领域工作团队管理的所有方面
- ◆ 知道在项目开发的每个部分使用什么工作方法, 最大化结果
- ◆ 明智地利用工作团队生成和收集的所有数据, 以尽可能多的信息做出决策
- ◆ 处理工作团队中的任何类型的问题, 无论是个人问题还是专业问题





具体能力

- ◆ 为项目管理开发 PMI 方法
- ◆ 分析项目管理敏捷方法的背景
- ◆ 开发 Scrum Framework 和 Kanban 方法的元素和流程
- ◆ 在管理方法中集成过程分析和项目要求
- ◆ 建立确保设计的信息系统完整性的数据管理最佳实践
- ◆ 研究数据生命周期的各个阶段及其与项目和质量管理策略的关系
- ◆ 为公司识别和设计一个好的 Enterprise Resource Planning 和 Customer Relationship Management
- ◆ 成功管理具有特定技能的 Enterprise Resource Planning 和 Customer Relationship Management 系统
- ◆ 检查项目和过程的控制和监控
- ◆ 设计控制策略
- ◆ 对公司可能出现的问题提出先进的解决方案, 整合所学技术和方法
- ◆ 确定构成数据生命周期的阶段
- ◆ 开发项目控制和监控的技术趋势和流程
- ◆ 分析 Web 或数字平台并优化用户与其各种功能交互的方式
- ◆ 生成报告并进行必要的更改以实现既定目标
- ◆ 检查客户的生命周期以及在每个阶段执行的必要操作
- ◆ 根据给定的规格分析产品的预期结果
- ◆ 在整个开发周期中审查和审核新软件开发产品及其相关活动
- ◆ 确定开发过程中要考虑一个项目的主要安全措施
- ◆ 让科技公司适应不断变化的社会



没有公司会拒绝聘用具备你在高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 中获得的所有技能的人”

04 课程管理

为了以最佳方式指导学生, TECH 科技大学致力于寻找各领域最具能力的专业人士和专家来教授和指导其学位课程。因此, 这个校级硕士拥有在技术管理领域高度专业的教学团队, 他们在各种情况下都有丰富的团队管理经验。这确保了学生能够接触到高质量、符合技术行业新需求和现实的教学材料。



“

在专业团队的支持下, 跻身顶尖科技公司之列, 他们将在整个旅程中为你提供帮助”

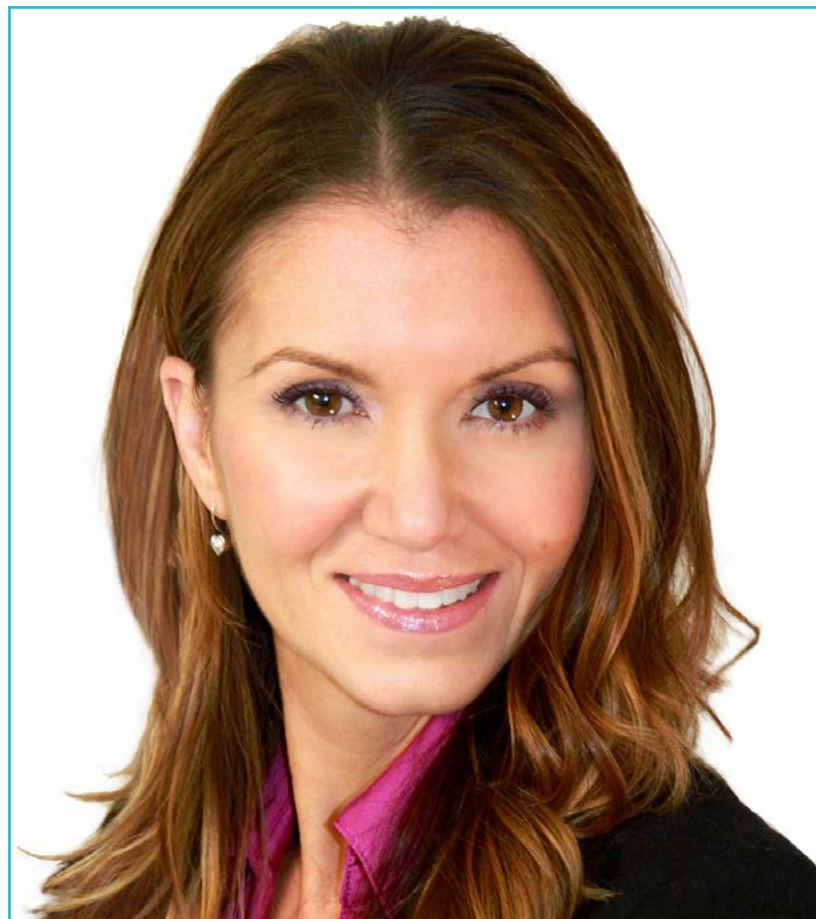
国际客座董事

拥有超过 20 年全球人才招聘团队设计和领导经验的 Jennifer Dove 是招聘和技术战略方面的专家。在她的职业生涯中,她曾在多家财富 50 强企业的科技组织中担任高管职务,包括 NBC Universal 和 Comcast。她的职业历程使她在竞争激烈和高速增长的环境中脱颖而出。

作为 Mastercard 的全球人才招聘副总裁,她负责监督人才引进的策略和执行,与企业领导和人力资源负责人合作,以实现招聘的运营和战略目标。特别是,她的目标是创建多元化、包容性和高绩效的团队,以推动公司产品和服务的创新和增长。此外,她在吸引和留住全球顶尖人才的工具使用方面具有丰富经验。她还通过出版物、活动和社交媒体扩大 Mastercard 的雇主品牌和价值主张。

Jennifer Dove 通过积极参与人力资源专业网络并为多家公司引进大量员工,展示了她对持续职业发展的承诺。在获得迈阿密大学组织传播学士学位后,她在各个领域的公司中担任了招聘管理职位。

此外,她因在领导组织变革、将技术整合到招聘流程中以及开发应对未来挑战的领导项目方面的能力而受到认可。她还成功实施了显著提高员工满意度和留任率的员工福利计划。



Dove, Jennifer 女士

- Mastercard 全球人才招聘副总裁, 纽约, 美国
- NBC Universal 人才招聘总监, 纽约, 美国
- Comcast 招聘负责人
- Rite Hire Advisory 招聘总监
- Ardor NY Real Estate 销售部执行副总裁
- Valerie August & Associates 招聘总监
- BNC 客户经理
- Vault 客户经理
- 迈阿密大学组织传播学专业毕业

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

国际客座董事

Rick Gauthier 是一位技术领导者，在领先的跨国公司拥有数十年的工作经验。Rick Gauthier 在云服务和端到端流程改进领域有着突出的发展。他是公认的高效团队领导者和管理者，在确保员工高度敬业方面展现出天赋。

他在战略和执行创新方面有着与生俱来的天赋，善于开发新想法，并以高质量的数据为其成功提供支持。他在 Amazon 的职业生涯使他能够管理和整合公司在美国的 IT 服务。在 Microsoft，他领导着一支 104 人的团队，负责提供全公司范围的 IT 基础设施，并为整个公司的产品工程部门提供支持。

这些经验使他成为一名出色的管理者，在提高效率、生产力和整体客户满意度方面能力出众。



Gauthier, Rick 先生

- 职位:美国西雅图 Amazon 公司区域 IT 经理
- Amazon 高级项目经理
- 副总裁
- Microsoft 生产工程服务高级总监
- 西州长大学网络安全学位
- 潜水员技术学院颁发的商业潜水技术证书
- 常青州立学院环境研究学位

“

借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中”

国际客座董事

Romi Arman 是一位国际知名的专家,在数字化转型、营销、战略和咨询领域拥有超过二十年的经验。在他的广泛职业生涯中,他承担了各种风险,并始终是企业环境中创新和变革的倡导者。凭借这些专业知识,他与世界各地的首席执行官和企业组织合作,推动他们摒弃传统的商业模式。因此,他帮助像壳牌这样的公司成为以客户为中心和数字化的市场领导者。

Arman 设计的战略具有显著的影响,因为这些战略使多家公司改善了消费者、员工和股东的体验。这位专家的成功可以通过诸如客户满意度 (CSAT)、员工参与度和每家公司的息税折旧摊销前利润 (EBITDA) 等可量化指标来衡量。

在他的职业生涯中,他还培养并领导了高绩效团队,这些团队甚至因其变革潜力而获得奖项。特别是在壳牌,Arman 始终致力于克服三个挑战:满足客户复杂的脱碳需求,支持“有利可图的脱碳”,以及解决数据、数字和技术的碎片化问题。因此,他的努力证明了要实现可持续的成功,必须从消费者的需求出发,并为流程、数据、技术和文化的转型奠定基础。

此外,这位高管还以其对人工智能企业应用的精通而著称,他在伦敦商学院获得了相关的研究生学位。与此同时,他在物联网和 Salesforce 方面也积累了丰富的经验。



Arman, Romi 先生

- 壳牌能源公司数字化转型总监 (CDO), 伦敦, 英国
- 壳牌能源公司全球电子商务与客户服务总监
- 壳牌在马来西亚吉隆坡的国家重点客户经理 (原始设备制造商和汽车零售商)
- 埃森哲高级管理顾问 (金融服务业), 新加坡
- 利兹大学毕业
- 伦敦商学院高管人工智能企业应用研究生
- 客户体验专业认证 (CCXP)
- IMD 高管数字化转型课程

“

你想以最高质量的教育来更新你的知识吗? TECH 为你提供最前沿的学术内容, 由国际知名的专家设计”

国际客座董事

Manuel Arens 是一位经验丰富的数据管理专家,也是一支高素质团队的领导者。事实上, Arens 在谷歌的技术基础设施和数据中心部门担任全球采购经理一职,这是他职业生涯的大部分时间。这个公司总部位于加利福尼亚州山景城,为科技巨头的运营难题提供解决方案,如主数据完整性、供应商数据更新和供应商数据优先级。他领导了数据中心供应链规划和供应商风险评估,改进了流程和工作流程管理,从而大大节约了成本。

在为不同行业的公司提供数字解决方案和领导力的十多年工作中,他在战略解决方案交付的各个方面,包括市场营销、媒体分析、测量和归因方面,都拥有丰富的经验。事实上,这个公司已因其工作获得了多个奖项,包括 BIM 领导奖、搜索领导奖、出口领导力生成计划奖和欧洲、中东和非洲地区最佳销售模式奖。

Arens 还担任过爱尔兰都柏林的销售经理。在担任这个职务期间,他在三年内将团队成员从 4 人增加到 14 人,并带领销售团队取得了丰硕成果,与团队成员以及跨职能团队进行了良好合作。他还曾在德国汉堡担任高级行业分析师,利用内部和第三方工具为 150 多家客户创建故事情节,为分析提供支持。编写和撰写深入报告,以展示对这个主题的掌握,包括对影响技术采用和传播的宏观经济和政治/监管因素的理解。

此外,他在 Eaton、Airbus 和 Siemens 等公司领导团队,积累了宝贵的客户管理和供应链管理经验。他特别擅长通过与客户建立有价值的关系并与组织各层级的人员(包括利益相关者、管理层、团队成员和客户)顺畅合作来不断超越期望。他的数据驱动方法和开发创新且可扩展解决方案的能力使他成为该领域的杰出领导者。



Arens, Manuel 先生

- 谷歌全球采购经理, 美国山景城
- 美国谷歌 B2B 分析与技术高级经理
- 爱尔兰谷歌销售总监
- 德国谷歌高级工业分析师
- 爱尔兰谷歌客户经理
- 英国伊顿的应付账款
- 德国空中客车公司供应链经理

“

选择 TECH 吧!你将能够接触到最优质的教学材料、最前沿的技术和教育方法,这些都是由国际知名的专家实施的”

国际客座董事

Andrea La Sala 是一位经验丰富的市场营销高管，他的项目对时尚领域产生了显著的影响。在其成功的职业生涯中，他从事了与产品、商品销售和沟通相关的多项工作。这些都与诸如 **Giorgio Armani**、**Dolce&Gabbana**、**Calvin Klein** 等知名品牌紧密相关。

这位国际高端管理者的成果与他在将信息整合成清晰框架并执行与企业目标对齐的具体行动的能力密切相关。他以其主动性和适应快节奏工作的能力而闻名。此外，这位专家还具有强烈的商业意识、市场洞察力和对产品的真正热情。

作为 **Giorgio Armani** 的全球品牌与商品销售总监，他监督了多项针对服装和配饰的市场营销策略。其战术重点包括零售领域以及消费者需求和行为。在这一职位上，La Sala 还负责配置产品在不同市场的销售，担任设计、沟通和销售部门的团队负责人。

此外，在 **Calvin Klein** 或 **Gruppo Coin** 等公司，他开展了推动结构、开发和销售不同系列的项目，并负责制定有效的购买和销售活动日程。他还管理了不同运营的条款、成本、流程和交货时间。

这些经历使 Andrea La Sala 成为时尚和奢侈品领域的顶级和最具资格的企业领导者之一。他的卓越管理能力使他能够有效实施品牌的积极定位，并重新定义其关键绩效指标 (KPI)。



La Sala, Andrea 先生

- Giorgio Armani 全球品牌与商品销售总监, Armani Exchange, 米兰, 意大利
- Calvin Klein 商品销售总监
- Gruppo Coin 品牌负责人
- Dolce&Gabbana 品牌经理
- Sergio Tacchini S.p.A. 品牌经理
- Fastweb 市场分析师
- 皮埃蒙特东方大学商学与经济学专业毕业

“

TECH 的国际顶级专家将为你提供一流的教学, 课程内容更新及时, 基于最新的科学证据。你还在等什么呢?立即报名吧”

国际客座董事

Mick Gram 是国际上在商业智能领域创新与卓越的代名词。他成功的职业生涯与在沃尔玛和红牛等跨国公司担任领导职位密切相关。这位专家以识别新兴技术的远见卓识而闻名，这些技术在长期内对企业环境产生了持久的影响。

此外，他被认为是数据可视化技术的先锋，这些技术将复杂的数据集简化，使其易于访问并促进决策过程。这一能力成为了他职业发展的基石，使他成为许多组织希望收集信息并基于这些信息制定具体行动的宝贵资产。

他最近几年最突出的项目之一是 Walmart Data Cafe 平台，这是全球最大的云端大数据分析平台。他还担任了红牛的商业智能总监，涵盖销售、分销、营销和供应链运营等领域。他的团队最近因在使用 Walmart Luminate 新 API 来获取买家和渠道洞察方面的持续创新而获得认可。

在教育背景方面，这位高管拥有多个硕士学位和研究生课程，曾在美国伯克利大学和丹麦哥本哈根大学等知名学府深造。通过持续的更新，专家获得了前沿的能力。因此，他被认为是新全球经济的天生领导者，专注于推动数据及其无限可能性。



Gram, Mick 先生

- 红牛商业智能与分析总监, 洛杉矶, 美国
- Walmart Data Cafe 商业智能解决方案架构师
- 独立商业智能与数据科学顾问
- Capgemini 商业智能总监
- Nordea 首席分析师
- SAS 商业智能首席顾问
- UC Berkeley 工程学院人工智能与机器学习高管教育
- 哥本哈根大学电子商务 MBA 高管课程
- 哥本哈根大学数学与统计学学士及硕士

“

在福布斯评选的世界上最好的在线大学学习在这个 MBA 课程中, 你将获得访问由国际知名教师制作的丰富多媒体资源库”

国际客座董事

Scott Stevenson 是数字营销领域的杰出专家。他是数字营销专家，19 年来一直与娱乐业最强大的公司之一华纳兄弟探索公司保持联系。在担任该职务期间，他在监督包括社交媒体、搜索、展示和线性媒体在内的各种数字平台的物流和创意工作流程方面发挥了重要作用。

这位高管的领导能力在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，使其公司的转化率显著提高。这位高管在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，从而显著提高了公司的转化率。与此同时，他还担任过其他职务，如原管理期间同一家跨国公司的营销服务总监和交通经理。

史蒂文森还参与了视频游戏的全球发行和数字财产宣传活动。他还负责引入与电视广告和预告片的语音和图像内容的塑造、定稿和交付有关的运营战略。

此外，这位专家还拥有佛罗里达大学的电信学士学位和加利福尼亚大学的创意写作商院校级硕士，这充分证明了他在沟通和讲故事方面的能力。此外，他还参加了哈佛大学职业发展学院关于在商业中使用人工智能的前沿课程。因此，他的专业履历是当前市场营销和数字媒体领域最相关的履历之一。



Stevenson, Scott 先生

- 华纳兄弟数字营销总监美国伯班克发现
- 华纳兄弟公司交通经理娱乐
- 加利福尼亚大学创意写作硕士
- 佛罗里达大学电信学士学位

“

与世界上最优秀的专家一起实现你的学术和职业目标!MBA 教师将指导您完成整个学习过程”

国际客座董事

Eric Nyquist 博士是国际体育领域的杰出专业人士, 他的职业生涯令人瞩目, 因其战略领导力以及在顶级体育组织中推动变革和创新的能力而闻名。

他曾担任多个高级职位, 包括 NASCAR 的通讯与影响总监, 总部位于美国佛罗里达州。在这一机构中积累了多年经验后, Nyquist 博士还担任了多个领导职务, 包括 NASCAR 战略发展高级副总裁和商务事务总监, 负责管理从战略发展到娱乐营销等多个领域。

此外, Nyquist 在芝加哥最重要的体育特许经营中留下了深刻印记。作为芝加哥公牛队和芝加哥白袜队的执行副总裁, 他展示了在职业体育领域推动业务和战略成功的能力。

最后, 值得一提的是, 他的体育职业生涯始于纽约, 担任 Roger Goodell 在国家橄榄球联盟 (NFL) 的首席战略分析师, 并曾在美国足球联合会担任法律实习生。



Nyquist, Eric 先生

- NASCAR 通讯与影响总监, 佛罗里达, 美国
- NASCAR 战略发展高级副总裁
- NASCAR 战略规划副总裁
- NASCAR 商务事务总监
- 芝加哥白袜队执行副总裁
- 芝加哥公牛队执行副总裁
- 国家橄榄球联盟 (NFL) 企业规划经理
- 美国足球联合会商务事务/法律实习生
- 芝加哥大学法学博士
- 芝加哥大学布斯商学院 MBA
- Carleton College 国际经济学学士

“

凭借这项 100% 在线的大学学位, 你将能够在不影响日常工作义务的情况下进行学习, 同时得到国际领域内顶级专家的指导。现在就报名!”

管理人员



Peralta Martín-Palomino, Arturo 博士

- ♦ Prometheus Global Solutions 的首席执行官和首席技术官
- ♦ Korporate Technologies 首席技术官
- ♦ AI Shepherds GmbH 首席技术官
- ♦ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学计算机工程博士
- ♦ Camilo José Cela 大学经济学、商业和金融学博士。非凡博士奖
- ♦ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学心理学博士
- ♦ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学高级信息技术硕士
- ♦ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学 MBA+E (工商管理 and 组织工程硕士)
- ♦ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学副教授, 拥有教学学位和计算机工程硕士学位
- ♦ 瓦伦西亚国际大学大数据和数据科学硕士教授
- ♦ 工业 4.0 硕士和工业设计与产品开发硕士教授
- ♦ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学 SMILe 研究小组成员

教师

Gómez Esteban, Enrique 先生

- ♦ 曾在北约、Alten、ViewNext、Everis 和 Psa 集团 (标致) 担任 IT 专家和 Oracle 数据库管理员 DBA
- ♦ 西班牙电信公司的项目经理
- ♦ FNMT 安全负责人
- ♦ IBM Sterling和IBM Aspera技术顾问
- ♦ NCR 公司的软件 工程师
- ♦ 在马德里社区的商业/民事、刑事和司法外领域的IT专业知识
- ♦ 马德里理工大学计算机科学学士
- ♦ 马德里理工大学计算机安全与通信专业硕士研究生

Fondón Alcalde, Rubén 先生

- ◆ 沃达丰西班牙客户价值管理业务分析师
- ◆ Entelgy 服务集成负责人, 负责 Telefónica Global Solutions
- ◆ EDM Electronics 的克隆服务器在线客户经理
- ◆ Vodafone Global Enterprise 南欧业务分析师
- ◆ 来自马德里欧洲大学的电信工程师
- ◆ 瓦伦西亚国际大学大数据与分析硕士

Tato Sánchez, Rafael 先生

- ◆ Indra Systems 的项目管理和技术总监
- ◆ 马德里交通总局交通控制和管理中心主任
- ◆ ENA Traffic 的系统工程师
- ◆ 马德里欧洲大学工业电子与自动化工程学位
- ◆ 马德里理工大学电力工业技术工程师
- ◆ 拉里奥哈国际大学工业 4.0 硕士

García Niño, Pedro 先生

- ◆ 网络定位和 SEO/谷歌广告专家
- ◆ 页面/非页面 SEO 专家
- ◆ 具有官方认证的谷歌广告专家 (SEM/PPC)
- ◆ Google Analytics/数字营销分析和绩效测量专家
- ◆ 数字营销和 RSS 专家
- ◆ IT 服务销售总监
- ◆ 计算机设备技术员硬件/软件专家

García La O, Marta 女士

- ◆ Think Planning and Development 中的管理、行政和客户管理
- ◆ 组织、监督和辅导高级管理人员在思维规划和发展方面的培训课程
- ◆ Tabacos Santiago 和 Zaraiche-Stan Roller 的会计管理
- ◆ Versas Consultores 的营销专家
- ◆ 穆尔西亚大学商业科学文凭
- ◆ Fundesem 商学院商业管理和市场营销硕士

Palomino Dávila, Cristina 女士

- ◆ Oesía Networks 的 GRC 高級顧問和審計師
- ◆ 审计分局 - CLH Hydrocarbon Logistics Company 总秘书处
- ◆ 个人数据保护领域的顾问和 Helas Consultores 的信息社会服务高级审计师
- ◆ 卡斯蒂利亚拉曼恰大学法学学位
- ◆ 在企业研究所获得企业法律咨询的硕士学位
- ◆ 大学数字安全管理与危机管理高级课程阿尔卡拉和西班牙安全与危机联盟 (AESYC)

Martínez Cerrato, Yésica 女士

- ◆ 邮局电报大客户整合领域项目经理
- ◆ 计算机技术员 - 负责阿尔卡拉大学 OTEC 计算机教室
- ◆ 西班牙 Securitas Seguridad 的电子安全产品技术员
- ◆ Ricopia Technologies 数字化转型和商业智能分析师主管
- ◆ ASALUMA 协会计算机科学课程教师
- ◆ 阿尔卡拉大学电子通信工程学位

05 结构和内容

高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 的课程涵盖了应对任何类型技术开发项目所需的所有知识和方法。此外, 内容编写清晰、准确, 并辅以大量实际例子, 便于阅读和学习。课程分为 10 个模块, 每个模块包含 10 个主题。每个主题都经过精心定义和组织, 以帮助学生快速查阅和解决任何疑问。



“

由 TECH 汇聚的顶级专家精心打造,你将在
这个高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技
术官) 中找到成为成功领导者的所有关键”

模块 1. 敏捷技术项目管理

- 1.1. 项目管理
 - 1.1.1. 项目管理和指导
 - 1.1.2. 项目的阶段
- 1.2. 根据 Project Management Institute 的项目管理
 - 1.2.1. PMI 和 PMBOK
 - 1.2.2. 项目、计划和项目组合
 - 1.2.3. 与项目合作的组织的流程的演变和资产
- 1.3. 根据项目管理协会的规定进行项目管理
 - 1.3.1. 过程组和知识领域
 - 1.3.2. 过程矩阵
- 1.4. 项目管理的敏捷方法
 - 1.4.1. 申请要求
 - 1.4.2. 敏捷价值观和敏捷宣言原则
 - 1.4.3. 应用场景
- 1.5. Scrum 敏捷项目管理: Framework 描述
 - 1.5.1. 敏捷管理 Framework
 - 1.5.2. Scrum 支柱和价值观
- 1.6. Scrum 敏捷项目管理:模型应用
 - 1.6.1. Framework 应用
 - 1.6.2. Scrum 中的人员、角色和职责
 - 1.6.3. 冲刺计划、日常冲刺、冲刺回顾、冲刺回顾和冲刺完善
- 1.7. Scrum在敏捷项目管理中的应用
 - 1.7.1. Product Backlog、Sprint Backlog 和增量
 - 1.7.2. Scrum 团队中的协议
 - 1.7.3. 绩效评估
- 1.8. 敏捷项目管理 Kanban
 - 1.8.1. 模式
 - 1.8.2. 看板方法、要素和好处
 - 1.8.3. 典型的使用场景

- 1.9. Kanban 敏捷项目管理:模型应用

- 1.9.1. 基础名称
- 1.9.2. 用处
- 1.9.3. 绩效评估

- 1.10. 为项目的选择建模

- 1.10.1. 选择管理模式类型的标准
- 1.10.2. 传统方法 vs.敏捷方法
- 1.10.3. 结论

模块 2. 软件开发项目中的需求管理和过程分析

- 2.1. 系统分析

- 2.1.1. 系统分析师的职能
- 2.1.2. 软件开发周期: SDLC, OO.AGILE
- 2.1.3. SDLC, OO y 敏捷

- 2.2. 系统分析和设计的重要性

- 2.2.1. 信息系统
- 2.2.2. IT技术集成: HW 和软件
- 2.2.3. 方法的选择

- 2.3. Software 开发生命周期

- 2.3.1. 运动和类型
- 2.3.2. 救赎与驱动
- 2.3.3. 战略的类型
- 2.3.4. 营销计划数字化

- 2.4. 模型和系统设计。集成

- 2.4.1. 与组织中其他操作系统的依赖关系
- 2.4.2. 与项目管理方法学的整合, 如 PMBOOK
- 2.4.3. 与敏捷方法学的整合

- 2.5. 需求收集

- 2.5.1. 互动方法: 访谈、JAD 和问卷调查
- 2.5.2. 非交互式方法: 观察、文件审查
- 2.5.3. 采样技术: 取样

- 2.6. 过程分析。DFD
 - 2.6.1. 开发一个多层次的 DFD
 - 2.6.2. DFD 的类型:物理和逻辑的, 事件驱动的
 - 2.6.3. 划分DFD's
- 2.7. 过程分析。数据字典
 - 2.7.1. 在以前的 DAFD 基础上创建数据字典
 - 2.7.2. 数据字典的命名方法
 - 2.7.3. 为与其他系统的数据交换创建XML
- 2.8. 过程分析。工艺规格
 - 2.8.1. 结构化和半结构化的决策
 - 2.8.2. 如果--谎言
 - 2.8.3. 决策表和决策树
- 2.9. 设计的重要性
 - 2.9.1. 输出设计
 - 2.9.2. 输入的设计
 - 2.9.3. 设计验证
- 2.10. 数据库设计
 - 2.10.1. 数据规范化
 - 2.10.2. E-R 图:一对多和多对多的关系
 - 2.10.3. 反规范化

模块 3. 业务管理: 资源和客户管理的技术

- 3.1. 企业信息存储和管理系统
 - 3.1.1. 企业资源规划
 - 3.1.2. 客户关系管理
 - 3.1.3. 企业资源规划vs管理层客户关系管理
 - 3.1.4. 企业资源规划与管理 和 客户关系管理 企业中的
- 3.2. 企业资源规划
 - 3.2.1. 在企业中企业资源规划的贡献
 - 3.2.2. 实施和管理
 - 3.2.3. 企业资源规划的日常运作

- 3.3. 企业资源规划及其管理
 - 3.3.1. 企业资源规划的模块
 - 3.3.2. 系统的类型企业资源规划
 - 3.3.3. 市场上的工具
- 3.4. 管理层客户关系管理
 - 3.4.1. 客户关系管理对公司的贡献
 - 3.4.2. 信息系统的设计
 - 3.4.3. 客户关系管理促进流程改进
- 3.5. 客户关系管理管理项目设计
 - 3.5.1. 环境的现状
 - 3.5.2. 销售或忠诚度
 - 3.5.3. 客户忠诚度的盈利能力
- 3.6. 管理层客户关系管理。与信息有关的工作
 - 3.6.1. 营销和项目管理
 - 3.6.2. 成功因素
 - 3.6.3. 战略
- 3.7. 管理层客户关系管理。沟通工具
 - 3.7.1. 沟通
 - 3.7.2. 信息
 - 3.7.3. 积极倾听
 - 3.7.4. 信息系统投资战略
- 3.8. 管理层客户关系管理。追回不满意的客户
 - 3.8.1. 早期错误检测
 - 3.8.2. 更正和纠正错误
 - 3.8.3. 客户恢复和持续改进流程的设计
- 3.9. IT 项目
 - 3.9.1. 目标
 - 3.9.2. 企业资源规划与管理 和 客户关系管理 以吸引客户
 - 3.9.3. 项目设计
 - 3.9.4. 评价和结果记录

- 3.10. 开发一个IT项目
 - 3.10.1. 常见错误
 - 3.10.2. 方法
 - 3.10.3. 划分和流程
 - 3.10.4. 培训
 - 3.10.5. 设计行动应用于 客户关系管理 和企业资源规划

模块 4. 对IT项目进行管理和控制通过I智能和N商业

- 4.1. 商业智能
 - 4.1.1. 商业智能
 - 4.1.2. 数据管理
 - 4.1.3. 数据生命周期
 - 4.1.4. 建筑学
 - 4.1.5. 应用
- 4.2. 通过分析技术管理层 IT 项目
 - 4.2.1. 商业智能的选择
 - 4.2.2. 商业智能对项目的优势
 - 4.2.3. 实例和应用
- 4.3. 收集和储存
 - 4.3.1. 商业模式和数据模型
 - 4.3.2. 储存的类型
 - 4.3.3. 储存云中的大数据 大数据
- 4.4. 海量数据和信息处理
 - 4.4.1. 数据处理类型
 - 4.4.2. 简化质量处理的技术
 - 4.4.3. 云处理
- 4.5. 技术项目
 - 4.5.1. 技术项目
 - 4.5.2. 预测性分析
 - 4.5.3. 模式和建议分析
 - 4.5.4. 可扩展的机器学习

- 4.6. 决策的可视化
 - 4.6.1. 数据可视化和分析
 - 4.6.2. 工具
 - 4.6.3. 数据分析的可视化
 - 4.6.4. 报告设计
- 4.7. 商业信息消费
 - 4.7.1. 仪表盘
 - 4.7.2. KPI 设计和提取
 - 4.7.3. 地理信息
- 4.8. 安全与治理
 - 4.8.1. 安全
 - 4.8.2. 治理
- 4.9. 对IT项目的实际应用
 - 4.9.1. 从收集到处理
 - 4.9.2. 从分析到视觉化
- 4.10. 项目管理
 - 4.10.1. 项目
 - 4.10.2. 要求和目标
 - 4.10.3. 委托和实施

模块 5. 信息技术项目的战略监测和控制

- 5.1. 用于决策和项目管理的数据和信息
 - 5.1.1. 商业智能
 - 5.1.2. 商业智能概念的演变
 - 5.1.3. 数据生命周期
- 5.2. 信息分析的技术
 - 5.2.1. 描述性分析
 - 5.2.2. 预测性分析
 - 5.2.3. 预测分析
 - 5.2.4. 模式分析和建议
 - 5.2.5. IT项目中分析的贡献



- 5.3. 数据类型
 - 5.3.1. 结构化数据
 - 5.3.2. 结构化数据
 - 5.3.3. 结构化数据
- 5.4. 非结构化数据
 - 5.4.1. 数据湖、数据仓库和数据集市
 - 5.4.2. 数据管理的各个阶段:提取、转换和加载
 - 5.4.3. 项目实施的数据管理
- 5.5. 项目实施的数据管理
 - 5.5.1. 在项目设计中使用数据
 - 5.5.2. 做决定
 - 5.5.3. 贡献
- 5.6. 商业智能的解决方案: Power BI
 - 5.6.1. 生态系统
 - 5.6.2. 主要的优势和劣势
- 5.7. 商业智能的解决方案: Tableau
 - 5.7.1. 生态系统
 - 5.7.2. 优势和劣势
- 5.8. 商业智能的解决方案: Qlik
 - 5.8.1. 生态系统
 - 5.8.2. 主要的优势和劣势
- 5.9. 商业智能的解决方案: Prometheus
 - 5.9.1. 生态系统
 - 5.9.2. 主要的优势和劣势
- 5.10. 人工智能的未来
 - 5.10.1. 云应用程序
 - 5.10.2. 自我消费的商业智能
 - 5.10.3. 与数据科学的整合。价值创造

模块 6. 用于技术项目决策的数字分析

- 6.1. 数字分析
 - 6.1.1. 数字分析
 - 6.1.2. 工作方式
- 6.2. Google Analytics: 分析工具
 - 6.2.1. Google Analytics
 - 6.2.2. 定量和定性。衡量标准和尺度
 - 6.2.3. 分析目标
- 6.3. 衡量标准
 - 6.3.1. 基本指标
 - 6.3.2. KPIs(关键绩效指标) 或高级指标
 - 6.3.3. 目标:转换
- 6.4. 尺寸
 - 6.4.1. 活动关键词
 - 6.4.2. 来源/媒体
 - 6.4.3. 内容
- 6.5. Google Analytics
 - 6.5.1. 工具的安装和配置
 - 6.5.2. 现有的版这个: UA / GA4
 - 6.5.3. 转换目标。转换漏斗
- 6.6. 结构 Google Analytics 的结构:工作领域
 - 6.6.1. 帐户
 - 6.6.2. 特性
 - 6.6.3. 查看
- 6.7. 报告 Google Analytics
 - 6.7.1. 实时性
 - 6.7.2. 观众
 - 6.7.3. 购买
 - 6.7.4. 行为
 - 6.7.5. 转换

- 6.8. 高级报告 Google Analytics
 - 6.8.1. 自定义报告
 - 6.8.2. 仪表板
 - 6.8.3. API
- 6.9. 过滤器
 - 6.9.1. 筛选和分割可用性
 - 6.9.2. 预定义细分市场和自定义细分市场
 - 6.9.3. 再营销列表
- 6.10. 数字分析计划
 - 6.10.1. 测量
 - 6.10.2. 技术环境中的实施
 - 6.10.3. 结论

模块 7. 通过分析技术改进 IT 项目和业务

- 7.1. 商业中的数据分析
 - 7.1.1. 商业中的数据分析
 - 7.1.2. 这个值
 - 7.1.3. 基于价值的项目管理
- 7.2. 数字营销
 - 7.2.1. 数字营销
 - 7.2.2. 数字营销的好处
- 7.3. 数字营销准备工作
 - 7.3.1. 油烟机
 - 7.3.2. 实施和测量
 - 7.3.3. 数字战略的变体
 - 7.3.4. 教学
- 7.4. 数字营销。执行
 - 7.4.1. 应用
 - 7.4.2. 在网络环境中的整合
- 7.5. 生命周期
 - 7.5.1. 客户旅程 vs. 油烟机
 - 7.5.2. 测量

- 7.6. 数据管理
 - 7.6.1. 数据仓库和数据实验室
 - 7.6.2. 应用于运动基础的生成
 - 7.6.3. 驱动器选项
- 7.7. 竞选活动不包括的内容
 - 7.7.1. 类型
 - 7.7.2. GDPR 和罗宾逊
 - 7.7.3. 数据匿名化
- 7.8. 仪表盘
 - 7.8.1. 观众
 - 7.8.2. 讲故事
 - 7.8.3. 应用
- 7.9. 数据分析中的价值结论
 - 7.9.1. 客户概述
 - 7.9.2. 分析战略和类型
 - 7.9.3. 应用
- 7.10. 在商业场景中的应用
 - 7.10.1. Clustering 文件夹
 - 7.10.2. 预测性风险模型
 - 7.10.3. 投资组合客户的特征
 - 7.10.4. 图像处理
 - 7.10.5. 提供建议模式

模块 8. 软件项目管理和实施的质量

- 8.1. 软件质量
 - 8.1.1. 方法论和标准
 - 8.1.2. 软件质量报告: 混乱报告 Standish Group
 - 8.1.3. 软件质量认证。ISO, AENOR
- 8.2. 安全编码
 - 8.2.1. 编码: 编码的原因和类型
 - 8.2.2. 加密规则

- 8.3. 通过输入验证提高数据质量
 - 8.3.1. 高效的数据采集
 - 8.3.2. 方法“Data-Entry”: OCR, Keyboard, RFID, 等等
 - 8.3.3. 数据验证检测和测试
- 8.4. 全面质量管理: 六西格玛
 - 8.4.1. TQM
 - 8.4.2. 六西格玛: 方法论和文化
 - 8.4.3. 系统设计“Top Down”的和模块化编程
 - 8.4.4. 文件民间文学文献法
- 8.5. 测试、维护和审计
 - 8.5.1. 测试过程
 - 8.5.2. 测试数据的使用
 - 8.5.3. 审计和外部审计师
- 8.6. 网络中部署的产品的质量
 - 8.6.1. 技术“Client-Server”
 - 8.6.2. 技术“Cloud Computing”
- 8.7. 用户培训
 - 8.7.1. 用户培训策略
 - 8.7.2. 培训指南
- 8.8. 向新系统的转换/迁移策略
 - 8.8.1. 迁移战略: 平行的, 渐进的
 - 8.8.2. 迁移/转换计划
 - 8.8.3. 数据所有者管理
- 8.9. 安全
 - 8.9.1. 物理和逻辑安全: 销毁文件
 - 8.9.2. 电子商务
 - 8.9.3. 计划“Disaster-Recovery”
- 8.10. 成绩
 - 8.10.1. 质量的评估技术
 - 8.10.2. 在网络环境中的评价

模块 9. 科技项目中信息安全的监管合规

- 9.1. 数据保护法规
 - 9.1.1. 监管框架
 - 9.1.2. 有义务遵守条例的主体
 - 9.1.2.1. 数据控制者、联合控制者和数据处理者
 - 9.1.3. 数据保护官的身影
- 9.2. 个人资料的处理
 - 9.2.1. 合法、忠诚、透明
 - 9.2.2. 目的限制
 - 9.2.3. 数据的最小化、准确性和保留期的限制
 - 9.2.4. 完整性和保密性
 - 9.2.5. 积极主动的责任心
- 9.3. 设计和默认的数据保护
 - 9.3.1. 数据的假名化
 - 9.3.2. 数据最小化
 - 9.3.3. 符合处理目的的组织措施
- 9.4. 合法性或正当性的基础和处理的授权。数据的交流
 - 9.4.1. 同意
 - 9.4.2. 合同关系或合同前措施
 - 9.4.3. 履行法律义务
 - 9.4.4. 保护数据主体或其他人员的重要利益
 - 9.4.5. 公共利益或公共权力的行使
 - 9.4.6. 合法的利益利益的平衡
- 9.5. 个人的权利
 - 9.5.1. 透明度和信息
 - 9.5.2. 访问
 - 9.5.3. 纠正和删除(被遗忘的权利), 限制和便携性
 - 9.5.4. 反对和自动的个人决定
 - 9.5.5. 对权利的限制
- 9.6. 个人数据处理的风险分析和风险管理
 - 9.6.1. 对个人权利和自由的风险和威胁的识别
 - 9.6.2. 风险评估
 - 9.6.3. 风险处理计划

- 9.7. 确保遵守《数据保护条例》的技术
 - 9.7.1. 确定积极的问责措施
 - 9.7.2. 处理活动的记录
 - 9.7.3. 安全漏洞的管理
 - 9.7.4. 行为准则和认证
- 9.8. 个人数据保护影响评估 (PPRIA 或 DPIA)
 - 9.8.1. DPIA 的必要性
 - 9.8.2. 评估方法
 - 9.8.3. 识别风险和威胁
 - 9.8.4. 事先与监管机构协商
- 9.9. 信息的安全问题
 - 9.9.1. 安全监管框架
 - 9.9.2. ICT 安全产品的评估和认证
 - 9.9.3. STIC 产品和服务目录 (CPSTIC)
- 9.10. 控制当局。侵权行为和制裁
 - 9.10.1. 侵权行为
 - 9.10.2. 制裁
 - 9.10.3. 处罚程序
 - 9.10.4. 监管机构和合作机制

模块 10. 计算机项目中的团队管理

- 10.1. 团队管理
 - 10.1.1. 管理技能
 - 10.1.2. 人力资这个管理和职能
 - 10.1.3. 管理技能的分类和类型
 - 10.1.4. 公司中的集团领导管理
- 10.2. 团队建设
 - 10.2.1. 团队管理
 - 10.2.2. 绩效评估
 - 10.2.3. 授权和授权
 - 10.2.4. 承诺管理



- 10.3. 团队合作
 - 10.3.1. 文化:使命、愿景、价值观
 - 10.3.2. 规划和战略
 - 10.3.3. 组织和监测
 - 10.3.4. 反馈和前馈
 - 10.3.5. 评价治疗效果
- 10.4. 团队建设的各个阶段
 - 10.4.1. 依赖性阶段
 - 10.4.2. 反依赖性阶段
 - 10.4.3. 独立舞台
 - 10.4.4. 相互依存阶段
- 10.5. IT 项目的组织
 - 10.5.1. 企业中的规划
 - 10.5.2. 时间规划
 - 10.5.3. 资源规划
 - 10.5.4. 成这个规划
- 10.6. 的人才管理企业中的
 - 10.6.1. 人才
 - 10.6.2. 人才管理
 - 10.6.3. 人才维度
 - 10.6.4. 吸引人才
- 10.7. 公司内的沟通
 - 10.7.1. 企业沟通过程
 - 10.7.1.1. 关系和公司内部沟通
 - 10.7.1.2. 公司中组织与沟通的关系。集中化或分散化
 - 10.7.1.3. 内部和外部沟通工具
 - 10.7.2. 公司里的人际关系
 - 10.7.2.1. 沟通和人际冲突
 - 10.7.2.2. 沟通过滤器和障碍物
 - 10.7.2.3. 批评和积极倾听
 - 10.7.2.4. 积极倾听的技巧

- 10.8. 公司里的谈判技巧
 - 10.8.1. 技术公司管理领域的谈判
 - 10.8.1.1. 谈判
 - 10.8.1.2. 谈判风格
 - 10.8.1.3. 谈判的各个阶段
 - 10.8.2. 谈判技巧
 - 10.8.2.1. 谈判策略和战术
 - 10.8.2.2. 谈判的类型
 - 10.8.3. 谈判的主体
 - 10.8.3.1. 谈判者的特点
 - 10.8.3.2. 谈判者的类型
 - 10.8.3.3. 谈判中的心理学
- 10.9. 企业教练与管理
 - 10.9.1. 企业教练
 - 10.9.2. 教练实践
 - 10.9.3. 组织中的教练
- 10.10. 企业辅导与管理
 - 10.10.1. 辅导
 - 10.10.2. 辅导程序的四个过程
 - 10.10.2.1. 过程
 - 10.10.2.2. 公司中的导师角色
 - 10.10.2.3. 科技公司中的受辅导者角色
 - 10.10.3. 企业辅导的好处
 - 10.10.3.1. 对组织的好处:导师与受辅导者
 - 10.10.4. 辅导与教练的区别

模块 11. 公司的领导力、道德和社会责任

- 11.1. 全球化与治理
 - 11.1.1. 治理和公司治理
 - 11.1.2. 企业公司治理的基本原则
 - 11.1.3. 董事会在公司治理框架中的角色

- 11.2. 领导力
 - 11.2.1. 领导力。一个概念性的方法
 - 11.2.2. 公司领导力
 - 11.2.3. 领导者在企业管理中的重要性
- 11.3. 跨文化管理
 - 11.3.1. 跨文化管理的概念
 - 11.3.2. 对民族文化知识的贡献
 - 11.3.3. 多元化管理
- 11.4. 管理发展和领导力
 - 11.4.1. 管理发展的概念
 - 11.4.2. 领导力的概念
 - 11.4.3. 领导力理论
 - 11.4.4. 领导风格
 - 11.4.5. 领导力中的情报
 - 11.4.6. 今天的领导力挑战
- 11.5. 商业道德
 - 11.5.1. 道德与伦理
 - 11.5.2. 商业道德
 - 11.5.3. 公司的领导力和道德
- 11.6. 可持续发展
 - 11.6.1. 可持续性和可持续发展
 - 11.6.2. 2030 年议程
 - 11.6.3. 可持续发展的公司
- 11.7. 企业社会责任
 - 11.7.1. 企业社会责任的国际维度
 - 11.7.2. 履行企业社会责任
 - 11.7.3. 公司社会责任的影响及衡量
- 11.8. 负责任管理的系统和工具
 - 11.8.1. RSC: 企业社会责任

- 11.8.2. 实施负责任管理战略的基本要素
 - 11.8.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤
 - 11.8.4. CSR 工具和标准
- 11.9. 跨国公司与人权
 - 11.9.1. 全球化、跨国企业和人权
 - 11.9.2. 跨国公司面临国际法
 - 11.9.3. 跨国公司有关人权的法律文书
- 11.10. 法律环境和 公司治理
 - 11.10.1. 国际进出口法规
 - 11.10.2. 知识产权和工业产权
 - 11.10.3. 国际劳工法

模块 12. 人事和人才管理

- 12.1. 战略人员管理
 - 12.1.1. 战略管理和人力资源
 - 12.1.2. 人员管理战略
- 12.2. 基于能力的人力资源管理
 - 12.2.1. 潜力分析
 - 12.2.2. 薪酬政策
 - 12.2.3. 职业/继任计划
- 12.3. 绩效评估和绩效管理
 - 12.3.1. 绩效管理
 - 12.3.2. 绩效管理:目标和过程
- 12.4. 人才和人事管理创新
 - 12.4.1. 战略人才管理模式
 - 12.4.2. 人才识别、培训和发展
 - 12.4.3. 忠诚度和保留率
 - 12.4.4. 积极主动,勇于创新
- 12.5. 激励
 - 12.5.1. 激励的这个质
 - 12.5.2. 期望理论
 - 12.5.3. 需求理论
 - 12.5.4. 激励和经济补偿

- 12.6. 培养高绩效团队
 - 12.6.1. 高绩效团队:自我管理团队
 - 12.6.2. 高绩效自我管理团队的管理方法
- 12.7. 更换管理层
 - 12.7.1. 更换管理层
 - 12.7.2. 变更管理流程的类型
 - 12.7.3. 变革管理的阶段或阶段
- 12.8. 谈判和冲突管理
 - 12.8.1. 谈判
 - 12.8.2. 冲突管理
 - 12.8.3. 危机管理
- 12.9. 沟通管理
 - 12.9.1. 企业内外沟通
 - 12.9.2. 通讯部门
 - 12.9.3. 公司的传媒负责人 Dircom 简介
- 12.10. 生产力、吸引、保留和激活人才
 - 12.10.1. 生产力
 - 12.10.2. 吸引和保留人才的杠杆

模块 13. 经济-财务管理

- 13.1. 经济环境
 - 13.1.1. 宏观经济环境和国家金融体系
 - 13.1.2. 金融机构
 - 13.1.3. 金融市场
 - 13.1.4. 金融资产
 - 13.1.5. 金融部门的其他实体
- 13.2. 管理会计
 - 13.2.1. 基这个概念
 - 13.2.2. 公司资产
 - 13.2.3. 公司负债
 - 13.2.4. 公司净资产
 - 13.2.5. 损益表

- 13.3. 信息系统和商业智能
 - 13.3.1. 基这个原理和分类
 - 13.3.2. 成这个分配阶段和方法
 - 13.3.3. 成这个中心的选择和影响
- 13.4. 预算和管理控制
 - 13.4.1. 预算模型
 - 13.4.2. 资本预算
 - 13.4.3. 运营预算
 - 13.4.5. 财政部预算
 - 13.4.6. 预算跟踪
- 13.5. 财务管理
 - 13.5.1. 公司的财务决策
 - 13.5.2. 财务部
 - 13.5.3. 现金盈余
 - 13.5.4. 与财务管理相关的风险
 - 13.5.5. 财务管理 风险管理
- 13.6. 金融规划
 - 13.6.1. 财务规划的定义
 - 13.6.2. 财务规划中要采取的行动
 - 13.6.3. 创建和制定企业战略
 - 13.6.4. 现金流量表
 - 13.6.5. 当前表
- 13.7. 企业财务战略
 - 13.7.1. 企业战略和融资来源
 - 13.7.2. 企业融资的金融产品
- 13.8. 战略融资
 - 13.8.1. 自筹资金
 - 13.8.2. 自有资金增加
 - 13.8.3. 混合资源
 - 13.8.4. 通过中介机构融资
- 13.9. 金融分析和规划
 - 13.9.1. 资产负债表分析
 - 13.9.2. 损益表分析
 - 13.9.3. 盈利能力分析

- 13.10. 案例/问题的分析和解决
 - 13.10.1. 设计与纺织工业股份公司的财务信息 (INDITEX)

模块 14. 商业管理与战略营销

- 14.1. 商业管理
 - 14.1.1. 商业管理的概念框架
 - 14.1.2. 业务战略和规划
 - 14.1.3. 商业总监的角色
- 14.2. 营销
 - 14.2.1. 营销的概念
 - 14.2.2. 营销的基本要素
 - 14.2.3. 公司的营销活动
- 14.3. 战略营销管理
 - 14.3.1. 战略营销理念
 - 14.3.2. 战略营销规划的概念
 - 14.3.3. 战略营销规划过程的各个阶段
- 14.4. 数字和电子商务营销
 - 14.4.1. 数字营销和电子商务的目标
 - 14.4.2. 数字营销和媒体使用
 - 14.4.3. 电子商务。一般背景
 - 14.4.4. 电商类目
 - 14.4.5. 电子商务的优点和缺点 与传统商业相比
- 14.5. 数字营销以加强品牌
 - 14.5.1. 提高品牌声誉的在线策略
 - 14.5.2. 品牌内容和讲故事
- 14.6. 吸引和保留客户的数字营销
 - 14.6.1. 通过互联网的忠诚度和参与战略
 - 14.6.2. 客户关系管理
 - 14.6.3. 分区过大
- 14.7. 数字运动管理
 - 14.7.1. 什么是数字广告活动?
 - 14.7.2. 启动在线营销活动的步骤
 - 14.7.3. 数字广告活动中的错误

- 14.8. 销售策略
 - 14.8.1. 销售策略
 - 14.8.2. 销售方式
- 14.9. 企业沟通
 - 14.9.1. 概念
 - 14.9.2. 组织沟通的重要性
 - 14.9.3. 组织中的沟通类型
 - 14.9.4. 组织中沟通的功能
 - 14.9.5. 沟通的要素
 - 14.9.6. 沟通问题
 - 14.9.7. 通讯场景
- 14.10. 沟通和数字声誉
 - 14.10.1. 在线声誉
 - 14.10.2. 如何衡量数字声誉?
 - 14.10.3. 在线声誉工具
 - 14.10.4. 在线声誉报告
 - 14.10.5. 品牌 在线的

模块 15. 执行管理

- 15.1. 一般管理
 - 15.1.1. 一般 管理概念
 - 15.1.2. 总经理的行动
 - 15.1.3. 总干事和他的职能
 - 15.1.4. 管理局工作的转型
- 15.2. 业务管理
 - 15.2.1. 领导力的重要性
 - 15.2.2. 价值链
 - 15.2.3. 质量管理
- 15.3. 危机情况下的沟通
 - 15.3.1. 危机
 - 15.3.2. 危机的各个阶段
 - 15.3.3. 信息:内容和时刻

- 15.4. 准备一个危机计划
 - 15.4.1. 对潜在问题的分析
 - 15.4.2. 教学
 - 15.4.3. 工作人员是否充足
- 15.5. 情绪智力
 - 15.5.1. 情绪智力和沟通
 - 15.5.2. 自信、同理心和积极倾听
 - 15.5.3. 自尊与情感沟通
- 15.6. 个人品牌
 - 15.6.1. 发展个人品牌的策略
 - 15.6.2. 个人品牌建设的法则
 - 15.6.3. 建立个人品牌的工具
- 15.7. 领导力和团队管理
 - 15.7.1. 领导力和领导风格
 - 15.7.2. 领导者的能力和挑战
 - 15.7.3. 变更流程管理
 - 15.7.4. 多元文化团队管理



这个课程的目标是帮助你实现领导大型项目的梦想。立即报名,不要错过提升职业生涯的绝佳机会”

06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: **Re-learning**。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用, 并被**新英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。



“

发现 Re-learning, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

案例研究, 了解所有内容的背景

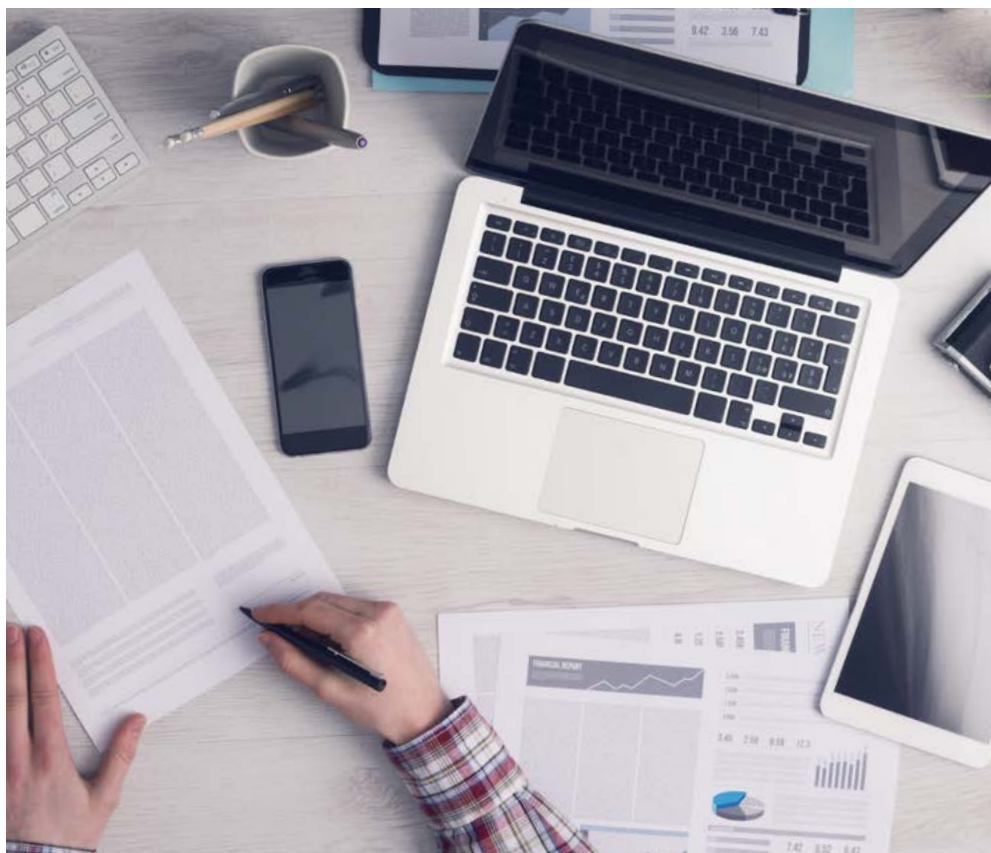
我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇
世界各地传统大学基础的学习方式”



你将进入一个以重复为基础的学习系统, 在
整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生将通过合作活动和真实案例, 学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划, 从零开始, 提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。由于这种方法, 个人和职业成长得到了促进, 向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的技术基础, 确保遵循当前经济、社会和职业现实。

“

我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战, 并取得事业上的成功”

在世界顶级计算机科学学校存在的时间里, 案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律, 案例法向他们展示真实的复杂情况, 让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年, 它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下, 专业人士应该怎么做? 这就是我们在案例法中面对的问题, 这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中, 学生将面对多个真实的案例。他们必须整合所有的知识, 研究、论证和捍卫他们的想法和决定。

Re-learning 方法

TECH有效地将案例研究方法基于循环的100%在线学习系统相结合,在每节课中结合了个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。

在2019年,我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。

在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为 Re-learning。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。2019年, 我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量,材料质量,课程结构,目标.....), 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

Re-learning 将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。

该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



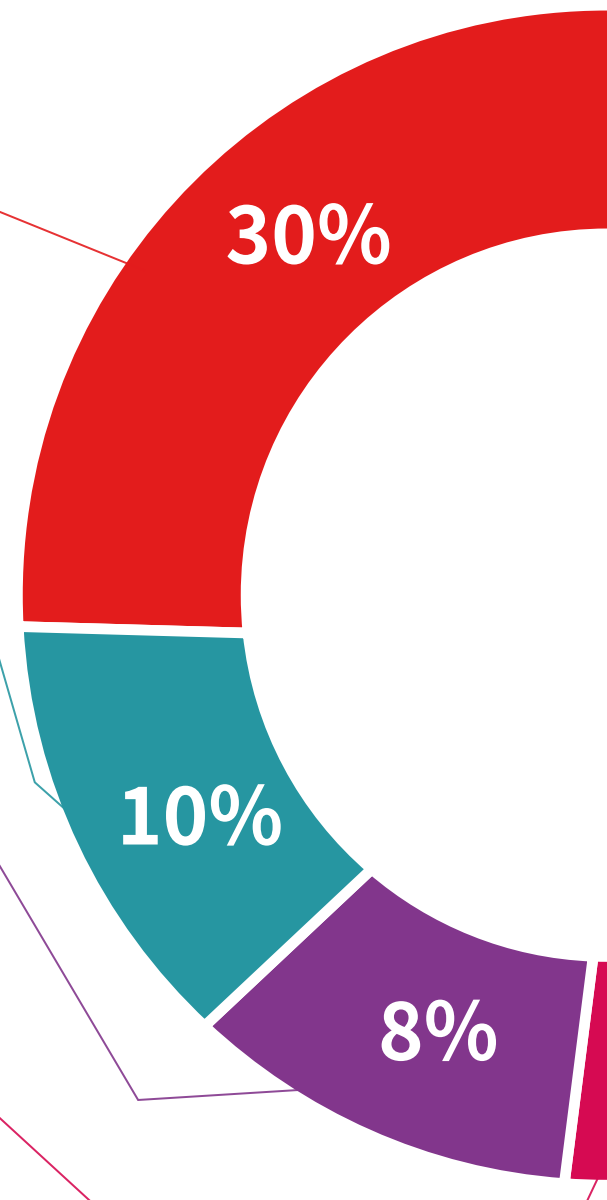
技能和能力的实践

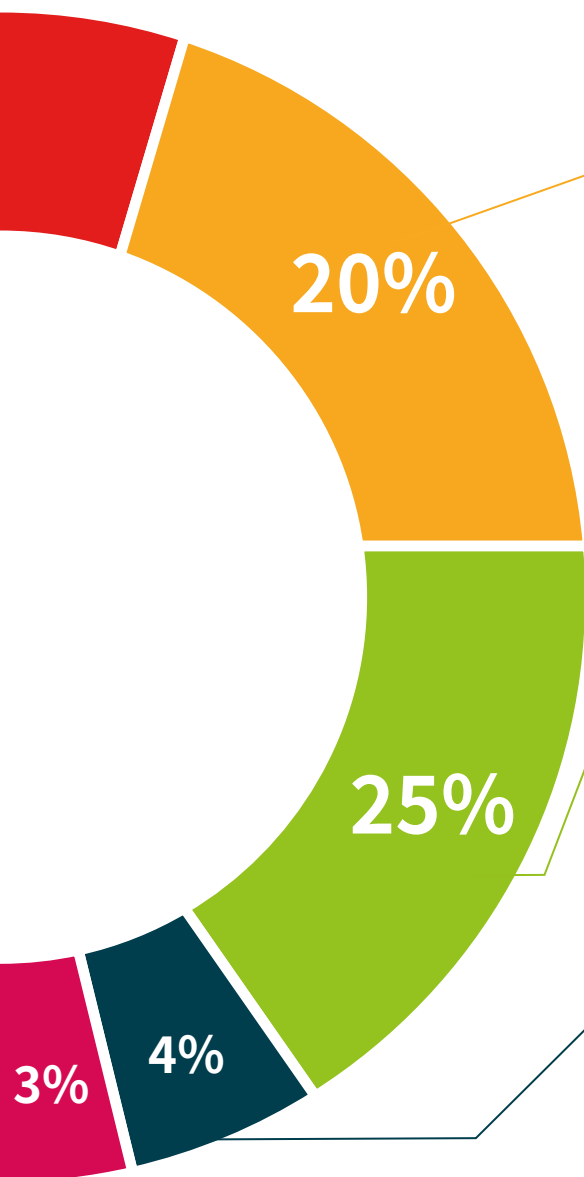
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



07 学位

高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 校级硕士除了保证最严格和最新的培训外，还可以获得由 TECH 科技大学 颁发的校级硕士学位证书。



“

顺利完成这个课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 校级硕士包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的校级硕士学位。

学位由TECH科技大学颁发, 证明在校级硕士学位中所获得的资质, 并满足工作交流, 竞争性考试和职业评估委员会的要求。

学位: 高级技术项目管理 MBA (CTO, 首席技术官) 校级硕士

模式: 在线

时长: 12个月



*海牙加注。如果学生要求为他们的纸质资格证书提供海牙加注, TECH EDUCATION将采取必要的措施来获得, 但需要额外的费用。

tech 科学技术大学

校级硕士
高级技术项目管理 MBA
(CTO, 首席技术官)

- » 模式: 在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线

校级硕士
高级技术项目管理 MBA
(CTO, 首席技术官)