

校级硕士  
企业数据科学  
技术管理 MBA



**tech** 科学技术大学

校级硕士  
企业数据科学  
技术管理 MBA

- » 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.techtitute.com/cn/information-technology/professional-master-degree/master-mba-corporate-technical-data-science-management](http://www.techtitute.com/cn/information-technology/professional-master-degree/master-mba-corporate-technical-data-science-management)

# 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

---

42

06

方法

---

58

07

学位

---

66

# 01 介绍

这个密集的专业是针对那些有兴趣在企业数据科学技术管理方面达到更高层次的知识。它的教学计划因其对技术的精心选择而独树一帜，包括最近纳入的和商业世界中最需要的技术。此外，为提高商业视野和管理多学科团队而纳入的特定模块，使这个课程与众不同，能够满足任何希望将自己定位为最新技术的理论和实践知识的基准的专业人士的大部分教育需求。



“

有了最好的发达的远程学习系统，  
这个 MBA 课程将允许你以一种背景  
方式学习，学习你需要的实际部分”

在一个像现在这样不断变化的世界里,新技术的扩散是一个常态。如今,我们已经习惯于看到尖端的工具、平台或技术如何成为过时的元素,在商业环境中的适用性降低。

同样,利基市场中不存在的或新生的技术成为更普遍领域的趋势,也是很自然的。

毫无疑问,这是一个不可阻挡的、不断发展的过程,是当前技术革命的最大表现者,它迫使IT专业人员永久性地进行专业化。

面对这种情况,企业数据科学技术管理 MBA 是作为一个完整的培训项目提供的,包括商业世界需求的最前沿技术。

因此,在一次综合练习中,从技术和商业角度出发,选择了一套通常不被通才培训计划所涵盖的科目,目的是为学生提供必要的技术知识,通过使用最合适的先进技术来解决当前的多种技术问题。

这样,纯技术和商业科目的结合,使这个校级硕士成为一个尖端的专业,特别是针对那些寻求学习目前最普遍的技术,或对这些技术有更高水平的知识的专业人士。

主要目的是使学生能够在现实世界中,在再现他们未来可能出现的条件的工作环境中,以严格和现实的方式应用在这个培训中获得的知识。

由于采用100%在线形式,学生不必放弃他们的个人或职业义务。完成这个课程后,学生将更新他们的知识,并将拥有一个令人难以置信的著名资格,这将使他们在个人和专业方面得到提升。

这个**企业数据科学技术管理 MBA 校级硕士**包含市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由高级信息技术专家介绍案例研究的发展情况
- ◆ 这个课程的内容图文并茂、示意性强、实用性强为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 特别强调创新方法论
- ◆ 提供理论课程、专家解答问题、有争议话题的讨论论坛以及个人思考作业等
- ◆ 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



一个专业成长的强化课程,  
将使你能够介入一个对专业  
人员需求不断增长的部门"

“

一个高级培训课程, 将使學生能够快速、持续地获取知识, 并具备全球高质量教育的科学严谨性”

这个课程的教学人员包括来自该行业的专业人士, 他们将自己的工作经验融入到培训中, 还有来自知名协会和著名大学的公认。

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。

一个完整的、尖端的课程, 将使你逐步和完全获得在这个部门工作所需的知识。

这个课程内容广泛而具体, 将引导你掌握计算机工程师在这个领域的最佳竞争中所需要的具体知识。



# 02 目标

这个专业的目标是培训企业数据科学技术管理 MBA 方面的专业人员,使其具备使用当前最先进的协议和技术开展活动的必要知识和技能。通过完全适合学生的工作方法,这个 MBA 课程将逐步引导学生掌握技能,将其推向更高的专业水平。由在这个领域具有丰富经验的专业人士设计的独特培训。





“

深化你在计算机技术领域的知识, 在你的知识体系中包括这一工作领域最先进的方面”



## 总体目标

- ◆ 分析ERP和CRM系统,投入和收益
- ◆ 为每个公司设计和选择合适的ERP或CRM工具
- ◆ 开发数据周期的每个阶段
- ◆ 检查数据挖掘过程
- ◆ 分析一个网络平台并优化其运作
- ◆ 评估会话和流量以更好地了解受众
- ◆ 发展关于可维护、可扩展和可靠系统的专业知识
- ◆ 分析不同的数据模型及对应用程序的影响
- ◆ 分析经典系统模型并识别用于分布式应用程序的缺陷
- ◆ 考察分布式计算范式,建立微服务模型
- ◆ 产生物联网专业知识
- ◆ 开发物联网参考架构和技术框架
- ◆ 分析项目管理的敏捷方法的概念,制定SCRUM框架的要素和流程
- ◆ 审查和发展项目管理的KANBAN方法的要素
- ◆ 将我们公司的差异化建立在无形资源上
- ◆ 通过正念识别改进的机会
- ◆ 提出一个基于与变化和不确定性相处而不是"突破"阻力的商业模式。
- ◆ 将情绪管理作为成功的途径,为公司注入活力





## 具体目标

### 模块 1. 关键信息管理系统

- ◆ 制定商业策略
- ◆ 为商业决策发展专业知识
- ◆ 设计一个统一的报告系统
- ◆ 确定如何在公司各部门和客户之间建立沟通和信息交流
- ◆ 能够为决策转化信息
- ◆ 为客户的忠诚度制定一个营销计划
- ◆ 设计一个营销计划以增加销售

### 模块 2. 数据类型和周期

- ◆ 发展专业知识以执行数据分析
- ◆ 统一不同的数据, 实现信息的一致性
- ◆ 为决策提供相关的、有效的信息
- ◆ 根据数据类型和用途建立数据管理的最佳实践
- ◆ 利用工具进行数据管理 (用R)

### 模块 3. 机器学习数

- ◆ 评估在从信息到知识的过程中获得的技能
- ◆ 开发不同类型的机器学习
- ◆ 分析不同机器学习算法的指标和验证方法
- ◆ 汇编不同机器学习方法的不同实施方案
- ◆ 确定概率推理模型
- ◆ 考察深度学习的潜力
- ◆ 展示不同机器学习算法的知识

### 模块 4. 网络分析

- ◆ 在使用网络分析方面产生专门的知识
- ◆ 考察从起源到现在的演变和发展
- ◆ 建立谷歌分析的最佳配置, 这是网络营销的一个基这个工作工具
- ◆ 分析网络流量以了解用户行为
- ◆ 制定基这个和高级指标, 使我们能够评估网站的点击率或互动性
- ◆ 确定监测参数: 指标和尺寸
- ◆ 配置谷歌分析工具和在网站上使用跟踪标签
- ◆ 区分现有的两个版本的Google Analytics: UA vs GA4

- ◆ 指定通用分析的组织和结构:账户、属性和视图
- ◆ 通过解释预定义和/或定制的报告来分析用户行为
- ◆ 通过使用分段来评估我们在报告中看到的总数据的流量子集
- ◆ 通过优化营销策略和根据所获得的结果进行决策来评估转换率

### 模块 5. 用于海量数据使用的可扩展且可靠的系统

- ◆ 建立可靠性、可扩展性和可维护性的概念
- ◆ 评估关系型、文件型和图型模型
- ◆ 分析数据引擎中使用的日志、B-树和其他结构形式的结构化存储
- ◆ 考察一致性模型及其与复制概念的关系
- ◆ 评估不同的复制模式及其相关问题
- ◆ 制定分布式交易的基这个原则
- ◆ 检查数据库分区和平衡数据库的密钥

### 模块 6. 分布式部署的系统管理

- ◆ 为分布式应用开发需求
- ◆ 利用最先进的工具来开发分布式应用程序
- ◆ 对基础设施管理工具的使用进行分析
- ◆ 检查实施IaaS和PaaS模型的最有用的工具
- ◆ 开发PaaS模型和目前在其实施中使用的一些工具
- ◆ 评估面向分布式系统的监控工具
- ◆ 提出分布式平台的验证技术和测试
- ◆ 分析云平台实施中最常用的选项

### 模块 7. 物联网

- ◆ 识别什么是 IoT (物联网) 和 IIoT (工业物联网)
- ◆ 检视工业互联网联盟
- ◆ 发展物联网参考架构是什么
- ◆ 对物联网传感器和设备进行检查和分类
- ◆ 建立物联网中使用的通信协议和技术
- ◆ 分析不同类型的物联网平台
- ◆ 开发不同的数据管理机制
- ◆ 建立物联网数据管理的安全要求
- ◆ 介绍不同的物联网应用领域

### 模块 8. 项目管理和敏捷方法

- ◆ 介绍项目管理的PMI方法
- ◆ 项目、计划和项目组合之间的区别
- ◆ 评估项目合作的组织的演变
- ◆ 分析什么是组织中的流程资产
- ◆ 检查流程组和知识领域的矩阵, 并分析构成这个矩阵的流程
- ◆ 介绍PMI 项目管理家庭
- ◆ 评估项目管理敏捷方法的背景

- ◆ 中发展VUCA背景(波动性、不确定性、复杂性和模糊性)
- ◆ 识别敏捷的价值观
- ◆ 介绍敏捷宣言的12条原则
- ◆ 分析敏捷SCRUM的项目管理框架
- ◆ 发展Scrum支柱
- ◆ 识别和定义Scrum价值
- ◆ 建立Scrum团队中的角色
- ◆ 介绍Scrum中典型的仪式
- ◆ 评估Scrum团队使用的人工制品
- ◆ 分析Scrum团队协议
- ◆ 审查衡量Scrum团队绩效的指标
- ◆ 介绍项目管理的敏捷KANBAN框架
- ◆ 分析构成看板方法的要素:价值、原则和一般做法
- ◆ 识别和定义看板价值
- ◆ 制定看板方法的原则
- ◆ 分析看板方法中不同的做法
- ◆ 检查看板的绩效衡量指标
- ◆ 识别并分析三种方法之间的差异:PMI, Scrum 和 Kanban

## 模块 9. 沟通、领导力和团队管理

- ◆ 介绍确保技术业务成功所需的管理技能
- ◆ 提出适应变化的领导模式
- ◆ 将情商确立为公司的基这个管理工具
- ◆ 通过指导、辅导和他们之间的差异,分析改进的机会
- ◆ 促进提高对沟通的认识状态
- ◆ 提高人们在公司的满意度,降低压力水平,改善工人的关系,与上级或员工的关系,与客户的关系,甚至是个人环境的关系
- ◆ 在科技公司制定谈判和冲突解决策略

## 模块 10. 公司的领导力、道德和社会责任

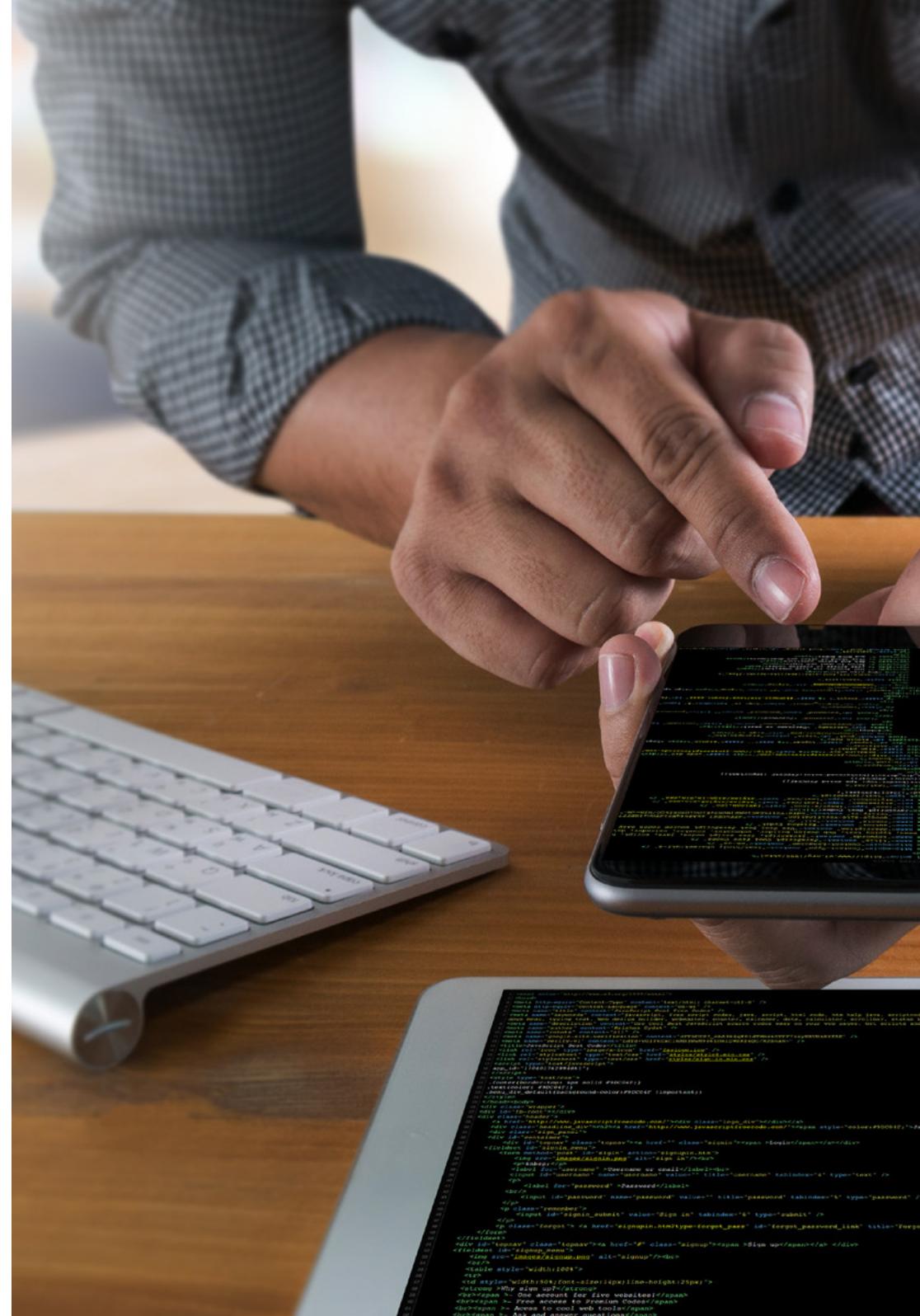
- ◆ 分析全球化对公司治理和企业治理的影响
- ◆ 评估有效领导力在企业管理和成功中的重要性
- ◆ 确定跨文化管理策略及其在多样化企业环境中的相关性
- ◆ 发展领导力技能,理解当前领导者面临的挑战
- ◆ 确定企业伦理原则和实践,并应用于公司决策
- ◆ 制定可持续性和企业社会责任的实施和改进策略

### 模块 11. 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 12. 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 13. 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 14. 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

在通过这个企业数据科学技术管理 MBA 的评估后, 学生将获得在信息技术领域开展高质量工作所需的专业技能, 此外, 还将获得新的技能和技术, 帮助他们补充以前已经拥有的知识, 使他们处于一个最大的更新时刻。



“

通过一个旨在快速、密集地促进你职业发展的项目,你将在所有高级信息技术领域中提升你的干预能力”



## 总体能力

- ◆ 应对先进信息技术领域的当前需求

“

独特的、关键的和决定性的培训经验,促进你的职业发展”





## 具体能力

---

- ◆ 专注于最常见的信息系统
- ◆ 使用算法、工具和平台来应用机器学习技术
- ◆ 管理用于处理大量信息以进行业务开发的特定架构
- ◆ 利用与物联网相关的主要技术及在实际环境中的适用性
- ◆ 执行网络分析流程以更好地了解潜在客户, 作为指导战略行动的关键工具
- ◆ 更有效地管理项目和人员

# 04 课程管理

在其为所有人提供精英教育的格言中, TECH依靠著名的专业人士,使学生在企业数据科学技术管理方面的坚实知识。出于这个原因,这个 MBA 课程有一个高素质的团队,在这个领域有丰富的经验,这将为学生提供最好的工具,在课程中发展他们的技能这样,学生就能在一个蓬勃发展的行业中获得国际水平的专业技能,从而获得职业成功。



“

与最好的人一起成功,并获得你在先进的IT部门开始职业生涯所需的知识和技能”

## 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NBCUniversal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
- NBCUniversal Media 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

- 美国西雅图 Amazon 公司区域 IT 经理
- Amazon 高级项目经理
- Wimmer Solutions 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 声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%在线的学士学位, 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的首席技术官
- IA Shepherds GmbH 首席技术官
- 联盟医疗顾问兼业务战略顾问
- DocPath 设计与开发总监
- -卡斯蒂利亚拉曼恰大学计算机工程博士
- 卡米洛-何塞-塞拉大学的经济学、商业和金融学博士
- -卡斯蒂利亚拉曼恰大学心理学博士
- 伊莎贝尔一世大学行政工商管理硕士
- 伊莎贝尔一世大学商业管理与营销硕士
- Hadoop 培训大数据专家硕士
- -卡斯蒂利亚拉曼恰大学高级信息技术硕士
- 成员: SMILE 研究组

## 教师

### Montoro Montarroso, Andrés 博士

- ◆ Castilla-La Mancha大学 SMILe 小组研究员
- ◆ 格拉纳达大学研究员
- ◆ Prometheus Global Solutions 的数据科学家
- ◆ CireBits 副总裁兼软件开发人员
- ◆ Haaga-Helia大学高级信息技术博士
- ◆ Haaga-Helia大学计算机工程学士
- ◆ 格拉纳达大学数据科学与计算机工程硕士
- ◆ Escuela Superior de Informática de Ciudad Real 的知识系统主题客座教授, 发表演讲: 先进的人工智能技术: 搜索和分析社交媒体中的潜在激进分子
- ◆ Escuela Superior de Informática de Ciudad Real 数据挖掘主题的客座教授, 在会议上发表演讲: 自然语言处理的应用: 社交网络中消息分析的模糊逻辑
- ◆ 在托莱多法律和社会科学学院举办的 "公共管理部门预防腐败与人工智能" 研讨会上发表演讲: 人工智能技术
- ◆ 第一届行政法与人工智能国际研讨会 (DAIA) 的演讲者。由路易斯-奥尔特加-阿尔瓦雷斯欧洲研究中心和 TransJus 研究所主办。题为 "通过情感分析防止社交媒体上的仇恨信息" 的会议

### Palomino Dávila, Cristina 女士

- ◆ Grupo Oesía 数据保护和信息安全顾问
- ◆ 碳氢化合物 CLH 物流公司总秘书处审计副主任
- ◆ Canal de Isabel II 公司法律关系领域顾问
- ◆ Helas Consultores S.L. 顾问兼审计师
- ◆ Alaro Avant 顾问兼审计师
- ◆ Lorenzo Abogados 新技术领域律师
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼恰大学的法律学位
- ◆ 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)
- ◆ 成员: 西班牙隐私专业协会 (APEP) 和 ISMS 论坛

### Peris Morillo, Luis Javier 先生

- ◆ Inditex Capitole 咨询公司技术负责人
- ◆ HCL Technologies 高级技术主管和交付支持主管
- ◆ 贝尔东的技术编辑
- ◆ Mirai Advisory 的敏捷教练和运营总监
- ◆ DocPath 开发人员、团队领导、Scrum Master、敏捷教练和产品经理
- ◆ ARCO 的技术专家
- ◆ Castilla-La Mancha大学计算机工程专业毕业
- ◆ CEOE 项目管理研究生课程 (CEOE)

### García La O, Marta 女士

- ◆ 数字营销和社交网络专家
- ◆ 在Think Planificación y Desarrollo SI负责管理、行政和客户管理
- ◆ 在Think Planificación y Desarrollo SI为高管提供培训
- ◆ Versas Consultores 的营销专家
- ◆ 毕业于穆尔西亚大学的企业科学
- ◆ Fundesem商学院商业管理和市场营销硕士

### García Niño, Pedro 先生

- ◆ 网页排名和SEO专家
- ◆ Camuñase 和 Electrocamuñas 的 IT 服务销售总监
- ◆ Camuñase 和 Electrocamuñas 的硬件/软件技术专家
- ◆ Google Ads (PPC和SEM) 专家
- ◆ 页面内和页面外SEO专家
- ◆ 数字营销分析和效果测量专家

### Tato Sánchez, Rafael 先生

- ◆ Indra Sistemas SA 技术总监
- ◆ ENA TRÁFICO SAU 系统工程师
- ◆ 在线大学授予工业 4.0 硕士学位
- ◆ 欧洲大学工业工程硕士学位
- ◆ 欧洲大学工业电子与自动化工程学位
- ◆ 马德里理工大学工业技术工程师

### Díaz Díaz-Chirón, Tobias 先生

- ◆ 电信领域的专家顾问
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼查大学ArCO实验室研究员
- ◆ Blue Telecom的顾问
- ◆ 主要是电信部门的自由职业者, 专门从事4G/5G
- ◆ OpenStack: 部署和管理
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼恰大学计算机科学工程师
- ◆ 专攻计算机架构和网络
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼查大学兼职教授
- ◆ 在Sepecam的网络管理课程上发言

### Martínez Cerrato, Yésica 女士

- ◆ 教育、商业和营销专家
- ◆ 塞科利塔斯西班牙保安公司技术培训经理
- ◆ Securitas Seguridad España 电子安全产品经理
- ◆ Ricopia Technologies 的商业智能分析师
- ◆ 阿尔卡拉德埃纳雷斯大学 IT 技术员兼 OTEC 计算机教室主任
- ◆ ASALUMA 协会合作者
- ◆ 阿尔卡拉德埃纳雷斯大学高级政治学院电子通信工程学位



### Fernández Meléndez, Galina 女士

- ◆ 大数据专家
- ◆ Aresi 数据分析师 农场管理
- ◆ ADN 移动解决方案的数据分析师
- ◆ 毕业于阿拉瓜比森特纳利亚大学, 获得工商管理学位委内瑞拉加拉加斯
- ◆ 委内瑞拉规划学院规划和公共财政文凭
- ◆ 奥维耶多大学数据分析和商业智能硕士
- ◆ 巴塞罗那欧洲商学院工商管理 MBA
- ◆ 欧洲巴塞罗那商学院大数据和商业智能硕士

“

借此机会了解这一领域的最新进展, 并将其应用于你的日常实践”

# 05 结构和内容

教学大纲的设计是以准备一的效率为基础,精心挑选内容,以提供完整的课程,其中包括获得真正的学科知识所必需的所有研究领域。随着这个部门的最新更新和方面。因此,建立了一个教学大纲,其模块提供了企业数据科学技术管理的广泛视角。从第一个模块开始,学生将看到他们的知识得到拓宽,这将使他们在专业上得到发展,因为他们知道可以依靠专家团队的支持。





“

所有的科目和知识领域都被编入一个完整的、绝对最新的教学大纲中, 使学生达到最高的理论和实践水平”

## 模块 1. 关键信息管理系统

- 1.1. 企业资源计划和客户关系管理
  - 1.1.1. 企业资源规划系统 (ERP)
  - 1.1.2. 客户关系管理系统 (CRM)
  - 1.1.3. ERP和CRM的区别。销售点
  - 1.1.4. 商业成功
- 1.2. 企业资源规划系统 (ERP)
  - 1.2.1. 企业资源规划系统 (ERP)
  - 1.2.2. ERP 的类型
  - 1.2.3. 开发一个ERP实施项目
  - 1.2.4. 企业资源规划。资源优化器
  - 1.2.5. ERP系统的架构
- 1.3. ERP提供的信息
  - 1.3.1. ERP提供的信息
  - 1.3.2. 优缺点
  - 1.3.3. 信息
- 1.4. ERP系统
  - 1.4.1. 当前的 ERP 系统和工具
  - 1.4.2. 决策
  - 1.4.3. 日常使用 ERP
- 1.5. 客户关系管理:实施项目
  - 1.5.1. CRM。实施项目
  - 1.5.2. (CRM)客户关系管理作为一种商业工具
  - 1.5.3. 信息系统策略
- 1.6. (CRM)客户关系管理:客户忠诚度
  - 1.6.1. 起点
  - 1.6.2. 出售或忠诚
  - 1.6.3. 忠诚度系统的成功因素
  - 1.6.4. 多渠道策略
  - 1.6.5. 忠诚度行动设计
  - 1.6.6. 电子忠诚度

- 1.7. (CRM)客户关系管理:沟通活动
  - 1.7.1. 沟通行动和计划
  - 1.7.2. 知情客户的重要性
  - 1.7.3. 倾听客户
- 1.8. (CRM)客户关系管理:防止不满意
  - 1.8.1. 客户断线
  - 1.8.2. 早期错误检测
  - 1.8.3. 改进过程
  - 1.8.4. 找回不满意的客户
- 1.9. 客户关系管理:特殊的沟通行动
  - 1.9.1. 公司活动的目标和计划
  - 1.9.2. 活动设计与实现
  - 1.9.3. 部门行动
  - 1.9.4. 结果分析
- 1.10. 关系营销
  - 1.10.1. 植入。误差
  - 1.10.2. 方法、细分和流程
  - 1.10.3. 根据部门的行动
  - 1.10.4. CRM工具

## 模块 2. 数据类型和周期

- 2.1. 统计数据
  - 2.1.1. 统计:描述性统计、统计推断
  - 2.1.2. 人口、样这个、个体
  - 2.1.3. 变量:定义、测量尺度
- 2.2. 统计数据类型
  - 2.2.1. 根据类型
    - 2.2.1.1. 定量:连续数据和离散数据
    - 2.2.1.2. 定性:二项式数据、名义数据和有序数据

- 2.2.2. 根据形式
  - 2.2.2.1. 数字
  - 2.2.2.2. 文这个
  - 2.2.2.3. 逻辑
- 2.2.3. 根据来源
  - 2.2.3.1. 初级
  - 2.2.3.2. 二级
- 2.3. 数据生命周期
  - 2.3.1. 周期的段
  - 2.3.2. 周期里程碑
  - 2.3.3. FIAR原则
- 2.4. 周期的初始阶段
  - 2.4.1. 定义目标
  - 2.4.2. 确定必要的资源
  - 2.4.3. 甘特图
  - 2.4.4. 数据结构
- 2.5. 数据收集
  - 2.5.1. 收集方法
  - 2.5.2. 收集工具
  - 2.5.3. 收集渠道
- 2.6. 数据清理
  - 2.6.1. 数据清理阶段
  - 2.6.2. 数据质量
  - 2.6.3. 数据操作(使用 R)
- 2.7. 数据分析、解释和结果评估
  - 2.7.1. 统计措施
  - 2.7.2. 关系指数
  - 2.7.3. 数据挖掘
- 2.8. 数据仓库
  - 2.8.1. 整合的元素
  - 2.8.2. 设计
  - 2.8.3. 需要考虑的问题

- 2.9. 可用性数据
  - 2.9.1. 访问
  - 2.9.2. 实用性
  - 2.9.3. 安全

### 模块 3. 机器学习数

- 3.1. 数据库的知识
  - 3.1.1. 数据预处理
  - 3.1.2. 分析
  - 3.1.3. 结果的解释和评估
- 3.2. 机器学习
  - 3.2.1. 有监督和无监督的学习
  - 3.2.2. 强化学习
  - 3.2.3. 半监督学习。其他学习模式
- 3.3. 分类
  - 3.3.1. 决策树和基于规则的学习
  - 3.3.2. 支持向量机(SVM)和最近邻算法(KNN)
  - 3.3.3. 分类算法的指标
- 3.4. 回归
  - 3.4.1. 线性回归和逻辑回归
  - 3.4.2. 非线性回归模型
  - 3.4.3. 时间序列分析
  - 3.4.4. 回归算法的指标
- 3.5. 聚类
  - 3.5.1. 层次化分组
  - 3.5.2. 分区分组
  - 3.5.3. 聚类算法的指标
- 3.6. 关联规则
  - 3.6.1. 感兴趣的措施
  - 3.6.2. 提取规则的方法
  - 3.6.3. 关联规则算法的度量

- 3.7. 多分类
  - 3.7.1. Bootstrap聚合或装袋
  - 3.7.2. 随机森林算法
  - 3.7.3. 提升算法
- 3.8. 概率推理模型
  - 3.8.1. 概率推理
  - 3.8.2. 贝叶斯网络或信念网络
  - 3.8.3. 隐马尔可夫模型
- 3.9. 多层感知器
  - 3.9.1. 神经网络
  - 3.9.2. 使用神经网络进行机器学习
  - 3.9.3. 梯度下降、反向传播和激活函数
  - 3.9.4. 人工神经网络的实现
- 3.10 深度学习
  - 3.10.1. 深度神经网络。简介
  - 3.10.2. 卷积网络
  - 3.10.3. 序列建模
  - 3.10.4. Tensorflow 和 pytorch

## 模块 4. 网络分析

- 4.1. 网络分析
  - 4.1.1. 简介
  - 4.1.2. 网络分析的演变
  - 4.1.3. 分析过程
- 4.2. Google Analytics
  - 4.2.1. Google Analytics
  - 4.2.2. 用途
  - 4.2.3. 目标

- 4.3. Hits.与网站的互动
  - 4.3.1. 基本指标
  - 4.3.2. KPI(关键绩效指标)
  - 4.3.3. 适当的转化率
- 4.4. 常见层面
  - 4.4.1. 资料来源
  - 4.4.2. 方式
  - 4.4.3. 关键词
  - 4.4.4. 活动
  - 4.4.5. 自定义标签
- 4.5. 谷歌分析设置
  - 4.5.1. 安装帐户创建
  - 4.5.2. 工具版这个:UA / GA4
  - 4.5.3. 跟踪标签
  - 4.5.4. 转化目标
- 4.6. 谷歌分析的组织
  - 4.6.1. 帐户
  - 4.6.2. 财产
  - 4.6.3. 查看
- 4.7. 谷歌分析的报告
  - 4.7.1. 实时性
  - 4.7.2. 观众
  - 4.7.3. 购买
  - 4.7.4. 行为
  - 4.7.5. 转换
  - 4.7.6. 电子商务
- 4.8. 谷歌分析高级报告
  - 4.8.1. 自定义报告
  - 4.8.2. 仪表盘
  - 4.8.3. APIs

- 4.9. 过滤器和细分
  - 4.9.1. 过滤器
  - 4.9.2. 部分
  - 4.9.3. 细分类型:预定义/自定义
  - 4.9.4. 再营销列表
- 4.10. 数字分析计划
  - 4.10.1. 测量
  - 4.10.2. 在技术环境的实施
  - 4.10.3. 结论

## 模块 5. 用于海量数据使用的可扩展且可靠的系统

- 5.1. 可扩展性、可靠性和可维护性
  - 5.1.1. 可扩展性
  - 5.1.2. 可靠性
  - 5.1.3. 可维护性
- 5.2. 数据模型
  - 5.2.1. 数据模型的进化
  - 5.2.2. 关系模型与基于文档的 NoSQL 模型的比较
  - 5.2.3. 图模型
- 5.3. 数据存储和检索引擎
  - 5.3.1. 结构化日志存储
  - 5.3.2. 存储在段表中
  - 5.3.3. B树
- 5.4. 用于编码数据的服务、消息传递和格式
  - 5.4.1. REST 服务的数据流
  - 5.4.2. 消息传递的数据流
  - 5.4.3. 消息传递格式
- 5.5. 复制
  - 5.5.1. CAP定理
  - 5.5.2. 一致性模型
  - 5.5.3. 基于领导者和追随者概念的复制模型

- 5.6. 分布式事务
  - 5.6.1. 原子操作
  - 5.6.2. 来自不同方法的分布式事务Calvin, Spanner
  - 5.6.3. 可序列化
- 5.7. 分区
  - 5.7.1. 分区类型
  - 5.7.2. 分区索引
  - 5.7.3. 重新平衡分区
- 5.8. 批量处理
  - 5.8.1. 批量处理
  - 5.8.2. MapReduce
  - 5.8.3. MapReduce之后的方法
- 5.9. 数据流处理
  - 5.9.1. 消息系统
  - 5.9.2. 数据流持久化
  - 5.9.3. 数据流的使用和操作
- 5.10. 使用案例推特、脸书、优步
  - 5.10.1. 推特:缓存的使用
  - 5.10.2. 脸书:非关系模型
  - 5.10.3. 优步:不同模型的不同用途

## 模块 6. 分布式部署的系统管理

- 6.1. 传统的管理。单体模型
  - 6.1.1. 传统的应用。单体模型
  - 6.1.2. 单体应用的系统要求
  - 6.1.3. 管理单体系统
  - 6.1.4. 自动化
- 6.2. 分布式应用程序。微服务
  - 6.2.1. 分布式计算范式
  - 6.2.2. 基于微服务的模型
  - 6.2.3. 分布式模型的系统要求
  - 6.2.4. 单体 vs.分布式应用

- 6.3. 资源开发工具
  - 6.3.1. “铁”的管理
  - 6.3.2. 虚拟化
  - 6.3.3. 模拟
  - 6.3.4. 准虚拟化
- 6.4. IaaS、PaaS 和 SaaS 模型
  - 6.4.1. IaaS模型
  - 6.4.2. PaaS模型
  - 6.4.3. SaaS模型
  - 6.4.4. 设计模式
- 6.5. 集装箱化
  - 6.5.1. 使用 Cgroups 进行虚拟化
  - 6.5.2. 集装箱
  - 6.5.3. 从应用程序到集装箱
  - 6.5.4. 集装箱编排
- 6.6. 聚类
  - 6.6.1. 高性能和高可用性
  - 6.6.2. 高可用性模型
  - 6.6.3. 集群作为 SaaS 平台
  - 6.6.4. 集群安全
- 6.7. 云计算
  - 6.7.1. 集群 vs. 云
  - 6.7.2. 云的类型
  - 6.7.3. 云服务模型
  - 6.7.4. 超额订阅
- 6.8. 监测和测试
  - 6.8.1. 监控类型
  - 6.8.2. 视觉化
  - 6.8.3. 基础设施测试
  - 6.8.4. 混沌工程



- 6.9. 案例分析:Kubernetes
  - 6.9.1. 结构
  - 6.9.2. 行政管理
  - 6.9.3. 服务部署
  - 6.9.4. K8S 的开发服务
- 6.10. 案例分析:OpenStack
  - 6.10.1. 结构
  - 6.10.2. 行政管理
  - 6.10.3. 部署
  - 6.10.4. OpenStack 的开发服务

## 模块 7. 物联网

- 7.1. 物联网(IoT)
  - 7.1.1. 未来互联网
  - 7.1.2. 物联网及工业物联网
  - 7.1.3. 工业互联网联盟
- 7.2. 参考架构
  - 7.2.1. 参考架构
  - 7.2.2. 分层和组件
- 7.3. 物联网设备
  - 7.3.1. 分类
  - 7.3.2. 组成部分
  - 7.3.3. 传感器和执行器
- 7.4. 通讯协议
  - 7.4.1. 分类
  - 7.4.2. OSI模型
  - 7.4.3. 技术

- 7.5. 物联网和IIoT平台
  - 7.5.1. 物联网平台
  - 7.5.2. 通用云平台
  - 7.5.3. 工业平台
  - 7.5.4. 开源平台
- 7.6. 物联网平台的数据管理
  - 7.6.1. 管理机制
  - 7.6.2. 开放数据
  - 7.6.3. 数据交换
  - 7.6.4. 数据可视化
- 7.7. 物联网安全
  - 7.7.1. 安全要求
  - 7.7.2. 安全领域
  - 7.7.3. 安全策略
  - 7.7.4. (IIoT)物联网安全性
- 7.8. 物联网系统应用领域
  - 7.8.1. 智慧城市
  - 7.8.2. 健康和身体情况
  - 7.8.3. 智能家居
  - 7.8.4. 其他应用
- 7.9. IIoT在不同工业部门的应用
  - 7.9.1. 制造业
  - 7.9.2. 运输
  - 7.9.3. 能源
  - 7.9.4. 农业和畜牧业
  - 7.9.5. 其他行业
- 7.10. 在工业4.0模式中整合IIoT
  - 7.10.1. 物联网(机器人物联网)
  - 7.10.2. 3D增材制造
  - 7.10.3. 大数据分析

## 模块 8. 项目管理和敏捷方法

- 8.1. 项目方向和管理
  - 8.1.1. 项目
  - 8.1.2. 项目的阶段
  - 8.1.3. 项目方向和管理
- 8.2. PMI 项目管理方法
  - 8.2.1. PMI (项目管理协会)
  - 8.2.2. PMBOK
  - 8.2.3. 项目、计划和项目组合之间的区别
  - 8.2.4. 项目合作的组织的演变
  - 8.2.5. 组织的流程资产
- 8.3. 项目管理的PMI方法:过程
  - 8.3.1. 进程组
  - 8.3.2. 知识领域
  - 8.3.3. 进程矩阵
- 8.4. 项目管理的敏捷方法
  - 8.4.1. VUCA 背景(波动性、不确定性、复杂性和模糊性)
  - 8.4.2. 敏捷价值
  - 8.4.3. 敏捷宣言原则
- 8.5. 用于项目管理的敏捷 SCRUM框架
  - 8.5.1. Scrum
  - 8.5.2. Scrum方法论的支柱
  - 8.5.3. Scrum的价值观
- 8.6. 用于项目管理的敏捷 SCRUM框架。过程
  - 8.6.1. Scrum的过程
  - 8.6.2. Scrum流程的典型角色
  - 8.6.3. Scrum的仪式
- 8.7. 用于项目管理的敏捷 SCRUM框架。人工产物
  - 8.7.1. Scrum过程的工件
  - 8.7.2. Scrum团队
  - 8.7.3. 用于评估 Scrum 队绩效的指标

- 8.8. 用于项目管理的敏捷 KANBAN框架。看板方法
  - 8.8.1. 看板
  - 8.8.2. 看板的好处
  - 8.8.3. 看板方法元素
- 8.9. 用于项目管理的敏捷 KANBAN框架。实践看板方法
  - 8.9.1. 看板值
  - 8.9.2. 看板方法的原理
  - 8.9.3. 看板方法的一般实践
  - 8.9.4. 看板绩效评估的指标
- 8.10. 比较:PMI, Scrum 和 Kanban
  - 8.10.1. (项目管理协会)PMI-SCRUM
  - 8.10.2. (项目管理协会)PMI-看板
  - 8.10.3. Scrum-看板

## 模块 9. 沟通、领导力和团队管理

- 9.1. 发展公司组织
  - 9.1.1. 公司的气候、文化和组织发展
  - 9.1.2. 人力资这个管理
- 9.2. 管理模型决策
  - 9.2.1. 管理模式的范式转变
  - 9.2.2. 科技公司管理流程
  - 9.2.3. 决策制定规划工具
- 9.3. 领导力。授权和授权
  - 9.3.1. 领导力
  - 9.3.2. 授权和授权
  - 9.3.3. 绩效评估绩效计划
- 9.4. 领导力。人才和敬业度管理
  - 9.4.1. 公司人才管理
  - 9.4.2. 公司的承诺管理
  - 9.4.3. 改善公司内的沟通

- 9.5. 企业客卿
  - 9.5.1. 领导人的客卿
  - 9.5.2. 团队教练
- 9.6. 企业指导
  - 9.6.1. 导师简介
  - 9.6.2. 指导计划的4个过程
  - 9.6.3. 指导过程中的工具和技术
  - 9.6.4. 商业环境中指导的好处
- 9.7. 团队管理 一。人际关系
  - 9.7.1. 人际关系
    - 9.7.1.1. 关系类别:焦点
    - 9.7.1.2. 在困难的情况下有效的进行会议和协议
- 9.8. 团队管理 二矛盾冲突
  - 9.8.1. 冲突
  - 9.8.2. 预防、处理和解决冲突
    - 9.8.2.1. 预防冲突的策略
    - 9.8.2.2. 管理冲突基这个原则
    - 9.8.2.3. 冲突解决策略
  - 9.8.3. 工作压力和动力
- 9.9. 团队管理 三谈判
  - 9.9.1. 科技公司管理领域的谈判
  - 9.9.2. 谈判方式
  - 9.9.3. 谈判阶段
    - 9.9.3.1. 谈判需要克服的障碍
- 9.10. 团队管理 四谈判技巧
  - 9.10.1. 谈判技巧和策略
    - 9.10.1.1. 策略和主要谈判类型
    - 9.10.1.2. 谈判策略和实际问题
  - 9.10.2. 谈判主体

## 模块 10. 公司的领导力、道德和社会责任

- 10.1. 全球化与治理
  - 10.1.1. 治理和公司治理
  - 10.1.2. 企业公司治理的基本原则
  - 10.1.3. 董事会在公司治理框架中的角色
- 10.2. 领导力
  - 10.2.1. 领导力。一个概念性的方法
  - 10.2.2. 公司领导力
  - 10.2.3. 领导者在企业管理中的重要性
- 10.3. 跨文化管理
  - 10.3.1. 跨文化管理的概念
  - 10.3.2. 对民族文化知识的贡献
  - 10.3.3. 多元化管理
- 10.4. 管理发展和领导力
  - 10.4.1. 管理发展的概念
  - 10.4.2. 领导力的概念
  - 10.4.3. 领导力理论
  - 10.4.4. 领导风格
  - 10.4.5. 领导力中的情报
  - 10.4.6. 今天的领导力挑战
- 10.5. 商业道德
  - 10.5.1. 道德与伦理
  - 10.5.2. 商业道德
  - 10.5.3. 公司的领导力和道德
- 10.6. 可持续发展
  - 10.6.1. 可持续性和可持续发展
  - 10.6.2. 2030 年议程
  - 10.6.3. 可持续发展的公司





- 10.7. 企业社会责任
  - 10.7.1. 企业社会责任的国际维度
  - 10.7.2. 履行企业社会责任
  - 10.7.3. 公司社会责任的影响及衡量
- 10.8. 负责任管理的系统和工具
  - 10.8.1. RSC: 企业社会责任
  - 10.8.2. 实施负责任管理战略的基本要素
  - 10.8.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤
  - 10.8.4. CSR工具和标准
- 10.9. 跨国公司与人权
  - 10.9.1. 全球化、跨国企业和人权
  - 10.9.2. 跨国公司面临国际法
  - 10.9.3. 跨国公司有关人权的法律文书
- 10.10. 法律环境和 公司治理
  - 10.10.1. 国际进出口法规
  - 10.10.2. 知识产权和工业产权
  - 10.10.3. 国际劳工法

## 模块 11. 人事和人才管理

- 11.1. 战略人员管理
  - 11.1.1. 战略管理和人力资源
  - 11.1.2. 人员管理战略
- 11.2. 基于能力的人力资源管理
  - 11.2.1. 潜力分析
  - 11.2.2. 薪酬政策
  - 11.2.3. 职业/继任计划

- 11.3. 绩效评估和绩效管理
  - 11.3.1. 绩效管理
  - 11.3.2. 绩效管理:目标和过程
- 11.4. 人才和人事管理创新
  - 11.4.1. 战略人才管理模式
  - 11.4.2. 人才识别、培训和发展
  - 11.4.3. 忠诚度和保留率
  - 11.4.4. 积极主动,勇于创新
- 11.5. 激励
  - 11.5.1. 激励的这个质
  - 11.5.2. 期望理论
  - 11.5.3. 需求理论
  - 11.5.4. 激励和经济补偿
- 11.6. 培养高绩效团队
  - 11.6.1. 高绩效团队:自我管理团队
  - 11.6.2. 高绩效自我管理团队的管理方法
- 11.7. 更换管理层
  - 11.7.1. 更换管理层
  - 11.7.2. 变更管理流程的类型
  - 11.7.3. 变革管理的阶段或阶段
- 11.8. 谈判和冲突管理
  - 11.8.1. 谈判
  - 11.8.2. 冲突管理
  - 11.8.3. 危机管理
- 11.9. 沟通管理
  - 11.9.1. 企业内外沟通
  - 11.9.2. 通讯部门
  - 11.9.3. 公司的传媒负责人Dircom 简介
- 11.10. 生产力、吸引、保留和激活人才
  - 11.10.1. 生产力
  - 11.10.2. 吸引和保留人才的杠杆

## 模块 12. 经济-财务管理

- 12.1. 经济环境
  - 12.1.1. 宏观经济环境和国家金融体系
  - 12.1.2. 金融机构
  - 12.1.3. 金融市场
  - 12.1.4. 金融资产
  - 12.1.5. 金融部门的其他实体
- 12.2. 管理会计
  - 12.2.1. 基这个概念
  - 12.2.2. 公司资产
  - 12.2.3. 公司负债
  - 12.2.4. 公司净资产
  - 12.2.5. 损益表
- 12.3. 信息系统和商业智能
  - 12.3.1. 基这个原理和分类
  - 12.3.2. 成这个分配阶段和方法
  - 12.3.3. 成这个中心的选择和影响
- 12.4. 预算和管理控制
  - 12.4.1. 预算模型
  - 12.4.2. 资本预算
  - 12.4.3. 运营预算
  - 12.4.5. 财政部预算
  - 12.4.6. 预算跟踪
- 12.5. 财务管理
  - 12.5.1. 公司的财务决策
  - 12.5.2. 财务部
  - 12.5.3. 现金盈余
  - 12.5.4. 与财务管理相关的风险
  - 12.5.5. 财务管理 风险管理

- 12.6. 金融规划
  - 12.6.1. 财务规划的定义
  - 12.6.2. 财务规划中要采取的行动
  - 12.6.3. 创建和制定企业战略
  - 12.6.4. 现金流量表
  - 12.6.5. 当前表
- 12.7. 企业财务战略
  - 12.7.1. 企业战略和融资来源
  - 12.7.2. 企业融资的金融产品
- 12.8. 战略融资
  - 12.8.1. 自筹资金
  - 12.8.2. 自有资金增加
  - 12.8.3. 混合资源
  - 12.8.4. 通过中介机构融资
- 12.9. 金融分析和规划
  - 12.9.1. 资产负债表分析
  - 12.9.2. 损益表分析
  - 12.9.3. 盈利能力分析
- 12.10. 案例/问题的分析和解决
  - 12.10.1. 设计与纺织工业股份公司的财务信息 (INDITEX)

## 模块 13. 商业管理与战略营销

- 13.1. 商业管理
  - 13.1.1. 商业管理的概念框架
  - 13.1.2. 业务战略和规划
  - 13.1.3. 商业总监的角色
- 13.2. 营销
  - 13.2.1. 营销的概念
  - 13.2.2. 营销的基本要素
  - 13.2.3. 公司的营销活动
- 13.3. 战略营销管理
  - 13.3.1. 战略营销理念
  - 13.3.2. 战略营销规划的概念
  - 13.3.3. 战略营销规划过程的各个阶段
- 13.4. 数字和电子商务营销
  - 13.4.1. 数字营销和电子商务的目标
  - 13.4.2. 数字营销和媒体使用
  - 13.4.3. 电子商务。一般背景
  - 13.4.4. 电商类目
  - 13.4.5. 电子商务的优点和缺点 与传统商业相比
- 13.5. 数字营销以加强品牌
  - 13.5.1. 提高品牌声誉的在线策略
  - 13.5.2. 品牌内容和讲故事
- 13.6. 吸引和保留客户的数字营销
  - 13.6.1. 通过互联网的忠诚度和参与战略
  - 13.6.2. 客户关系管理
  - 13.6.3. 分区过大
- 13.7. 数字运动管理
  - 13.7.1. 什么是数字广告活动?
  - 13.7.2. 启动在线营销活动的步骤
  - 13.7.3. 数字广告活动中的错误
- 13.8. 销售策略
  - 13.8.1. 销售策略
  - 13.8.2. 销售方式
- 13.9. 企业沟通
  - 13.9.1. 概念
  - 13.9.2. 组织沟通的重要性
  - 13.9.3. 组织中的沟通类型
  - 13.9.4. 组织中沟通的功能
  - 13.9.5. 沟通的要素
  - 13.9.6. 沟通问题
  - 13.9.7. 通讯场景

- 13.10. 沟通和数字声誉
  - 13.10.1. 在线声誉
  - 13.10.2. 如何衡量数字声誉?
  - 13.10.3. 在线声誉工具
  - 13.10.4. 在线声誉报告
  - 13.10.5. 品牌 在线的

## 模块 14. 管理行政

- 14.1. 一般管理
  - 14.1.1. 一般 管理概念
  - 14.1.2. 总经理的行动
  - 14.1.3. 总干事和他的职能
  - 14.1.4. 管理局工作的转型
- 14.2. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法
  - 14.2.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法
- 14.3. 业务管理
  - 14.3.1. 领导力的重要性
  - 14.3.2. 价值链
  - 14.3.3. 质量管理
- 14.4. 公众演讲和发言人培训
  - 14.4.1. 人际沟通
  - 14.4.2. 沟通技巧和影响力
  - 14.4.3. 沟通障碍
- 14.5. 个人和组织沟通的工具
  - 14.5.1. 人际交往
  - 14.5.2. 人际交往的工具
  - 14.5.3. 组织内的沟通
  - 14.5.4. 组织中的工具
- 14.6. 危机情况下的沟通
  - 14.6.1. 危机
  - 14.6.2. 危机的各个阶段
  - 14.6.3. 信息:内容和时刻





- 14.7. 准备一个危机计划
  - 14.7.1. 对潜在问题的分析
  - 14.7.2. 教学
  - 14.7.3. 工作人员是否充足
- 14.8. 情绪智力
  - 14.8.1. 情绪智力和沟通
  - 14.8.2. 自信、同理心和积极倾听
  - 14.8.3. 自尊与情感沟通
- 14.9. 个人品牌
  - 14.9.1. 发展个人品牌的策略
  - 14.9.2. 个人品牌建设的法则
  - 14.9.3. 建立个人品牌的工具
- 14.10. 领导力和团队管理
  - 14.10.1. 领导力和领导风格
  - 14.10.2. 领导者的能力和挑战
  - 14.10.3. 变更流程管理
  - 14.10.4. 多元文化团队管理

“

独特的培训,以其内容的质量和优秀的教学人员而著称”

# 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

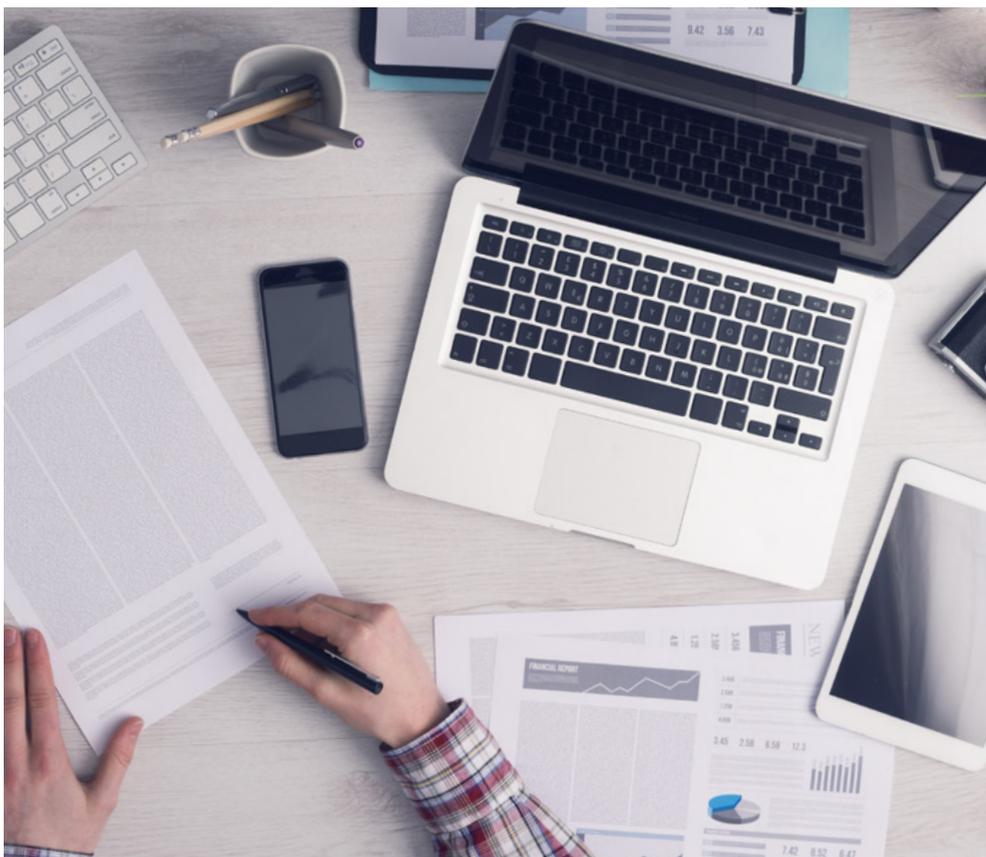
我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

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与基于循环的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。所有这些都是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,图像和记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住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。



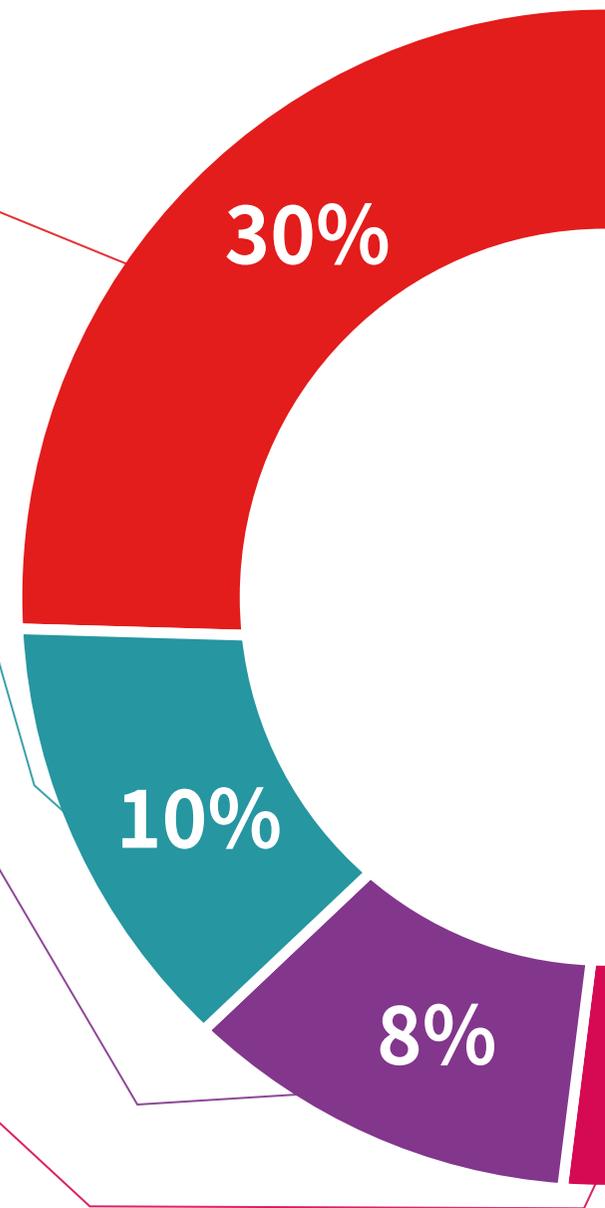
### 技能和能力的实践

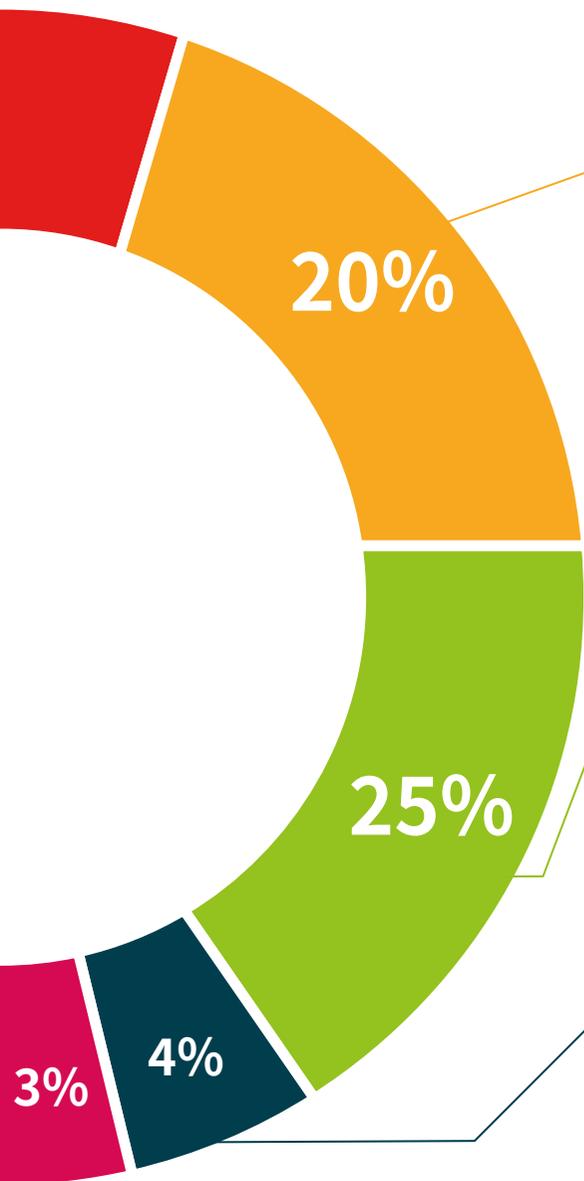
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 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

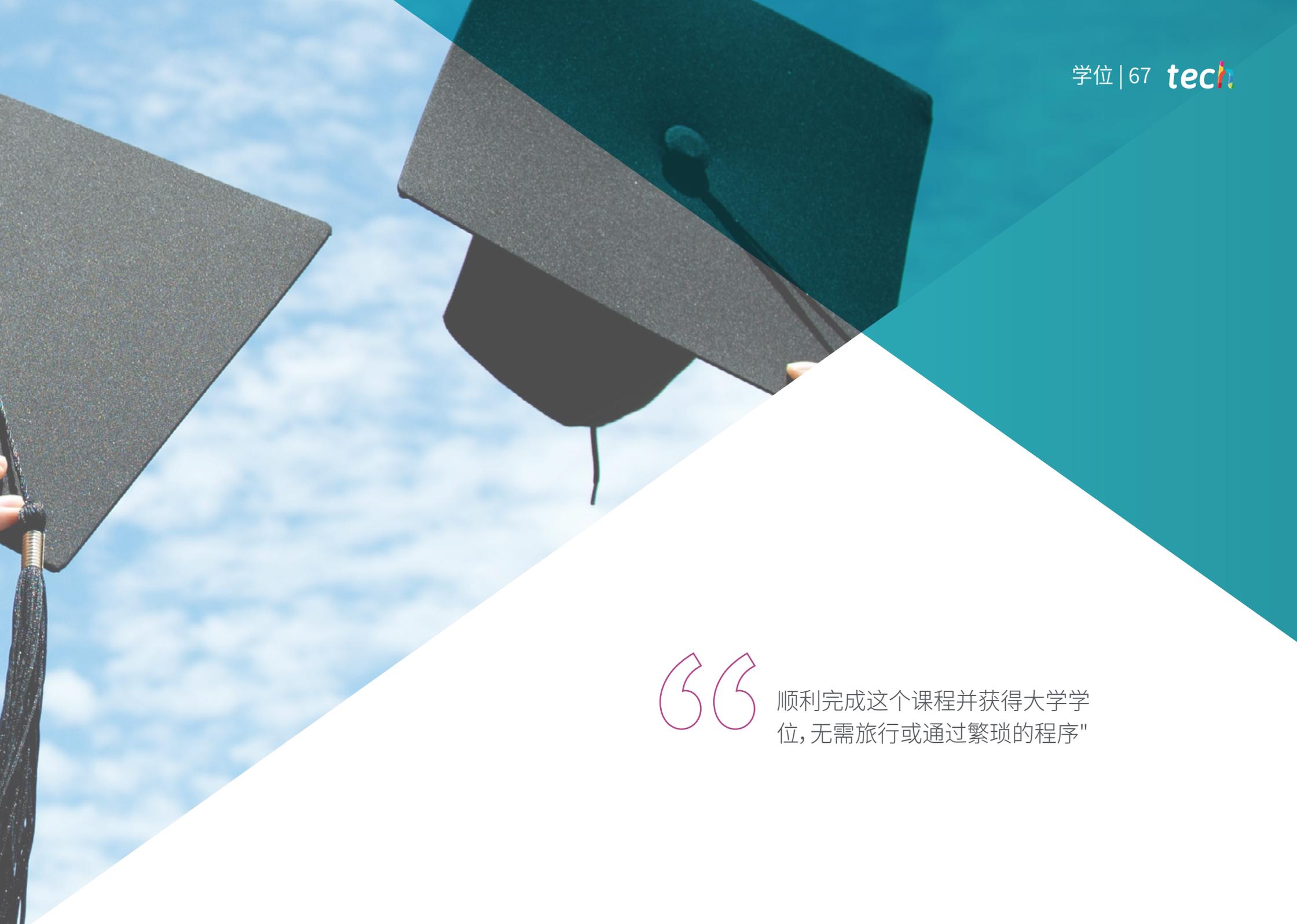
在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



# 07 学位

企业数据科学技术管理 MBA 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**企业数据科学技术管理 MBA 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:**企业数据科学技术管理 MBA 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。

健康 信心 未来 人 导师  
教育 信息 教学  
保证 资格认证 学习  
机构 社区 科技 承诺  
个性化的关注 现在  
知识 网页  
网上教室 发展 语言 机构

**tech** 科学技术大学

校级硕士  
企业数据科学  
技术管理 MBA

- » 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  
企业数据科学  
技术管理 MBA