

高级硕士 高级采购管理



高级硕士 高级采购管理

- » 模式:在线
- » 时间:2年
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

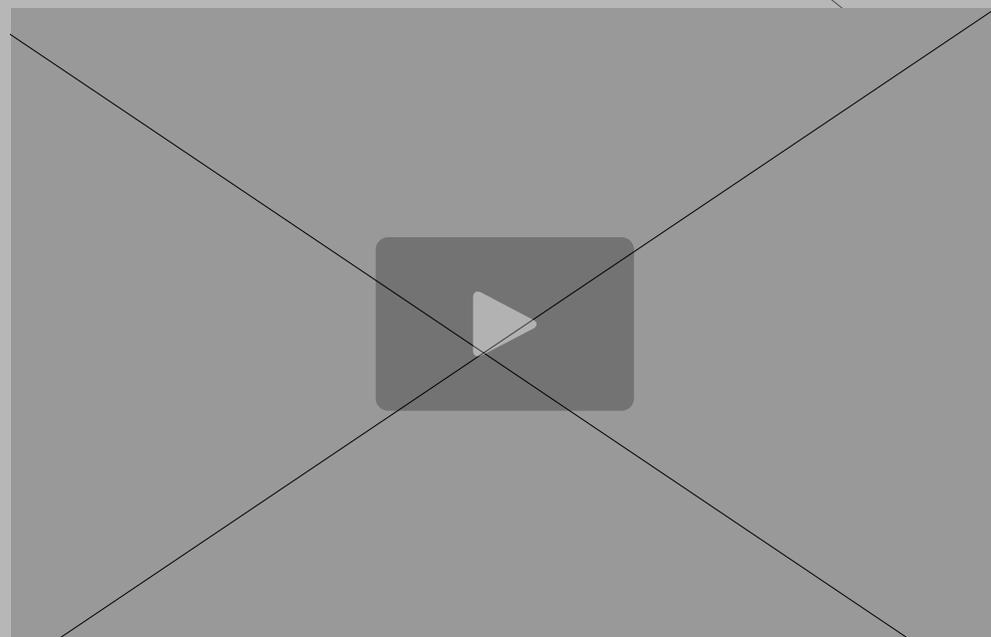
网络访问: www.techtitute.com/cn/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-purchasing-management

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的项目?	04 目标
4	6	10	14
	05 能力	06 结构和内容	07 方法
	22	28	40
	08 我们的学生简介	09 对你职业生涯的影响	10 对你公司的好处
	48	52	56
			11 学位
			60

01 欢迎

一个公司的采购是一个基本领域,因为正确的采购管理将使公司更有竞争力并获得更大的利润。出于这个原因,负责这一领域的人员的专业化是非常重要的。有了这个高级硕士,你将拓宽你在与供应商谈判和采购管理的最适当策略方面的知识,这将使你能够进行更现实和有效的管理。



高级采购管理高级硕士。
TECH科技大学



专注于采购管理, 获得必要的培训, 以改善
你的日常工作, 为你的公司实现最大的利益"

02

为什么在TECH学习?

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院，具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。

“

TECH是一所站在技术前沿的
大学, 它将所有资源交给学生支
配, 以帮助他们取得商业成功”

在TECH科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育技术与最大的教学严谨性相结合。一种具有最高国际认可度的独特方法,将为学生提供在不断变化的世界中发展的钥匙,在这个世界上,创新必须是每个企业家的基本承诺。

“微软欧洲公司”将创新的互动多视频系统纳入节目的成功案例。



最高要求

TECH的录取标准不是经济的。在这所大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。该机构的学术标准非常高。

95% | 的技校学生成功完成学业。



社交网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500 | 与最佳公司的合作协议



人才

这个方案是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的方案中,由于该方案,你将能够了解世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的创新信息。

TECH的学生来自200多个国家。

TECH追求卓越,为此,有一系列的特点,使其成为一所独特的大学:



向最好的人学习

TECH的教学团队在课堂上解释了导致他们在公司取得成功的原因,在一个真实,活泼和充满活力的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

有20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到哈佛商学院的案例研究"



分析报告

TECH探索学生批判性的一面,他们质疑事物的能力,他们解决问题的能力和他们的人际交往能力。



优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。该大学将循环学习(国际公认的研究生学习方法),与哈佛大学商学院的“案例法”相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格。这确保了学习的费用不会像在其他大学那样昂贵。

03

为什么选择我们的项目？

参加技术课程意味着你在高级商业管理领域取得职业成功的机会成倍增加。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了一扇通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活，最创新的教育方法中学习。

“

我们拥有最著名的教师队伍和市场
上最完整的教学大纲, 这使我们能
够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容:

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成这一课程后,他们将获得必要的技能,在短期内实现职业生涯的积极转变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

你将制定公司的战略和全球愿景

TECH对一般管理进行了深入的概述,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将增强你的战略眼光。

03

巩固学生在高级商业管理中的地位

在TECH学习意味着打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,这样学生就可以把自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

你将承担起新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势,进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的学生在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关切和渴望成长的学生。因此,你将能够分享合作伙伴,客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发业务项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,以成为一个能有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,给你的职业生涯带来推动。

08

成为一个独特社区的一部分

学生们将成为精英经理人,大公司,著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授的社区的一部分:TECH科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

该课程旨在加强你的管理和领导技能，以及发展新的能力和技能，这对你的职业发展至关重要。课程结束后，你将能够以创新的视角和国际视野做出全球决策。

“

学习如何战略性地管理你的公司的采购, 并给你的职业生涯带来推动作用”

你的目标就是我们的目标。
我们一起工作,帮助你实现这些目标。

这个高级采购管理高级硕士将使你能够:

01

考虑到制约高层管理标准的全球化环境,定义企业管理的最新趋势

02

发展主要的领导技能,这些技能应该定义工作中的专业人士

03

在制定商业计划时,遵循国际标准规定的可持续性标准

04

在复杂和不稳定的环境中制定决策战略

05

创建企业战略,为公司制定脚本,以提高竞争力,实现自己的目标

06

发展基本能力, 从战略上领导业务活动

08

了解管理公司人力资源的最佳方式, 实现有利于公司利润的更好表现

09

掌握商业领袖所需的沟通技巧, 使他们的信息被社区成员听到和理解

07

设计创新战略和政策, 提高管理和商业效率

10

了解公司发展的经济环境, 并制定适当的战略来预测变化

11

能够管理公司的经济和财务计划

12

了解商业环境中必要的物流业务,以便对这些业务进行适当的管理

13

能够将信息和通信技术应用于公司的不同领域

14

开展营销战略,使我们的产品为潜在客户所了解,并为我们的公司产生足够的形象

15

能够制定一个商业理念的所有阶段:设计,可行性计划,执行,监测等

16

创造符合我们项目的创新战略

18

界定影响采购管理以及客户-供应商关系的政策, 做法和杠杆

19

使用最合适的采购工具来选择和评估最佳供应商

17

在综合物流的框架内确定购买和采购政策

20

构建采购领域的需求

21

实施一项提高生产力和降低成本的计划

22

通过确定关键指标来评估和衡量结果

23

制定谈判策略, 与供应商建立稳定和积极的关系

24

拟定采购部门的战略计划

25

定义采购管理对公司盈利能力的财务影响

26

掌握领导技能,使你能更轻松的发展你的专业工作

05 能力

在通过高级采购管理大师的评估后, 专业人员将获得必要的技能, 在最创新的教学方法基础上进行高质量和最新的实践。



培养必要的技能,对提高你的专业水平大有裨益"

01

对公司进行全面管理,应用影响工人表现的领导技术,以实现公司的目标

02

培训和领导公司的企业和竞争战略

03

解决工人之间的业务冲突和问题

04

对团队进行正确的管理,以提高生产力,从而提高公司的利润

05

进行公司的经济和财务控制

06

控制公司的物流过程, 以及采购和供应

08

为公司产品的电子商务应用最合适的策略

09

拟定和领导营销计划

07

要深入研究信息系统的新商业模式

10

在公司的所有流程和领域中押注于创新

11

领导公司的不同项目

14

进行市场分析,了解公司及其竞争对手的情况

12

致力于公司的可持续发展,避免环境影响

15

改善采购和采购流程

13

对公司进行财务诊断

16

了解审计在公司购买和采购过程中的重要性

17

从国际战略角度了解公司和物流过程

20

搜索并选择最适合公司的供应商

18

获得与公司有关的商业, 劳动和税收法律知识

21

有一个国际物流规划, 可以提高公司的利润

19

执行和管理采购的绩效和审计

22

在所有过程和项目中应用最高水平的质量

06

结构和内容

高级采购管理高级硕士课程是一个为你设计的课程,以100%的在线形式授课,这样你就可以选择最适合你的时间和地点,日程安排和兴趣。该计划为期24个月,旨在成为一种独特和刺激的经验,为你作为管理者和企业家的成功打下基础。

“

我们为您提供完整的教学大纲, 以便您能够扩大采购管理方面的培训”

国际客座董事

Manuel Arens是一位经验丰富的数据处理专业人士，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，他在该公司发展了大部分职业生涯。总部位于California州山景城，为这家科技巨头的运营挑战提供了解决方案，如主数据的完整性、供应商数据的更新和优先次序。他领导了数据中心供应链规划和供应商风险评估，对流程和工作流管理进行了改进，从而节省了大量成本。

凭借十多年为不同行业公司提供数字解决方案和领导的工作，他在提供战略解决方案的各个方面都有丰富的经验，包括营销、媒体分析、测量和归因。事实上，他因其工作获得了几项表彰，包括BIM领导奖、搜索领导奖、出口领导生成计划奖和EMEA最佳销售模式奖。

阿伦斯还在爱尔兰都柏林担任销售经理。在这个职位上，他在三年内建立了一个由4至14名成员组成的团队，并领导销售团队取得成果，并与彼此和跨职能团队进行良好合作。他还在德国汉堡担任高级行业分析师，使用内部和第三方工具为150多名客户创建故事线以支持分析。他编写并编写了深入的报告，以证明他对这一问题的掌握，包括了解影响技术采用和传播的宏观经济和政治/监管因素。

他还在Eaton、Airbus和Siemens等公司领导团队，在这些公司中，他获得了宝贵的客户管理和供应链经验。他特别强调了他通过建立有价值的客户关系和与组织各级人员，包括利益相关者、管理层、团队成员和客户顺畅合作，不断超越期望的工作。他以数据驱动的方法和为行业挑战开发创新和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

- 美国谷歌B2B分析和技术负责人
- Irlanda谷歌销售总监
- 德国谷歌高级工业分析师
- Irlanda谷歌客户经理
- 英国Eaton应付账款
- 德国空中客车公司供应链经理

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

教学大纲

TECH科技大学高级采购管理高级硕士课程是一个强化课程,为你面对国内和国际上的挑战和商业决策做好准备。其内容旨在促进管理技能的发展,使你能够在不确定的环境中更严格地做出决策。

在3000小时的学习过程中,你将通过个人和团队工作分析大量的实际案例。因此,它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

这个高级采购管理高级硕士深入处理公司的主要领域,旨在让管理人员从战略,国际和创新的角度了解采购管理。

一个为你设计的计划,专注于你的专业提高,并为你在管理和商业管理领域取得卓越成就做准备。一个通过基于最新趋势的创新内容了解你和你公司需求的课程,并得到最佳教育方法和杰出师资的支持,这

将使你获得创造性和高效地解决关键情况的技能。

该课程为期24个月,分为18个模块:

模块1	领导力,道德和企业社会责任
模块2	战略管理和行政管理
模块3	人员和人才管理
模块4	经济和财务管理
模块5	业务和物流管理
模块6	信息系统管理
模块7	商业,营销和企业沟通管理
模块8	创新和项目管理
模块9	管理和领导
模块10	物流和经济管理
模块11	市场研究
模块12	买方的项目和质量管理
模块13	购买和采购职能
模块14	战略采购管理
模块15	供应商关系管理
模块16	社会-生态影响
模块17	全球采购
模块18	业绩和审计

在哪里, 什么时候, 如何进行?

TECH为您提供完全在线开发该方案的可能性。在24个月的培训期间, 你可以随时访问本课程的所有内容, 使你能够自我管理你的学习时间。

一个独特的, 关键的, 决定性的教育经历, 以促进你的专业发展, 实现明确的飞跃。

模块1.领导力,道德和企业社会责任

1.1. 全球化与治理

- 1.1.1. 全球化和趋势:市场的国际化
- 1.1.2. 经济环境和公司治理
- 1.1.3. 问责制

1.2. 领导人

- 1.2.1. 跨文化环境
- 1.2.2. 领导与管理
- 1.2.2. 管理角色和责任

1.3. 商业道德

- 1.3.1. 道德与诚信
- 1.3.2. 商业中的道德行为
- 1.3.3. 道德规范,道德准则和行为准则
- 1.3.4. 预防欺诈和腐败

1.4. 可持续发展

- 1.4.1. 商业和可持续发展
- 1.4.2. 社会,环境和经济影响
- 1.4.3. 2030年议程和可持续发展目标

1.5. 企业社会责任

- 1.5.1. 企业社会责任
- 1.5.2. 角色和责任
- 1.5.3. 企业社会责任的实施

模块2.战略方向和管理执行管理

2.1. 组织分析和设计

- 2.1.1. 组织文化
- 2.1.2. 组织分析
- 2.1.3. 组织结构设计

2.2. 公司战略

- 2.2.1. 公司层面的战略
- 2.2.2. 公司层面战略的类型
- 2.2.3. 公司战略的确定
- 2.2.4. 公司战略和声誉形象

2.3. 战略规划和制定

- 2.3.1. 战略思维
- 2.3.2. 战略制定和规划
- 2.3.3. 可持续发展和企业战略

2.4. 战略模型和模式

- 2.4.1. 财富,价值和投资回报
- 2.4.2. 公司战略:方法论
- 2.4.3. 增长和巩固公司战略

2.5. 战略方向

- 2.5.1. 使命,愿景和战略价值
- 2.5.2. 平衡计分卡
- 2.5.3. 对公司战略的分析,监测和评估
- 2.5.4. 战略方向和报告

2.6. 战略实施和执行

- 2.6.1. 战略实施:目标,行动和影响
- 2.6.2. 战略监测和调整
- 2.6.3. 持续改进方法

2.7. 行政管理

- 2.7.1. 将职能战略纳入全球业务战略
- 2.7.2. 管理政策和流程
- 2.7.3. 知识管理

2.8. 案例/问题分析和解决

- 2.8.1. 解决问题的方法
- 2.8.2. 案例方法论
- 2.8.3. 定位和决策

模块3.人员和人才管理**3.1. 组织行为**

- 3.1.1. 组织理论
- 3.1.2. 组织变革的关键因素
- 3.1.3. 公司战略, 类型学和知识管理

3.2. 战略性人员管理

- 3.2.1. 工作设计, 招聘和选择
- 3.2.2. 战略人力资源计划: 设计和实施
- 3.2.3. 工作分析; 设计和选择人员
- 3.2.4. 培训和职业发展

3.3. 管理发展和领导力

- 3.3.1. 管理技能: 21世纪的能力和技能
- 3.3.2. 非管理技能
- 3.3.3. 能力和技能地图
- 3.3.4. 领导力和人员管理

3.4. 变革管理

- 3.4.1. 性能分析
- 3.4.2. 战略方针
- 3.4.3. 变革管理: 关键因素, 流程的设计和管理
- 3.4.4. 持续改进方法

3.5. 谈判和冲突管理

- 3.5.1. 谈判目标: 有区别的要素
- 3.5.2. 有效的谈判技巧
- 3.5.3. 冲突: 因素和类型
- 3.5.4. 高效的冲突管理: 谈判和沟通

3.6. 管理沟通

- 3.6.1. 性能分析
- 3.6.2. 领导变革对变革的抵制
- 3.6.3. 管理变革进程
- 3.6.4. 管理多文化团队

3.7. 团队管理和人员表现

- 3.7.1. 多文化和多学科的环境
- 3.7.2. 团队和人员管理
- 3.7.3. 教练和人的表现
- 3.7.4. 管理会议: 计划和时间管理

3.8. 知识和人才管理

- 3.8.1. 识别组织中的知识和人才
- 3.8.2. 企业知识和人才管理模式
- 3.8.3. 创造力和创新

模块4.经济和财务管理**4.1. 经济环境**

- 4.1.1. 组织理论
- 4.1.2. 组织变革的关键因素
- 4.1.3. 公司战略, 类型学和知识管理

4.2. 管理会计

- 4.2.1. 国际会计框架
- 4.2.2. 会计周期介绍
- 4.2.3. 公司的会计报表
- 4.2.4. 会计报表的分析: 决策

4.3. 预算和管理控制

- 4.3.1. 预算规划
- 4.3.2. 管理控制: 设计和目标
- 4.3.3. 监督和报告

4.4. 公司的财政责任

- 4.4.1. 公司财政责任
- 4.4.2. 税收程序: 案例-国家方法

4.5. 公司控制体系

- 4.5.1. 控制的类型
- 4.5.2. 遵守规则/合规性
- 4.5.3. 内部审计
- 4.5.4. 外部审计

4.6. 财务管理

- 4.6.1. 财务管理简介
- 4.6.2. 财务管理和公司战略
- 4.6.3. 首席财务官 (CFO): 管理能力

4.7. 财务规划

- 4.7.1. 商业模式和融资需求
- 4.7.2. 财务分析工具
- 4.7.3. 短期财务规划
- 4.7.4. 长期财务规划

4.8. 公司财务战略

- 4.8.1. 企业金融投资
- 4.8.2. 战略增长: 类型学

4.9. 宏观经济背景

- 4.9.1. 宏观经济分析
- 4.9.2. 短期指标
- 4.9.3. 经济周期

4.10. 战略融资

- 4.10.1. 银行业务: 当前环境
- 4.10.2. 风险分析和管理

4.11. 货币和资本市场

- 4.11.1. 固定收益市场
- 4.11.2. 股票市场
- 4.11.3. 公司估值

4.12. 案例/问题分析和解决

- 4.12.1. 解决问题的方法
- 4.12.2. 案例方法论

模块5.业务和物流管理

5.1. 业务管理

- 5.1.1. 确定运营战略
- 5.1.2. 供应链规划和控制
- 5.1.3. 指示器系统

5.2. 采购管理

- 5.2.1. 库存管理
- 5.2.2. 仓库管理
- 5.2.3. 采购和采购管理

5.3. 供应链管理 I

- 5.3.1. 业务链的成本和效率
- 5.3.2. 不断变化的需求模式
- 5.3.3. 业务战略的改变

5.4. 供应链管理二.执行

- 5.4.1. 精益生产/精益思维
- 5.4.2. 物流管理
- 5.4.3. 采购

5.5. 物流流程

- 5.5.1. 按程序组织和管理
- 5.5.2. 采购, 生产, 分配
- 5.5.3. 质量, 质量成本和工具
- 5.5.4. 售后服务

5.6. 物流和客户

- 5.6.1. 需求分析和预测
- 5.6.2. 销售预测和规划
- 5.6.3. 协作规划 预测和替换

5.7. 国际物流

- 5.7.1. 海关, 出口和进口流程
- 5.7.2. 国际支付方式和支付方法
- 5.7.3. 国际物流平台

5.8. 从业务上竞争

- 5.8.1. 作为公司竞争优势的运营创新
- 5.8.2. 新兴技术和科学
- 5.8.3. 业务中的信息系统

模块6.信息系统管理

6.1. 信息系统管理

- 6.1.1. 商业信息系统
- 6.1.2. 战略决策
- 6.1.3. 首席信息官的作用

6.2. 信息技术和商业战略

- 6.2.1. 商业和行业分析
- 6.2.2. 基于互联网的商业模式
- 6.2.3. IT在商业中的价值

6.3. IS战略规划

- 6.3.1. 战略规划过程
- 6.3.2. IS战略的制定
- 6.3.3. 战略实施计划

6.4. 信息系统和商业智能]移动电子商务

- 6.4.1. 客户关系管理和商业智能
- 6.4.2. 商业智能项目管理
- 6.4.3. 商业智能架构

6.5. 基于ICT的新商业模式

- 6.5.1. 基于技术的商业模式
- 6.5.2. 创新的能力
- 6.5.3. 重新设计价值链流程

6.6. 电子商务

- 6.6.1. 电子商务战略计划
- 6.6.2. 电子商务中的物流管理和客户服务
- 6.6.3. 电子商务是一个国际化的机会

6.7. 电子商务战略

- 6.7.1. 社交媒体战略
- 6.7.2. 优化客户服务和支持渠道
- 6.7.3. 数字化监管

6.8. 数字化业务

- 6.8.1. 移动电子商务
- 6.8.2. 设计和使用性
- 6.8.3. 电子商务运营

模块7.商业, 营销和企业沟通管理

7.1. 商业管理

- 7.1.1. 销售管理
- 7.1.2. 销售战略
- 7.1.3. 销售和谈判技巧
- 7.1.4. 销售团队管理

7.2. 市场营销

- 7.2.1. 营销及其对公司的影响
- 7.2.2. 基本的营销变量
- 7.2.3. 营销计划

7.3. 战略营销管理

- 7.3.1. 创新的来源
- 7.3.2. 当前的营销趋势
- 7.3.3. 营销工具
- 7.3.4. 营销策略和客户沟通

7.4. 数字营销战略

- 7.4.1. 数字营销的方法
- 7.4.2. 数字营销工具
- 7.4.3. 入站式营销和数字营销的演变

7.5. 销售和沟通策略

- 7.5.1. 定位和推广
- 7.5.2. 公共关系
- 7.5.3. 销售和沟通策略

7.6. 企业沟通

- 7.6.1. 内部和外部沟通
- 7.6.2. 通讯部门
- 7.6.3. 传播经理 (DIRCOM): 管理能力和责任

7.7. 企业沟通战略

- 7.7.1. 企业沟通战略
- 7.7.2. 沟通计划
- 7.7.3. 新闻发布/剪辑/宣传写作

模块8.创新和项目管理**8.1. 创新**

- 8.1.1. 创新的宏观概念
- 8.1.2. 创新的类型
- 8.1.3. 持续和非连续的创新
- 8.1.4. 培训和创新

8.2. 创新战略

- 8.2.1. 创新和公司战略
- 8.2.2. 全球创新项目:设计和管理
- 8.2.3. 创新研讨会

8.3. 商业模式的设计和验证

- 8.3.1. 方法论精益创业
- 8.3.2. 创新业务举措:阶段
- 8.3.3. 融资方式
- 8.3.4. 模型工具:移情地图,模型和指标
- 8.3.5. 增长和忠诚度

8.4. 项目指导和管理

- 8.4.1. 创新机会
- 8.4.2. 可行性研究和建议的具体化
- 8.4.3. 项目的定义和设计
- 8.4.4. 项目实施
- 8.4.5. 项目结束

模块9.管理和领导**9.1. 一般性管理**

- 9.1.1. 将职能战略纳入全球业务战略
- 9.1.2. 管理政策和流程
- 9.1.3. 社会与企业

9.2. 竞争战略

- 9.2.1. 市场分析
- 9.2.2. 可持续的竞争优势
- 9.2.3. 投资回报

9.3. 规划和战略

- 9.3.1. 管理控制过程中战略方向的相关性
- 9.3.2. 对环境和组织的分析
- 9.3.3. 精益管理

9.4. 人才管理

- 9.4.1. 人力资本管理
- 9.4.2. 环境,战略和衡量标准
- 9.4.3. 人员管理的创新

9.5. 谈判

- 9.5.1. 跨文化谈判
- 9.5.2. 谈判的方法
- 9.5.3. 有效的谈判技巧
- 9.5.4. 结构调整

模块10.物流和经济管理**10.1. 财务诊断**

- 10.1.1. 财务报表的分析指标
- 10.1.2. 盈利能力分析
- 10.1.3. 公司的经济和财务盈利能力

10.2. 经济决策分析

- 10.2.1. 预算控制
- 10.2.2. 竞争分析.比较分析
- 10.2.3. 做出决定.商业投资或撤资

10.3. 投资和投资组合估值管理

- 10.3.1. 投资项目的盈利能力和价值创造
- 10.3.2. 投资项目的评估模式
- 10.3.3. 敏感性分析,情景发展和决策树

10.4. 采购管理的财务管理

- 10.4.1. 购买对利润的乘数效应
- 10.4.2. 盈利能力和成本降低
- 10.4.3. 资产的机会成本

10.5. 对购买的经济控制

- 10.5.1. KPIs, 关键采购管理指标
- 10.5.2. 正确管理关键绩效指标对总成本的影响
- 10.5.3. 采购经济和控制记分卡

10.6. 仓库,库存和物流管理

- 10.6.1. 采购物流管理
- 10.6.2. 库存管理
- 10.6.3. 仓库管理

模块11. 市场研究

11.1. 新的竞争环境

- 11.1.1. 技术创新和经济影响
- 11.1.2. 知识社会
- 11.1.3. 新的消费者形象

11.2. 定量研究方法和技术

- 11.2.1. 变量和测量标尺
- 11.2.2. 信息来源
- 11.2.3. 采样技术
- 11.2.4. 数据处理和分析

11.3. 定性研究方法和技术

- 11.3.1. 直接技术: 焦点小组
- 11.3.2. 人类学技术
- 11.3.3. 间接技术
- 11.3.4. 两面镜和德尔菲法

11.4. 市场细分

- 11.4.1. 市场类型
- 11.4.2. 需求的概念和分析
- 11.4.3. 划分和标准
- 11.4.4. 目标公众的定义

11.5. 购买行为的类型

- 11.5.1. 复杂的行为
- 11.5.2. 减少不协调的行为
- 11.5.3. 不同的搜索行为
- 11.5.4. 通常的购买行为

11.6. 营销信息系统

- 11.6.1. 营销信息系统的概念性方法
- 11.6.2. 数据仓库和数据挖掘
- 11.6.3. 地理信息系统

11.7. 研究项目的管理

- 11.7.1. 信息分析工具
- 11.7.2. 期望管理计划的制定
- 11.7.3. 项目可行性评估

11.8. 营销情报

- 11.8.1. 大数据
- 11.8.2. 用户体验
- 11.8.3. 技术的应用

模块12. 买方的项目和质量管理

12.1. 精益管理

- 12.1.1. 精益管理的基本原则
- 12.1.2. 改进小组和问题的解决
- 12.1.3. 维护和质量管理的新方法

12.2. 项目管理的精益化工具

- 12.2.1. 质量改进工具
- 12.2.2. 成本改进工具
- 12.2.3. 最后期限的改进工具
- 12.2.4. 人员参与的改进工具

12.3. 精益管理的实际应用: 基本原则和规则

- 12.3.1. 识别采购和采购中的浪费
- 12.3.2. 4条规则的实际应用精益
- 12.3.3. 使用SIPOC对子流程进行明确的定义

12.4. 采购流程中的精益六西格玛

- 12.4.1. 通过DMAIC改进方法实现价值最大化
- 12.4.2. 诊断过程能力和改进潜力
- 12.4.3. 在采购中使用过程和结果指标

12.5. 项目中的质量管理

- 12.5.1. 基于需求和规格的项目规划
- 12.5.2. 客户要求和竞争评估
- 12.5.3. 目标, 关系和关联性
- 12.5.4. 失效模式和效果分析

12.6. 全面质量管理和先进的项目管理

- 12.6.1. 全面质量管理
- 12.6.2. 六西格玛作为一个整体业务管理系统
- 12.6.3. EFQM模型

12.7. 采购过程中的价值链地图

- 12.7.1. 确定具体的改进目标
- 12.7.2. 调整 and 平衡流程以减少非价值时间和优化资源

模块13.购买和采购职能**13.1. 采购和价值链**

- 13.1.1. 采购和采购部门的使命, 目标和结构
- 13.1.2. 采购部门的主要组成部分
- 13.1.3. 公司的采购和物流流程
- 13.1.4. 指标管理, 记分卡

13.2. 制定采购战略

- 13.2.1. 采购规格
- 13.2.2. 管理收据, 订单和送货单
- 13.2.3. 事故和库存管理

13.3. 价格, 成本和购买价值分析

- 13.3.1. 类别管理
- 13.3.2. RFP和RFQ系统
- 13.3.3. 国际定价指数
- 13.3.4. 动态定价

13.4. 采购中的风险管理

- 13.4.1. 风险的性质
- 13.4.2. 供应市场的风险
- 13.4.3. 保险
- 13.4.4. 价格风险, 波动性

13.5. 电子采购

- 13.5.1. 电子商务和电子采购
- 13.5.2. 拍卖和反向拍卖
- 13.5.3. 实施成本和最常用的系统
- 13.5.4. 电子采购

13.6. 在不同行业和部门的采购

- 13.6.1. 购买服务
- 13.6.2. 采购设备货物
- 13.6.3. 购买商品销售, 营销, 广告
- 13.6.4. 信息技术, 运输和其他部门
- 13.6.5. 公共部门的采购

模块14.战略采购管理**14.1. 战略采购管理**

- 14.1.1. 采购管理, 采购和供应方面的新挑战
- 14.1.2. 公司和供应链中的采购功能
- 14.1.3. 作为资源提供者的采购功能
- 14.1.4. 采购职能的法律问题

14.2. 采购过程中的精益管理

- 14.2.1. 精益采购
- 14.2.2. 供应链管理中的外包
- 14.2.3. 精益供应

14.3. 采购战略的设计

- 14.3.1. 外包
- 14.3.2. 流程外包
- 14.3.3. 全球化
- 14.3.4. 离岸外包

14.4. 外包-内包

- 14.4.1. 采购模式和流程
- 14.4.2. 分割模型
- 14.4.3. 电子采购的作用

14.5. 战略采购

- 14.5.1. 供应商选择和战略
- 14.5.2. 从战略采购中创造价值
- 14.5.3. 采购中的物流运营商

14.6. 仓库的设计和管理

- 14.6.1. 先进的仓库设计
- 14.6.2. 拣选和分拣
- 14.6.3. 材料流控制

14.7. 精益仓库

- 14.7.1. 精益仓储的基础知识
- 14.7.2. 库存管理系统
- 14.7.3. 仓库设计中的无线电频率

14.8. 运输和分销管理

- 14.8.1. 运输和仓储之间的协调
- 14.8.2. 物流活动区, ZAL
- 14.8.3. 空运和陆运的法规和协议

14.9. 内部物流

- 14.9.1. 要求的计算。
- 14.9.2. JIT系统中仓库的类型划分
- 14.9.3. 供应管理DOUKI SEISAN
- 14.9.4. 精益材料处理

模块15. 供应商关系管理

15.1. 供应商搜索规划

- 15.1.1. 招标过程和标准制定
- 15.1.2. 确定潜在的供应商
- 15.1.3. 选择供应商

15.2. 供应商选择标准

- 15.2.1. 经济标准
- 15.2.2. 质量标准
- 15.2.3. 其他标准

15.3. 供应商关系管理

- 15.3.1. 关系伦理学
- 15.3.2. 招聘规划
- 15.3.3. 服务的采购

15.4. 将供应商纳入价值链

- 15.4.1. 整合过程的各个阶段
- 15.4.2. 风险和控制参数
- 15.4.3. 后续治疗
- 15.4.4. 分解整合

15.5. 商业法

- 15.5.1. 销售合同
- 15.5.2. 付款和逾期付款
- 15.5.3. 性能保证
- 15.5.4. 有缺陷的产品造成的损害的赔偿责任
- 15.5.5. 租赁合同

15.6. 劳动法

- 15.6.1. 工程和服务合同
- 15.6.2. 连带责任
- 15.6.3. 社会保障的附属责任
- 15.6.4. 预防职业风险

15.7. 税法

- 15.7.1. 分包合同中的税务责任
- 15.7.2. 购买的税收影响

15.8. 合同管理和行政

- 15.8.1. 谈判和实施
- 15.8.2. 对结果的监测和控制
- 15.8.3. 合同结束

模块16. 社会-生态影响

16.1. 企业社会责任

- 16.1.1. 企业社会责任战略愿景
- 16.1.2. 实施企业社会责任的系统和模式
- 16.1.3. 企业社会责任的组织
- 16.1.4. 角色和责任

16.2. SCM和企业责任

- 16.2.1. 无形资产经济中的价值创造
- 16.2.2. 企业社会责任:企业参与
- 16.2.3. 社会, 环境和经济影响

16.3. 负责任的金融和投资

- 16.3.1. 报告中的透明度
- 16.3.2. 负责任的融资和投资
- 16.3.3. 社会经济, 合作主义和企业社会责任

16.4. 商业和环境

- 16.4.1. 可持续发展
- 16.4.2. 环境责任方面的立法发展
- 16.4.3. 企业对环境问题的反应
- 16.4.4. 废物和排放

16.5. 负责任的管理制度和工具

- 16.5.1. 社会责任管理制度
- 16.5.2. 质量, 环境和职业健康与安全管理系统
- 16.5.3. 审计

16.6. 商业道德

- 16.6.1. 公司的道德行为
- 16.6.2. 伦理和道德准则
- 16.6.3. 欺诈和利益冲突

模块17.全球采购**17.1. 全球经济环境**

- 17.1.1. 全球经济的基本原理
- 17.1.2. 商业和金融市场的全球化
- 17.1.3. 新兴市场的增长和发展
- 17.1.4. 国际货币体系

17.2. 采购适应全球采购

- 17.2.1. 采购结构
- 17.2.2. 对新技能的需求
- 17.2.3. 中介机构

17.3. 进口管理

- 17.3.1. 海关, 出口和进口流程
- 17.3.2. 国际贸易机构和协议
- 17.3.3. 海关立法
- 17.3.4. 工厂管理和国际采购

17.4. 国际物流配送

- 17.4.1. 国际物流平台
- 17.4.2. 国际运输运营商
- 17.4.3. 枢纽和分配

17.5. 国际贸易术语解释通则和国际文件管理

- 17.5.1. 出口或执行
- 17.5.2. 代理, 分销和国际销售及采购合同
- 17.5.3. 工业和知识产权
- 17.5.4. 关税分类

17.6. 国际支付方式和支付方法

- 17.6.1. 付款方式的选择
- 17.6.2. 跟单信用证
- 17.6.3. 银行担保和跟单信用证

17.7. 国际精益物流

- 17.7.1. 精益基本原理在国际物流中的应用
- 17.7.2. 主要影响和要求
- 17.7.3. 其他流程改进方法

模块18.性能和审计**18.1. 经营业绩指标的一般方面**

- 18.1.1. 管理指标的功能
- 18.1.2. 指标仪表板和平衡计分卡
- 18.1.3. 物流指标

18.2. 起始材料采购指标

- 18.2.1. 效率指标
- 18.2.2. 经济指标
- 18.2.3. 内部客户关系指标
- 18.2.4. 采购成效指标
- 18.2.5. 采购效率指标
- 18.2.6. 采购目标

18.3. 服务采购指标

- 18.3.1. 经济指标
- 18.3.2. 采购成效指标
- 18.3.3. 效率指标
- 18.3.4. 关系指标
- 18.3.5. 内部客户关系指标

18.4. 其他指标

- 18.4.1. 业绩指标
- 18.4.2. 采购团队的生产力指标

18.5. 采购审计

- 18.5.1. 一般审计政策
- 18.5.2. 审计目标
- 18.5.3. 采购控制的审计范围
- 18.5.4. 内部审计, 培训以及承包商的政策和程序

18.6. 采购管理中的标杆管理

- 18.6.1. 种类基准化
- 18.6.2. 对市场进行基准测试
- 18.6.3. 在采购部门应用标杆管理的成就和优势
- 18.6.4. 基准的测量

07 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:再学习。

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。





“

发现再学习, 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”



TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景

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”



该课程使你准备好在不确定的环境中
面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



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。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。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基础的技术,确保遵循最新的经济,社会和商业现实。

“

你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”

在世界顶级商学院存在的时间里,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临的问题,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。

再学习方法

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:再学习。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的时间表。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取容。

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再学习。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。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。

再学习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y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。



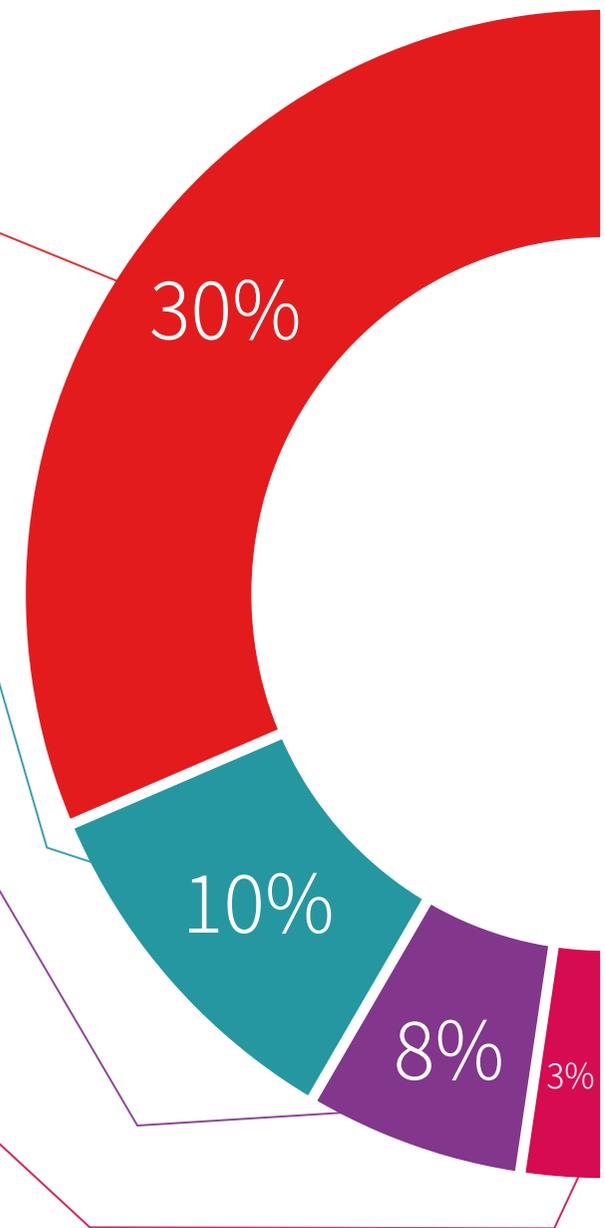
管理技能实习

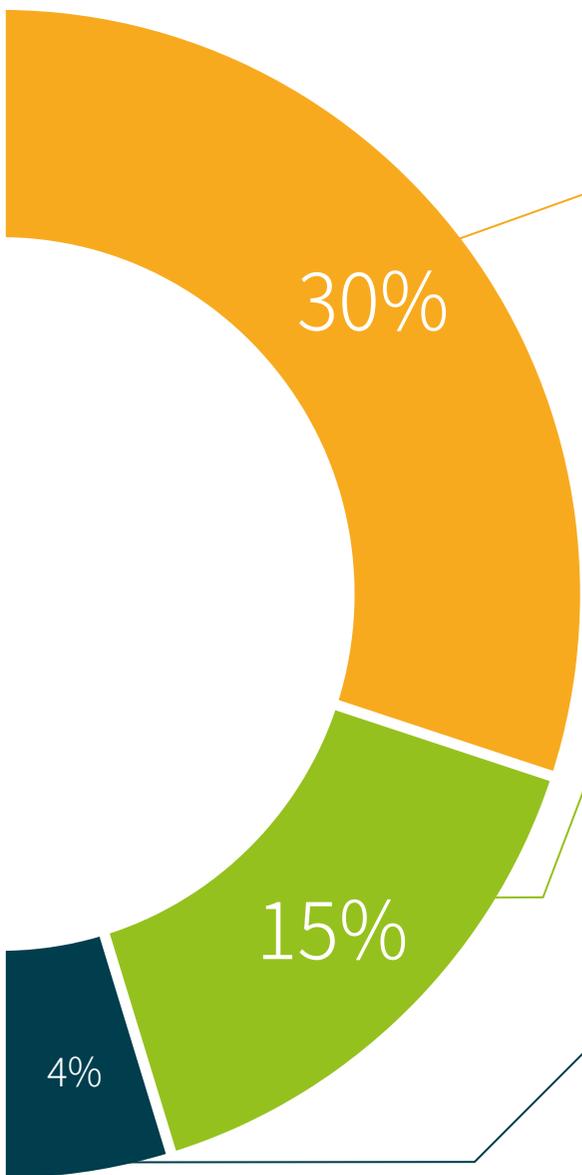
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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。由国际上最好的高级管理专家介绍,分析和辅导的案例。



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。



08

我们的学生简介

TECH高级采购管理高级硕士课程是针对那些希望更新知识并在其职业生涯中取得进步的有经验的专业人士。具有不同学术背景和来自多个国家的参与者的多样性,构成了该计划的多学科方法。

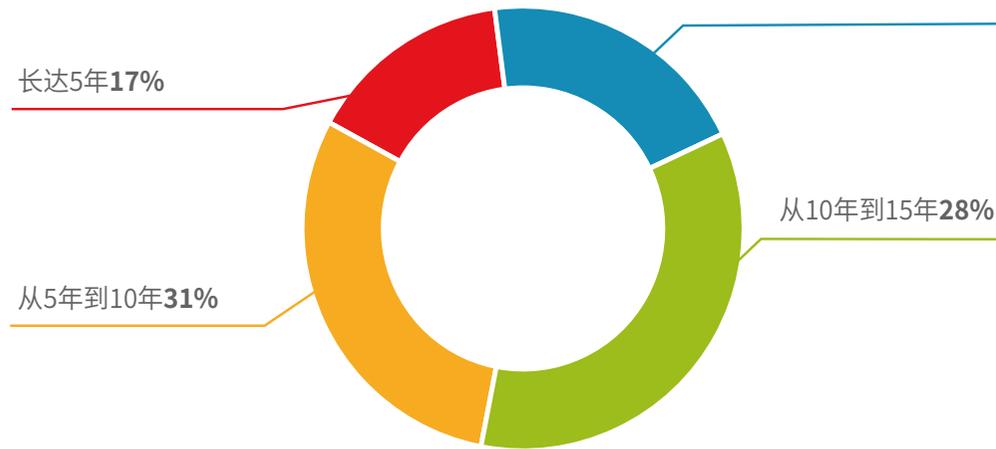


为追求卓越的专业人士提供的高水平课程"

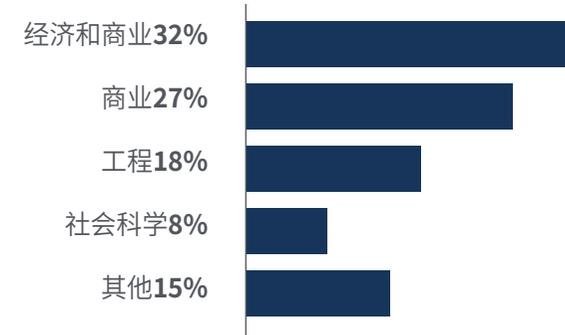
平均年龄

在**35**和**45**岁

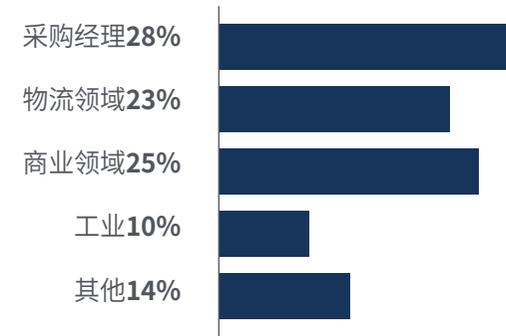
经验年限



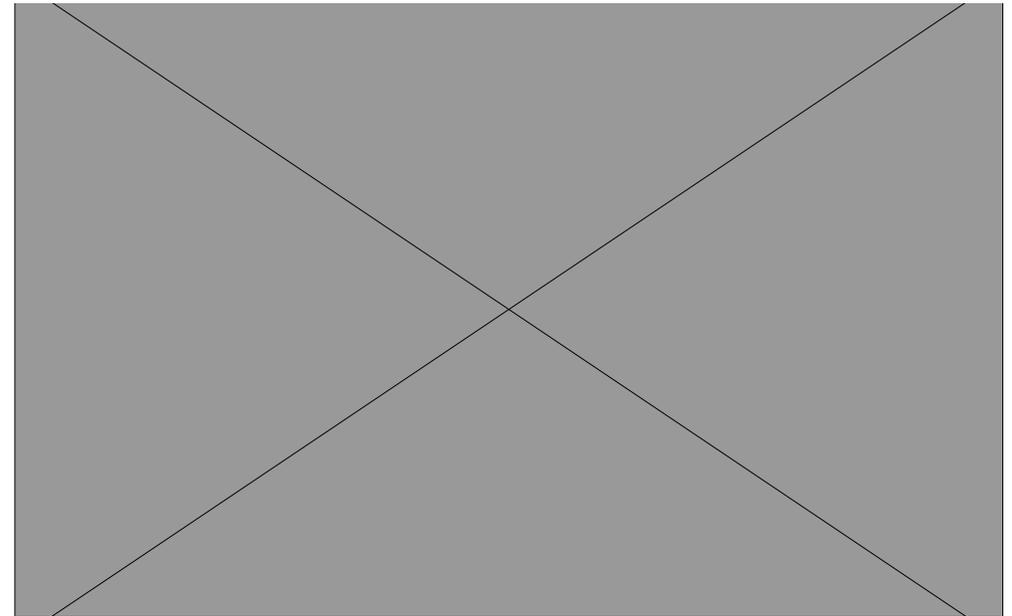
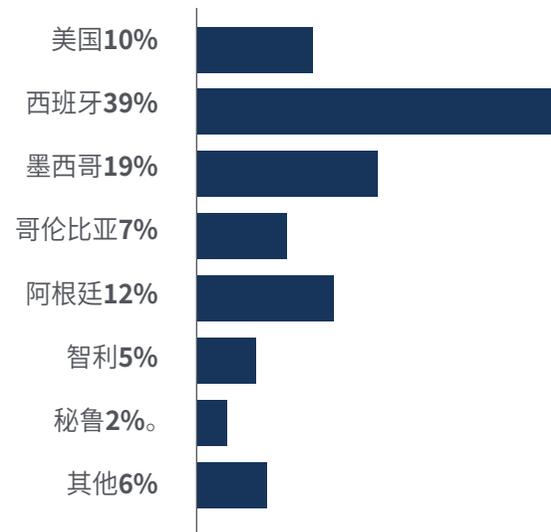
培训



学术概况



地域分布



Margarita Pisaca

一家跨国公司的采购经理

"完成这个TECH Grand Master在学术层面上是一个独特的经历, 由于其内容的质量, 当然还有其在线模式, 能够将其与我的其他义务相结合是必不可少的。多亏了它, 我得以更新我在这个领域的知识, 我已经在这个领域工作了多年, 但我觉得我需要更深入地了解。

09

对你职业生涯的影响

我们知道,采取这些特点的方案是一项巨大的经济,专业,当然还有个人投资。开展这项伟大工作的最终目标必须是实现专业成长。这就是为什么我们把所有的努力和工具都交给你处置,以便你获得必要的技能和能力,使你能够实现这种变化。

“

在TECH, 我们的所有努力都是为了帮助你实现你应得的职业变化”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH科技大学高级采购管理高级硕士课程是一个强化课程，为专业人士面对国内和国际上的挑战和商业决策做好准备。其主要目标是促进他们的个人和专业成长。帮助你获得成功。

如果你想提高自己，在专业水平上实现积极的变化，并与最好的人交流，这里就是你的地方。

如果你有兴趣实现专业的提高，请不要犹豫，在TECH专攻。我们拥有市场上最好的学术课程。

沉浸在这位高级硕士的研究中，实现你渴望的职业目标。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程对我们的学生来说意味着超过**25.22%**的工资增长。



10

对你公司的好处

高级采购管理高级硕士有助于通过高级领导人的专业化, 将组织的人才提高到最大的潜力。因此, 参加这个学术项目不仅会在个人层面上有所提高, 最重要的是在专业层面上, 增加专业人员的培训, 提高他们的管理能力。但是, 除此之外, 加入TECH的教育社区是一个独特的机会, 可以进入一个强大的联系网络, 在其中寻找未来的专业合作伙伴, 客户或供应商。

“

完成这个高级硕士后, 你将
为公司带来新的商业愿景”

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长

该专业人员将为公司带来新的概念, 战略和观点, 可以引发组织的相关变化。

02

留住高潜力的管理人员, 避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系, 并为公司内部职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

该专业人员将能够在不确定和危机的时候做出决定, 帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划, 该公司将与世界经济的主要市场接触。

05

开发自己的项目

该专业人员将能够在其公司的研发或业务发展领域从事一个实际项目或开发新项目。

06

提高竞争力

该课程将使学生掌握必要的技能，以迎接新的挑战，从而促进组织的发展。

11 学位

高级采购管理高级硕士除了保证接受最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH理工大学颁发的大硕士文凭。

“

成功完成该课程并获得大学学位，不需要复杂的程序”

这个高级采购管理高级硕士包含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相应的高级硕士学位, 颁发大学是TECH科技大学。

由TECH科技大学颁发的文凭将表达在高级硕士中获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和职业评估委员会的普遍要求。

学位: 高级采购管理高级硕士

官方学时: 3,000小时



*海牙认证。如果学生要求他或她的纸质学位进行海牙认证, TECH EDUCATION将作出必要的安排, 并收取额外的费用。



高级硕士 高级采购管理

- » 模式:在线
- » 时间:2年
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

高级硕士 高级采购管理