

商学院校级硕士
物流和运营管理MBA
(COO, 首席运营官)





商学院校级硕士 物流和运营管理MBA (COO, 首席运营官)

- » 模式:在线
- » 时长:12个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线
- » 目标群体:毕业生和在物流领域有经验的专业人士

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-logistics-operations-management-coo-chief-operating-officer

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的课程?	04 目标
4	6	10	14
	05 能力	06 结构和内容	07 方法
	20	24	36
	08 我们学生的情况	09 课程管理	10 对你的职业生涯的影响
	46	48	54
		11 对你的公司的好处	12 学位
		58	62

01 欢迎

在当今全球化的世界中，物流部门已成为国际商业引擎的主要驱动力，它的正确运作对公司的发展至关重要。在这种情况下，首席运营官(COO)的形象是至关重要的。他们的领导力和磨练的技能应该跨越多个领域，从先进的后勤组织到最有效的运营战略。主要业务部门的业绩取决于他们的工作和良好表现。该课程的设立正是为了提供经理和董事所需的必要工具，以磨练他们的特定技能和能力，使他们在迅速适应不断变化和作出正确决定方面具有优势，从而导致公司的成功。一个完全在网上实现质量大飞跃的机会，没有面对面的课程或固定的时间表。



物流和运营管理MBA(COO,首席运营官)。
TECH科技大学



“

将自己定位为一个高技能的首席运营官, 深入了解运营管理和战略管理的成功关键”

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"

TECH科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育科技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,创新必须是所有企业家的基本承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为“微软欧洲成功案例”。



最高要求

TECH的录取标准不是经济方面的。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% | TECH学院的学生成功完成学业



联网

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。

+100,000

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

该计划是一个独特的建议,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项目中,由于该项目,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:



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。大学将再学习方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。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10,000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。这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实,活泼和动态的环境中工作。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。

来自20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到学术界最严格和最新的案例研究"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了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。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

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

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,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提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将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

承担新的责任

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%的参训人员在内部得到晋升。

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。有同样关注和渴望成长的学生。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

以严格的方式开发公司项目

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,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人,大公司,著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分: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

该课程旨在加强未来COO或首席运营官的管理和领导技能，满足运营和物流方面的完整要求。此外，他们将有机会接触到大量的内容和真实案例，以继续他们正在进行的专业和个人改进工作。他们将掌握整个供应链上最先进的精益管理概念的实施。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。





“

你将沉浸在对首席运营官要求最严格的商业现实中, 拥有关于质量, 供应链管理, 物流和规划的最高水平的具体模块”

TECH会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)商学院校级硕士将培养你的能力:

01

获得公司的概况:使命, 价值观, 创新, 沟通, 物流流程, 领导力和财务管理

02

深入了解公司的物流过程, 以便成功地管理它

03

控制创造新产品的整个过程

04

制定战略, 优化客户服务, 提高公司在国内和国际市场的盈利能力

05

发展供应链的国际视



06

在整个供应链上应用精益管理概念

08

实施技术,发展商店和物流,目录管理,采购和采购,仓库运作,运输和配送,客户服务等之间的互动

09

实施业务和经济控制的工具以及对业务的经济控制

07

描述该部门的最新发展,由于公共部门和私营企业部门在国内和国际上的合作

10

描述为物流服务的外包流程,询价和签订合同制定决策标准的程序



11

深入描述供应链中的价值创造机制

12

解释运营决策与公司其他职能部门的相互作用和影响

13

能够管理采购过程中的所有会计工作





14

将质量标准应用于物流链的所有过程

15

实施IT系统和项目以改善生产

16

通过物流过程的创新进行竞争

05 能力

为了保证最高的教学质量,在整个教学大纲中,管理者不仅要发展高水平首席运营官的内在能力,而且还要发展21世纪领导力中最需要的软技能。教学团队自身的经验意味着所有的理论和实践练习都以商业现实为重点,为首席运营官应对最苛刻的挑战提供决定性的推动力。



“

你将拥有唾手可得的资源, 以赋予你作为相关性首席运营官的价值主张更多分量”

01

组织公司的不同部门, 特别强调后勤方面的工作

02

了解管理职能和能力, 发展这些职能和能力,
并在职业发展期间将其付诸实践

03

组织不同的销售结构和销售渠道

04

对采购进行正确的经济控制

05

对供应链有深入的了解, 以便以适当的方式管理所有的物流过程



06

进行战略采购管理,应用适当的工具以实现成功的运作

08

设计和管理IT项目的战略规划



09

执行供应链的财务会计

07

应用适当的工具对公司的不同业务进行质量控制

10

应用精益管理方法

06

结构和内容

物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)商院校级硕士的特点是其设计和结构基于最有效的教学方法(Relearning)再学习.感谢它, 经理将在学习工作中节省大量的时间, 以自然和渐进的方式获得教学大纲中最重要的概念。这是一个转折点, 可以将必要的时间投入到丰富整个教学大纲的许多补充性阅读和自我认识的练习中。





“

你将有自由决定如何管理你自己的学习时间,使之适应你不断变化的步伐和需求”

教学大纲

首席运营官是许多公司中最重要的角色之一，领导高层职责，以确保业务运营得到最佳执行，处理错误并建立战略计划，以超越客户和上级的期望。

TECH科技大学的物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)课程是一个强化课程，为学生准备好面对首席运营官在工作管理中必须面对的物流和运营层面的挑战和商业决策。

这个专业的内容旨在促进管理技能的发展，使其能够在不确定的环境中做出更严格的决策。

在1,500小时的学习中，学生将能够通过理论和实践工作的系统来分析众多的真实案例。因此，这是一个真正的沉浸在真实的商业环境中，对改善该部门的专业人员培训很有帮助。

该方案深入处理公司的不同领域，旨在培养从战略，国际和创新角度理解物流管理和运作的专业人员，同时考虑到这种类型的管理职位在公司内所占据的重要性。

该商学院校级硕士为期12个月，分为10个内容模块：

模块1	商业愿景
模块2	生产，供应和仓储的组织物流的组织
模块3	产组织
模块4	运营管理I：计划，制造和仓储
模块5	运营管理II。SCM物流
模块6	运营管理III：战略采购管理
模块7	运营管理IV：质量
模块8	策略规划和项目管理IT
模块9	金融供应链管理
模块10	运营战略和LEAN管理方法
模块11	企业领导力、伦理与社会责任
模块12	人力资源管理与人才管理
模块13	经济金融管理
模块14	商业管理与战略营销
模块15	管理层管理



在哪里, 什么时候, 如何进行?

TECH提供了完全在线开发这个物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)商学院校级硕士的可能性。在培训持续的12个月中, 学生可以将能够访问本课程的所有内容, 这将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.商业愿景

1.1. 任务, 愿景和价值观

- 1.1.1. 任务, 愿景和价值观
- 1.1.2. 这些与业务经理的职能的关系
- 1.1.3. 领先公司的使命, 愿景和价值观的例子

1.2. 企业组织: 关键部门

- 1.2.1. 关键部门的细节
- 1.2.2. 理事机构
- 1.2.3. 首席运营官对各部门的影响

1.3. 商业组织: 商业和商业管理

- 1.3.1. 商业部门
- 1.3.2. 商业管理部
- 1.3.3. 商业领域与公司其他部门之间的协调

1.4. 工业组织和物流

- 1.4.1. 工业组织
- 1.4.2. 工业组织部
- 1.4.3. 内部物流部

1.5. 外部物流部

- 1.5.1. 由首席运营官领导的部门
- 1.5.2. 运营经理的角色
- 1.5.3. 注重能力

1.6. 领导

1.7. 人力资源管理和PRL团队

- 1.7.1. 人力资源管理
- 1.7.2. 团队管理
- 1.7.3. 职业风险预防计划

1.8. 横向和纵向交流

- 1.8.1. 横向交流
- 1.8.2. 纵向交流
- 1.8.3. 管理沟通

1.9. 费用

- 1.9.1. 成本会计
- 1.9.2. 支出, 购买, 投资, 支付和成本之间的区别
- 1.9.3. 费用的类型和分类

1.10. 信息系统

- 1.10.1. 营销信息系统 (MIS) 的概念
- 1.10.2. 管理信息系统的特点
- 1.10.3. 管理信息系统中的信息

1.11. 中短期内的工业4.0

- 1.11.1. 大数据
- 1.11.2. IoT
- 1.11.3. 增材制造

1.12. 工业4.0的长远发展

- 1.12.1. 机器学习
- 1.12.2. 协作型机器人技术
- 1.12.3. 增强现实, 虚拟现实和网络安全

模块2. 生产, 供应和仓储的组织物流的组织

2.1. 结构和生产类型 (MTS, MTO, ATO, ETO等)

- 2.1.1. 生产系统和战略
- 2.1.2. 库存管理系统
- 2.1.3. 生产指标

2.2. 销售结构, 类型和渠道

- 2.2.1. 销售结构: 组织, 渠道和部门
- 2.2.2. 销售结构: 销售办事处和销售集团
- 2.2.3. 销售结构的确定

2.3. 采购结构和采购类型

- 2.3.1. 采购职能
- 2.3.2. 采购管理
- 2.3.3. 采购决策过程

2.4. 生产工厂的设计

- 2.4.1. 工业建筑和工厂布局
- 2.4.2. 工厂布局的基本类型
- 2.4.3. 正确的工厂布局的特点

2.5. 经济采购控制

- 2.5.1. 先进的仓库设计
- 2.5.2. 拣选和分拣
- 2.5.3. 材料流控制

2.6. 工艺设计

- 2.6.1. 过程设计的定义
- 2.6.2. 工艺设计的原则
- 2.6.3. 过程建模

2.7. 资源分配

- 2.7.1. 资源分配简介
- 2.7.2. 项目管理
- 2.7.3. 项目管理

2.8. 资源分配

- 2.8.1. 工业操作的控制
- 2.8.2. 过程控制及其特点
- 2.8.3. 工业过程的例子

2.9. 工业控制

- 2.9.1. 控制仓库业务
- 2.9.2. 库存控制和定位系统
- 2.9.3. 库存管理技术

2.10. 维修业务

- 2.10.1. 工业维修和类型学
- 2.10.2. 维修规划
- 2.10.3. 计算机辅助维护管理

模块3.生产组织**3.1. 物流系统介绍**

- 3.1.1. 物流系统介绍
- 3.1.2. 物流系统设计
- 3.1.3. 物流信息系统

3.2. 供应链拓扑结构(SCM)

- 3.2.1. 供应链
- 3.2.2. 供应链管理的好处
- 3.2.3. 供应链中的物流管理

3.3. 内部物流

- 3.3.1. 先进的仓库设计
- 3.3.2. 拣选和分拣
- 3.3.3. 材料流控制

3.4. 分销和运输

- 3.4.1. 分销和运输功能
- 3.4.2. 分配网络的类型
- 3.4.3. 分配网络的设计

3.5. 对物流业务的控制

- 3.5.1. 物流系统
- 3.5.2. 控制物流操作的好处
- 3.5.3. 后勤业务控制委员会

3.6. SCM与所有领域的相互作用

- 3.6.1. 在互动中需要考虑的领域
- 3.6.2. SCM中的相互关系
- 3.6.3. SCM中的整合问题

3.7. 物流成本

- 3.7.1. 根据地区考虑的费用
- 3.7.2. 物流成本问题
- 3.7.3. 成本优化物流

3.8. 信息系统

- 3.8.1. 基本系统地图
- 3.8.2. 信息系统的类型学
- 3.8.3. 供应链中的信息系统

模块4.运营管理I:计划,制造和仓储**4.1. 需求预测**

- 4.1.1. 生产计划和控制系统
- 4.1.2. 需求和需求类型
- 4.1.3. 需求预测和方法

4.2. 资源和生产规划产量

- 4.2.1. 集合生产规划
- 4.2.2. 主生产计划系统
- 4.2.3. 粗略的能力规划系统

4.3. 测序

- 4.3.1. 材料需求规划
- 4.3.2. 能力需求规划
- 4.3.3. 制造资源计划(MRP II)

4.4. 生产准备

- 4.4.1. 生产活动的发布和控制体系
- 4.4.2. 生产调度
- 4.4.3. 测序.生产控制

4.5. 维修控制

- 4.5.1. 维修控制
- 4.5.2. 维修控制周期
- 4.5.3. 设计维护计划

4.6. 精益仓库

- 4.6.1. 精益生产简介
- 4.6.2. LEAN系统的结构
- 4.6.3. 精益系统结构

4.7. 和管理的仓库设计

- 4.7.1. 先进的仓库设计
- 4.7.2. 拣选和分拣
- 4.7.3. 材料流控制

4.8. 制造成本

- 4.8.1. 生产成本
- 4.8.2. 其他一般制造成本
- 4.8.3. 成本系统

4.9. 仓库费用

- 4.9.1. 仓储成本介绍
- 4.9.2. 仓储费用的分类
- 4.9.3. 存货估价

4.10. 规划和制造中的信息系统

- 4.10.1. 一般信息系统
- 4.10.2. 规划和制造中的信息系统
- 4.10.3. 市场运作

4.11. 仓库信息系统

- 4.11.1. 仓库信息系统
- 4.11.2. 仓库信息系统
- 4.11.3. 市场选择

模块5.运营管理II.SCM物流

5.1. 供应链设计和管理

- 5.1.1. 供应链介绍:组成部分
- 5.1.2. 供应链设计
- 5.1.3. 供应链管理

5.2. 供应链的主要方面

- 5.2.1. 供应链的演变
- 5.2.2. 供应链的主要方面
- 5.2.3. 情景评估

5.3. 供应链上的战略规划设计

- 5.3.1. 战略性供应链设计
- 5.3.2. 供应链的规划
- 5.3.3. 战略供应链设计的方法论

5.4. 订单准备

- 5.4.1. 订单分拣介绍
- 5.4.2. 订单拣选的基本考虑
- 5.4.3. 订单拣选的各个阶段

5.5. 资源管理能力和时间表

- 5.5.1. 资源管理和培训
- 5.5.2. 资源管理技术
- 5.5.3. 日历

5.6. 外部物流规划

- 5.6.1. 综合物流介绍
- 5.6.2. 物流规划的重要性
- 5.6.3. 物流规划的关键

5.7. 逆向物流和可持续性

- 5.7.1. 可持续发展
- 5.7.2. 逆向物流
- 5.7.3. 绿色物流

5.8. 国际物流配送

- 5.8.1. 先进的仓库设计
- 5.8.2. 拣选和分拣
- 5.8.3. 材料流控制

5.9. 客户服务

- 5.9.1. 方法
- 5.9.2. 指征
- 5.9.3. 与物流的关系

5.10. 精益管理

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

5.11. 供应链成本

- 5.11.1. 成本改进项目(削减成本)
- 5.11.2. 阶段
- 5.11.3. 案例研究

5.12. 信息系统

- 5.12.1. 亚马逊案例研究
- 5.12.2. 与亚马逊整合
- 5.12.3. 信息流

模块6.运营管理III:战略采购管理

6.1. 战略采购管理

- 6.1.1. 战略管理:好处和模式
- 6.1.2. 战略采购管理及其因素
- 6.1.3. 采购战略

6.2. 采购过程中的精益化管理

- 6.2.1. 精益采购
- 6.2.2. SCM中的外包
- 6.2.3. 精益供应

6.3. 采购战略的设计

- 6.3.1. 外包
- 6.3.2. 流程外包
- 6.3.3. 全球化
- 6.3.4. 离岸外包

6.4. 外包-内包

- 6.4.1. 采购模式和流程
- 6.4.2. 分割模型
- 6.4.3. 电子采购的作用

6.5. 策略采购

- 6.5.1. 供应商选择和策略
- 6.5.2. 从策略采购中创造价值
- 6.5.3. 采购中的物流运营商

6.6. 运输和分销管理

- 6.6.1. 运输和仓储之间的协调
- 6.6.2. 物流活动区,ZAL

6.7. 全球供应链

- 6.7.1. 供应链的复杂性介绍和分类
- 6.7.2. 全球供应链中的机会领域
- 6.7.3. 全球供应链中的趋势

6.8. 进口管理

- 6.8.1. 海关,出口和进口流程
- 6.8.2. 国际贸易机构和协议
- 6.8.3. 工厂管理和国际采购

6.9. 国际贸易术语解释通则和国际文件管理

- 6.9.1. 出口或执行
- 6.9.2. 代理,分销和国际销售及采购合同
- 6.9.3. 工业和知识产权
- 6.9.4. 关税分类

6.10. 国际支付的形式和手段

- 6.10.1. 支付手段的选择
- 6.10.2. 跟单信用证
- 6.10.3. 银行担保和跟单信用证

6.11. 策略采购管理的成本

- 6.11.1. 价值链
- 6.11.2. 采购成本
- 6.11.3. 存货估价

6.12. 采购信息系统

- 6.12.1. 主数据
- 6.12.2. 进程
- 6.12.3. EDI信息

模块7.运营管理IV:质量

7.1. 应用于质量控制的统计的原则 7.1.1. 简介 7.1.2. 中心倾向的测量 7.1.3. 分散的措施	7.2. 缺陷的操作性定义 7.2.1. MTS的质量演变 7.2.2. 缺陷的定义, 控制和编目 7.2.3. 产品接受或拒绝的标准	7.3. 控制的基本概念 7.3.1. 定义 7.3.2. ISO 9001 7.3.3. ISO 9001标准要求	7.4. 按变量和属性绘制的控制图 7.4.1. 通过变量和属性进行控制 7.4.2. 控制图 7.4.3. OC图表工厂的质量进化
7.5. 抽样检查 7.5.1. 类型 7.5.2. 方法 7.5.3. 样本数量	7.6. 工艺能力 7.6.1. 相关的统计数据 7.6.2. 变化性 7.6.3. Cp 指数	7.7. 六西格玛六西格玛 7.7.1. 六西格玛定义 7.7.2. 六西格玛方法论 7.7.3. 六西格玛结构	7.8. 质量的成本 7.8.1. 可行性研究的类型 7.8.2. 技术可行性研究 7.8.3. 使用案例
7.9. 信息系统 7.9.1. ERP质量的实施 7.9.2. 活动中的质量控制 7.9.3. 定期控制			

模块8.策略规划和项目管理IT

8.1. 全球信息技术系统图 (I):ERP, MRP, SGA, MES 8.1.1. 每个系统的描述 8.1.2. 市场选择 8.1.3. 实施过程	8.2. 全球IT系统路线图 (II): 电子商务, 企业网站, BI, 模拟, 机器学习和CMMS 8.2.1. 每个系统的描述 8.2.2. 市场选择 8.2.3. 实施过程	8.3. IT系统:高可用性, 安全性和维护 8.3.1. 需要考虑的问题 8.3.2. 市场选择 8.3.3. 实施过程	8.4. 策略规划 8.4.1. 需要考虑的问题 8.4.2. 科技资源管理 8.4.3. 相邻的过程:报告 和评价
8.5. IT项目管理 8.5.1. 一般方法 8.5.2. 敏捷宣言 8.5.3. SRUM	8.6. IT项目中的企业社会责任	8.7. 负责任的融资和IT项目投资	8.8. IT项目中的商业和环境
8.9. 负责任的IT管理系统和工具	8.10. IT项目中的商业道德		

模块9.金融供应链管理

9.1. 全球经济环境

- 9.1.1. 全球经济的基本原理
- 9.1.2. 商业和金融市场的全球化
- 9.1.3. 新兴市场的增长与发展
- 9.1.4. 国际货币体系

9.2. 供应链管理会计专业金融

- 9.2.1. 资产负债表
- 9.2.2. 盈利和亏损
- 9.2.3. 比率的解释

9.3. 供应链中的管理会计

- 9.3.1. 可衡量的指标:生产力
- 9.3.2. 效率和盈利能力
- 9.3.3. 比率和管理

9.4. 供应链分析报告和财务规划

- 9.4.1. 定义
- 9.4.2. 规划
- 9.4.3. 财务规划的例子

9.5. 财务诊断

- 9.5.1. 财务报表的分析指标
- 9.5.2. 盈利能力分析
- 9.5.3. 企业的经济和财务盈利能力

9.6. 对决策的经济分析

- 9.6.1. 预算控制
- 9.6.2. 竞争分析比较分析
- 9.6.3. 做出决定.商业投资或撤资

9.7. 供应链运作管理中的关键财务问题

- 9.7.1. 运营管理简介
- 9.7.2. 关键问题
- 9.7.3. 比率的解释

9.8. 危机时期供应链运营管理的工具

- 9.8.1. 工具的定义和好处
- 9.8.2. 管理工具
- 9.8.3. 市场运作

9.9. 物流链的盈利能力和效率KPIs

- 9.9.1. 调解的盈利能力和效率
- 9.9.2. 物流链的一般指标
- 9.9.3. 具体指标

模块10.运营战略和LEAN管理方法

10.1. 精益管理

- 10.1.1. 精益管理的基本原则
- 10.1.2. 改进小组和问题的解决
- 10.1.3. 维护和质量管理的新形式

10.2. 实施全球精益方法

- 10.2.1. 精益方法论
- 10.2.2. 实施过程
- 10.2.3. 持续改进

10.3. 过程改进和快速反应制造 (QRM) 技术

- 10.3.1. 改进点的本地化
- 10.3.2. BPM, 模拟和数字双胞胎
- 10.3.3. 选择必要的工具

10.4. 物流业的创新和产品工程。实施过程组织和产品开发

- 10.4.1. 需要考虑的问题
- 10.4.2. 组织和市场开发
- 10.4.3. 市场选择

10.5. 全面质量管理和先进的物流项目管理

- 10.5.1. 全面质量评估
- 10.5.2. 改进点的本地化
- 10.5.3. 高级项目管理

10.6. 对物流市场趋势的评估

- 10.6.1. 趋势评估
- 10.6.2. 行动路线
- 10.6.3. 市场选择

10.7. 评估信息系统的趋势

- 10.7.1. 评估信息系统的趋势
- 10.7.2. 工具
- 10.7.3. 市场选择

模块11.企业领导力、伦理与社会责任**11.1. 全球化与治理**

- 11.1.1. 治理与公司治理
- 11.1.2. 公司治理的基础
- 11.1.3. 董事会在公司治理中的角色

11.2. 领导力

- 11.2.1. 领导力的概念介绍
- 11.2.2. 企业中的领导力
- 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. 对国家文化的贡献
- 11.3.3. 多样性管理

11.4. 管理发展与领导力

- 11.4.1. 管理发展概念
- 11.4.2. 领导力概念
- 11.4.3. 领导力理论
- 11.4.4. 领导风格
- 11.4.5. 领导力中的智力
- 11.4.6. 当代领导者的挑战

11.5. 企业伦理

- 11.5.1. 伦理与道德
- 11.5.2. 企业伦理
- 11.5.3. 企业中的领导力与伦理

11.6. 可持续发展

- 11.6.1. 可持续发展与可持续发展目标
- 11.6.2. 2030议程
- 11.6.3. 可持续企业

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. 企业社会责任的实施
- 11.7.3. 企业社会责任的影响与衡量

11.8. 负责任的管理系统和工具

- 11.8.1. 企业社会责任:公司社会责任
- 11.8.2. 实施负责任管理策略的基本要素
- 11.8.3. 实施公司社会责任管理系统的步骤
- 11.8.4. 企业社会责任工具和标准

11.9. 跨国公司与人权

- 11.9.1. 全球化、跨国公司与人权
- 11.9.2. 跨国公司与国际法
- 11.9.3. 跨国公司人权法律工具

11.10. 法律环境与公司治理

- 11.10.1. 国际进出口法规
- 11.10.2. 知识产权与工业产权
- 11.10.3. 国际劳动法

模块12.人力资源管理与人管理**12.1. 战略性人力资源管理**

- 12.1.1. 战略管理与人力资源
- 12.1.2. 战略性人力资源管理

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. 绩效评估与绩效管理

- 12.3.1. 绩效管理
- 12.3.2. 绩效管理:目标与过程

12.4. 人才管理与人员管理创新

- 12.4.1. 战略人才管理模式
- 12.4.2. 人才的识别、培养与发展
- 12.4.3. 保留与忠诚
- 12.4.4. 积极性与创新

12.5. 激励

- 12.5.1. 激励的本质
- 12.5.2. 期望理论
- 12.5.3. 需求理论
- 12.5.4. 激励与经济补偿

12.6. 高绩效团队建设

- 12.6.1. 高绩效团队:自我管理团队
- 12.6.2. 自我管理高绩效团队的管理方法

12.7. 变革管理

- 12.7.1. 变革管理
- 12.7.2. 变革管理过程的类型
- 12.7.3. 变革管理的阶段或步骤

12.8. 谈判与冲突管理

- 12.8.1. 谈判
- 12.8.2. 冲突管理
- 12.8.3. 危机管理

12.9. 管理沟通

- 12.9.1. 企业内部和外部沟通
- 12.9.2. 沟通部门
- 12.9.3. 企业沟通负责人.Dircom的角色

12.10. 生产力、吸引、保留与激活人才

- 12.10.1. 生产力
- 12.10.2. 吸引与保留人才的杠杆

模块13.经济金融管理

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. 其他金融部门实体

13.2. 管理会计

- 13.2.1. 基本概念
- 13.2.2. 企业资产
- 13.2.3. 企业负债
- 13.2.4. 企业净资产
- 13.2.5. 损益表

13.3. 信息系统与商业智能

- 13.3.1. 基础与分类
- 13.3.2. 成本分配的阶段和方法
- 13.3.3. 成本中心的选择及其影响

13.4. 预算与管理控制

- 13.4.1. 预算模型
- 13.4.2. 资本预算
- 13.4.3. 经营预算
- 13.4.5. 现金预算
- 13.4.6. 预算跟踪

13.5. 财务管理

- 13.5.1. 企业的财务决策
- 13.5.2. 财务部门
- 13.5.3. 现金盈余
- 13.5.4. 财务管理相关的风险
- 13.5.5. 财务管理的风险管理

13.6. 财务规划

- 13.6.1. 财务规划的定义
- 13.6.2. 财务规划中的措施
- 13.6.3. 企业战略的创建和建立
- 13.6.4. 现金流表
- 13.6.5. 营运资本表

13.7. 公司财务战略

- 13.7.1. 公司战略与融资来源
- 13.7.2. 企业融资金融产品

13.8. 战略融资

- 13.8.1. 自我融资
- 13.8.2. 增加自有资金
- 13.8.3. 混合资源
- 13.8.4. 通过中介融资

13.9. 财务分析与规划

- 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/问题分析与解决

- 13.10.1. Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX) 的财务信息分析

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. 商业战略与规划
- 14.1.3. 商业经理的角色

14.2. 营销

- 14.2.1. 营销概念
- 14.2.2. 营销的基本要素
- 14.2.3. 企业的营销活动

14.3. 战略营销管理

- 14.3.1. 战略营销概念
- 14.3.2. 战略营销规划的概念
- 14.3.3. 战略营销规划过程的阶段

14.4. 数字营销与电子商务

- 14.4.1. 数字营销与电子商务的目标
- 14.4.2. 数字营销及其使用的媒体
- 14.4.3. 电子商务。总体背景
- 14.4.4. 电子商务类别
- 14.4.5. 电子商务相对于传统商业的优缺点

14.5. 强化品牌的数字营销

- 14.5.1. 提升品牌声誉的在线策略
- 14.5.2. 品牌内容与故事营销

14.6. 吸引和忠诚客户的数字营销

- 14.6.1. 通过互联网的忠诚度与联结策略
- 14.6.2. 访客关系管理
- 14.6.3. 超细分

14.7. 数字广告活动管理

- 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. 数字广告活动的错误

14.8. 销售策略

- 14.8.1. 销售策略
- 14.8.2. 销售方法

14.9. 企业传播

- 14.9.1. 概念
- 14.9.2. 组织中传播的重要性
- 14.9.3. 组织中的传播类型
- 14.9.4. 组织中的传播功能
- 14.9.5. 传播要素
- 14.9.6. 传播问题
- 14.9.7. 传播场景

14.10. 传播与数字声誉

- 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. 在线品牌建设

模块15.管理层管理**15.1. 总管理**

- 15.1.1. 总管理的概念
- 15.1.2. 总经理的行动
- 15.1.3. 总经理及其职能
- 15.1.4. 管理工作的转变

15.2. 管理者及其职能。组织文化及其方法

- 15.2.1. 管理者及其职能。组织文化及其方法

15.3. 运营管理

- 15.3.1. 管理的重要性
- 15.3.2. 价值链
- 15.3.3. 质量管理

15.4. 演讲与发言人培训

- 15.4.1. 人际沟通
- 15.4.2. 沟通技巧与影响力
- 15.4.3. 沟通障碍

15.5. 个人与组织沟通工具

- 15.5.1. 人际沟通
- 15.5.2. 人际沟通工具
- 15.5.3. 组织沟通
- 15.5.4. 组织沟通工具

15.6. 危机情况下的沟通

- 15.6.1. 危机
- 15.6.2. 危机阶段
- 15.6.3. 信息：内容与时机

15.7. 危机计划的准备

- 15.7.1. 潜在问题分析
- 15.7.2. 规划
- 15.7.3. 人员的适应性

15.8. 情商

- 15.8.1. 情商与沟通
- 15.8.2. 自信、共情与积极倾听
- 15.8.3. 自尊与情感沟通

15.9. 个人品牌

- 15.9.1. 发展个人品牌的策略
- 15.9.2. 个人品牌的法则
- 15.9.3. 个人品牌建设工具

15.10. 领导力与团队管理

- 15.10.1. 领导力与领导风格
- 15.10.2. 领导者的能力与挑战
- 15.10.3. 变革过程管理
- 15.10.4. 多元文化团队管理

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。



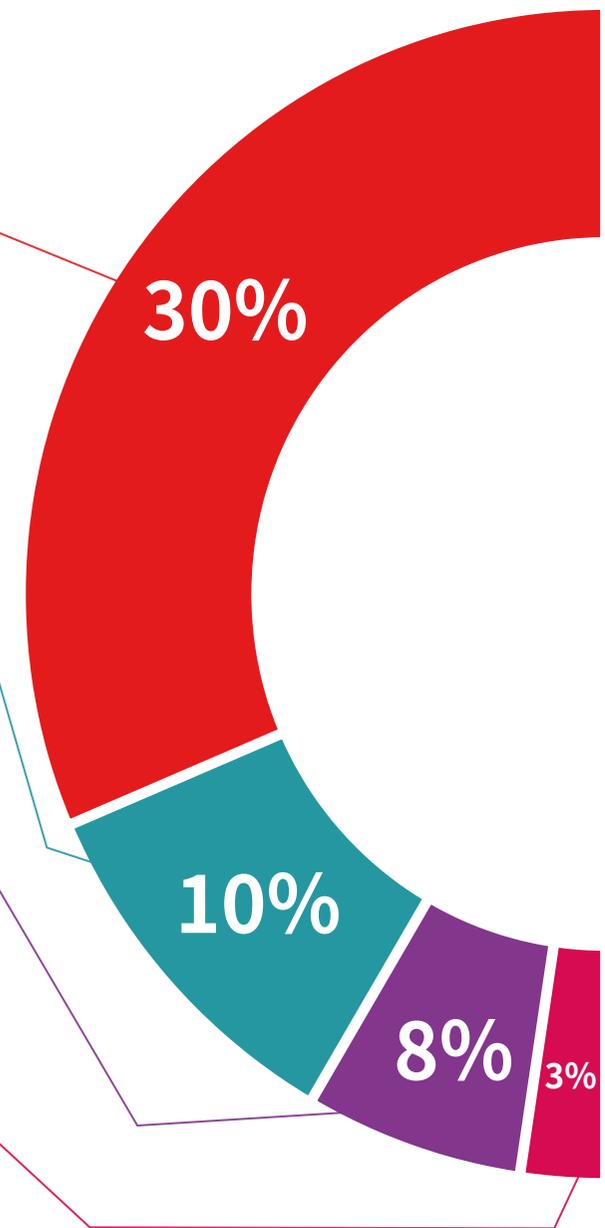
管理技能实习

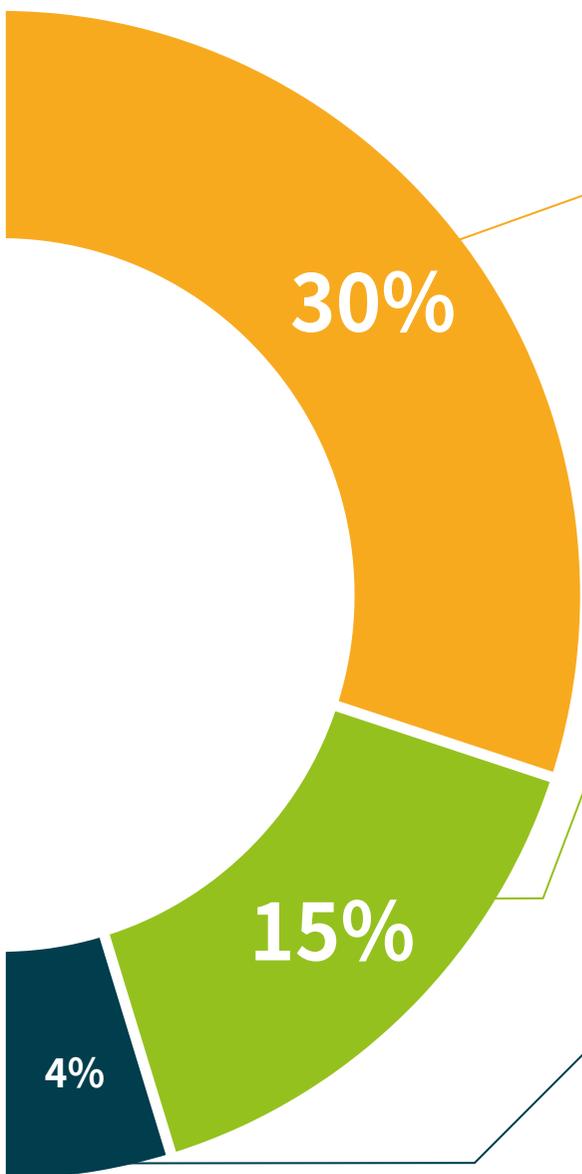
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

我们学生的情况

物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)是一个目标群体物流专业人士的课程, 他们希望更新知识, 发现管理供应链的新方法, 并在其职业生涯中取得进步。所有这些, 都是为了在他们的工作场所达到一个管理职位。

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。





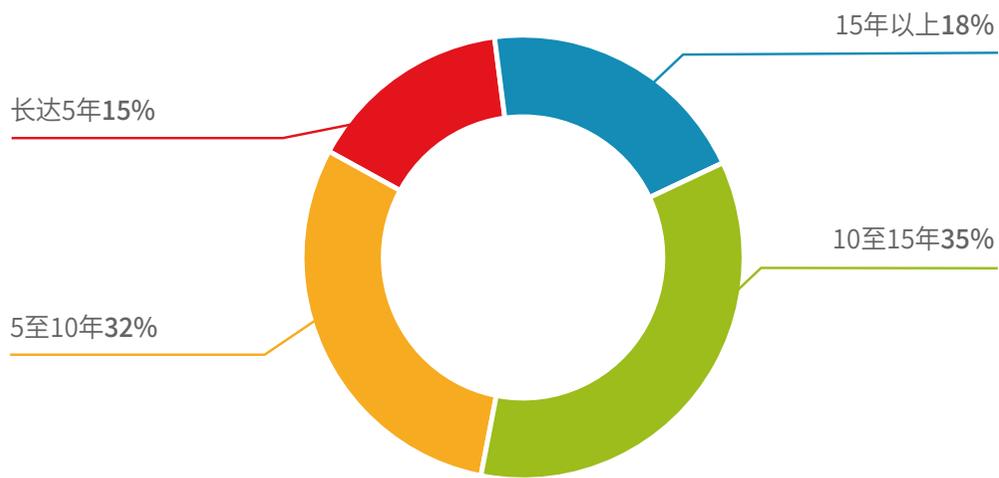
“

如果你有物流部门的经验,并在继续工作的同时寻找一个有趣的职业改进,这是为你准备的课程”

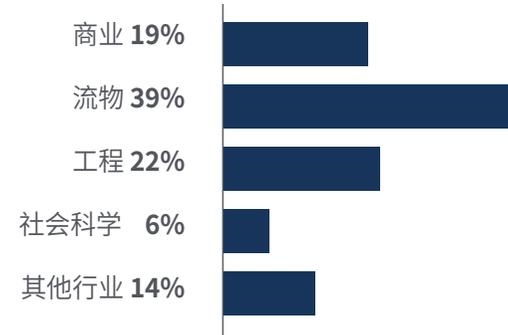
平均年龄

35岁至45岁之间

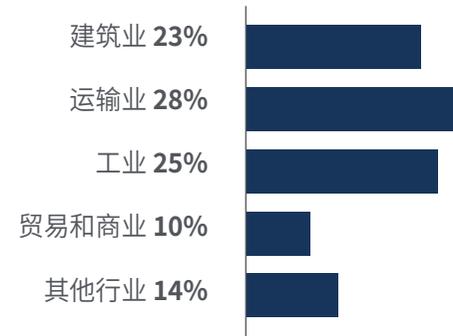
经验年限



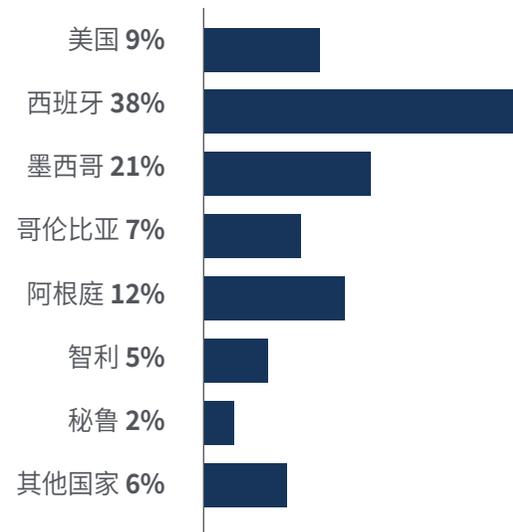
培训



学术概况



地域分布



Ana Rubio

物流总监

"物流管理是一个需要高度专业化的部门。出于这个原因，在这个领域工作几年后，我决定扩大我的培训范围，以便能够向上爬，进入一个管理职位。在TECH，我找到了适应我需求的最合适的课程，所以我完全没有犹豫，决定报名参加。毫无疑问，这是我一生中在教育方面做出的最好的决定之一，因为多亏了它，今天我有一个适合我知识的职位"

09

课程管理

该课程的教学人员包括与物流管理有关的所有方面的领先专家,他们将多年的工作经验带到该课程中,使其成为学生的独特和高度滋养的学术经验。



“

向领先的专业人士学习物流和运营的最新趋势,成为该领域的专家”

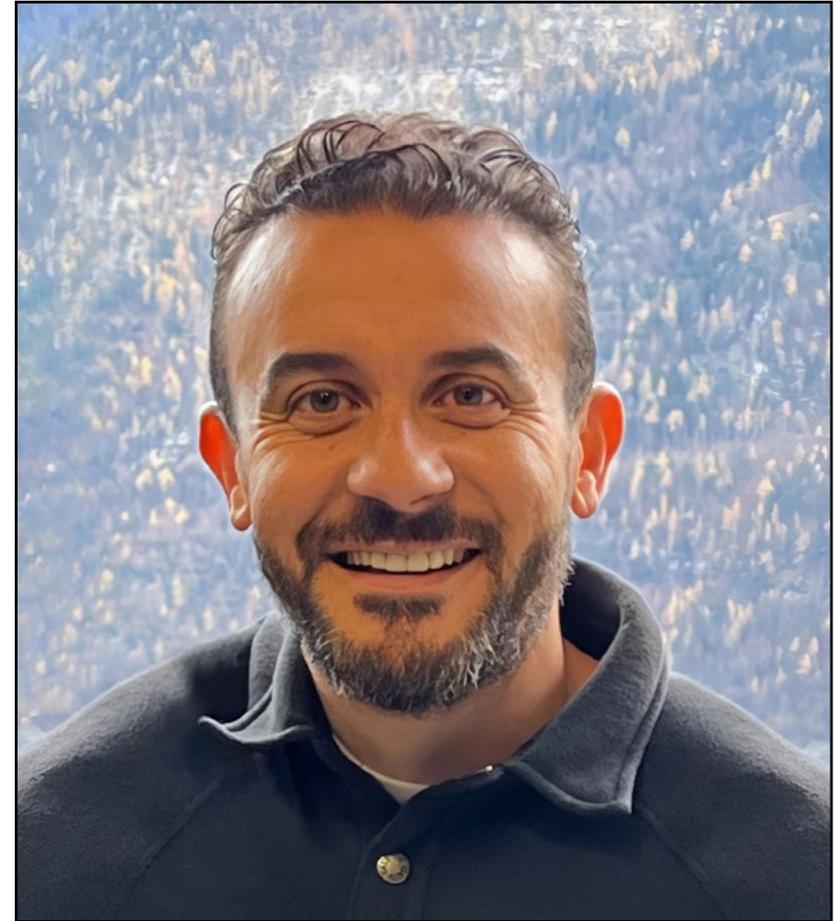
国际客座董事

Mahmoud Shama是一位在供应链管理领域拥有丰富经验的高级管理人员。他凭借其能力实施综合战略来优化成本、推动效率、确保合规性，并提供高质量的服务和客户满意度，在国际上享有盛誉。

在他的职业生涯中，他主要专注于需求规划、供应管理、S&OP关键点的应用、库存管理、采购、仓储、网络分析等方面。同时，他以无可争议的领导能力和员工激励能力著称，成为世界上一些最大跨国公司的楷模。

在Red Bull公司，Mahmoud Shama担任不同职能，主要是作为高级供应链主管。具体来说，他致力于提高预测准确性和减少浪费，同时确保严格的库存管理。

此外，他还在其他公司担任过重要职务，如Mondelēz International公司的北美需求规划主管和客户服务与物流高级经理。在这些职位上，他领导了全球S&OP战略，还监督了品牌一些标志性产品的外包制造。此外，他在Johnson & Johnson、Kraft Foods Group、Cadbury和PepsiCo等品牌的工作经历，使他积累了丰富的知识和对促进更高效、更有组织操作环境的直接见解。此外，这位高管持有MBA工商管理硕士学位，加强了商业洞察力。



Shama, Mahmoud 博士

- Red Bull公司加利福尼亚州高级供应链主管
- Mondelēz International公司北美需求规划主管
- Johnson & Johnson全球需求规划和S&OP主管
- Mondelēz International公司客户服务与物流主管
- Kraft Foods Group产品供应和S&OP领导
- Cadbury公司中东和北非地区规划、S&OP和项目主管
- PepsiCo公司材料采购和需求规划主管
- 马斯特里赫特管理学院MBA工商管理硕士学位
- 埃及美国大学机械工程学士学位

“

感谢 TECH, 您将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

管理人员



Bassoumi, Shukri先生

- Exos Solutions的总经理
- 电信工程师
- 他在咨询领域发展了自己的职业生涯
- 在采购, 物流和运营领域有丰富的经验, 管理过大量的项目
- 他目前是Exos Solutions的总经理, 这是一家专门从事项目, 团队和战略管理的工程顾问公司



10

对你的职业生涯的影响

我们知道,采取这种性质的课程涉及巨大的经济,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。为此,我们投入所有的努力和工具供你使用,以便你获得必要的技能和能力,使你能够实现这一变化。





“

我们完全致力于帮助你实现你的目标。你会发现所有你需要的资源和设施都在你的指尖上”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH的物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)是一个强化课程, 为你在国内和国际上面对物流层面的挑战和商业决策做好准备。其主要目的是促进你的个人和职业成长。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。

不要错过与我们合作的机会, 实现你所寻找的改进。

如果你想在你的职业生涯中作出积极的改变, 我们的方案将帮助你实现这一目标。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过25.22%



11

对你的公司的好处

物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)通过对高水平领导人的专业化培养,有助于将组织的人才提高到最大的潜力。因此,参加这个学术课程不仅会在个人层面上有所提高,最重要的是在专业层面上,增加你的培训,提高你的管理能力。此外,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。



“

在我们这里学习后,你将能够为你的公司提供新的方法和战略,这将是对其发展的有利条件”

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知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念, 战略和观点, 可以为组织带来相关的变化。

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, 并为公司内部的职业发开展辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你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

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

12 学位

物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)商学院校级硕士课程除了保证最严格和最新的培训外, 还可以获得由TECH科技大学颁发的商学院校级硕士学位证书。



“

通过该课程后,与你的顾问取得联系,无需任何复杂的文书工作即可获得文凭"

这个物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)商学院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商学院校级硕士学位。

学位由TECH科技大学颁发, 证明在商学院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: 物流和运营管理MBA(COO, 首席运营官)商学院校级硕士
官方学时: 1,500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。



商学院校级硕士
物流和运营管理MBA
(COO, 首席运营官)

- » 模式:在线
- » 时长:12个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

商学院校级硕士
物流和运营管理MBA
(COO, 首席运营官)