

专科文凭 市场营销



专科文凭 市场营销

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 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.techitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing

目录

01	02	03	04
欢迎	为什么在TECH学习?	为什么选择我们的课程?	目标
4	6	10	14
	05	06	07
	结构和内容	方法	我们学生的情况
	20	26	34
	08	09	10
	对你的职业生涯的影响	对贵公司的好处	学历
	38	42	46

01 欢迎

如今,不制定与新的市场现实相适应的营销战略是不可想象的。随着新的数字业务领域的出现,以及我们与潜在客户沟通方式的不断演变,当今的营销人员必须掌握先进的技能,以适应所有这些可能的情况。所有市场营销专业人员都可以通过该专业获得必要的知识,从而提升自己的职业生涯,甚至在传播部门担任管理职位,并获得更高的认可度。



市场营销专科文凭。
TECH科技大学

“

这个TECH的专科文凭课程的内容更新及时，质量上乘，将使你能够在所有需要市场营销的领域开展工作，成为一名高级专业人员”

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

市场营销专业人员如果希望提升自己的职业生涯,获得更好的工作前景,可以在这所大学的专家中找到实现这一目标的最佳工具。通过对基础经济学、市场营销基础和战略营销的全面学习,学生将掌握申请通信部门管理职位的必要技能。



“

作为一名传播专业人员,你将掌握更多的技能,从而极大地改善你的职业前景”

TECH会把学生的目标作为自己的目标。

与学生们共同致力。

市场营销专科文凭将培训学生：

01

了解如何将一般经济理论和消费者理论的基本概念与广告及其对市场社会的影响联系起来

02

认识并掌握社会学的主要概念、理论和方法,对说服性传播过程的社会现实进行批判性分析

03

能够确定统计研究的理论和实践基础及其在媒体和媒体规划与研究中的应用





04

寻求有效信息, 更准确地研究市场, 能够了解周围的经济环境

05

确定广告和公共关系领域决策的具体营销方法和技巧: 定位、细分、分析程序和效果衡量等

06

了解媒体的结构及其主要形式, 它们是社会生活方式和文化的表现形式, 在其中发挥着公共职能

07

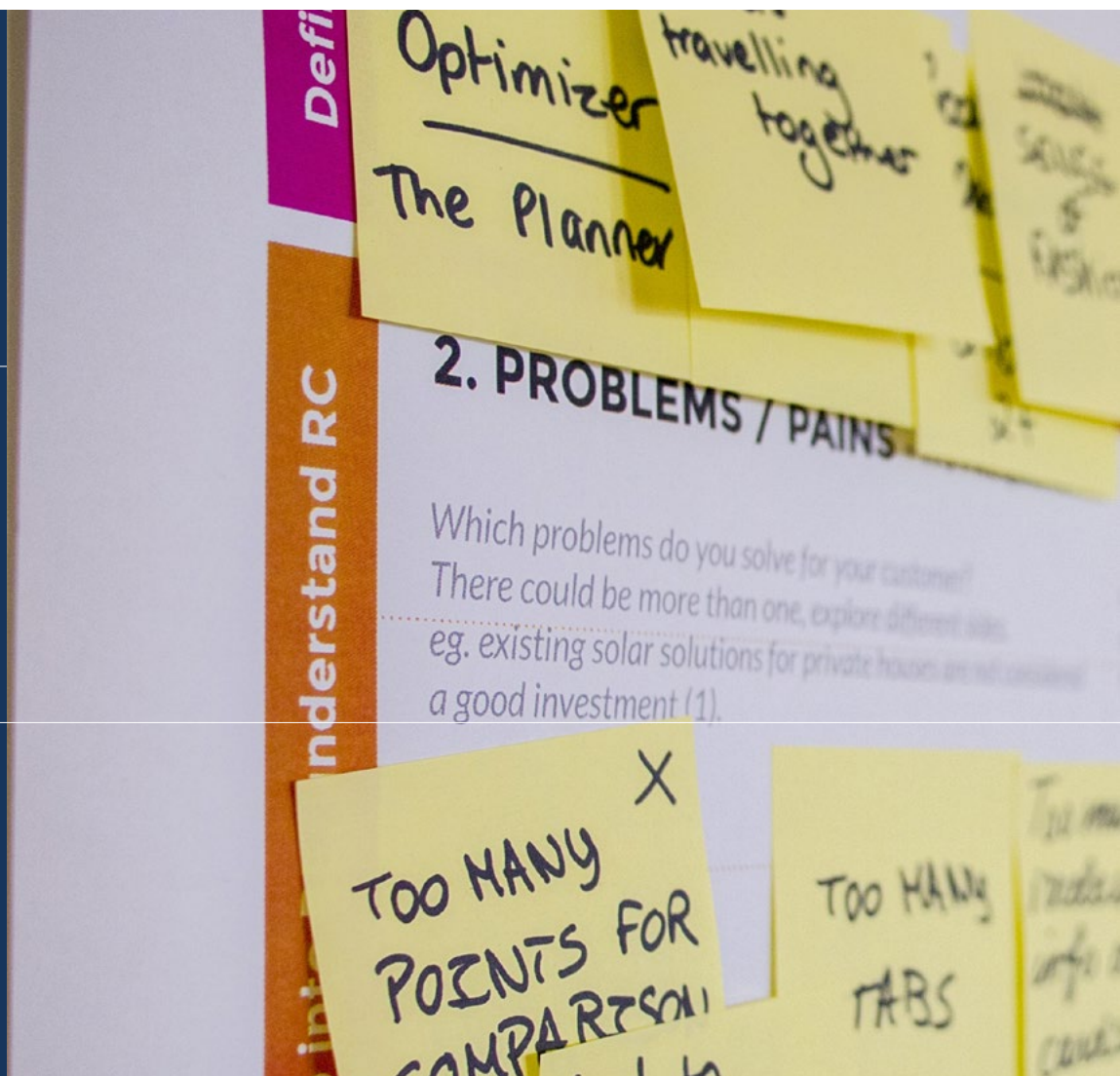
知道如何以可理解和有效的方式处理科学进步的信息处理

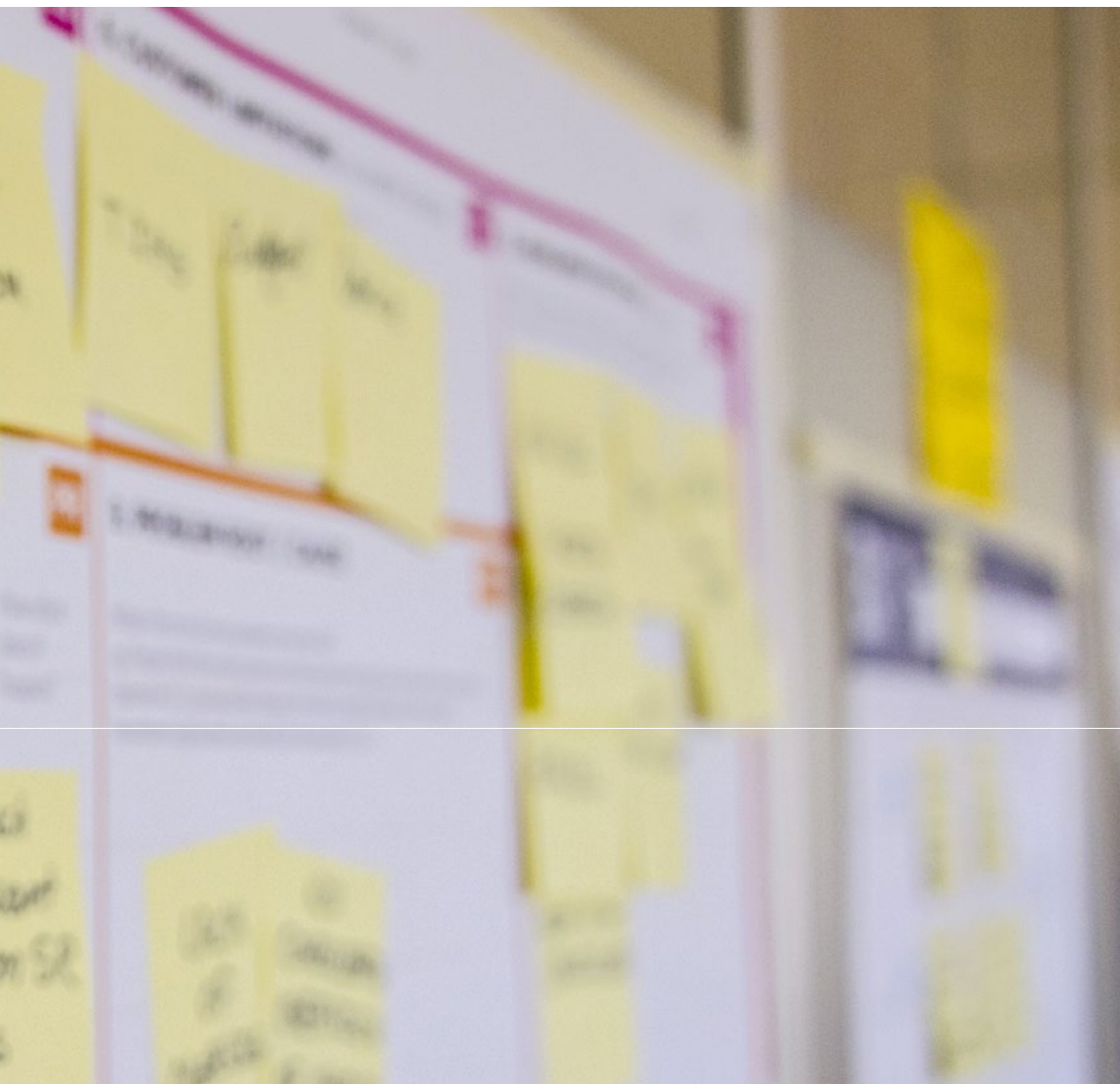
08

认识到影响广告传播和公共关系发展的社会学, 经济和法律方

09

能够以一种可理解和有效的方式处理科学进步的信息处理





10

能够将广告和公共关系与其他社会和人文科学
连贯地联系起来

11

分析战略和应用政治传播的主要特点和过程

12

管理现有的工具, 为公司在网上和网下环境中的成功定
位做出贡献

05 结构和内容

本专科文凭课程的教学大纲包括一个基于市场营销基础的结构化课程，重点是商业战略。因此，通过由专家准备的高质量和最新内容的 3 个模块的完整旅程，专业人员将实现建议的目标，实现专业和个人成长，使他/她能够履行指定的职能，确定广告和公共关系领域决策的具体营销方法和技术，如定位、细分、分析程序和效果衡量等。



“

你将深入了解广告和公共关系领域战略决策的具体营销方法和技巧,提升重要品牌的定位"

教学大纲

TECH 科技大学的市场营销专科文凭为学生提供最先进的市场营销知识,帮助他们适应当今企业传播的新形势。

专科文凭课程的内容旨在促进管理技能的发展,使学生能够在不确定的环境中,面对广告或战略传播领域可能出现的商业挑战,更加严谨地做出决策。

通过这种方式,专科文凭将在市场营销基础知识的基础上深入研究经济学,并特别关注旨在取得成果的战略营销。该课程旨在从战略、国际和创新的角度培养该领域的商业和东方专业人员。

在 450 个学时的培训中,学员将学习如何在真实环境中应用所学知识,并通过真实的交流案例,成功应用所学的营销技巧。这对学生来说是一个很大的优势,因为他们甚至可以在完成学业之前就开始应用在学位课程中获得的技能。

该专科文凭为期6个月,分为3个内容模块:

模块1

经济学简介

模块2

营销基础知识

模块3

战略营销



在哪里,什么时候,如何进行?

TECH 提供完全在线学习市场营销专科文凭课程的可能性。在培训持续的6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。

你将培养信息搜索和
市场调研技能, 以及了解
周边经济环境的能力。

模块1.经济学简介

1.1. 供应、需求、平衡和市场变化简介 1.1.1. 经济学:原则和定义 1.1.2. 机会成本 1.1.3. 盈亏平衡点	1.2. 需求、供应和市场偏好 1.2.1. 市场和市场类型 1.2.2. 市场需求 1.2.3. 市场供应 1.2.4. 平衡和静力学	1.3. 预算约束和消费者均衡 1.3.1. 预算限制和旅行 1.3.2. 最优选择 1.3.3. 最优选择	1.4. 消费者和生产者剩余。竞争均衡的效率 1.4.1. 消费者和生产者剩余 1.4.2. 竞争均衡的效率
1.5. 最高和最低价格,间接税的影响 1.5.1. 最高和最低价格 1.5.2. 间接税的影响	1.6. 需求的价格弹性和价格弹性的决定因素 1.6.1. 需求的价格弹性 1.6.2. 弹性的类型总结	1.7. 交叉需求弹性及其分析计算 1.7.1. 交叉弹性 1.7.2. 分析性计算	1.8. 生产函数和收益率 1.8.1. 生产函数 1.8.2. 收益递减法则
1.9. 短期和长期成本 1.9.1. 成本函数 1.9.2. 短期费用 1.9.3. 长期费用	1.10. 基本经济数量 1.10.1. 经济活动 1.10.2. 价格指数和市场指标 1.10.3. 收入的循环流动	1.11. 货币政策 1.11.1. 货币及其流通 1.11.2. 货币市场均衡和货币政策	1.12. 市场和市场类型 1.12.1. 市场结构
1.13. 非竞争性市场 1.13.1. 垄断性市场竞争 1.13.2. 寡头垄断的市场竞争	1.14. 总需求和总供给模型 1.14.1. 总的需求 1.14.2. 凯恩斯主义乘数 1.14.3. 总量供应	1.15. 国际经济关系 1.15.1. 国际贸易 1.15.2. 国际收支和汇率理论	

模块2.营销基础知识

2.1. 市场营销简介 2.1.1. 概念 2.1.2. 营销基础知识 2.1.3. 市场营销与公司 2.1.4. 营销组合 2.1.5. 市场营销的未来 2.1.6. 战略营销	2.2. 市场调查 2.2.1. 概念 2.2.2. 信息系统 营销 2.2.3. 市场调研过程 2.2.4. 主要数据收集技术	2.3. 产品和价格 2.3.1. 产品 2.3.2. 价格	2.4. 分布情况。市场和客户 2.4.1. 市场 2.4.2. 客户 2.4.3. 分销渠道
--	---	---	---

2.5. 一体化交流 2.5.1. 商业传播的要素 2.5.2. 销售技巧	2.6. 商业部门 2.6.1. 卖家手册 2.6.2. 商务部的组织结构	2.7. 市场营销中的沟通 2.7.1. 广告 2.7.2. 企业传播 2.7.3. 推广 2.7.4. 商品销售和售点广告	2.8. 直接营销 2.8.1. 概念 2.8.2. 目标 2.8.3. 销售和缺点 2.8.4. 直销工具 2.8.5. 直销的功能和手段
2.9. 营销计划和审计 2.9.1. 营销计划 2.9.2. 营销审计	2.10. 互联网营销和新技术 2.10.1. 互联网 2.10.2. 互联网上的关键概念 2.10.3. 业务上的网络营销 2.10.4. 搜索引擎定位 2.10.5. 联网 2.10.6. 社交网络 2.10.7. 电子商务		

模块3.战略营销

3.1. 营销和战略管理 3.1.1. 战略管理背景下的市场营销:市场导向 3.1.2. 市场营销和企业战略管理 3.1.3. 营销信息系统	3.2. 外部分析:市场、竞争和总体环境 3.2.1. 市场和客户分析 3.2.2. 竞争分析 3.2.3. 其他环境变量分析 社会需求 3.2.4. 战略不确定性	3.3. 内部分析 3.3.1. 财务和业绩指标 3.3.2. 业务矩阵和决策支持系统 3.3.3. 制定目标和目的	3.4. 营销战略(一):公司 3.4.1. 环境管理和面向社会的营销 3.4.2. 撤资战略 3.4.3. 增长战略
3.5. 营销策略(二):产品市场 3.5.1. 市场覆盖战略和目标公众的确定 3.5.2. 竞争策略 3.5.3. 战略联盟	3.6. 营销策略(三):产品 3.6.1. 新产品战略:扩散和采用过程 3.6.2. 差异化和定位战略 3.6.3. 根据产品生命周期制定的策略	3.7. 供应方战略 3.7.1. 品牌战略 3.7.2. 产品战略 3.7.3. 定价策略 3.7.4. 服务战略	3.8. 市场退出战略 3.8.1. 分销策略 3.8.2. 沟通策略 3.8.3. 销售队伍、互联网和直销战略
3.9. 组织营销活动和关系 3.9.1. 营销活动的组织 3.9.2. 关系营销的概念 3.9.3. 营销联系	3.10. 营销战略的实施和控制 3.10.1. 简介 3.10.2. 营销计划 3.10.3. 执行营销计划 3.10.4. 内部营销 3.10.5. 评价和控制		

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: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。



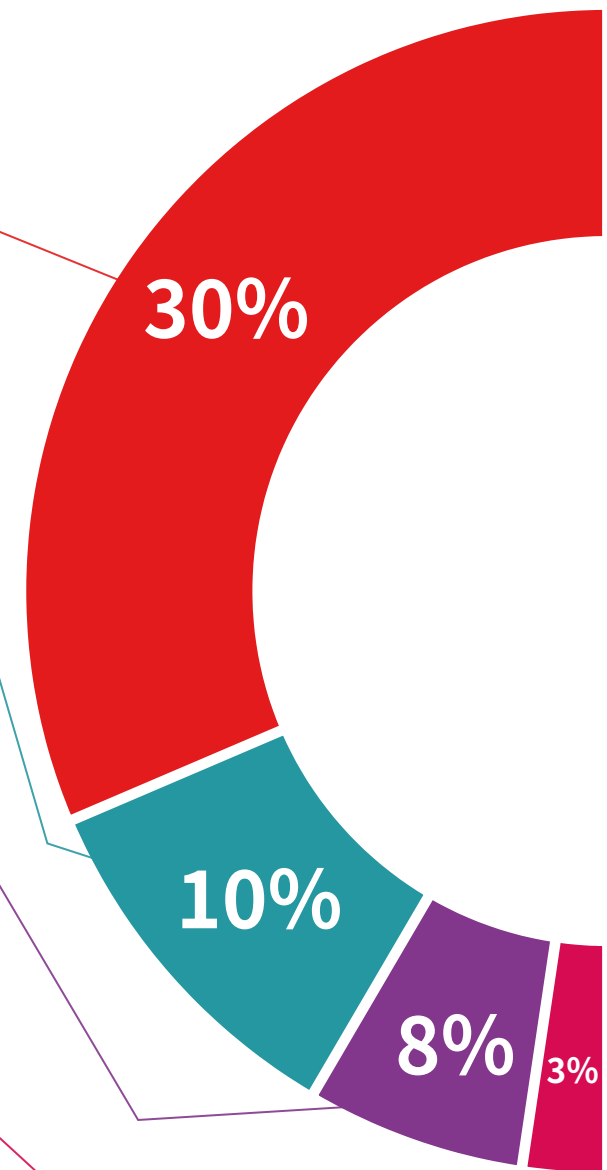
管理技能实习

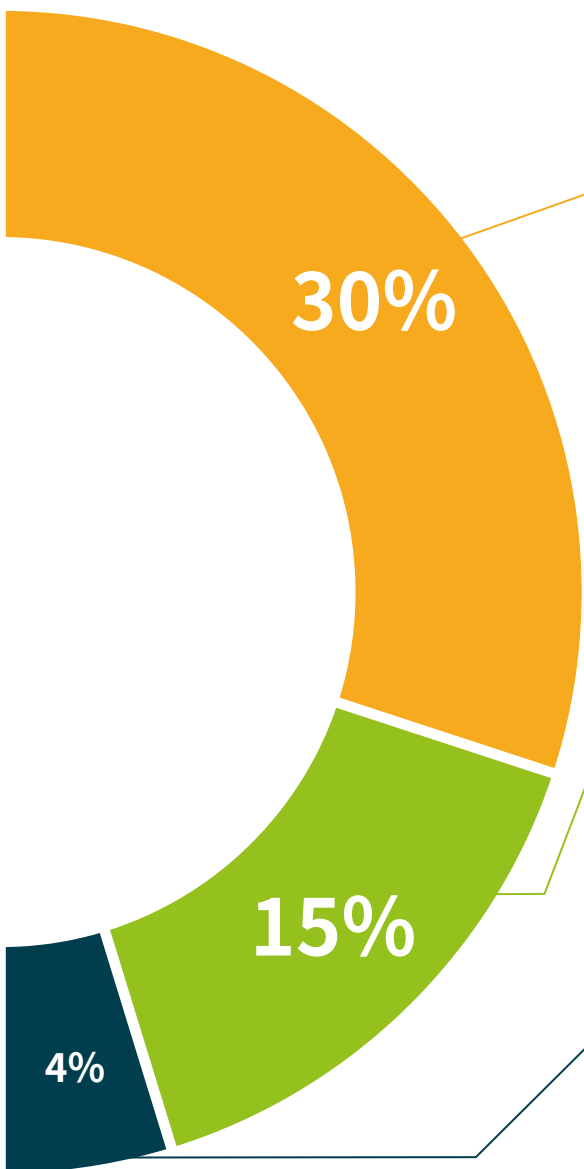
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

他们将完成专门为此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。



07

我们学生的情况

决定选修市场营销专科文凭课程的学生都是市场营销或商业专业人士,他们希望提高自己的沟通和工作技能。因此,TECH 科技大学的课程为他们提供了一个很好的机会,通过新的工作技巧、组织方式以及对影响战略和商业营销的各个方面的更好理解,提高他们的日常工作质量。



“

今天就报名参加 TECH 市场营销
专科文凭的学习, 开始在大型通信
部门的领导岗位上开创你的未来"

平均年龄

35岁至45岁之间

经验年限

+14年以上:8.4%

12至13年:14%

10至11年:18.9%

8至9年:27%

5年:8%

6至7岁:23.7%



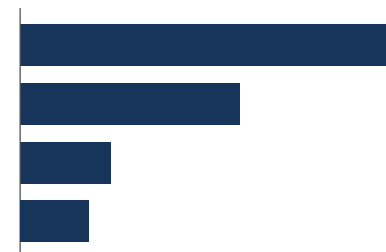
培训

业务 50%

经济学 29%

工程 12%

社会科学 9%



学术概况

业务 18%

销售和市场营销 16%

金融 15%

一般管理 14%

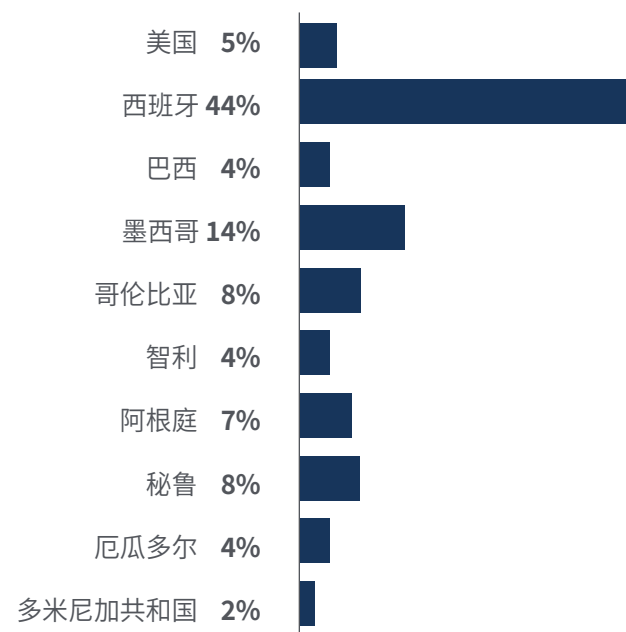
项目管理 16%

咨询 12%

规划和会计 9%



地域分布



Lorena Bermúdez

内容策略师

"我想更新我的市场营销知识, 因为我对该行业的趋势和发展有点跟不上时代了。此外, 教学大纲可在网上查阅, 因此我能够学习并将其与我的专业工作相结合"

08

对你的职业生涯的影响

攻读这一学位的最终目标应该是对学生的职业生涯产生积极影响。为此，TECH 汇集了商界最优秀的市场营销专家，共同开发了这一课程，旨在通过数字营销领域最优秀专家传授的知识，提高学生的专业水平。



“

市场营销世界将为你提供各种机会,一个繁荣的工作未来在等着你。不要错过,今天就正式注册吧”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH 科技大学的市场营销专科文凭拥有领导任何类型或业务领域的市场营销部门所需的全部知识。通过在本专业学习的所有策略，学生们将为在一个对营销要求越来越精确和专业化的世界中管理传播团队这一重大责任做好准备。

每家公司都有市场营销部门，因此在这一领域发展自己的职业生涯是一个安全的选择。与TECH合作，你将获得成倍的成功机会。

如果你需要加深对经济理论和市场营销基础知识的了解，那么这本TECH的专科文凭就是为你量身打造的。

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25.55%



09

对贵公司的好处

市场营销专科文凭专业为各个领域的传播和市场营销管理部门培养高级专业人才。他们不仅具备沟通方面的知识,而且还具备战略和经济方面的知识,因此,拥有这些专业人才的公司将迅速提高其业绩。



“

你将为市场上最优秀的公司实施成功的战略, 由于你能够适应任何情况, 这些公司都会非常看重你”

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展开辟了新的途径。

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

该课程将使学生具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

10 学历

市场营销专科文凭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
专科文凭学位证书。



“

成功地完成这一培训,并获得你的大学学位,没有旅行或行政文书的麻烦"

这个**市场营销专科文凭**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**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位:**市场营销专科文凭**

官方学时:**450小时**





专科文凭 市场营销

- » 模式: 在线
- » 时间: 6个月
- » 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

专科文凭 市场营销

