

商学院校级硕士
高管MBA (CEO, 首席执行官)



商学院校级硕士 高管MBA (CEO, 首席执行官)

- » 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
- » 目标对象: 已经完成任何管理和商业科学领域的大学本科、专科和研究生学位的毕业生。

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-ceo-chief-executive-officer

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
	能力	结构和内容	方法
	20	26	42
	08	09	10
	我们学生的特质	课程管理	对你事业的影响
	50	54	58
		11	12
		对你公司的好处	学位
		62	66

01 欢迎

首席执行官的形象代表着公司的舵，是愿景、战略和组织成功背后的驱动力。这些高级职位的重要性在于他们能够平衡短期稳定与长期愿景，适应不断变化的商业环境并不断挑战现状，实现新的发展视野和可持续的成功。该技术项目将提供有关业务战略、领导力管理和决策技能的全面且最新的视角。此外，它还将使管理人员能够获得应对复杂业务挑战和促进创新的工具。在您的组织中。



高管MBA商学院校级硕士(CEO, 首席执行官)
TECH科技大学



“

该计划将培养首席执行官在动态和竞争激烈的商业环境中具备愿景、适应性和战略性的领导能力”

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

该学历的主要目标是提供企业管理方面的全面培训，使领导者能够培养先进的战略技能。因此，我们将寻求扩大他们对组织面临的当代挑战的理解。同时，他们将拥有基于数据的决策、有效领导和多学科团队管理的尖端工具。此外，还将培养全球视野和应对业务复杂性的能力，使首席执行官能够自信、适应和创新地应对竞争环境。巩固领导力



“

借助 TECH, 您将培养战略性
指导自己公司的基本技能”

TECH 会把学生的目标作为自己的，
并与学生一同致力达成

高管MBA (CEO, 首席执行官) 商学院校级硕士将培养学生：

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

04

在复杂和不稳定的环境中制定决策战略

02

发展主要的领导技能, 这些技能应这个定义工作的专业人士



03

在制定商业计划时, 深入了解国际标准所规定的可持续性标准

05

促进制定企业战略, 制定公司更具竞争力并实现自身目标的路线图

06

区分战略性指导业务活动的基本能力

08

设计创新战略和政策, 提高管理和业务效率



09

确定最佳的方式来管理企业的人力资源, 以实现更高的绩效, 从而使企业受益

07

以更有效、更灵活和更符合当前新技术和工具的方式工作

10

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

11

明确公司经营所处的经济环境并制定适当的策略来预测变化

14

将信息技术和通信技术应用于企业的各个领域

12

能够管理公司的经济和财务计划



13

了解商业环境中必要的物流业务,以便对其进行充分的管理

15

执行营销策略,使产品为潜在客户所知,并塑造公司的合适形象

16

能够发展一个商业理念的所有阶段：设计、可行性计划、执行、跟进

18

根据不同项目制定创新策略

19

为公司适应不断变化的社会建立适当的准则

17

解决跨多个项目的共享资源工作负载分配机制

20

提出一个动态的商业模式，支持其在无形资产上的增长



05 能力

该大学课程将为首席执行官或有抱负的首席执行官提供在当今商业世界取得成功所需的各种关键能力。因此，这些理论实践技能将涵盖从战略领导能力、高级财务管理、数据分析和基于证据的决策制定，到理解并适应复杂的全球商业环境的能力。此外，还将获得扎实的人际交往方法，例如有效的沟通、谈判和团队建设，以及发展创新思维，以创造力和长期愿景应对挑战。





“

您将完善领导、创新和制定
战略决策的必要能力, 推动
组织的成长和可持续成功”

01

解决公司的冲突和工人之间的问题

02

应用管理方法精益

03

进行正确的团队管理, 提高生产力, 从而提高公司的利润

04

进行公司的经济和财务控制

05

掌握数据处理和更好利用数据的工具和方法, 以提供可理解的结果给最终接收者



06

控制公司的物流流程, 以及采购和供应过程

08

实施 I D i 管理在组织中取得成功的关键

09

为公司产品的电子商务应用最合适的战略

07

深入研究信息系统的新商业模式

10

制定和领导营销计划



11

制定与数字营销战略相关的目标实现指标,并在数字仪表盘中对其进行分析

12

注重公司所有流程和领域的创新





13

领导公司的各种项目, 从确定何时
优先和推迟项目开发在组织内进行

14

致力于公司的可持续发展, 避免环境影响

06

结构和内容

行政工商管理硕士 (CEO、首席执行官) 是一项以 100% 在线形式提供的独家课程。通过这种方式, 可以个人选择最适合不同日程、可用性或兴趣的时间和地点。这是一个为期12个月的课程, 旨在成为一个独特的、刺激性的经验, 为你作为公司物流管理负责人的成功奠定基础。



“

您将能够实施最新的企业战略, 例如推动企业战略、调整企业战略和制定企业战略”

教学大纲

该课程提供了强大而多样化的课程结构，包含高管发展所必需的十个模块。此外，在1,500小时的培训中，毕业生将通过个人和团队合作分析大量实际案例。因此，它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

首先，将分析道德领导力和企业责任在战略决策中的关键作用，然后深入探讨有效的商业战略的制定和实施，以保持竞争力和可持续增长。还将深入探讨领导团队、激发动力和增强人力资本作为组织成功的基本驱动力的重要性。

同样，将为学生提供有效管理财务资源、检查流程优化和供应链的工具和知识。同样，您将沉浸在技术管理、商业战略、营销、企业沟通和市场研究中。最后，指令管理方法将得到加强，综合在充满挑战和动态的商业环境中制定战略决策的技能。

该计划旨在满足学生的职业目标，以发展和培训为导向，使其在工商管理和管理领域脱颖而出。课程大纲将根据企业家及其公司的需求进行调整，提供基于最新潮流的创新内容，并得到一流的教育方法、再学习和杰出的教学人员的支持。

该 EMBA 课程为期 12 个月，分为 10 个模块：

模块1	公司的领导力、道德和社会责任
模块2	战略方向和管理 管理人员
模块3	人事和人才管理
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	商业管理、战略营销和企业传播
模块8	市场研究、广告和商业管理
模块9	创新和项目管理
模块10	管理 行政



何时,何地,如何授课?

TECH 提供了完全在线开发 EMBA (首席执行官、首席执行官) 的可能性。

在培训持续的12个月中, 学生将能够访问这个课程的所有内容, 这将使你能够自我管理你的学习时间。

这将是一个独特而关键的教育旅程, 将成为你专业发展的决定性一步, 助你实现明显的飞跃。

模块1. 公司的领导力、道德和社会责任

1.1. 全球化与治理

- 1.1.1. 治理和公司治理
- 1.1.2. 企业公司治理的基本原则
- 1.1.3. 董事会在公司治理框架中的角色

1.2. 领导

- 1.2.1. 领导力一个概念性的方法
- 1.2.2. 公司领导力
- 1.2.3. 领导者在企业管理中的重要性

1.3. 跨文化管理

- 1.3.1. 跨文化管理理念
- 1.3.2. 对民族文化知识的贡献
- 1.3.3. 多元化管理

1.4. 管理发展和领导力

- 1.4.1. 管理发展的概念
- 1.4.2. 领导力的概念
- 1.4.3. 领导力理论
- 1.4.4. 领导风格
- 1.4.5. 领导力中的情报
- 1.4.6. 今天的领导力挑战

1.5. 商业道德

- 1.5.1. 道德与伦理
- 1.5.2. 商业道德
- 1.5.3. 公司的领导力和道德

1.6. 可持续发展

- 1.6.1. 可持续性和可持续发展
- 1.6.2. 2030 年议程
- 1.6.3. 可持续发展的公司

1.7. 企业社会责任

- 1.7.1. 企业社会责任的国际维度
- 1.7.2. 履行企业社会责任
- 1.7.3. 公司社会责任的影响及衡量

1.8. 负责任管理的系统和工具

- 1.8.1. RSC: 企业社会责任
- 1.8.2. 实施负责任管理战略的基本要素
- 1.8.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤
- 1.8.4. CSR工具和标准

1.9. 跨国公司与人权

- 1.9.1. 全球化、跨国企业和人权
- 1.9.2. 跨国公司面临国际法
- 1.9.3. 跨国公司有关人权的法律文书

1.10. 法律环境和 公司治理

- 1.10.1. 国际进出口法规
- 1.10.2. 知识产权和工业产权
- 1.10.3. 国际劳工法

模块2. 战略方向和管理 管理人员**2.1. 组织分析和设计**

- 2.1.1. 宏概念
- 2.1.2. 组织设计的关键因素
- 2.1.3. 组织的基本模型
- 2.1.4. 组织设计:类型学

2.2. 公司战略

- 2.2.1. 企业竞争战略
- 2.2.2. 增长策略:类型
- 2.2.3. 概念性框架

2.3. 规划和战略制定

- 2.3.1. 宏概念
- 2.3.2. 战略规划的要素
- 2.3.3. 策略制定:战略规划过程

2.4. 策略思维

- 2.4.1. 公司作为一个系统
- 2.4.2. 组织理念

2.5. 财务诊断

- 2.5.1. 财务诊断概念
- 2.5.2. 财务诊断的阶段
- 2.5.3. 财务诊断评估方法

2.6. 规划和战略

- 2.6.1. 战略计划
- 2.6.2. 战略定位
- 2.6.3. 公司的战略

2.7. 战略模型和模式

- 2.7.1. 宏概念
- 2.7.2. 战略模型
- 2.7.3. 战略模式:战略的五个P

2.8. 竞争战略

- 2.8.1. 竞争优势
- 2.8.2. 选择竞争战略
- 2.8.3. 根据战略时钟模型制定的战略
- 2.8.4. 根据工业部门的生命周期的战略类型

2.9. 策略方向

- 2.9.1. 战略的概念
- 2.9.2. 战略管理过程
- 2.9.3. 战略管理的方法

2.10. 战略实施

- 2.10.1. 指标系统和过程导向方法
- 2.10.2. 战略地图
- 2.10.3. 战略调整

2.11. 执行管理

- 2.11.1. 指令管理的概念框架
- 2.11.2. 管理 指示。董事会的角色和企业管理工具

2.12. 战略沟通

- 2.12.1. 人际沟通
- 2.12.2. 沟通技巧和影响力
- 2.12.3. 内部交流
- 2.12.4. 商业交流的障碍

模块3. 人事和人才管理

3.1. 组织行为

- 3.1.1. 组织行为
宏概念
- 3.1.2. 组织行为的主要因素

3.2. 组织中的人

- 3.2.1. 工作生活质量和心理幸福感
- 3.2.2. 工作团队和会议管理
- 3.2.3. 教练和团队管理
- 3.2.4. 平等和多样性管理

3.3. 战略人员管理

- 3.3.1. 战略管理和人力资源
- 3.3.2. 人员管理战略

3.4. 资源的演变 一个综合的愿景

- 3.4.1. 人力资源的重要性
- 3.4.2. 管理和指导人员的新环境
- 3.4.3. 战略性人力资源管理

3.5. 遴选、群体动力和人力资源招聘

- 3.5.1. 招聘和选拔方法
- 3.5.2. 招聘
- 3.5.3. 甄选过程

3.6. 基于能力的人力资源管理

- 3.6.1. 潜力分析
- 3.6.2. 薪酬政策
- 3.6.3. 职业/继任计划

3.7. 绩效评估和绩效管理

- 3.7.1. 绩效管理
- 3.7.2. 绩效管理:目标和过程

3.8. 培训管理

- 3.8.1. 学习的理论
- 3.8.2. 发现和保留人才
- 3.8.3. 游戏化和人才管理
- 3.8.4. 培训和专业陈旧

3.9. 人才管理

- 3.9.1. 积极管理的关键
- 3.9.2. 人才的概念起源及其在企业中的影响
- 3.9.3. 组织中的人才地图
- 3.9.4. 成这个和附加值

3.10. 人才和人事管理创新

- 3.10.1. 战略人才管理模式
- 3.10.2. 人才的识别、培训和发展
- 3.10.3. 忠诚度和保留率
- 3.10.4. 积极主动,勇于创新

3.11. 动机

- 3.11.1. 激励的这个质
- 3.11.2. 期望理论
- 3.11.3. 需求理论
- 3.11.4. 激励和经济补偿

3.12. 雇主品牌

- 3.12.1. 雇主品牌 恩 RR.HH.
- 3.12.2. 个人品牌 对于人力资源专业人士

3.13. 教练

- 3.13.1. 使用辅导进行人员发展
- 3.13.2. 教练模式和领域
- 3.13.3. 辅导学校
- 3.13.4. 教练辅导的行动和限制

3.14. 管理能力的发展

- 3.14.1. 什么是管理权力?
- 3.14.2. 能力要素
- 3.14.3. 知识
- 3.14.4. 管理技能
- 3.14.5. 管理者的态度和价值观
- 3.14.6. 管理技能

3.15. 时间管理

- 3.15.1. 益处
- 3.15.2. 时间管理不善的原因可能是什么?
- 3.15.3. 时间
- 3.15.4. 时间的幻象
- 3.15.5. 注意力和记忆力
- 3.15.6. 精神状态
- 3.15.7. 时间管理
- 3.15.8. 积极主动
- 3.15.9. 明确目标
- 3.15.10. 秩序
- 3.15.11. 教学

3.16. 更换管理层

- 3.16.1. 更换管理层
- 3.16.2. 变更管理流程的类型
- 3.16.3. 变革管理的阶段或阶段

3.17. 谈判和冲突管理

- 3.17.1. 谈判
- 3.17.2. 冲突管理
- 3.17.3. 危机管理

3.18. 沟通管理

- 3.18.1. 企业内外沟通
- 3.18.2. 通讯部门
- 3.18.3. 公司的传媒负责人Dircom 简介

3.19. 人力资源管理和PRL团队

- 3.19.1. 人力资源及设备管理
- 3.19.2. 预防职业危害

3.20. 生产力、吸引、保留和激活人才

- 3.20.1. 生产力
- 3.20.2. 吸引和保留人才的杠杆

3.21. 货币补偿对 vs非货币性

- 3.21.1. 金钱补偿VS物质补偿非货币的
- 3.21.2. 工资带模式
- 3.21.3. 非货币补偿模式
- 3.21.4. 工作模式
- 3.21.5. 企业沟通
- 3.21.6. 公司形象
- 3.21.7. 情绪化的薪酬

3.22. 人才与人力资源管理的创新

- 3.22.1. 组织创新
- 3.22.2. 人力资源部门的新挑战
- 3.22.3. 创新管理
- 3.22.4. 创新工具

3.23. 知识与人才管理

- 3.23.1. 知识与人才管理
- 3.23.2. 知识管理的实施

3.24. 数字时代的人力资源转型

- 3.24.1. 社会经济背景
- 3.24.2. 新的商业组织形式
- 3.24.3. 新的方法论

模块4 经济和财务管理

4.1. 经济环境

- 4.1.1. 宏观经济环境和国家金融体系
- 4.1.2. 金融机构
- 4.1.3. 金融市场
- 4.1.4. 金融资产
- 4.1.5. 金融部门的其他实体

4.2. 公司的融资

- 4.2.1. 资金来源
- 4.2.2. 融资成本的类型

4.3. 管理会计

- 4.3.1. 基这个概念
- 4.3.2. 公司资产
- 4.3.3. 公司负债
- 4.3.4. 公司净资产
- 4.3.5. 损益表

4.4. 从普通会计到成这个会计

- 4.4.1. 成这个计算的要素
- 4.4.2. 一般会计和成本会计的开支
- 4.4.3. 费用的分类

4.5. 信息系统和商业情报

- 4.5.1. 基这个原理和分类
- 4.5.2. 成这个分配阶段和方法
- 4.5.3. 成这个中心的选择和影响

4.6. 预算和管理控制

- 4.6.1. 预算模型
- 4.6.2. 资本预算
- 4.6.3. 运营预算
- 4.6.5. 财政部预算
- 4.6.6. 预算跟踪

4.7. 财务管理

- 4.7.1. 会计周转金和周转金需求
- 4.7.2. 资金运营需求计算
- 4.7.3. 信用管理

4.8. 企业税务责任

- 4.8.1. 基本税收概念
- 4.8.2. 企业税
- 4.8.3. 增值的税额
- 4.8.4. 与商业活动相关的其他税收
- 4.8.5. 企业作为国家工作的促进者

4.9. 企业的控制系统

- 4.9.1. 金融知识
- 4.9.2. 公司的资产负债表
- 4.9.3. 损益表
- 4.9.4. 现金流量表
- 4.9.5. 比率分析

4.10. 财务管理

- 4.10.1. 公司的财务决策
- 4.10.2. 财务部
- 4.10.3. 现金盈余
- 4.10.4. 与财务管理相关的风险
- 4.10.5. 财务管理 风险管理

4.11. 金融规划

- 4.11.1. 财务规划的定义
- 4.11.2. 财务规划中要采取的行动
- 4.11.3. 创建和制定企业战略
- 4.11.4. 现金流量表
- 4.11.5. 当前表

4.12. 企业财务战略

- 4.12.1. 企业战略和融资来源
- 4.12.2. 企业融资的金融产品

4.13. 宏观经济背景

- 4.13.1. 宏观经济背景
- 4.13.2. 相关经济指标
- 4.13.3. 宏观经济规模调控机制
- 4.13.4. 商业周期

4.14. 战略融资

- 4.14.1. 自筹资金
- 4.14.2. 自有资金增加
- 4.14.3. 混合资源
- 4.14.4. 通过中介机构融资

4.15. 货币和资这个市场

- 4.15.1. 货币市场
- 4.15.2. 固定收益市场
- 4.15.3. 可变收入市场
- 4.15.4. 外汇市场
- 4.15.5. 衍生品市场

4.16. 金融分析和规划

- 4.16.1. 资产负债表分析
- 4.16.2. 损益表分析
- 4.16.3. 盈利能力分析

4.17. 案例/问题的分析和解决

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

模块5. 业务和物流管理**5.1. 运营指导和管理**

- 5.1.1. 运营的作用
- 5.1.2. 运营对企业管理的影响
- 5.1.3. 运营策略简介
- 5.1.4. 运营局

5.2. 工业和物流组织

- 5.2.1. 工业组织
- 5.2.2. 后勤部

5.3. 生产结构和类型 (MTS、MTO、ATO、ETO等)

- 5.3.1. 生产体系
- 5.3.2. 生产策略
- 5.3.3. 库存管理系统
- 5.3.4. 生产指标

5.4. 采购结构和采购类型

- 5.4.1. 供应功能
- 5.4.2. 采购管理
- 5.4.3. 购买类型
- 5.4.4. 有效管理企业采购
- 5.4.5. 购买决策过程的阶段

5.5. 经济采购控制

- 5.5.1. 采购的经济影响
- 5.5.2. 成本中心
- 5.5.3. 预算编制
- 5.5.4. 预算与实际支出
- 5.5.5. 预算控制工具

5.6. 仓库作业控制

- 5.6.1. 库存控制
- 5.6.2. 定位系统
- 5.6.3. 库存管理技术
- 5.6.4. 存储系统

5.7. 战略采购管理

- 5.7.1. 经营策略
- 5.7.2. 策略计划
- 5.7.3. 采购战略

5.8. 供应链类型 (SCM)

- 5.8.1. 供应链
- 5.8.2. 供应链管理的好处
- 5.8.3. 供应链中的物流管理

5.9. 供应链管理

- 5.9.1. 供应链管理 (SCM) 的概念
- 5.9.2. 供应链的成这个和效率
- 5.9.3. 需求模式
- 5.9.4. 运营策略及变革

5.10. SCM与所有领域的相互作用

- 5.10.1. 供应链互动
- 5.10.2. 供应链互动。部件集成
- 5.10.3. 供应链集成的问题
- 5.10.4. 供应链4.0

5.11. 物流成本

- 5.11.1. 物流成这个
- 5.11.2. 物流成本问题
- 5.11.3. 成本优化物流

5.12. 物流链的盈利能力和效率: KPIS

- 5.12.1. 物流链
- 5.12.2. 物流链的盈利能力和效率
- 5.12.3. 物流链的盈利能力和效率指标

5.13. 流程管理

- 5.13.1. 流程管理
- 5.13.2. 基于流程的方法: 流程图
- 5.13.3. 流程管理的改进

5.14. 运输分销与物流

- 5.14.1. 供应链分布
- 5.14.2. 运输物流
- 5.14.3. 地理信息系统作为物流支持

5.15. 物流与客户

- 5.15.1. 需求分析
- 5.15.2. 需求和销售预测
- 5.15.3. 销售和运营规划
- 5.15.4. 参与式规划、预测和补货 (CPFR)

5.16. 国际物流

- 5.16.1. 出口和进口流程
- 5.16.2. 海关
- 5.16.3. 国际支付的形式和手段
- 5.16.4. 国际物流平台

5.17. 外包 操作数

- 5.17.1. 运营管理和外包
- 5.17.2. 在物流环境中实施外包

5.18. 运营竞争力

- 5.18.1. 运营管理
- 5.18.2. 运营竞争力
- 5.18.3. 运营策略与竞争优势

5.19. 质量管理

- 5.19.1. 内部客户端和外部客户端
- 5.19.2. 质量成这个
- 5.19.3. 持续改进和戴明哲学

模块6. 信息系统管理

6.1. 技术环境

- 6.1.1. 技术与全球化
- 6.1.2. 经济环境与技术
- 6.1.3. 技术环境及其对企业的影响

6.2. 商业中的信息系统和技术

- 6.2.1. 信息技术模式的发展
- 6.2.2. 组织和IT部门
- 6.2.3. 信息技术和经济环境

6.3. 公司战略和技术战略

- 6.3.1. 为客户和股东创造价值
- 6.3.2. IS/IT战略决策
- 6.3.3. 公司战略与技术和数字战略

6.4. 信息系统管理

- 6.4.1. 技术与信息系统的公司治理
- 6.4.2. 企业信息系统管理
- 6.4.3. 信息系统专家管理者:角色与职责

6.5. 信息系统的战略规划

- 6.5.1. 信息系统与企业战略
- 6.5.2. 信息系统的战略规划
- 6.5.3. 信息系统战略规划的阶段

6.6. 决策支持系统

- 6.6.1. 商业智能
- 6.6.2. 数据仓库
- 6.6.3. BSC或平衡计分卡

6.7. 探索信息

- 6.7.1. SQL:关系数据库基这个概念
- 6.7.2. 通讯与网络
- 6.7.3. 操作系统:标准化数据模型
- 6.7.4. 战略体系:OLAP、多维模型和 仪表盘 形象的
- 6.7.5. 数据库战略分析和报告组成

6.8. 企业商业智能

- 6.8.1. 数据的世界
- 6.8.2. 相关概念
- 6.8.3. 主要特点
- 6.8.4. 当今市场的解决方案
- 6.8.5. BI 解决方案的全局架构
- 6.8.6. BI 和数据科学中的网络安全

6.9. 新的经营理念

- 6.9.1. 为什么是BI?
- 6.9.2. 获取信息
- 6.9.3. 公司的不同部门的BI
- 6.9.4. 投资 BI 的理由

6.10. BI工具和解决方案

- 6.10.1. 如何选择最好的工具?
- 6.10.2. Microsoft Power BI、MicroStrategy 和 Tableau
- 6.10.3. SAP BI、SAS BI 和 Qlikview
- 6.10.4. Prometheus

6.11. 商业智能项目的规划和管理

- 6.11.1. 定义 BI 项目的第一步
- 6.11.2. 公司BI解决方案
- 6.11.3. 采取要求和目标

6.12. 企业管理应用

- 6.12.1. 信息系统与企业管理
- 6.12.2. 企业管理应用
- 6.12.3. Sistemas 企业资源规划 ERP

6.13. 数字转型

- 6.13.1. 数字化转型的概念框架
- 6.13.2. 数字化转型;关键要素、优点和缺点
- 6.13.3. 公司的数字化转型

6.14. 技术和趋势

- 6.14.1. 正在改变商业模式的技术领域的主要趋势
- 6.14.2. 主要新兴技术的分析

6.15. 外包 德蒂

- 6.15.1. 外包的宏观概念
- 6.15.2. 外包 IT 及其对业务的影响
- 6.15.3. 实施企业 外包项目的关键 你的

模块7. 商业管理、战略营销和企业传播**7.1. 商业管理**

- 7.1.1. 商业管理的概念框架
- 7.1.2. 业务战略和规划
- 7.1.3. 商业总监的角色

7.2. 营销

- 7.2.1. 营销的概念
- 7.2.2. 营销的基本要素
- 7.2.3. 公司的营销活动

7.3. 战略营销管理

- 7.3.1. 战略营销理念
- 7.3.2. 战略营销规划的概念
- 7.3.3. 战略营销规划过程的各个阶段

7.4. 数字和电子商务营销

- 7.4.1. 数字营销和电子商务的目标
- 7.4.2. 数字营销和媒体使用
- 7.4.3. 电子商务。一般背景
- 7.4.4. 电商类目
- 7.4.5. 电子商务的优点和缺点 与传统商业相比

7.5. 管理数字业务

- 7.5.1. 面对日益增长的媒体数字化的竞争战略
- 7.5.2. 设计和创建一个数字营销计划
- 7.5.3. 数字营销计划中的投资回报率分析

7.6. 数字营销以加强品牌

- 7.6.1. 提高品牌声誉的在线策略
- 7.6.2. 品牌内容和讲故事

7.7. 数字营销的策略

- 7.7.1. 确定数字营销战略
- 7.7.2. 数字营销战略工具

7.8. 吸引和信任客户的数字营销

- 7.8.1. 通过互联网的忠诚度和参与战略
- 7.8.2. 客户关系管理
- 7.8.3. 分区过大

7.9. 数字运动管理

- 7.9.1. 什么是数字广告活动?
- 7.9.2. 启动在线营销活动的步骤
- 7.9.3. 数字广告活动中的错误

7.10. 在线营销计划]

- 7.10.1. 什么是在线营销计划?
- 7.10.2. 创建在线营销计划的步骤
- 7.10.3. 拥有在线营销计划的优势

7.11. Blended marketing

- 7.11.1. 什么是混合营销?
- 7.11.2. 线上和线下营销的区别
- 7.11.3. 混合策略中需要考虑的方面 营销
- 7.11.4. 混合策略的特征 营销
- 7.11.5. 混合的推荐 营销
- 7.11.6. Blended 的优点 营销

7.12. 销售策略

- 7.12.1. 销售策略
- 7.12.2. 销售方式

7.13. 企业沟通

- 7.13.1. 概念
- 7.13.2. 组织沟通的重要性
- 7.13.3. 组织中的沟通类型
- 7.13.4. 组织中沟通的功能
- 7.13.5. 沟通的要素
- 7.13.6. 沟通问题
- 7.13.7. 通讯场景

7.14. 企业传播策略

- 7.14.1. 激励、社会行动、参与和人力资源培训方案
- 7.14.2. 内部沟通工具和支持
- 7.14.3. 内部沟通计划

7.15. 沟通和数字声誉

- 7.15.1. 在线声誉
- 7.15.2. 如何衡量数字声誉?
- 7.15.3. 在线声誉工具
- 7.15.4. 在线声誉报告
- 7.15.5. 品牌 在线的

模块8. 市场研究、广告和商业管理

8.1. 市场调查

- 8.1.1. 市场研究:历史渊源
- 8.1.2. 框架概念的分析与演变市场研究
- 8.1.3. 市场研究的关键要素和价值贡献

8.2. 定量研究方法和技术

- 8.2.1. 样这个量
- 8.2.2. 抽样调查
- 8.2.3. 定量技术的类型

8.3. 定性研究方法和技术

- 8.3.1. 定性研究的类型
- 8.3.2. 定性研究技术

8.4. 市场细分

- 8.4.1. 市场细分概念
- 8.4.2. 分段实用程序和要求
- 8.4.3. 消费市场细分
- 8.4.4. 产业市场细分
- 8.4.5. 细分策略
- 8.4.6. 基于营销组合标准的细分
- 8.4.7. 市场细分的方法

8.5. 研究项目管理

- 8.5.1. 市场研究是一个过程
- 8.5.2. 市场研究的规划阶段
- 8.5.3. 市场研究的实施阶段
- 8.5.4. 研究项目的管理

8.6. 国际市场研究

- 8.6.1. 国际市场研究
- 8.6.2. 国际市场研究过程
- 8.6.3. 二手资料在国际市场研究中的重要性

8.7. 可行性研究

- 8.7.1. 概念和实用性
- 8.7.2. 可行性研究大纲
- 8.7.3. 开展可行性研究

8.8. 宣传

- 8.8.1. 广告的历史背景
- 8.8.2. 广告的概念框架;原则、简报概念和定位
- 8.8.3. 广告公司、媒体机构和广告专业人士
- 8.8.4. 广告在商业中的重要性
- 8.8.5. 广告趋势与挑战

8.9. 制定营销计划

- 8.9.1. 营销计划的概念
- 8.9.2. 对形势的分析和诊断
- 8.9.3. 战略营销决策
- 8.9.4. 业务营销决策

8.10. 促销策略和商品销售

- 8.10.1. 整合营销传播
- 8.10.2. 广告传播计划
- 8.10.3. 作为一种沟通技巧的商品推销

8.11. 媒体策划

- 8.11.1. 媒体规划的起源和演变
- 8.11.2. 通讯手段
- 8.11.3. 媒体计划

8.12. 销售管理的基这个原理

- 8.12.1. 商务部的作用
- 8.12.2. 用于分析公司/市场商业竞争状况的系统
- 8.12.3. 企业商业计划系统
- 8.12.4. 主要竞争策略

8.13. 商业谈判

- 8.13.1. 商业谈判
- 8.13.2. 谈判中的心理问题
- 8.13.3. 主要交易方式
- 8.13.4. 谈判过程

8.14. 商业管理中的决策

- 8.14.1. 商业战略和竞争战略
- 8.14.2. 决策模式
- 8.14.3. 决策分析与工具
- 8.14.4. 决策中的人类行为

8.15. 指导和管理销售网络

- 8.15.1. 销售管理。销售管理
- 8.15.2. 服务于商业活动的网络
- 8.15.3. 销售人员的选择和培训政策
- 8.15.4. 自有和外部商业网络的薪酬体系
- 8.15.5. 商业流程的管理。基于信息的销售人员工作的控制和支持

8.16. 销售功能的实施

- 8.16.1. 雇佣内部销售人员和代理商
- 8.16.2. 销售预测
- 8.16.3. 销售人员的职业道德守则
- 8.16.4. 法规合规
- 8.16.5. 普遍接受的商业行为标准

8.17. 关键客户管理

- 8.17.1. 大客户管理的概念
- 8.17.2. E1 大客户经理
- 8.17.3. 大客户管理策略

8.18. 财务和预算管理

- 8.18.1. 盈利门槛
- 8.18.2. 销售预算。管理控制和年度销售计划
- 8.18.3. 战略业务决策的财务影响
- 8.18.4. 周期管理、轮换、盈利能力和流动性管理
- 8.18.5. 损益表

模块9. 创新和项目管理

9.1. 创新

- 9.1.1. 创新简介
- 9.1.2. 商业生态系统创新
- 9.1.3. 用于业务创新过程的仪器和工具

9.2. 创新战略

- 9.2.1. 战略情报和创新
- 9.2.2. 创新战略

9.3. Startups项目管理

- 9.3.1. 启动理念
- 9.3.2. 理念 精益创业
- 9.3.3. 初创公司的发展阶段
- 9.3.4. 项目经理在 初创公司中的角色

9.4. 商业模式的设计和验证

- 9.4.1. 商业模式的概念框架
- 9.4.2. 商业模式验证设计

9.5. 项目管理和指导

- 9.5.1. 项目管理和领导:发现创新企业项目的机会
- 9.5.2. 创新项目管理的主要阶段或阶段

9.6. 项目变更管理:培训管理

- 9.6.1. 变革管理理念
- 9.6.2. 变革管理流程
- 9.6.3. 变更的实施

9.7. 项目沟通管理

- 9.7.1. 项目沟通管理
- 9.7.2. 沟通管理的关键概念
- 9.7.3. 新趋势
- 9.7.4. 设备改造
- 9.7.5. 规划沟通管理
- 9.7.6. 管理通讯
- 9.7.7. 监控通讯

9.8. 传统和创新方法论

- 9.8.1. 创新方法
- 9.8.2. Scrum 的基本原则
- 9.8.3. Scrum和传统方法的主要方面之间的区别

9.9. 创建一个创业公司(纽约)

- 9.3.1. 创建一个创业公司(纽约)
- 9.3.2. 组织和文化
- 9.3.3. 初创公司失败的十大原因
- 9.3.4. 法律方面

9.10. 项目风险管理规划

- 9.10.1. 计划风险
- 9.10.2. 创建风险管理计划的要素
- 9.10.3. 创建风险管理计划的工具
- 9.10.4. 风险管理计划的内容

模块10. 执行管理**10.1. 一般管理**

- 10.1.1. 一般管理概念
- 10.1.2. 总经理的行动
- 10.1.3. 总干事和他的职能
- 10.1.4. 管理局工作的转型

**10.2. 经理和他或她的职能
组织文化及其方法**

- 10.2.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法

10.3. 业务管理

- 10.3.1. 领导力的重要性
- 10.3.2. 价值链
- 10.3.3. 质量管理

10.4. 公众演讲和发言人培训

- 10.4.1. 人际沟通
- 10.4.2. 沟通技巧和影响力
- 10.4.3. 沟通障碍

10.5. 个人和组织沟通的工具

- 10.5.1. 人际交往
- 10.5.2. 人际交往的工具
- 10.5.3. 组织内的沟通
- 10.5.4. 组织中的工具

10.6. 危机情况下的沟通

- 10.6.1. 危机
- 10.6.2. 危机的各个阶段
- 10.6.3. 信息：内容和时刻

10.7. 准备一个危机计划

- 10.7.1. 对潜在问题的分析
- 10.7.2. 教学
- 10.7.3. 工作人员是否充足

10.8. 情绪智力

- 10.8.1. 情绪智力和沟通
- 10.8.2. 自信、同理心和积极倾听
- 10.8.3. 自尊与情感沟通

10.9. 个人品牌

- 10.9.1. 发展个人品牌的策略
- 10.9.2. 个人品牌建设的法则
- 10.9.3. 建立个人品牌的工具

10.10. 领导力和团队管理

- 10.10.1. 领导力和领导风格
- 10.10.2. 领导者的能力和挑战
- 10.10.3. 变更流程管理
- 10.10.4. 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: **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”

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。

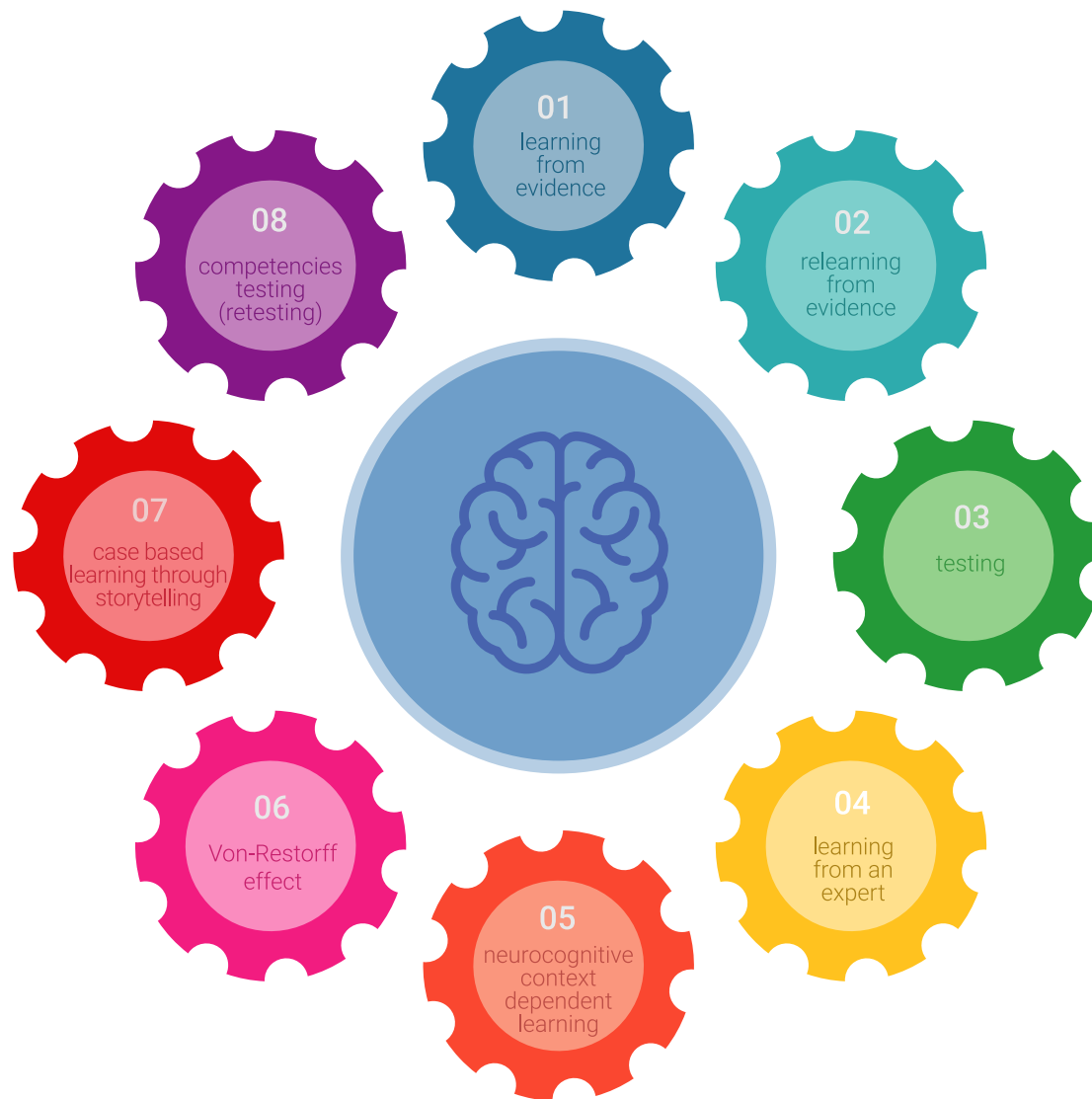
在特定情况下,专业人士应该怎么做?这就是我们在案例法中面临的问题,这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中,学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识,研究,论证和捍卫他们的想法和决定。

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。

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 Re-learning。

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。

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。



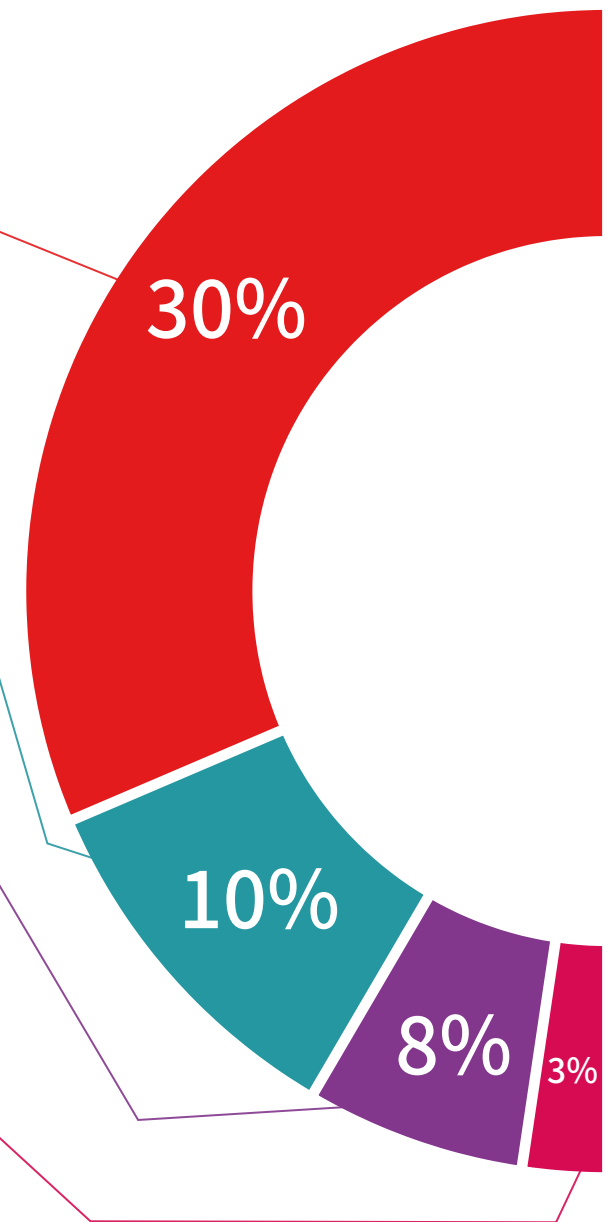
管理技能实习

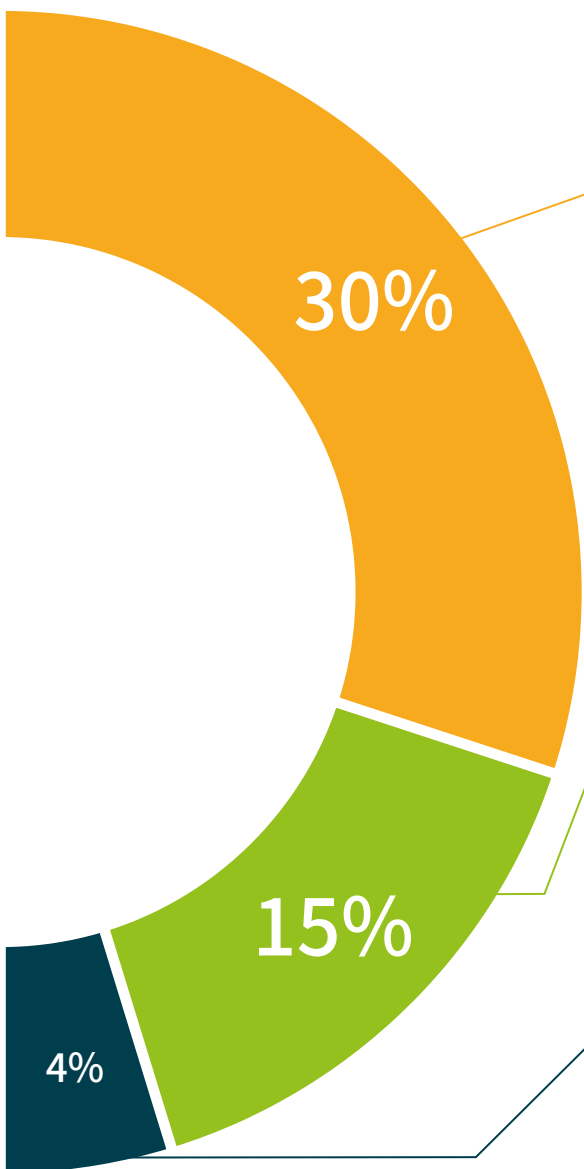
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

我们学生的特质

行政工商管理硕士 (CEO、首席执行官) 针对的是已完成行政和经济科学领域以下任何学位的毕业生、文凭持有者和大学毕业生。

不同学术背景和来自多个国籍的参与者的多样性构成了这个项目的跨学科取向。

拥有任何领域的大学学位并有两年工作经验的专业人士也可以参加该课程。
在首席执行官领域。





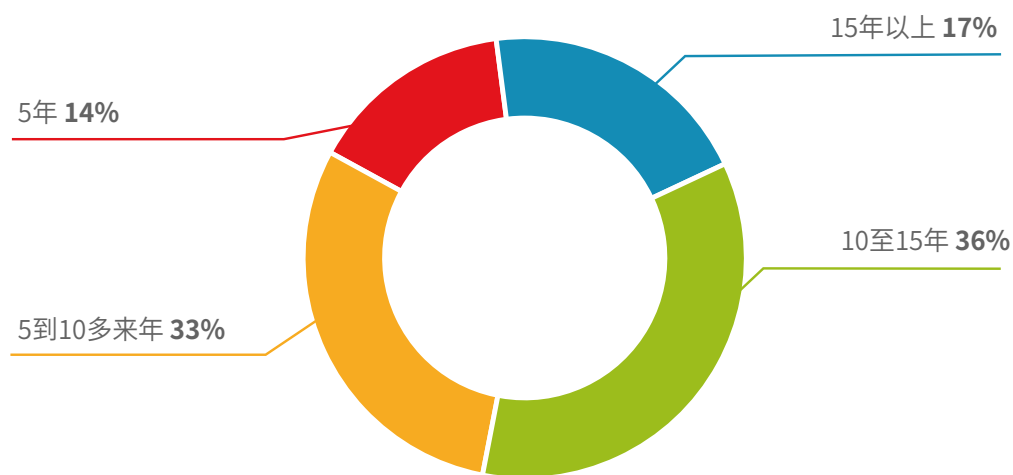
“

如果你是首席执行官并且希望改善你的
职业生涯, 这个项目就是为你准备的”

平均年龄

35岁至45岁之间

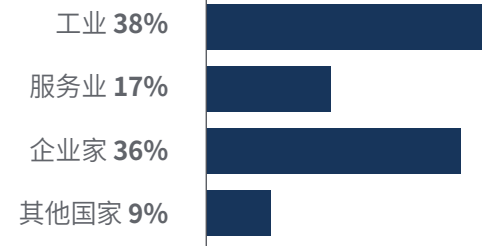
经验年限



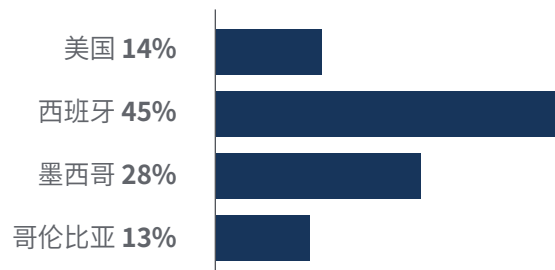
教育



学术概况



地域分布



Ignacio Fernández

总裁

我在这个 EMBA 课程中的经历是变革性的。在加入这个项目之前，我在公司担任领导职务，但我感到自己缺少一些东西，无法将我的愿景提升到下一个水平。该项目扩展了我对战略、财务和领导力等关键业务领域的理解。此外，获得独家资源的访问无价。作为首席执行官，我可以肯定地说，MBA 不仅推动了我的职业生涯，而且对我们的公司产生了积极影响。我会向任何渴望显着职业发展的人推荐这个项目。”

09

课程管理

该EMBA (CEO、首席执行官) 的教学团队由各个商业领域的高素质、经验丰富的专业人士组成。该学院的成员不仅拥有扎实的学术背景, 而且在商业领域拥有丰富的实践经验, 通常来自高管职位或商业咨询。此外, 其方法不仅基于理论, 而且基于商业概念的实际应用, 为学生提供直接适用于当前商业环境的完整培训。





“

依托具有高级管理经验的教师团队，涉及商业战略、全球趋势、创新和有效领导力的主题”

管理人员



Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña 先生

- 为公司提供国际商务和法律咨询的专家
- 特内里费岛城际交通国际区负责人
- 特内里费岛城际交通法律顾问
- AvalonBiz Consulting Group SL 法律经理
- 以数据保护为导向的课程培训师
- 拉古纳大学区域发展博士学位
- 拉拉古纳大学法学毕业生
- 胡安卡洛斯国王大学项目管理文凭
- 加那利群岛欧洲大学工商管理MBA



教师

González Peña, Alexis José 先生

- CajaSiete Caja Rural 金融领域总监
- 银行高级内部审计师
- Caja Insular de Ahorros de Canarias 高级内部审计员
- 德勤高级审计师经验
- 很高兴听到你拥有Las Palmas de Gran Canaria大学的工商管理学士学位!这是一个令人印象深刻的成就
- 金融研究中心颁发的税务和税务咨询高级硕士
- 在银行技术和实践高等学院获得金融管理和高级金融的行政高级硕士
- 国际金融分析师银行业财务规划和管理控制专家
- 国际金融分析师 (AFI) 的投资组合管理执行发展专家

10

对你事业的影响

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。





“

在你的职业生涯中产生积极的变化,这就是我们的挑战。我们将全力帮助你实现这一目标”

你准备好飞跃了吗? 卓越的职业提升在等着你

TECH 的 Executive MBA (CEO、首席执行官) 是一个强化课程, 帮助您做好准备面对 CEO 领域的商业挑战和决策。主要目的是有利于你的个人和职业成长。帮助你获得成功。

如果你渴望在专业领域取得积极的变革, 并与最优秀的人才互动, 这里绝对是你不可错过的宝地。

不要错过这个独特的机会, 立即报名参加这个首席执行官 (CEO, Chief Executive Officer) 的 Executive MBA 课程, 推动你的职业生涯。

您将拥有一个内容丰富的图书馆, 其中包含最具创新性的多媒体资源! 在TECH, 你会找到你所寻找的一切来提升自己。

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**26.24%**



11

对你公司的好处

这个课程通过对高级领导人进行辅导,帮助提升组织人才的能力,充分发挥其潜力。

此外,参与这个大学选项是一个独特的机会,可以进入一个强大的人脉网络,在这个网络中找到未来的合作伙伴、客户或供应商。



“

在数字时代,管理者必须整合新的流程和战略,引发重大变革和组织发展。只有通过大学的培训和更新才能做到这一点”

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。

12 学位

高管MBA (CEO, 首席执行官) 商学院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科技大学颁发的商学院校级硕士学位证书。



“

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**高管MBA(CEO, 首席执行官)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: **高管MBA(CEO, 首席执行官)商学院校级硕士**

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。



商学院校级硕士
高管MBA
(CEO, 首席执行官)

- » 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

商学院校级硕士 高管MBA (CEO, 首席执行官)

