

高管教育

商业和机构营销与战略





高管教育 商业和机构营销与战略

- » 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
- » 目标群体:毕业生和在部门领域有经验的专业人士。

网络访问: www.techtitute.com/cn/school-of-business/executive-development-program/marketing-business-institutional-strategy

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	我们的学生简介
	18	28	36
	08	09	10
	课程管理	职业影响	对贵公司的好处
	40	44	48
			11
			学位
			52

01 欢迎

制定任何成功的商业战略都需要营销领域的专家。该工作区围绕一套完整的营销工具展开,只有最全面的专业人士才能掌握。

通过商业和机构营销与战略综合课程,您将掌握这一重要发展领域专家的所有知识和技能:只有最优秀的人才能提供的精准掌握。



商业和机构营销与战略高管教育
TECH科技大学



“

掌握最先进的营销战略以及对您的职业生涯产生大影响的培训中的企业和机构战略”

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

这个课程旨在提高您在市场营销、商业和机构战略方面的技能，并培养对您的职业发展至关重要的新能力和新技能。课程结束后，您将能够以创新的视角和国际视野做出全球决策。



“

拥有国际经验、道德承诺和商业愿景是数字时代管理人员最需要的一些特征”

TECH将其学生的目标作为自己的目标。
我们一起工作你实现这些目标。

高管教育商业和机构营销与战略大学课程 将培养学生具备以下能力

01

了解数字战略、公司战略和技术战略的特点和特殊性

04

研究营销组合的运作

02

审查战略人力资源管理的所有必要方面

03

学习营销基础知识

05

了解如何在数字营销中实施营销策略

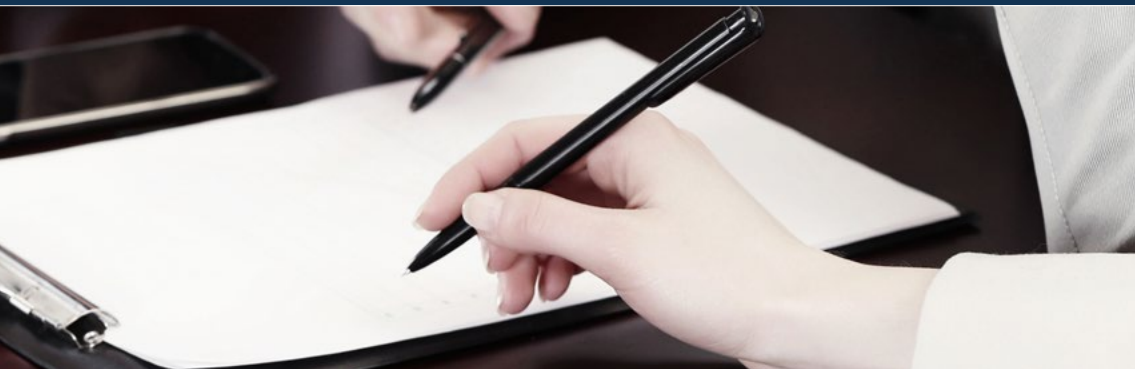


06

了解什么是呼入式营销及其运作方式 入站营销

08

了解如何管理营销团队和 社会业务



09

掌握内部沟通的基本要素

07

制定一个营销计划

10

制定机构交流战略

05 结构和内容

TECH 科技大学的营销和企业与机构战略高管发展课程是一项量身定制的课程, 采用 100% 在线授课的形式, 您可以根据自己的时间、日程安排和兴趣选择最合适的时间和地点。

该计划为期 6 个月, 旨在提供独特而刺激的经验, 为您的成功奠定基础。



“

你学习的内容非常重要。你获得的技能和能力是最重要的事情。你不会找到比这更完整的教学大纲，相信我们”

教学大纲

开设市场营销和企业与机构战略管理发展课程的目的,是让学生能够以强化和高效的方式掌握该领域的必要知识。一个改善你培训的机会,有教学市场上最有效的在线方法。理工学院让您有机会将这方面的知识融入到您的学术培训中。但是,通过本计划,您还将获得一种完全符合您的职业或个人生活的工作方式。

如果你想提高自己,在专业层面上实现积极的变化,通过有趣的网络世界与最优秀的人交流,并且属于新一代的专业人士,能够在世界任何地方开展工作,那么这可能就是你的出路。

在整个培训过程中,学员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。

市场营销和企业与机构战略管理发展课程的内容旨在促进技能的发展,以便在不确定的环境中做出更严谨的决策。

开设该课程的目的是让学生以强化和高效的方式掌握该领域的必要知识。一个改善你培训的机会,有教学市场上最有效的在线方法。理工学院让您有机会将这方面的知识融入到您的学术培训中。但是,通过本计划,您还将获得一种完全符合您的职业或个人生活的工作方式。

该课程为期 6 个月,分为 6 个模块:

模块1

公司和组织的管理和战略

模块2

战略和业务营销

模块3

企业沟通

模块4

组织:灰色管理与社会责任

模块5

营销和机构沟通

模块6

领导力和个人沟通



在哪里、什么时候、如何进行？

TECH 可提供完全在线的市场营销和企业与机构战略管理发展课程。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。

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.管理 公司和组织的管理和战略

1.1. 一般管理

- 1.1.1. 一般管理概念
- 1.1.2. 总干事的行动
- 1.1.3. 总干事和他的职能
- 1.1.4. 管理局工作的转型

1.2. 管理发展和领导力

- 1.2.1. 管理发展的概念
- 1.2.2. 领导力的概念
- 1.2.3. 领导力理论
- 1.2.4. 领导风格
- 1.2.5. 领导力中的情报
- 1.2.6. 今天的领导力挑战

1.3. 规划和战略

- 1.3.1. 战略中的计划
- 1.3.2. 战略定位
- 1.3.3. 公司的战略
- 1.3.4. 规划

1.4. 战略管理

- 1.4.1. 战略的概念
- 1.4.2. 战略管理过程
- 1.4.3. 战略管理的方法

1.5. 数字战略

- 1.5.1. 技术战略及其对数字创新的影响
- 1.5.2. 战略性IT规划
- 1.5.3. 战略和互联网

1.6. 公司战略

- 1.6.1. 公司战略的概念
- 1.6.2. 公司战略的类型
- 1.6.3. 确定公司战略的工具

1.7. 公司战略和技术战略

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

1.8. 战略实施

- 1.8.1. 指标体系和过程方法
- 1.8.2. 战略地图
- 1.8.3. 差异化和一致性

1.9. 财务管理

- 1.9.1. 部门的机会和威胁
- 1.9.2. 价值和价值链的概念
- 1.9.3. 情景分析、决策和应急规划

1.10. 战略人力资源管理

- 1.10.1. 工作设计、招聘和选拔
- 1.10.2. 培训和职业发展
- 1.10.3. 人员管理的战略方法
- 1.10.4. 设计和实施人事政策和做法

模块2.战略和业务营销**2.1. 营销基础**

- 2.1.1. 营销的概念
- 2.1.2. 市场营销的基本要素
- 2.1.3. 公司的营销活动

2.2. 营销管理

- 2.2.1. 营销管理的概念
- 2.2.2. 新的营销现实
- 2.2.3. 一个新的市场:消费者和公司的能力
- 2.2.4. 整体营销导向
- 2.2.5. 更新营销的4
- 2.2.6. 营销管理的任务

2.3. 战略营销的作用

- 2.3.1. 战略营销的概念
- 2.3.2. 战略营销规划的概念
- 2.3.3. 战略营销规划过程的各个阶段

2.4. 营销战略的层面

- 2.4.1. 营销策略
- 2.4.2. 营销策略的类型

2.5. 营销组合

- 2.5.1. 营销组合的概念
- 2.5.2. 产品战略
- 2.5.3. 价格策略
- 2.5.4. 分销策略
- 2.5.5. 沟通策略

2.6. 数字营销

- 2.6.1. 数字营销的概念
- 2.6.2. 数字营销中的营销策略

2.7. 内向型营销

- 2.7.1. 有效的内向型营销
- 2.7.2. 内向型营销的好处
- 2.7.3. 衡量内向型营销的成功

2.8. 制定营销计划

- 2.8.1. 营销计划的概念
- 2.8.2. 对形势的分析和诊断
- 2.8.3. 战略营销决策
- 2.8.4. 业务营销决策

2.9. 营销小组的管理

- 2.9.1. 营销团体
- 2.9.2. 建立营销小组
- 2.9.3. 管理营销小组的准则
- 2.9.4. 营销集团的未来

2.10. 社会商业

- 2.10.1. Web 2.0的战略愿景及其挑战
- 2.10.2. 融合机会和ICT趋势
- 2.10.3. 如何使Web 2.0和社会网络盈利
- 2.10.4. 移动性和数字业务

模块3.企业沟通

3.1. 组织中的交流

- 3.1.1. 组织、人和社会
- 3.1.2. 组织行为的历史演变
- 3.1.3. 双向沟通

3.2. 商务沟通的趋势

- 3.2.1. 公司内容的生成和分发
- 3.2.2. Web 2.0 中的业务通信
- 3.2.3. 沟通过程中的度量衡实施

3.3. 广告传播

- 3.3.1. 整合营销传播
- 3.3.2. 广告传播计划
- 3.3.3. 公司的战略
- 3.3.4. 作为一种沟通技巧的商品推销

3.4. 媒体效果

- 3.4.1. 商业和广告传播的有效性
- 3.4.2. 媒体效应的理论
- 3.4.3. 社会和共同创造的模式

3.5. 机构、媒体和网络渠道

- 3.5.1. 综合、创意和在线机构
- 3.5.2. 传统和新媒体
- 3.5.3. 在线渠道
- 3.5.4. 其他数字播放器

3.6. 危机情况下的沟通

- 3.6.1. 危机的定义和类型
- 3.6.2. 危机的各个阶段
- 3.6.3. 信息：企业内容和时刻

3.7. 沟通和数字声誉

- 3.7.1. 在线声誉报告
- 3.7.2. 社会网络中的网络礼节和良好做法
- 3.7.3. 品牌与网络 2.0

3.8. 内部交流

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

3.9. 品牌建设

- 3.9.1. 品牌及其功能
- 3.9.2. 品牌建设 (品牌)
- 3.9.3. 品牌架构

3.10. 综合性的沟通计划

- 3.10.1. 审计和诊断
- 3.10.2. 拟定沟通计划
- 3.10.3. 衡量结果：关键绩效指标和投资回报率

模块4.组织:灰色管理与社会责任**4.1. 组织设计**

- 4.1.1. 组织设计的概念
- 4.1.2. 组织结构
- 4.1.3. 组织结构设计的类型

4.2. 组织结构

- 4.2.1. 主要的协调机制
- 4.2.2. 部门和组织结构图
- 4.2.3. 权力和责任
- 4.2.4. 赋权

4.3. 企业社会责任

- 4.3.1. 社会承诺
- 4.3.2. 可持续的组织
- 4.3.3. 组织中的道德规范

4.4. 组织的社会责任

- 4.4.1. 组织中的企业社会责任管理
- 4.4.2. 对员工的企业社会责任
- 4.4.3. 可持续行动

4.5. 声誉管理

- 4.5.1. 企业声誉管理
- 4.5.2. 品牌声誉方法
- 4.5.3. 领导声誉管理

4.6. 声誉风险和危机管理

- 4.6.1. 倾听和管理观念
- 4.6.2. 程序、危机手册和应急计划
- 4.6.3. 在紧急情况下对发言人进行培训

4.7. 组织中的冲突

- 4.7.1. 人际冲突
- 4.7.2. 冲突的条件
- 4.7.3. 冲突的后果

4.8. 游说团和压力集团

- 4.8.1. 意见团体及其在公司和机构中的表现
- 4.8.2. 机构关系和游说
- 4.8.3. 干预领域、监管工具、战略和传播方式

4.9. 谈判

- 4.9.1. 跨文化谈判
- 4.9.2. 谈判的方法
- 4.9.3. 有效的谈判技巧
- 4.9.4. 结构调整

4.10. 企业品牌战略

- 4.10.1. 公共形象和利益相关者
- 4.10.2. 企业品牌战略和管理
- 4.10.3. 与品牌标识一致的企业传播策略

模块5.营销和机构沟通

5.1. 机构中的政治行动

- 5.1.1. 机构的概念
- 5.1.2. 机构和社会团体的类型
- 5.1.3. 机构行动

5.2. 机构营销

- 5.2.1. 机构市场:公民和实体
- 5.2.2. 机构报价
- 5.2.3. 公民满意度

5.3. 机构中的营销计划

- 5.3.1. 体制环境分析
- 5.3.2. 机构的目标
- 5.3.3. 战略和业务行动

5.4. 公共交流

- 5.4.1. 政治传播行为者
- 5.4.2. 正式的沟通方式。报刊和机构
- 5.4.3. 非正式的沟通方式。网络和舆论领袖

5.5. 机构传播战略

- 5.5.1. 机构信息内容
- 5.5.2. 机构交流目标
- 5.5.3. 主要沟通策略

5.6. 规划机构政治议程

- 5.6.1. 机构议程设置
- 5.6.2. 设计机构运动
- 5.6.3. 运动的目标群体

5.7. 政府通报:开放式政府

- 5.7.1. 开放政府的概念
- 5.7.2. 媒体
- 5.7.3. 信息的类型

5.8. 民主国家的政治传播

- 5.8.1. 民主社会中对信息的需求
- 5.8.2. 作为信息来源的机构
- 5.8.3. 媒体

5.9. 数字民主

- 5.9.1. 数字民主的概念
- 5.9.2. 互联网上的社会对话
- 5.9.3. 考虑到互联网使用要素的情景分析

5.10. 机构中的社会责任

- 5.10.1. 人权与社会责任
- 5.10.2. 气候变化和社会责任
- 5.10.3. 机构道德规范

模块6.领导力和个人沟通**6.1. 沟通与领导力**

- 6.1.1. 领导力和领导风格
- 6.1.2. 激励
- 6.1.3. 领导者的能力和技能2.0

6.2. 人际沟通

- 6.2.1. 身体语言
- 6.2.2. 自信的沟通
- 6.2.3. 访谈

6.3. 个人技能和影响力

- 6.3.1. 个人技能和影响力
- 6.3.2. 应力支配
- 6.3.3. 时间管理

6.4. 战略领导力

- 6.4.1. 领导模式
- 6.4.2. 教练
- 6.4.3. 辅导
- 6.4.4. 改革型领导

6.5. 公众演讲和发言人培训

- 6.5.1. 人际沟通
- 6.5.2. 沟通技巧和影响力
- 6.5.3. 个人交流的障碍

6.6. 组织中的权力

- 6.6.1. 组织中的权力
- 6.6.2. 结构性权力的来源
- 6.6.3. 政治策略

6.7. 管理职能和企业社会责任

- 6.7.1. 企业社会责任战略愿景
- 6.7.2. 实施企业社会责任的系统和模式
- 6.7.3. 企业社会责任的组织。角色和责任

6.8. 情绪智力

- 6.8.1. 情绪智力和沟通
- 6.8.2. 情绪智力和沟通
- 6.8.3. 自尊心和情感语言

6.9. 候选人的心理素质

- 6.9.1. 领导心理学
- 6.9.2. 政治家的人格类型学
- 6.9.3. 对理想候选人的期望

6.10. 个人品牌

- 6.10.1. 发展个人品牌的策略
- 6.10.2. 个人品牌建设的法则
- 6.10.3. 建立个人品牌的工具



一个独特的、关键的和决定性的培训经验，
以促进你的专业发展并实现明确的飞跃”

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

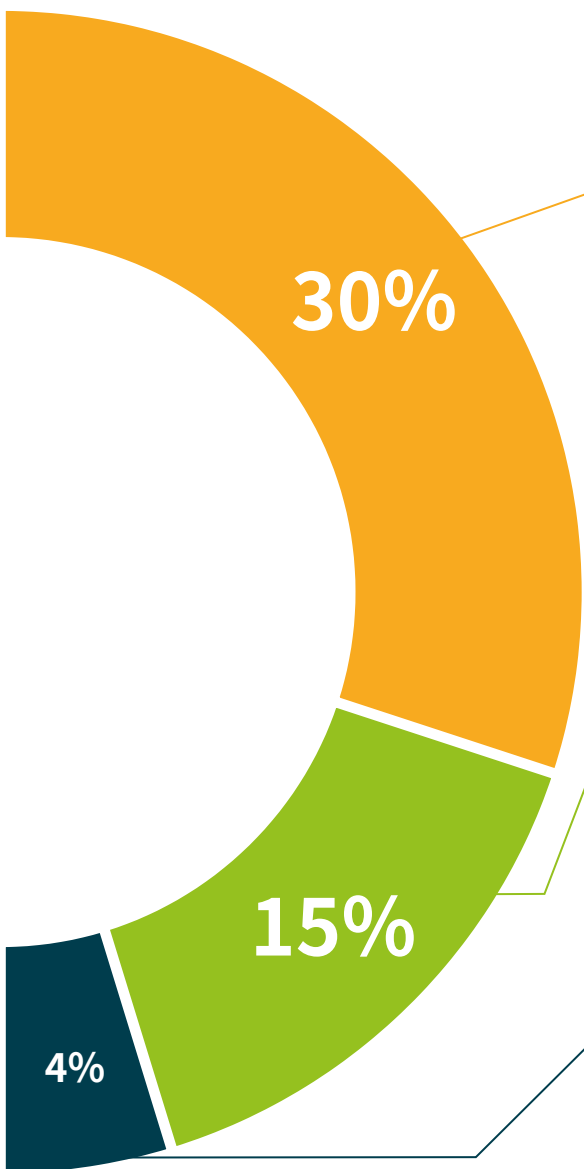
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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。



07

我们的学生简介

我们的商业和机构营销与战略高管教育面向新闻与传播专业的专业人士,他们希望更新知识,在职业生涯中不断进步。





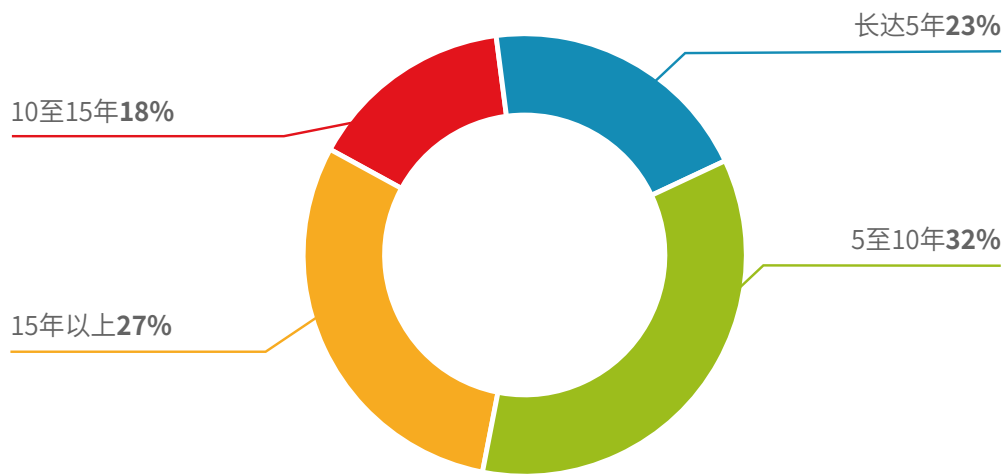
“

如果你想在继续工作的同时，在职业生涯中取得有趣的进步，这是为你准备的方案”

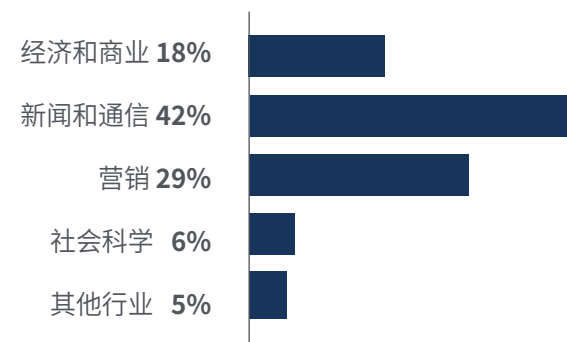
平均年龄

35岁至45岁之间

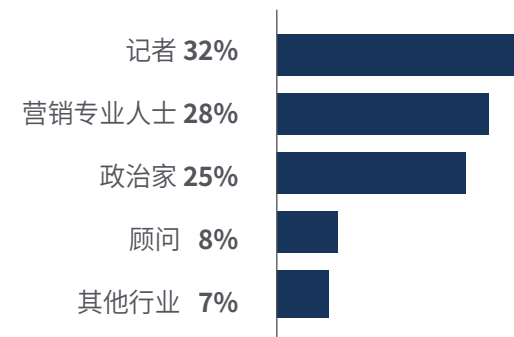
经验年限



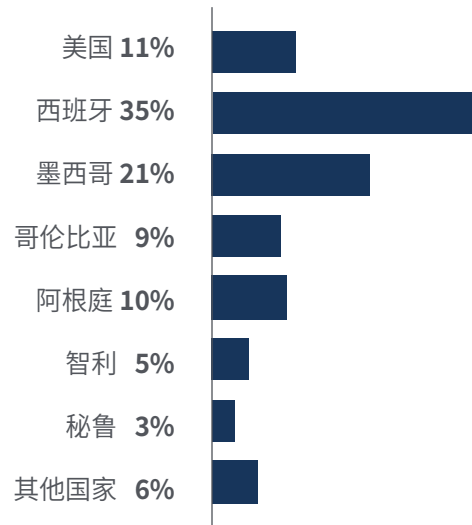
培训



学术概况



地域分布



Susana García Contreras

业务发展总监

“我无法学习我想要的市场营销专业,因为它无法与我的工作相结合。但是,我发现这个 PDD 简单而舒适,让我能够高效地完成它”

08 课程管理

在我们目前所面临的这种普遍的“红海”中，实施适当的营销和品牌战略是一件极其微妙的事情。因此，TECH 拥有一支高度专业化的顶级企业管理教师队伍。学生可以保证获得根据自己的教学经验编写的教学大纲，其中包含最新的、创新的实践和理论观点。



“

从商业和机构营销与战略方面的
专家教学团队的知识中获益, 为您的
价值主张提供独特的推动力”

管理人员



López Rausell, Adolfo 先生

- ◆ TECH.商学院院长
- ◆ 投资集团项目和市场研究的技术总监
- ◆ 瓦伦西亚社区创新俱乐部的管理层
- ◆ 瓦伦西亚大学经济学和商业研究学位
- ◆ 市场营销大学课程, ESEM商学院

MARKETING STRATEGY

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitatio ullamcorper sagittis diam ut a dignissim convallis inceptos. Duis autem vel eum irure tempor et faucibus, ut volutpat sed esse mollis tellus ac.



meeting
3:30 PM
meet
with John
2/1/18



09

职业影响

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。并以经过验证的效率来做到这一点。



“

在你的职业生涯中产生积极的变化, 这就是我们的挑战。我们完全致力于帮助你们实现这一目标”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

有了这种培训，你将能够在你的专业领域取得巨大进步，尽管毫无疑问，要做到这一点，你必须在不同领域进行投资，如经济、专业和个人领域。

然而，目标是改善他们的职业生活，为了做到这一点，有必要进行斗争。

由于这个培训计划，你将教育收到大量的工作机会，你将能够开始你的职业发展。

完成商业和机构营销与战略高管教育后，您将能够在专业领域取得进步。

改变的时候



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%**



10

对贵公司的好处

商业和机构营销与战略高管教育通过培训高级领导人才，帮助提高本组织的人才培养水平，使其发挥最大潜能。

参加该项目是一个独一无二的机会，可借此进入一个强大的联系网络，寻找未来的专业合作伙伴、客户或供应商。



“

在数字时代, 经理人将为公司带来新的概念、
战略和观点, 可以为组织带来本质的变化”

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

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

11 学位

商业和机构营销与战略高管教育除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的大学课程学位证书。



“

成功地完成这个学位,省去
出门或办理文件的麻烦”

这个**商业和机构营销与战略高管教育**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**的高管教育学位**。

TECH科技大学颁发的证书将表达在高管教育获得的资格, 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:**商业和机构营销与战略高管教育**

官方学时:**750小时**





高管教育 商业和机构营销与战略

- » 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

高管教育

商业和机构营销与战略

