

高管教育

公司和组织的战略营销与管理





高管教育 公司和组织的战 略营销与管理

- » 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.techtitute.com/cn/school-of-business/executive-development-program/strategic-marketing-management-companies-organizations

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的方案?	04 目标
4	6	10	14
	05 结构和内容	06 方法	07 我们学生的情况
	18	28	36
	08 课程管理	09 对你的职业生涯的影响	10 对贵公司的好处
	40	44	48
			11 学位
			52

01 欢迎

了解消费者对产品或服务的偏好对提高销售额至关重要。为此，有许多技术和工具，如战略营销与管理，可以让您发现市场机会，满足消费者需求。

TECH公司和组织的战略营销与管理高管教育的主要目标之一是促进您的个人和职业发展，帮助您在公司取得成功。



公司和组织的战略营销与管理高管教育
TECH科技大学



“

正直的、不灵活的和专制的经理人形象已经过时了。一个新的形象已经出现,更符合新的趋势,并因精通技术、积极倾听工人的意见和对工作进行自我批评而脱颖而出。并对自己的工作进行自我批评”

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:



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”



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。

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, 他们将能够以创新的视角和国际视野做出全球决策。



“

我们的主要目标之一是帮助你发展基本能力,以便从战略上管理的业务”

TECH将学生的目标纳入其中。
我们一起工作你实现这些目标。
公司和组织的战略营销与管理高管教育

01

定义企业管理的最新趋势发展

02

制定发展和提高个人和管理技能的计划

03

在复杂和不稳定的环境中制定决策战略

04

为公司制定营销计划



05

确定市场调研的类型, 并知道如何为公司采用最合适类型

06

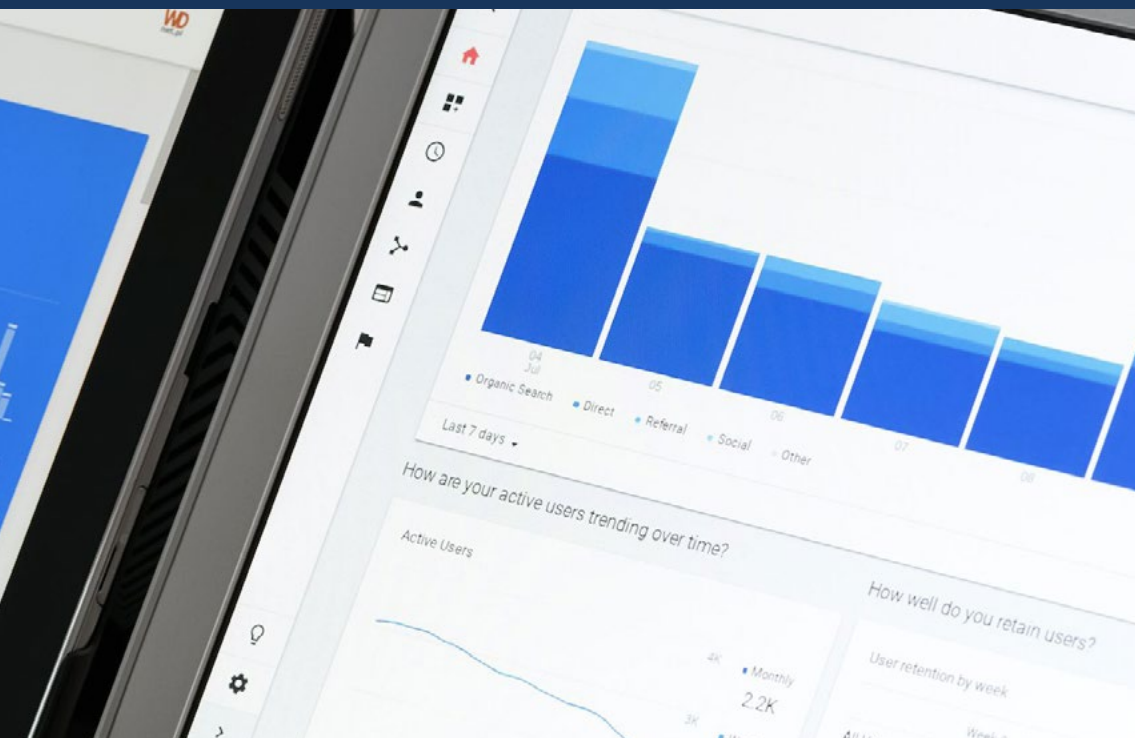
开发市场调研的主要技术

07

了解并掌如何应用主要数字工具进行市场分析和衡量

08

掌握管理和领导技能



05

结构和内容

公司和组织的战略营销与管理高管教育是一个量身定制的课程,以100%的在线形式授课,因此你可以选择最适合你的时间、日程和兴趣的时间和地点上课。

这是一个为期6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。



“

你学习什么是非常重要的。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

TECH科技大学的公司和组织的战略营销与管理高管教育是一个密集的课程, 学生提供面对国内和国际上的挑战和商业决策, 做好准备。

这个公司和组织的战略营销与管理高管教育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。

在整个750小时的培训中, 学生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。

这个公司和组织的战略营销与管理高管教育深入探讨公司的所有财务领域, 旨在培养从战略、国际和创新角度理解战略管理的管理人员。

一个研究设计的计划, 专注于你的专业提高, 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, 这将为你提供创造性和高效地解决关键情况的技能。

该方案为期6个月:分为5个内容模块:

模块1

公司和组织的管理和战略

模块2

战略营销原理

模块3

营销过程和变量

模块4

市场和客户管理

模块5

市场研究简介



在哪里、什么时候、如何进行？

TECH 提供完全在线的公司和组织的战略营销与管理高管教育课程在培训持续的6个月中, 学生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.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. 组织设计

- 1.2.1. 组织设计的概念
- 1.2.2. 组织结构
- 1.2.3. 组织结构设计的类型

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. 教学计划

1.4. 战略方向

- 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. 公司战略

- 1.5.1. 公司战略的概念
- 1.5.2. 公司战略的类型
- 1.5.3. 确定公司战略的工具

1.6. 数字化战略

- 1.6.1. 技术战略及其对数字创新的影响
- 1.6.2. 战略性IT规划
- 1.6.3. 战略和互联网

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. 竞争战略

- 1.8.1. 竞争战略概念
- 1.8.2. 竞争优势
- 1.8.3. 选择竞争策略
- 1.8.4. 根据战略时钟模型制定的战略
- 1.8.5. 根据工业部门生命周期的战略类型

1.9. 投资估值

- 1.9.1. 投资评估
- 1.9.2. 投资选择方法
- 1.9.3. 用于评估投资项目的其他工具

1.10. 社会业务

- 1.10.1. Web 2.0的战略愿景及其挑战
- 1.10.2. 融合机会和ICT趋势
- 1.10.3. 如何使Web 2.0和社会网络盈利?
- 1.10.4. 移动性和数字业务

模块2.战略营销原理

2.1. 营销基础知识

- 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. 营销战略的层面

- 2.2.1. 营销策略
- 2.2.2. 营销策略的类型

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. 数字营销

- 2.4.1. 数字营销的概念
- 2.4.2. 数字营销中的营销策略

2.5. 内向型营销

- 2.5.1. 有效的内向型营销
- 2.5.2. 内向型营销的好处
- 2.5.3. 衡量内向型营销的成功

2.6. 营销:从创意到市场

- 2.6.1. 营销过程
- 2.6.2. 创意作为商机
- 2.6.3. 营销,市场冲动

2.7. 心理学和消费者行为

- 2.7.1. 消费者行为研究
- 2.7.2. 影响消费者的内部和外部因素
- 2.7.3. 消费者决策过程
- 2.7.4. 消费主义、营销、道德与社会

2.8. 市场细分

- 2.8.1. 市场细分概念
- 2.8.2. 分段实用程序和要求
- 2.8.3. 消费市场细分
- 2.8.4. 产业市场细分
- 2.8.5. 细分策略
- 2.8.6. 基于营销组合标准的细分
- 2.8.7. 市场细分方法

2.9. 竞争地位

- 2.9.1. 市场定位理念
- 2.9.2. 定位过程

2.10. 社交营销

- 2.10.1. 社交营销
- 2.10.2. 对社会负责的营销
- 2.10.3. 社会事业营销

模块3.营销过程和变量**3.1. 制定营销计划**

- 3.1.1. 营销计划的概念
- 3.1.2. 对形势的分析和诊断
- 3.1.3. 战略营销决策
- 3.1.4. 业务营销决策

3.2. 营销组合

- 3.2.1. 营销组合的概念
- 3.2.2. 产品战略
- 3.2.3. 价格策略
- 3.2.4. 分销策略
- 3.2.5. 沟通策略

3.3. 产品管理

- 3.3.1. 产品分类
- 3.3.2. 分化
- 3.3.3. 设计
- 3.3.4. 奢华
- 3.3.5. 环境问题

3.4. 定价原则

- 3.4.1. 定价简介
- 3.4.2. 定价阶段

3.5. 分销渠道管理

- 3.5.1. 商业流通的概念和作用
- 3.5.2. 分销渠道的设计和管理

3.6. 广告传播

- 3.6.1. 整合营销传播
- 3.6.2. 广告传播计划
- 3.6.3. 作为一种沟通技巧的商品推销

3.7. 电子商务

- 3.7.1. 电子商务简介
- 3.7.2. 传统电商与电子商务的区别
- 3.7.3. 电子商务技术平台

3.8. 营销信息系统

- 3.8.1. 营销信息系统(MIS)的概念
- 3.8.2. 管理信息系统的特点
- 3.8.3. 管理信息系统中的信息
- 3.8.4. SIM的结构

3.9. 营销情报

- 3.9.1. 营销情报的概念
- 3.9.2. 营销情报的领域
- 3.9.3. 营销情报监控
- 3.9.4. 面板作为营销情报的信息来源

3.10. 品牌建设

- 3.10.1. 品牌和它的功能
- 3.10.2. 品牌建设(品牌)
- 3.10.3. 品牌架构

模块4.市场和客户管理**4.1. 营销管理**

- 4.1.1. 营销管理的概念
- 4.1.2. 新的营销现实
- 4.1.3. 一个新的市场:消费者和公司的能力
- 4.1.4. 整体营销导向
- 4.1.5. 更新营销的4
- 4.1.6. 营销管理的任务

4.2. 关系营销

- 4.2.1. 关系营销的概念
- 4.2.2. 客户是公司的资产
- 4.2.3. CRM 作为关系营销工具

4.3. 营销数据库

- 4.3.1. 营销数据库应用
- 4.3.2. 信息来源

4.4. 购买行为类型

- 4.4.1. 购买决策过程
- 4.4.2. 购买过程的各个阶段
- 4.4.3. 购买行为类型
- 4.4.4. 购买行为类型的特征

4.5. 以消费者为中心的营销

- 4.5.1. 以消费者为中心的营销简介
- 4.5.2. 客户细分
- 4.5.3. 最佳客户的营销策略

4.6. 物流与客户

- 4.6.1. 需求分析
- 4.6.2. 需求和销售预测
- 4.6.3. 销售和运营规划

4.7. 忠诚度流程

- 4.7.1. 全面的客户知识
- 4.7.2. 忠诚度流程
- 4.7.3. 客户价值

4.8. 了解市场和消费者

- 4.8.1. 开放式创新(Open Innovation)
- 4.8.2. 竞争情报
- 4.8.3. 竞争经济

4.9. 社会网络

- 4.9.1. 谈话时代的组织
- 4.9.2. Web 2.0是以人为中心的
- 4.9.3. 数字环境和新的通信格式

4.10. 社交媒体平台

- 4.10.1. 综合类、专业类和微博类平台
- 4.10.2. 视频、图像和移动平台

模块5. 市场研究简介

5.1. 营销研究基础

- 5.1.1. 营销和市场研究概念
- 5.1.2. 市场研究效用
- 5.1.3. 营销研究的伦理

5.2. 市场研究应用

- 5.2.1. 研究对管理者的价值
- 5.2.2. 决定考察市场的因素
- 5.2.3. 市场调研的主要目标

5.3. 营销研究的类型

- 5.3.1. 探索性研究
- 5.3.2. 描述性调查
- 5.3.3. 因果调查

5.4. 信息类型

- 5.4.1. 细化: 主要和次要
- 5.4.2. 质性
- 5.4.3. 数量性

5.5. 营销研究机构

- 5.5.1. mer内部研究部
- 5.5.2. 研究外包
- 5.5.3. 决策因素: 内部与外部

5.6. 研究项目管理

- 5.6.1. 营销研究作为一个过程
- 5.6.2. 营销研究中的计划阶段
- 5.6.3. 市场调研的执行阶段
- 5.6.4. 研究项目的管理

5.7. 办公室的研究

- 5.7.1. 内阁研究的目标
- 5.7.2. 二手信息来源
- 5.7.3. 内阁研究的结果

5.8. 实地工作

- 5.8.1. 获取主要信息
- 5.8.2. 获取信息的组织
- 5.8.3. 面试官的控制

5.9. 网上市场调查

- 5.9.1. 在线市场的定量研究工具
- 5.9.2. 动态定性客户研究工具

5.10. 市场调研提案

- 5.10.1. 目标和方法
- 5.10.2. 截止日期
- 5.10.3. 预算



“

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

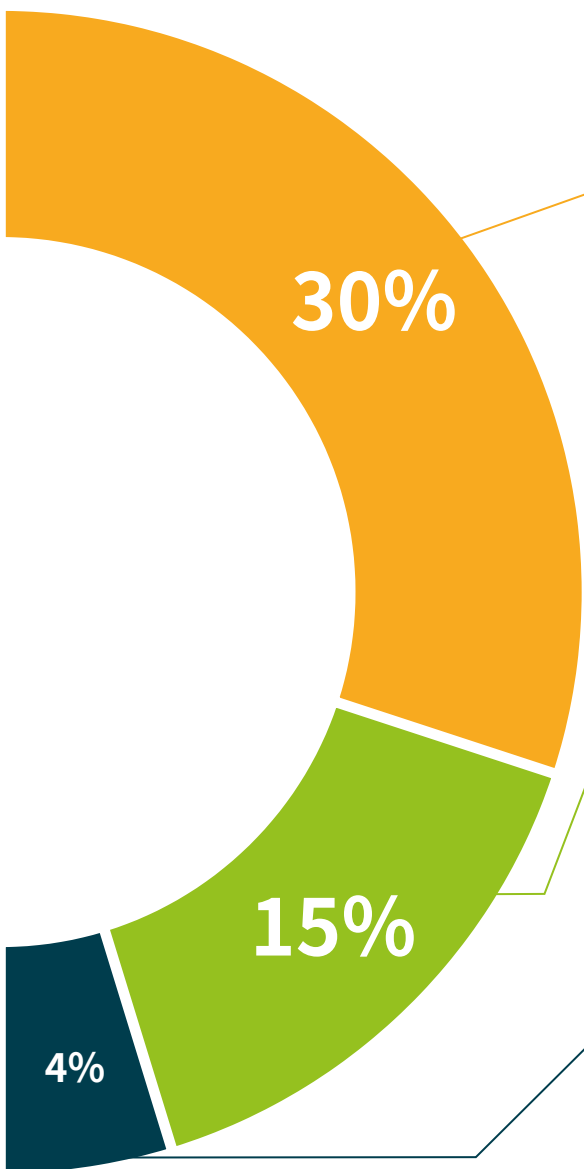
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

我们学生的情况

公司和组织的战略营销与管理高管教育针对具有的战略营销与管理至少四年专业经验的人, 他们希望转变自己的职业并将其导向商业管理。

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。





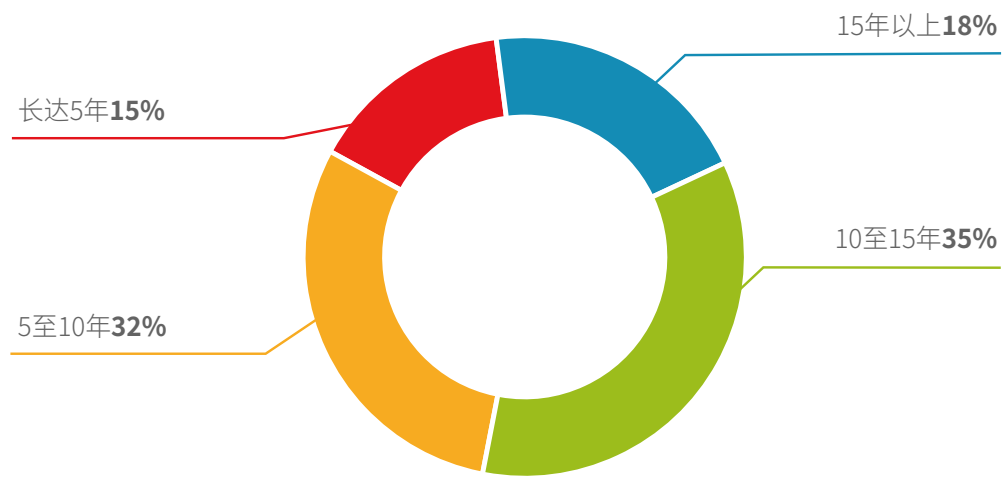
“

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”

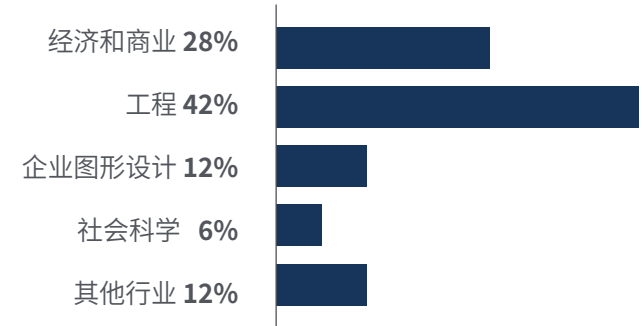
平均年龄

35岁至45岁之间

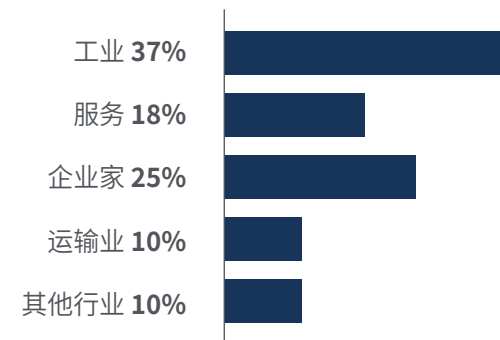
经验年限



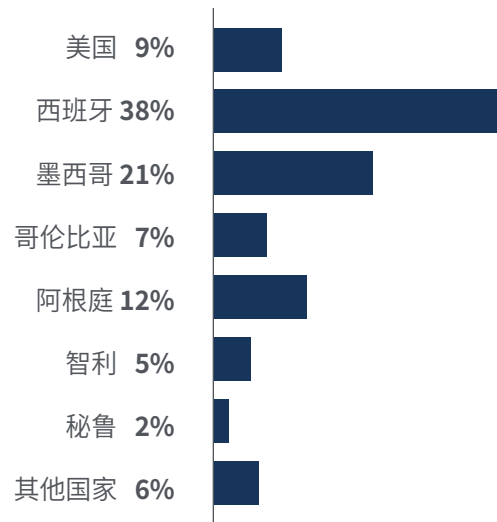
培训



学术概况



地域分布



Manuela Ortega

公司董事

”尽管我很想这样做,但考虑参加公司和组织战略营销与管理专业的高管教育并不容易,而当你必须把它与你的职业活动和家庭生活结合起来时,就更不容易了。然而 TECH大学的课程为我提供了这样的可能性。优秀的教师团队让我的学习经历更加丰富。主要得益于此,今天我已成为一家大型通信公司的总监,在这个新岗位上,我满怀激情,尽心尽力。简而言之,是对已采取行动的改变”

08

课程管理

本课程的教学人员包括企业税务咨询方面的顶尖专家,他们将多年的工作经验带到了本课程中。他们还参与了课程的设计和准备工作,为学生提供广泛的最新有效信息。因此,对于商业领域的专业人士来说,这是一种独特而又极富营养的学术体验。





“

我们拥有一支经验丰富的教师队伍，
他们将帮助您成为该领域的专家”

管理人员



López Rausell, Adolfo 先生

- ◆ Investgroup 商业和研究技术员
- ◆ Alcoworking 营销顾问
- ◆ 巴伦西亚社区创新俱乐部经理
- ◆ 瓦伦西亚大学经济与商业科学专业毕业生
- ◆ ESEM 商学院市场营销文凭
- ◆ 成员: AECTA (董事会沟通成员)、AINACE (董事会成员)、Club Marketing Valencia



09

对你的职业生涯的影响

我们知道,采取这种性质的方案涉及巨大的经济、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。





“

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

TECH科技大学的公司和组织的战略营销与管理高管教育是一个密集的课程，学生提供面对国内和国际上的挑战和商业决策，做好准备。其主要目标是促进您的个人和职业发展：帮助您取得成功。

如果您想提高自己，在职业层面上做出积极的改变，并与最优秀的人交流，这里就是您的理想之地。

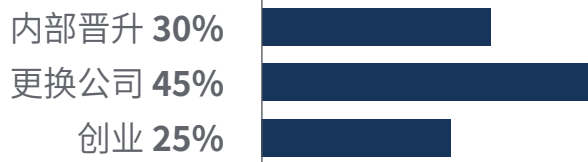
千万不要错过与我们一起进行自我教育的机会，你会发现你将获得梦寐以求的进步。

如果您想在自己的职业生涯中做出积极的改变，公司和组织中的战略营销与管理高管发展课程将帮助您实现这一目标。

改变的时候到



改变的类型



工资提高



10

对贵公司的好处

公司和组织的战略营销与管理高管教育有助于通过高水平领导人的专业化,将组织的人才提高到最大潜力。

参加这个公司和组织的战略营销与管理高管教育是一个独特的机会,可以进入一个强大的联系网络,在其中找到未来的专业合作伙伴、客户或供应商。



“

之间的你将为公司带来新的概念、战略和观点，能给组织带来重大变化”

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

之间的你将为公司带来新的概念,战略和观点,能给组织带来重大变化。

02

留住高潜力的管理人员,防止人才流失

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

之间的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

经理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

该高管教育高管教育将使您的经理人具备接受新挑战的技能, 从而推动组织的发展。

11 学位

公司和组织的战略营销与管理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科技大学颁发的高管教育学位证书。



“

成功地完成这个学位,省去
出门或办理文件的麻烦”

这个公司和组织的战略营销与管理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:公司和组织的战略营销与管理高管教育

官方学时:750小时





高管教育 公司和组织的战 略营销与管理

- » 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

公司和组织的战略营销与管理

