

专科文凭 市场调查



tech 科学技术大学

专科文凭 市场调查

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线
- » 针对的学生:毕业生和在该部门有明显经验的专业人员

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-market-research

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 结构和内容	06 方法	07 我们学生的情况
	18	24	32
	08 课程管理	09 对你的职业生涯的影响	10 对贵公司的好处
	36	42	46
			11 学位
			50

01 欢迎

如今,对公司来说,分析消费者行为以及市场的特点和需求是极其重要的,以便根据该行业的需求制定战略并做出商业和销售决策。由于这个课程,学生将获得必要的技能,对公司和购买习惯进行分析和诊断,目的是使商业活动适应市场需求,在短时间内为公司实现指数级增长。通过这种方式,你将能够获得那些非常需要高素质和有价值的专业人士的管理职位。



市场调查专科文凭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:



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

该课程设计的主要目的是为从事商业活动实施的商业专业人员提供卓越的培训，他们必须进行市场研究，使他们能够深入了解消费者和竞争情况。通过这种方式，他们将能够在日常工作中更加有效地执行其商业战略，取得更大的收益。



“

根据客户情况定制营销活动将使其更加有效”

TECH将学生的目标纳入其中。
我们一起工作你实现这些目标。
市场调查专科文凭将培训学生：

01

制定和领导更有效的市场研究战略, 以取得更好的结果

02

分析用户的购买行为类型, 以定制活动并使其更加有效

03

为开展复杂的市场研究项目制定准则





04

描述收集和分析数据的新方法, 以建立更有针对性的目标客户市场研究

05

发展必要的技能, 以正确地划分市场, 并根据这种划分确定活动的目标

06

进行市场研究, 了解竞争, 制定差异化战略

05

结构和内容

市场调查专科文凭是一个专门为从事商业活动管理的专业人士开设的课程。为此,在6个月的时间里,他们将学习与这一行动领域相关的所有领域的一流学术课程,这将使他们在短时间内提高自己的技能,达到当今公司所需要的能力水平。



“

了解市场将使你能够将你的商业战略
瞄准对你的产品真正感兴趣的受众”

教学大纲

本课程的设计有一个明确的目的:为学生提供最良好的培训,使他们能够进行深入的市场分析和公司的战略,以达到最高的成功水平。

为此,我们提供了一个高学术水平的课程,在这个课程中,他们将能够找到这个行动领域的所有相关信息,从市场分析本身,到大数据或客户关系管理。因此,通过大量的理论内容和实践练习,学生可以获得在该领域工作的真实想法。

一个以100%在线形式提供的强度很大的课程,这无疑将提供一个巨大的优势,即能够在世界任何地方,在最适合每个人的时间学习,并能够将其与其他日常义务相结合。一个了解学生需求的课程,但最重要的是,它旨在满足当前社会对学术质量的要求。为此,它拥有该领域最负盛名的教学团队,并根据该领域的主要发展情况全面更新内容。

这个专科文凭的学习时间为6个月,分为4个模块:

模块1	市场调查市场调查
模块2	客户关系管理
模块3	数据科学与大数据
模块4	网络分析和营销分析



在哪里, 什么时候, 如何进行?

TECH提供了完全在网上发展这个市场调查专科文凭的可能性。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. 市场调查

1.1. 营销基础知识

- 1.1.1. 主要定义
- 1.1.2. 基本概念
- 1.1.3. 营销概念的进化

1.2. 营销:从创意到市场

- 1.2.1. 营销的概念和范围
- 1.2.2. 营销维度
- 1.2.3. 营销3.0。

1.3. 新的竞争环境

- 1.3.1. 技术创新和经济影响
- 1.3.2. 知识社会
- 1.3.3. 新的消费者档案

1.4. 定量研究方法和技术

- 1.4.1. 变量和量表测量尺度
- 1.4.2. 信息来源
- 1.4.3. 抽样技术
- 1.4.4. 数据处理与分析

1.5. 定性的研究方法和技术

- 1.5.1. 直接技术:焦点小组
- 1.5.2. 人类学技术
- 1.5.3. 间接技巧:
- 1.5.4. 二面镜与德尔菲法

1.6. 市场细分

- 1.6.1. 市场类型
- 1.6.2. 需求概念与分析
- 1.6.3. 细分和标准
- 1.6.4. 目标受众定义

1.7. 购买行为的类型

- 1.7.1. 复杂的行为
- 1.7.2. 减少不和谐行为
- 1.7.3. 不同的搜索行为
- 1.7.4. 习惯性购买行为

1.8. 营销信息系统

- 1.8.1. 营销信息系统的概念方法
- 1.8.2. 数据仓库和数据挖掘
- 1.8.3. 地理信息系统

1.9. 研究项目管理

- 1.9.1. 信息分析工具
- 1.9.2. 制定期望管理计划
- 1.9.3. 项目可行性评估

1.10. 营销情报

- 1.10.1. 大数据
- 1.10.2. 用户体验
- 1.10.3. 技术的应用

模块2 客户关系管理

2.1. 了解市场和消费者

- 2.1.1. 开放创新
- 2.1.2. 竞争情报
- 2.1.3. 共享经济

2.2. CRM 和关系营销

- 2.2.1. 经营理念或战略方向
- 2.2.2. 客户识别和差异化
- 2.2.3. 公司及其利益相关者
- 2.2.4. 客户服务

2.3. 数据库营销和客户关系管理

- 2.3.1. 数据库营销应用
- 2.3.2. 法律法规
- 2.3.3. 信息来源, 存储和处理

2.4. 心理学和消费者行为

- 2.4.1. 消费者行为研究
- 2.4.2. 内部和外部消费者因素
- 2.4.3. 消费者决策过程
- 2.4.4. 消费主义, 社会, 营销和道德

2.5. 客户关系管理管理领域

- 2.5.1. 客户服务
- 2.5.2. 销售队伍管理
- 2.5.3. 客户服务

2.6. 以消费者为中心的营销

- 2.6.1. 分割
- 2.6.2. 盈利能力分析
- 2.6.3. 客户忠诚度策略

2.7. CRM管理技术

- 2.7.1. 直销
- 2.7.2. 多渠道整合
- 2.7.3. 病毒式营销

2.8. 实施CRM的优点和危险

- 2.8.1. CRM, 销售和成本
- 2.8.2. 客户满意度和忠诚度
- 2.8.3. 技术实施
- 2.8.4. 战略和管理错误

模块 3. 数据科学与大数据**3.1. 数据科学与大数据**

- 3.1.1. 大数据和数据科学对商业战略的影响
- 3.1.2. 命令行简介
- 3.1.3. 数据科学问题及解决方案

3.2. 数据黑客语言

- 3.2.1. SQL数据库
- 3.2.2. Python简介
- 3.2.3. R程序

3.3. 统计数据

- 3.3.1. 统计学概论
- 3.3.2. 线性回归和逻辑回归
- 3.3.3. 主成分分析和聚类

3.4. 机器学习

- 3.4.1. 模型的选择和正则化
- 3.4.2. 随机树和森林
- 3.4.3. 自然语言处理

3.5. 大数据

- 3.5.1. Hadoop
- 3.5.2. Spark
- 3.5.3. 推荐系统和协同过滤

3.6. 数据科学的成功案例

- 3.6.1. 通过RFM模型进行客户细分
- 3.6.2. 实验设计应用程序
- 3.6.3. 供应链价值: 预测
- 3.6.4. 商业智能

3.7. 大数据中的混合架构

- 3.7.1. 拉姆达架构
- 3.7.2. 卡帕建筑
- 3.7.3. Apache Flink 和实际实现
- 3.7.4. 亚马逊网络服务

3.8. 云端大数据

- 3.8.1. AWS: Kinesis
- 3.8.2. AWS: DynamoSDB
- 3.8.3. 谷歌云计算
- 3.8.4. Google BigQuery

模块4. 网络分析和营销分析**4.1. 网络分析**

- 4.1.1. 网络分析的基本原理
- 4.1.2. 古典媒体VS数字媒体
- 4.1.3. 网络分析员的基本方法

4.2. 谷歌分析

- 4.2.1. 设立账户
- 4.2.2. 跟踪 API JavaScript
- 4.2.3. 自定义报告和细分

4.3. 定性分析

- 4.3.1. 网络分析中应用的研究技术
- 4.3.2. 客户旅程
- 4.3.3. 购买漏斗

4.4. 数字化指标

- 4.4.1. 基本指标
- 4.4.2. 比率
- 4.4.3. 设定目标和关键绩效指标

4.5. 招聘和营销分析

- 4.5.1. ROI
- 4.5.2. ROAS
- 4.5.3. CLV



应用主要的数字分析工具
进行你的市场投资”

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

我们学生的情况

市场调查专科文凭是一个针对与销售和市场领域相关的专业人士的课程,他们正在寻找一个更好的职业发展机会。这些学生了解在整个工作生涯中继续学习的重要性,以促进他们的职业生涯,并在这所大学找到了他们迫切需要的学术资源。





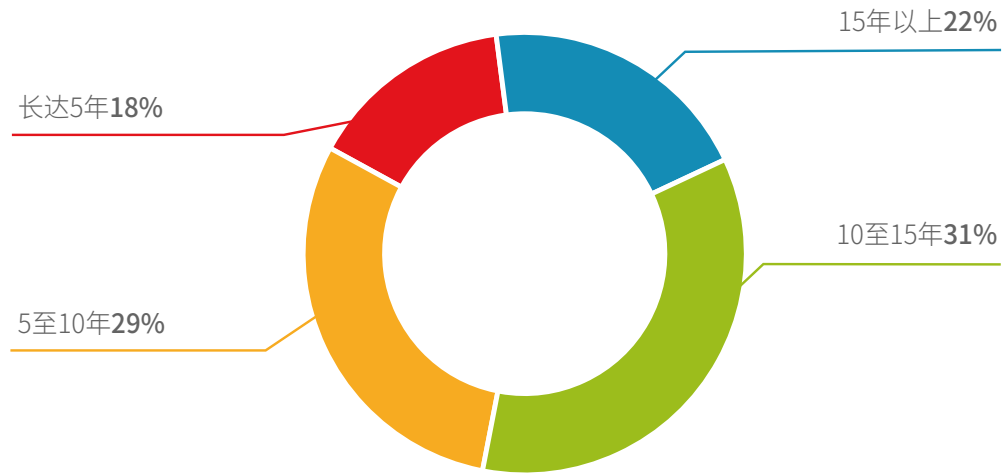
“

如果你有商业部门的经验,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”

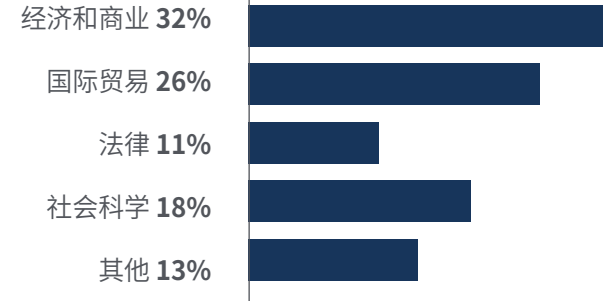
平均年龄

35岁至45岁之间

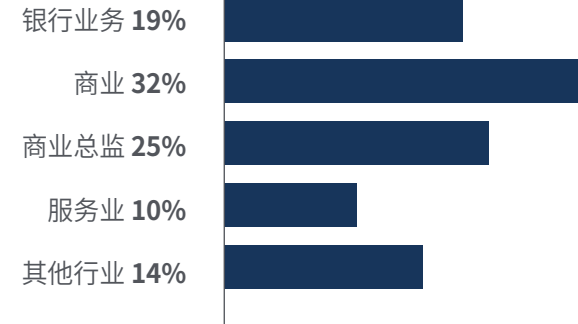
经验年限



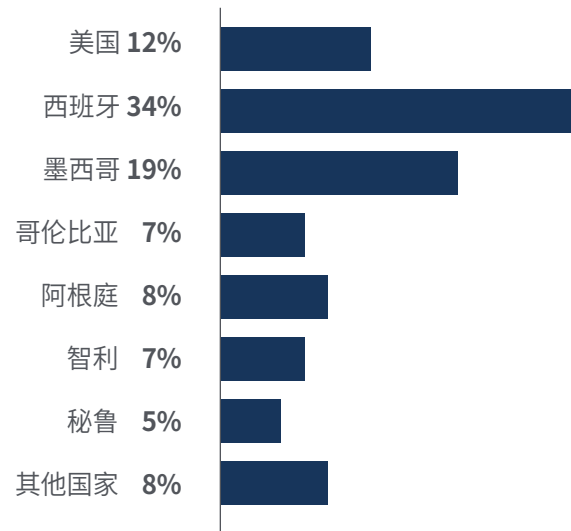
培训



学术概况



地域分布



Sara María Urquiza

市场营销总监

"学术内容和教学人员背景的结合使大学市场营销研究专家成为专业和个人发展的关键工具。我对所有教员的质量和敬业精神感到惊喜"

08 课程管理

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。而且,为了做到这一点,我们把所有的工具都交给你使用,以便你能够获得你所需要的培训。



“

我们希望帮助你实现你所寻求的职业转变, 为此, 我们以最优惠的价格为你提供高质量的方案”

国际客座董事

Aric Rindfleisch 博士在营销和创新领域享有国际声誉。此外,他还专注于关键领域如3D打印、新产品开发和消费者价值的研究。

他曾担任伊利诺伊州制造实验室的营销总裁和执行董事,这是全球第一个商学院3D打印实验室。在这里,他致力于为教师和学生提供必要的知识和资源,使他们能够领先于新兴的Maker运动,教授用户如何设计、制造和销售物理产品。

他的职业生涯以卓越的奉献精神和丰富的经验为特征。例如,他在J. Walter Thompson Japan的客户管理部门工作,这段经历使他深入了解了企业界和市场动态。此外,他还在康涅狄格河谷医院的医院管理部门工作,获得了管理和领导方面非常有用的技能。

除了研究之外,他在编辑领域也有重要贡献,担任过编辑委员会成员,并担任与营销、消费者心理学和供应链管理相关的知名杂志的编辑。此外,他的教学卓越获得了多个奖项的认可,包括被《普林斯顿评论》列为“美国最佳300名教授”之一。

毫无疑问,Rindfleisch 博士在全球社区中留下了深刻的印记。事实上,他在国际知名学术期刊上发表了大量文章,涵盖了营销领域的相关和当前的重要主题。



Rindfleisch, Aric 博士

- ◆ 伊利诺伊州制造实验室营销总裁和执行董事, 美国厄巴纳-香槟
- ◆ J. Walter Thompson Japan 广告客户管理助理
- ◆ 康涅狄格河谷医院医院管理助理
- ◆ 威斯康星大学麦迪逊分校博士学位
- ◆ 康奈尔大学工商管理硕士学位
- ◆ 康涅狄格州立大学理学学士学位
- ◆ 编辑委员会副编辑:
 - ◆ 供应链管理杂志
 - ◆ 产品创新管理杂志
- ◆ 编辑委员会成员:
 - ◆ 营销科学学院学术期刊
 - ◆ 消费者心理学杂志
 - ◆ 公共政策与营销杂志
 - ◆ 营销科学学院营销科学评论

“

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



Oliver, Rafael先生

- ◆ 经济学和商业研究学位
- ◆ 运筹学文凭和市场营销硕士；他在惠普发展了他的专业活动
- ◆ Packard, ITI - Instituto Tecnológico de Informatica, Kumori Systems 和 TDC-Taller De Clientes
- ◆ 拥有丰富的培训师经验, 在企业, 专业协会, 培训机构举办过百余门课程, 并作为教师参与过多个硕士学位课程



09

对你的职业生涯的影响

修读这个学位的人将会注意到, 在很短的时间内, 他们将能够在自己的职业生涯中做出彻底的改变。为此, 他们获得了当前教学市场上最好的内容, 以及向最好的人学习的独特机会, 这要归功于其著名的教授团队。这是一个明确的选择, 以获得他们所期待的更大责任和报酬的职位。





“

想让你的职业生涯得到提升,但不知道如何做?这个学位将帮助你达成目标。

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH大学的市场调查专科文凭是一个强化课程，为学生准备好从更现代的角度来面对市场研究，并适应公司的需求。其主要目的是促进你的个人和职业成长。帮助你获得成功。一个将成为你的简历上的必备项目。

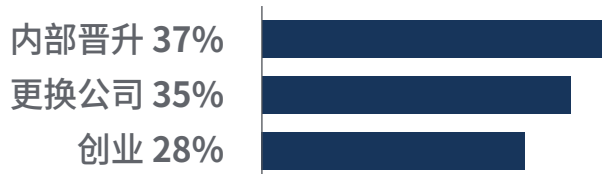
进入竞争激烈的就业市场，
证明你的价值和专业性。

你所等待的机会，以
获得更好的工作。

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%



10

对贵公司的好处

市场调查专科文凭通过培训高水平的领导人,为提高组织的人才潜力做出了贡献。

参加这个专科文凭是一个独特的机会,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。





“

专注于TECH, 从战略上管理贵公司的商业活动”

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。

11 学位

市场调查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。





“

成功地完成这个学位,省去
出门或办理文件的麻烦”

这个**市场调查专科文凭**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:**市场调查专科文凭**

官方学时:**375小时**





专科文凭 市场调查

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭 市场调查

