

# 商学院校级硕士 商业智能管理 MBA



## 商学院校级硕士 商业智能管理 MBA

- » 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: 希望将自己的工作转向商业智能领域的计算机工程师,  
或需要更新、深化和提高技能与知识的商业智能领域的综合专业人士

网页链接: [www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-business-intelligence-management](http://www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-business-intelligence-management)

# 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 能力	06 结构和内容	07 方法
	20	26	46
	08 我们学生的特质	09 课程管理	10 对你事业的影响
	54	58	80
		11 对你公司的好处	12 学位
		84	88

# 01 欢迎

新技术的普及以及新数据和信息生成系统的出现,使得应用能够管理和综合多种操作的工具和技术变得必要,并且这些工具和技术需要有效地加速企业任务的完成。在这种背景下,商业智能系统成为企业环境中的关键工具,旨在促进控制和战略决策的制定。TECH的这个项目包括了创新和独特的多媒体内容,形式为10节大师班。这些补充课程由一位享有盛誉的国际商业智能专家授课,将为企业主提供实现最佳学术成绩和职业成功所需的技能。



商业智能管理 MBAT  
TECH 科技大学





“

通过TECH, 登上职业生涯的巅峰, 取得成功! 你将获得10节独特的大师班, 由国际著名的商业智能专家设计”

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。

# ANALYTICS DASHBOARD

Last Updated:  
3 min ago

92%

Data Availability



More info

95%

Actual vs Target

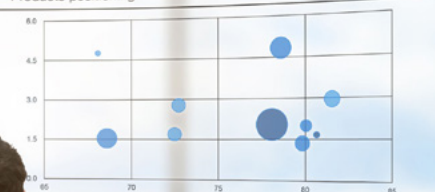


More info

Evolution Metric Actual vs Target Actual Target

Evolution	Metric	Actual vs Target	Actual	Target
	Revenue		\$3.4M	82.0%
	Profit		\$1.2M	108.7%
	Avg. Order Size		\$850.3	71.0%
	On Time Delivery		96.0%	96.0%
	New Customers		15432	145.0%
	Cust. Satisfaction		98.3%	100%
	Market Share		46.9%	80%

Products positioning



Sales per countries



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

这个课程旨在加强学生在商业智能管理MBA课程中的技能, 以及发展新的能力和技能, 这对他们在这个领域的专业发展和成功至关重要。课程结束后, 专业人员将能够以数字思维, 从创新的角度, 以独特的商业眼光, 做出全球商业智能决策。





“

我们的基这个目标之一是指导你在你的院系中实现卓越, 为此我们开发了当今市场上最好的商业智能课程”

TECH 会把学生的目标作为自己的，  
并与学生一同致力达成  
商业智能管理 MBA将培训学生：

01

设计商业智能(BI)在公司中的可能应用

04

建立探索和利用组织信息(内部和外部)的基础

02

结合所学技术和方法,研究解决企业中可能出现的问题的先进方案

03

开发业务、方向、管理、决策的愿景/视角

05

分析数字营销、驱动力和活动类型



06

建立活动数据管理的最佳做法, 分析活动目标的实现情况

08

分析数据可视化及其类型和集合

09

识别数据分析中最常用的不同类型的表示法, 以及应用这些表示法的现有工具

07

确定客户生命周期的各个阶段及其与数字营销战略的关系

10

制定一个 端到端的 程序, 从信息的利用中得出结论



11

分析网站会话, 以便更好地了解你的客户

14

确定任何处理个人数据应遵循的原则

12

开发数据探索和建模技能(使用R语言)



13

分析数据保护的监管框架及与未来基于人工智能的系统监管的关系

15

证实大数据项目中个人数据的使用

16

评估和管理涉及个人数据的大数据项目的风险

18

评估实施人工智能技术的潜在后果和风险

19

为公司适应不断变化的社会建立适当的准则

17

确定人工智能目前在不同领域的具体应用及其使用方式

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

在整个课程中,学生将发展理解传统市场营销的基础和原则的能力,并能够将其应用于他们认为战略上必要的领域;但他们也将接近那些数字工具,使他们成为21世纪需要的专业人士,掌握面向流程自动化和产品可持续性的最新趋势。此外,对奢侈品行业营销的深入了解将使他们能够在创造性和分析性人才之间找到适当的平衡,并灵活地应对经济和社会变化。





“

这个课程将使你获得在日常工作中更加明亮的技能”

在这个项目结束时,这个专业人员将能够:

01

通过分析技术的高级应用,为数字业务转型建立变革战略和实践

04

分析客户“旅程”d的各个阶段以及与每个阶段相关的活动类型

02

在战略、组织和项目层面上考察管理,从价值主张的角度到业务转型战略的设计

03

提出一个基这个的商业信息分析系统

05

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发展赎罪的概念



06

识别适合于数据分析中已知问题的模式和技术

08

证实能使结果质量最大化的最佳技术组合

09

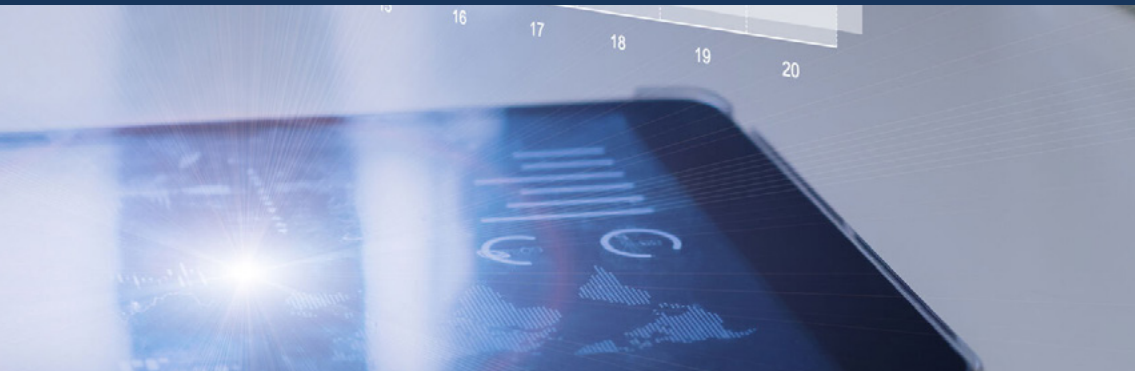
使用编程语言建立一个建模问题的技术实现。使用编程语言建立一个建模问题的技术实现

07

培养对数据集进行预处理和建模后得出结论的能力

10

发展与度量衡和参数化有关的最重要的概念



11

检查谷歌分析工具的配置

14

确定保证信息的可用性、完整性和保密性的机制

12

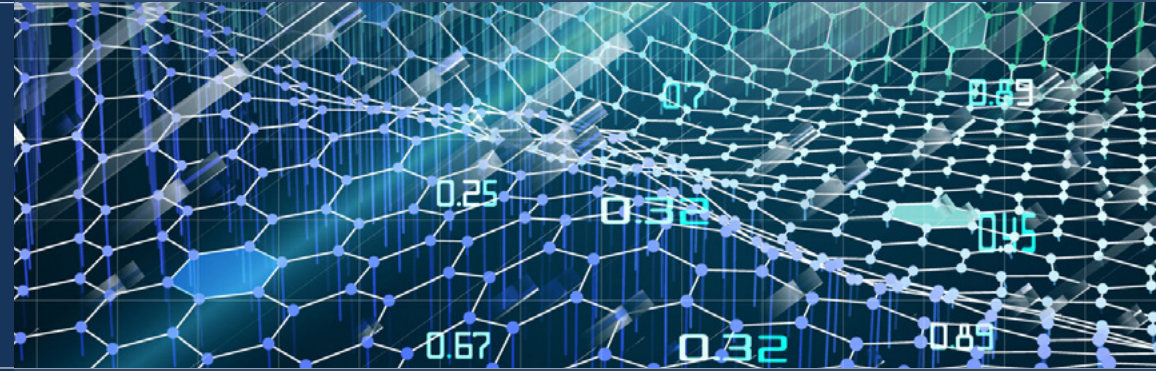
确定通用分析和谷歌分析之间的区别 4

13

评估从数据测量中获得的信息,以优化营销策略:  
保留率、忠诚度和转换率

15

分析处理和更好地利用数据的工具和方法,以提供给最终  
接受者可理解的结果





16

确立处理个人数据的合法性基础

18

提出一种基于陪伴和支持的领导模式,作为传统专制方法的一种演变

19

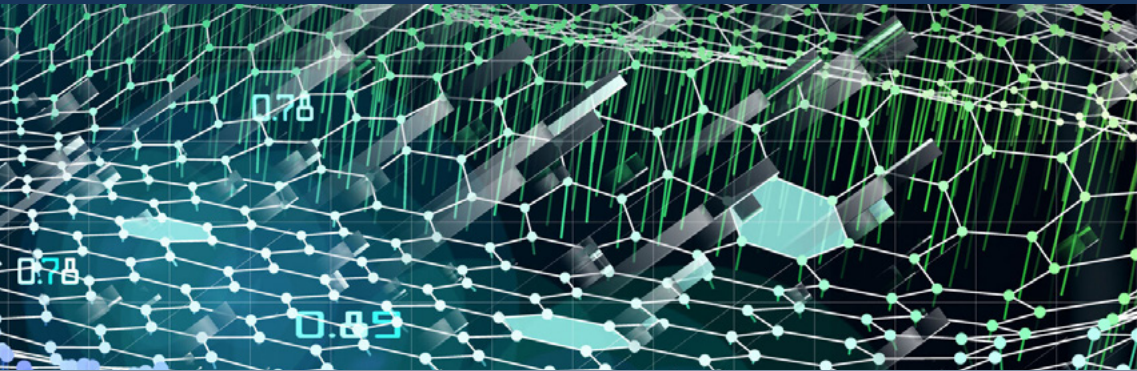
将辅导作 辅为提高员工绩效的一种方法

17

介绍个人在数据保护方面的权利,以及这些权利的行使和照顾

20

发展PNL的概念,将其作为一种实用的技能,通过为每种情况设定目标,磨练心智以感知所发生的变化,并进行调整以实现这些结果,从而确保预期的结果



06

# 结构和内容

商业智能管理MBA是一个特殊的课程,通过关注商业世界的成功以及服务和人力资这个的质量来挑战专业人士。这是一个结构化的课程,学生不仅可以获得所需的所有知识和能力,而且是一种独特的、令人振奋的经验,将他们的专业能力推向顶峰。



“

你将学习如何将情绪管理作为影响公司  
业绩和你的职业未来的基这个工具”

## 教学大纲

TECH 科技大学的商业智能管理 MBA 是一个密集型课程,旨在为学生准备应对技术领域以及数据和信息生成系统中的企业挑战和决策。

商业智能管理 MBA 内容旨在促进成功商业环境中的控制和战略决策。

在整个1,500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。

这样一来,这个商学院校级硕士从一个颠覆性的、完整的和最新的角度深入处理商业智能的概念,重点解决商业世界的实际需求。它的目的是为了培训了解商业智能的专业人员,使其具有战略性、国际性和创新性。

一个完全为学生设计的计划,专注于他们的专业改进,为他们在商业智能领域取得卓越成就做准备。通过基于最新趋势的创新内容,在最佳教育方法和卓越师资的支持下,这个课程既了解学生的需求,也了解企业的需求。

这个MBA为期12个月,分为15个模块:

模块1	企业中的商业智能
模块2	商业视角
模块3	数据驱动的业务转型
模块4	数据可视化
模块5	数据分析的编程
模块6	数字营销分析
模块7	数据管理
模块8	数据保护
模块9	商业智能和人工智能:战略和应用
模块10	优化企业中的人力资这个
模块11	公司的领导力、道德和社会责任
模块12	人事和人才管理
模块13	经济-财务管理
模块14	商业管理与战略营销
模块15	执行管理



### 何时,何地,如何授课?

TECH你提供了完全在网上开发这一方案的可能性。在12个月的培训期间,学生将能够在任何时候访问这个课程的所有内容,这将使他们能够自我管理他们的学习时间。

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. 企业中的商业智能

### 1.1. 企业商业智能

- 1.1.1. 数据的世界
- 1.1.2. 相关概念
- 1.1.3. 主要特点
- 1.1.4. 当今市场的解决方案
- 1.1.5. BI 解决方案的全局架构
- 1.1.6. BI 和数据科学中的网络安全

### 1.2. 新的经营理念

- 1.2.1. 为什么是BI?
- 1.2.2. 获取信息
- 1.2.3. 公司的不同部门的BI
- 1.2.4. 投资 BI 的理由

### 1.3. 数据仓库

- 1.3.1. 定义和目标:数据仓库和数据集市
- 1.3.2. 建筑学
- 1.3.3. 维度建模及其类型
- 1.3.4. 提取过程、转化和货物 (ETL)
- 1.3.5. 元数据

### 1.4. 大数据与数据捕获

- 1.4.1. 捕获
- 1.4.2. 转型
- 1.4.3. 储存

### 1.5. 报告商业智能 (BI)

- 1.5.1. 数据库结构
- 1.5.2. BBDD OLTP 和 OLAP
- 1.5.3. 实例

### 1.6. 仪表盘或表格完整命令

- 1.6.1. 仪表盘
- 1.6.2. 摄影的支持系统
- 1.6.3. 行政信息系统

### 1.7. 深度学习

- 1.7.1. 深度学习
- 1.7.2. 深度学习实用程序

### 1.8. 机器学习

- 1.8.1. 机器学习
- 1.8.2. 机器学习实用程序
- 1.8.3. 深度学习 vs 机器学习

### 1.9. BI工具和解决方案

- 1.9.1. 选择最好的工具
- 1.9.2. Microsoft Power BI、MicroStrategy 和 Tableau
- 1.9.3. SAP BI、SAS BI 和 Qlikview
- 1.9.4. Prometeus

### 1.10. BI项目规划和管理

- 1.10.1. 定义 BI 项目的第一步
- 1.10.2. 公司BI解决方案
- 1.10.3. 采取要求和目标



**模块 2. 商业视角****2.1. 这个公司**

- 2.1.1. 风险投资理论
- 2.1.2. 组织形态:规模、形状、活动和部门
- 2.1.3. 组织和资源
- 2.1.4. 地址和您的需求

**2.2. 公司:市场与客户**

- 2.2.1. 市场与客户
- 2.2.2. 市场分析和细分
  - 2.2.2.1. 直接和间接竞争
  - 2.2.2.2. 竞争优势

**2.3. DAFO分析**

- 2.3.1. 经营策略
- 2.3.2. DAFO分析
- 2.3.3. 目标和时间表[SMART、C/M/L/P、级联目标]
- 2.3.4. 衡量结果:了解现实
- 2.3.5. 关键绩效指标 (KPI)

**2.4. 信息即资产**

- 2.4.1. 信息与管理
- 2.4.2. 信息生活周期
- 2.4.3. 操作系统与战略系统

**2.5. 平衡计分卡**

- 2.5.1. 平衡计分卡:操作、战术和战略
- 2.5.2. 平衡计分卡定义
- 2.5.3. 财务视角
- 2.5.4. 客户视角
- 2.5.5. 内部过程视角
- 2.5.6. 学习与成长视角

**2.6. 生产力分析**

- 2.6.1. 收入、支出、投资和消费
- 2.6.2. 成这个分析与分配
- 2.6.3. 投资回报率和其他利率

**2.7. 分销与销售**

- 2.7.1. 部门相关性
- 2.7.2. 渠道和团队
- 2.7.3. 销售和消费类型

**2.8. 其他公共区域**

- 2.8.1. 生产和提供服务
- 2.8.2. 配送及物流
- 2.8.3. 商业通讯
- 2.8.4. 内向型营销

**2.9. 数据管理**

- 2.9.1. 角色与职责(管理角色与技术角色)
- 2.9.2. 识别相关方(利益相关者)
- 2.9.3. 信息管理系统(简介及类型,不涉及技术细节)
- 2.9.4. 操作系统类型
- 2.9.5. 作出决定战略或支持系统
- 2.9.6. 信息平台:云计算 vs 本地部署

**2.10. 探索信息:**

- 2.10.1. SQL简介:关系型数据库基本概念(DDL和DML,主键(PK),外键(FK),连接(JOINS))
- 2.10.2. 网络和通信:公共/私人网络,网络地址/子网/路由器和DNS.VPN和SSH隧道
- 2.10.3. 操作系统:标准化数据模型
- 2.10.4. 战略体系:多维模型,OLAP和图形仪表盘
- 2.10.5. 数据库的战略分析和报告编制

### 模块 3. 数据驱动的业务转型

#### 3.1. 大数据

- 3.1.1. 企业大数据
- 3.1.2. 价值理念
- 3.1.3. 价值观项目管理

#### 3.2. 客户旅程

- 3.2.1. 客户生命周期
- 3.2.2. 活动与生命周期的关联
- 3.2.3. 活动指标

#### 3.3. 活动数据管理

- 3.3.1. 数据仓库 和 数据实验室
- 3.3.2. 活动创建工具
- 3.3.3. 驱动方式

#### 3.4. 数字营销中的 GDPR

- 3.4.1. 数据阳极氧化和个人数据处理
- 3.4.2. 罗宾逊概念
- 3.4.3. 排除列表

#### 3.5. 控制表

- 3.5.1. KPIs
- 3.5.2. 观众
- 3.5.3. 工具
- 3.5.4. 讲故事

#### 3.6. 客户分析和特征描述

- 3.6.1. 360°客户视野
- 3.6.2. 分析与战术行动的关系
- 3.6.3. 分析工具

#### 3.7. 应用大数据技术的业务示例

- 3.7.1. 上升销售/交叉销售
- 3.7.2. 倾向模型
- 3.7.3. 风险模型
- 3.7.4. 预测
- 3.7.5. 图像处理

**模块 4. 数据可视化****4.1. 数据可视化**

- 4.1.1. 数据可视化
- 4.1.2. 数据分析和可视化的重要性
- 4.1.3. 进化

**4.2. 这个设计**

- 4.2.1. 颜色的使用
- 4.2.2. 构图和排版
- 4.2.3. 建议

**4.3. 数据类型**

- 4.3.1. 定性的
- 4.3.2. 定量的
- 4.3.3. 临时数据

**4.4. 数据集**

- 4.4.1. 文件
- 4.4.2. 数据库
- 4.4.3. 运作数据
- 4.4.4. 流媒体数据

**4.5. 常见的代表类型**

- 4.5.1. 栏目中
- 4.5.2. 栏杆
- 4.5.3. 线条
- 4.5.4. 区域中
- 4.5.5. 分散性

**4.6. 高级代表类型**

- 4.6.1. 圆环
- 4.6.2. 环形
- 4.6.3. 泡沫
- 4.6.4. 地图

**4.7. 按地区实施**

- 4.7.1. 政治学和社会学
- 4.7.2. 科学
- 4.7.3. 营销
- 4.7.4. 健康和福利
- 4.7.5. 气象
- 4.7.6. 商业和金融

**4.8. 讲故事**

- 4.8.1. 讲故事的重要性
- 4.8.2. 讲故事的历史
- 4.8.3. 讲故事的应用

**4.9. 可视化软件**

- 4.9.1. 商业广告
- 4.9.2. 免费
- 4.9.3. 在线
- 4.9.4. 免费软件

**4.10. 数据可视化的未来**

- 4.10.1. 虚拟现实技术
- 4.10.2. 扩增实境
- 4.10.3. 人工智能

## 模块 5. 数据分析的编程

### 5.1. 数据分析的编程

- 5.1.1. 数据分析的语言
- 5.1.2. 主要工具的演变和特点
- 5.1.3. 安装和配置

### 5.2. 数据类型

- 5.2.1. 基这个类型
- 5.2.2. 复杂类型
- 5.2.3. 其他结构

### 5.3. 结构和操作

- 5.3.1. 数据操作
- 5.3.2. 控制结构
- 5.3.3. 文件操作

### 5.4. 信息提取和分析

- 5.4.1. 统计摘要
- 5.4.2. 单变量分析
- 5.4.3. 多变量分析

### 5.5. 可视化

- 5.5.1. 单变量图
- 5.5.2. 多变量图
- 5.5.3. 其他有意义的图表

### 5.6. 预处理

- 5.6.1. 数据质量的重要性
- 5.6.2. 检测和分析异常值
- 5.6.3. 其他数据集质量因素

### 5.7. 高级预处理

- 5.7.1. 次抽样
- 5.7.2. 重新取样
- 5.7.3. 降维

### 5.8. 数据模型

- 5.8.1. 建模步骤
- 5.8.2. 数据集的划分
- 5.8.3. 预测的衡量标准

### 5.9. 高级数据建模

- 5.9.1. 无监督模型
- 5.9.2. 监督模型
- 5.9.3. 建模用库

### 5.10. 工具和好的做法

- 5.10.1. 建模的最佳实践
- 5.10.2. 数据分析员的工具
- 5.10.3. 结论和感兴趣的图书馆

**模块 6. 数字营销分析****6.1. 网络分析**

- 6.1.1. 网络分析。用途
- 6.1.2. 历史
- 6.1.3. 应用的方法

**6.2. Google Analytics**

- 6.2.1. 关于Google Analytics
- 6.2.2. 指标 vs 维度
- 6.2.3. 测量目标

**6.3. 指标与转化**

- 6.3.1. 基这个指标
- 6.3.2. 高级指标或KPI (关键绩效指标)
- 6.3.3. 转换

**6.4. 尺寸**

- 6.4.1. 活动/关键 (字)
- 6.4.2. 来源/媒体
- 6.4.3. 内容

**6.5. Universal Analytics与Google Analytics 4**

- 6.5.1. UA与GA4的区别
- 6.5.2. 优势和限制
- 6.5.3. UA和GA4工具的使用

**6.6. Google Analytics配置**

- 6.6.1. 安装和整合
- 6.6.2. Universal Analytics结构: 账户、属性与视图
- 6.6.3. 目标和转换漏斗

**6.7. 报告**

- 6.7.1. 实时分析
- 6.7.2. 受众分析
- 6.7.3. 采集分析
- 6.7.4. 行为分析
- 6.7.5. 转换分析

**6.8. 高级报告**

- 6.8.1. 仪表盘
- 6.8.2. 自定义报告
- 6.8.3. APIs

**6.9. 分割**

- 6.9.1. 段落和过滤器之间的区别
- 6.9.2. 细分类型: 预定义/自定义
- 6.9.3. 再营销

**6.10. 数字分析**

- 6.10.1. 测量
- 6.10.2. 实施
- 6.10.3. 结论

## 模块 7. 数据管理

### 7.1. 统计数据

- 7.1.1. 统计:描述性统计、统计推断
- 7.1.2. 人口、样这个、个体
- 7.1.3. 变量:定义、测量尺度

### 7.2. 统计数据类型

- 7.2.1. 根据类型
  - 7.2.1.1.定量:连续数据和离散数据
  - 7.2.1.2.定性:二项式数据、名义数据和有序数据
- 7.2.2. 按其形式:数字、文这个、逻辑
- 7.2.3. 按来源分:主要、次要

### 7.3. 数据管理规划

- 7.3.1. 目标的定义
- 7.3.2. 确定可用资源
- 7.3.3. 期间的设立
- 7.3.4. 数据结构

### 7.4. 数据收集

- 7.4.1. 收集方法
- 7.4.2. 收集工具
- 7.4.3. 收集渠道

### 7.5. 数据清理

- 7.5.1. 数据清理阶段
- 7.5.2. 数据质量
- 7.5.3. 数据操作(使用 R)

### 7.6. 数据分析、解释和结果评估

- 7.6.1. 统计措施
- 7.6.2. 关系指数
- 7.6.3. 数据挖掘

### 7.7. 数据可视化

- 7.7.1. 下根据数据类型进行可视化
- 7.7.2. 与最终用户相关的考虑因素
- 7.7.3. 结果呈现的执行模型

### 7.8. 数据仓库 (Datawarehouse)

- 7.8.1. 整合的元素
- 7.8.2. 设计
- 7.8.3. 需要考虑的问题

### 7.9. 可用性数据

- 7.9.1. 访问
- 7.9.2. 实用性
- 7.9.3. 安全

### 7.10. 实际应用

- 7.10.1. 数据探索
- 7.10.2. 操纵和调整模式和结构
- 7.10.3. 测试应用和建模



**模块 8. 数据保护**

<b>8.1. 数据保护法规</b> 8.1.1. 监管框架 8.1.2. 定义 8.1.3. 有义务遵守规定的主体 8.1.3.1. 管理者、联合控制者和处理管理者之间的差异 8.1.4. 数据保护官的形象	<b>8.2. 人工智能的统一监管:关于欧洲法规的建议</b> 8.2.1. 禁止的做法 8.2.2. 高风险人工智能系统 8.2.3. 创新的支持措施	<b>8.3. 与处理个人数据有关的原则</b> 8.3.1. 合法、忠诚、透明 8.3.2. 目的限制 8.3.3. 最小化数据、准确性和保留期限的限制 8.3.4. 完整性和保密性 8.3.5. 主动责任	<b>8.4. 合法性或合法性的基础以及处理的资格,包括(在适当情况下)数据通信</b> 8.4.1. 同意 8.4.2. 合同关系或合同前措施 8.4.3. 遵守法律义务 8.4.4. 保护数据主体或他人的切身利益 8.4.5. 公共利益或行使公共权力 8.4.6. 合法利益:利益权重
<b>8.5. 个人的权利</b> 8.5.1. 透明度和信息 8.5.2. 访问 8.5.3. 更正和删除(被遗忘的权利)、限制和可移植性 8.5.4. 反对和自动化的个人决策 8.5.5. 权利限制	<b>8.6. 设计数据保护:个人数据处理的风险分析和管理的</b> 8.6.1. 识别自然人权利和自由的风险和威胁 8.6.2. 风险评估 8.6.3. 风险处理计划	<b>8.7. 确保遵守数据保护法规的技术</b> 8.7.1. 确定主动责任措施 8.7.2. 组织措施 8.7.3. 技术措施 8.7.4. 处理的活动记录 8.7.5. 安全漏洞管理 8.7.6. 行为准则和认证	<b>8.8. 个人数据保护影响评估(PPRIA或DPIA)</b> 8.8.1. EIPD 需要研究 8.8.2. 评估方法 8.8.3. 识别风险和威胁 8.8.4. 事先咨询监管机构
<b>8.9. 责任人、管理者以及其他主体(如适用)之间的合同监管。国际数据传输</b> 8.9.1. 数据访问或处理合同 8.9.2. 共同控制人之间的合同 8.9.3. 各方的责任 8.9.4. 国际转账必须采用的定义和保证	<b>8.10. 控制机构侵权和制裁</b> 8.10.1. 侵权行为 8.10.2. 制裁 8.10.3. 纪律程序 8.10.4. 管制机构和合作机制		

模块 9. 商业智能和人工智能 战略和应用

9.1. 金融服务

- 9.1.1. 人工智能 (IA) 对金融服务的影响。机遇与挑战
- 9.1.2. 使用案例
- 9.1.3. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.1.4. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.2. 人工智能对医疗保健服务的影响

- 9.2.1. 人工智能对医疗保健领域的影响机遇与挑战
- 9.2.2. 使用案例

9.3. 与在医疗服务中使用人工智能相关的风险

- 9.3.1. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.3.2. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.4. 零售

- 9.4.1. 人工智能对Retail业的影响机遇与挑战
- 9.4.2. 使用案例
- 9.4.3. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.4.4. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.5. 工业4.0

- 9.5.1. 人工智能对工业 4.0 的影响机遇与挑战
- 9.5.2. 使用案例

9.6. 使用人工智的相关潜在风险工业 4.0

- 9.6.1. 使用案例
- 9.6.2. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.6.3. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.7. 公共行政

- 9.7.1. 人工智能对公共管理的影响: 机遇与挑战
- 9.7.2. 使用案例
- 9.7.3. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.7.4. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.8. 教育

- 9.8.1. 人工智能对教育的影响: 机遇与挑战
- 9.8.2. 使用案例
- 9.8.3. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.8.4. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.9. 林业和农业

- 9.9.1. 人工智能对林业和农业的影响机遇与挑战
- 9.9.2. 使用案例
- 9.9.3. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.9.4. 人工智能未来的潜在发展/用途

9.10. 人力资源

- 9.10.1. 人工智能人力资源的影响。机遇与挑战
- 9.10.2. 使用案例
- 9.10.3. 使用人工智的相关潜在风险
- 9.10.4. 人工智能未来的潜在发展/用途

**模块 10. 优化企业中的人力资这个****10.1. 企业人力资这个**

- 10.1.1. 技术世界中的人力资这个价值
- 10.1.2. 管理技能
- 10.1.3. 管理模式的范式转变

**10.2. 董事的权力**

- 10.2.1. 管理过程
- 10.2.2. 管理职能
- 10.2.3. 企业中的团体领导管理: 团体关系

**10.3. 企业沟通**

- 10.3.1. 企业沟通过程
- 10.3.2. 公司中的人际关系
- 10.3.3. 变革的沟通技术
  - 10.3.3.1. 讲故事
  - 10.3.3.2. 言语沟通技巧。反馈, 共识

**10.4. 商业客卿**

- 10.4.1. 企业教练
- 10.4.2. 教练的实践
- 10.4.3. 教练的类型和组织中的教练
  - 10.4.3.1. 教练练为一种领导风格

**10.5. 商业指导**

- 10.5.1. 公司内的指导
- 10.5.2. 指导计划的4个过程
- 10.5.3. 这一商业工具的好处

**10.6. 企业中的调解和冲突解决**

- 10.6.1. 冲突
- 10.6.2. 预防、处理和解决冲突
- 10.6.3. 工作压力和动力

**10.7. 谈判技巧**

- 10.7.1. 科技公司管理领域的谈判
- 10.7.2. 策略和主要谈判类型
- 10.7.3. 谈判者的形象

**10.8. 业务变革管理**

- 10.8.1. 组织变革的因素
- 10.8.2. 策略计划
- 10.8.3. 组织变革管理
  - 10.8.3.1. 对于无形的变化: 团队、沟通、文化、领导力
  - 10.8.3.2. 对于基这个的或有形的变化: 目标设定、衡量绩效、学习、认可和奖励

**10.9. 提高团队绩效的技术**

- 10.9.1. 团队工作的技术
- 10.9.2. 工作团队中的授权

**10.10. 群体动态分类**

- 10.10.1. 主持人的作用
- 10.10.2. 小组动态技术
  - 10.10.2.1. 灵感风暴+
  - 10.10.2.2. 菲尔普斯6/6
  - 10.10.2.3. 热气球D

模块 11. 公司的领导力、道德和社会责任

11.1. 全球化与治理

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

11.2. 领导力

- 11.2.1. 领导力。一个概念性的方法
- 11.2.2. 公司领导力
- 11.2.3. 领导者在企业管理中的重要性

11.3. 跨文化管理

- 11.3.1. 跨文化管理的概念
- 11.3.2. 对民族文化知识的贡献
- 11.3.3. 多元化管理

11.4. 管理发展和领导力

- 11.4.1. 管理发展的概念
- 11.4.2. 领导力的概念
- 11.4.3. 领导力理论
- 11.4.4. 领导风格
- 11.4.5. 领导力中的情报
- 11.4.6. 今天的领导力挑战

11.5 商业道德

- 11.5.1. 道德与伦理
- 11.5.2. 商业道德
- 11.5.3. 公司的领导力和道德

11.6. 可持续发展

- 11.6.1. 可持续性和可持续发展
- 11.6.2. 2030 年议程
- 11.6.3. 可持续发展的公司

11.7. 企业社会责任

- 11.7.1. 企业社会责任的国际维度
- 11.7.2. 履行企业社会责任
- 11.7.3. 公司社会责任的影响及衡量

11.8. 负责任管理的系统和工具

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

11.9. 跨国公司与人权

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

11.10. 法律环境和 公司治理

- 11.10.1. 国际进口和出口规则
- 11.10.2. 知识产权和工业产权
- 11.10.3. 国际劳工法

**模块 12. 人事和人才管理****12.1. 战略人员管理**

- 12.1.1. 战略管理和人力资源
- 12.1.2. 人员管理战略

**12.2. 基于能力的人力资源管理**

- 12.2.1. 潜力分析
- 12.2.2. 薪酬政策
- 12.2.3. 职业/继任计划

**12.3. 绩效评估和绩效管理**

- 12.3.1. 绩效管理
- 12.3.2. 绩效管理:目标和过程

**12.4. 人才和人员管理的创新**

- 12.4.1. 战略人才管理模式
- 12.4.2. 人才的识别、培训和发展
- 12.4.3. 忠诚度和保留率
- 12.4.4. 积极主动,勇于创新

**12.5. 激励**

- 12.5.1. 激励的这个质
- 12.5.2. 期望理论
- 12.5.3. 需求理论
- 12.5.4. 激励和经济补偿

**12.6. 培养高绩效团队**

- 12.6.1. 高绩效团队:自我管理团队
- 12.6.2. 高绩效自我管理团队的管理方法

**12.7. 生产力、吸引、保留和激活人才**

- 12.7.1. 生产力
- 12.7.2. 吸引和保留人才的杠杆

模块 13. 经济-财务管理

13.1. 经济环境

- 13.1.1. 宏观经济环境和国家金融体系
- 13.1.2. 金融机构
- 13.1.3. 金融市场
- 13.1.4. 金融资产
- 13.1.5. 金融部门的其他实体

13.2. 管理会计

- 13.2.1. 基这个概念
- 13.2.2. 公司资产
- 13.2.3. 公司负债
- 13.2.4. 公司净资产
- 13.2.5. 损益表

13.3. 信息系统和]信息系统和商业智能

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

13.4. 预算和管理控制

- 13.4.1. 预算模型
- 13.4.2. 资本预算
- 13.4.3. 运营预算
- 13.4.5. 财政部预算
- 13.4.6. 预算跟踪

13.5. 财务管理

- 13.5.1. 公司的财务决策
- 13.5.2. 财务部
- 13.5.3. 现金盈余
- 13.5.4. 与财务管理相关的风险
- 13.5.5. 财务管理 风险管理

13.6. 金融规划

- 13.6.1. 财务规划的定义
- 13.6.2. 财务规划中要采取的行动
- 13.6.3. 创建和制定企业战略
- 13.6.4. 现金流量表
- 13.6.5. 当前表

13.7. 企业财务战略

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

13.8. 战略融资

- 13.8.1. 自筹资金
- 13.8.2. 自有资金增加
- 13.8.3. 混合资源
- 13.8.4. 通过中介机构融资

13.9. 金融分析和规划

- 13.9.1. 资产负债表分析
- 13.9.2. 损益表分析
- 13.9.3. 盈利能力分析

13.10. 分析和解决案件/问题

- 13.10.1. 设计与纺织工业股份公司的财务信息 (INDITEX)



**模块 14. 商业管理与战略营销****14.1. 商业管理**

- 14.1.1. 商业管理的概念框架
- 14.1.2. 业务战略和规划
- 14.1.3. 商业总监的角色

**14.2. 营销**

- 14.2.1. 营销的概念
- 14.2.2. 营销的基本要素
- 14.2.3. 公司的营销活动

**14.3. 战略营销管理**

- 14.3.1. 战略营销理念
- 14.3.2. 战略营销规划的概念
- 14.3.3. 战略营销规划过程的各个阶段

**14.4. 数字和电子商务营销**

- 14.4.1. 数字营销和电子商务的目标
- 14.4.2. 数字营销和媒体使用
- 14.4.3. 电子商务。一般背景
- 14.4.4. 电商类目
- 14.4.5. 电子商务的优点和缺点 与传统商业相比

**14.5. 数字营销以加强品牌**

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

**14.6. 吸引和信任客户的数字营销**

- 14.6.1. 通过互联网的忠诚度和参与战略
- 14.6.2. 客户关系管理
- 14.6.3. 分区过大

**14.7. 数字运动管理**

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

**14.8. 销售策略**

- 14.8.1. 销售策略
- 14.8.2. 销售方式

**14.9. 企业沟通**

- 14.9.1. 概念
- 14.9.2. 组织沟通的重要性
- 14.9.3. 组织中的沟通类型
- 14.9.4. 组织中沟通的功能
- 14.9.5. 沟通的要素
- 14.9.6. 沟通问题
- 14.9.7. 通讯场景

**14.10. 沟通和数字声誉**

- 14.10.1. 在线声誉
- 14.10.2. 如何衡量数字声誉?
- 14.10.3. 在线声誉工具
- 14.10.4. 在线声誉报告
- 14.10.5. 品牌 在线的

## 模块 15. 管理行政

### 15.1. 一般管理

- 15.1.1. 一般管理概念
- 15.1.2. 总经理的行动
- 15.1.3. 总干事和他的职能
- 15.1.4. 管理局工作的转型

### 15.2. 业务管理

- 15.2.1. 领导力的重要性
- 15.2.2. 价值链
- 15.2.3. 质量管理

### 15.3. 公众演讲和发言人培训

- 15.3.1. 人际沟通
- 15.3.2. 沟通技巧和影响力
- 15.3.3. 沟通障碍

### 15.4. 个人和组织沟通的工具

- 15.4.1. 人际交往
- 15.4.2. 人际交往的工具
- 15.4.3. 组织内的沟通
- 15.4.4. 组织中的工具

### 15.5. 危机情况下的沟通

- 15.5.1. 危机
- 15.5.2. 危机的各个阶段
- 15.5.3. 信息:内容和时刻

### 15.6. 准备一个危机计划

- 15.6.1. 对潜在问题的分析
- 15.6.2. 教学
- 15.6.3. 工作人员是否充足

### 15.7. 情绪智力

- 15.7.1. 情绪智力和沟通
- 15.7.2. 自信、同理心和积极倾听
- 15.7.3. 自尊与情感沟通

### 15.8. 个人品牌

- 15.8.1. 发展个人品牌的策略
- 15.8.2. 个人品牌建设的法则
- 15.8.3. 建立个人品牌的工具

### 15.9. 领导力和团队管理

- 15.9.1. 领导力和领导风格
- 15.9.2. 领导者的能力和挑战
- 15.9.3. 变更流程管理
- 15.9.4. 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

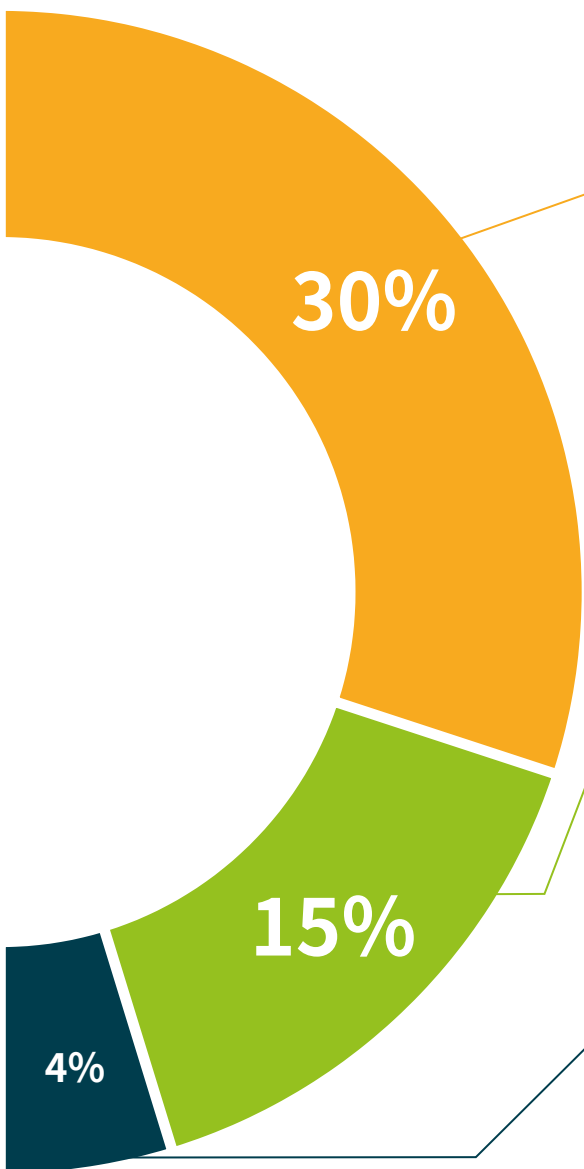
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



### 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。



08

# 我们学生的特质

商业智能管理的MBA课程是针对那些希望将自己的工作重新定位到商业智能世界的计算机工程师,或者是需要更新、深化和提高他们的技能和知识的商业智能领域的现有专业人士。

另一方面,来自不同国家的不同学术背景的学员构成了这个课程的多学科方法,并具有全球参与性。

此外,作为任何领域的大学毕业生,在商业智能管理MBA也可以攻读商学院校级硕士。





“

如果你有商业智能方面的经验, 并且正在寻求事业上的提升, 不要犹豫, 参加这个项目吧”

### 平均年龄

在 **35** 和 **45** 岁之间

### 经验年限

+14年以上 **8.5%**

12至13年 **13.7%**

10至11年 **19%**

8至9年 **28%**

5年 **7.5%**

6至7年 **23.3%**



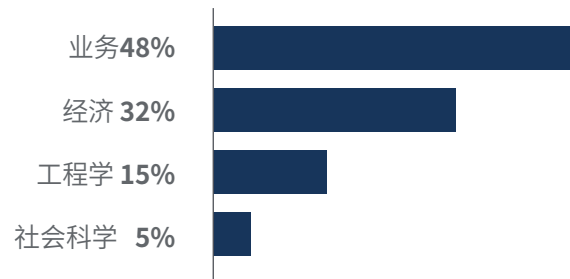
### 培训

业务 **48%**

经济 **32%**

工程学 **15%**

社会科学 **5%**



### 学术概况

业务 **20%**

销售和市场营销 **17%**

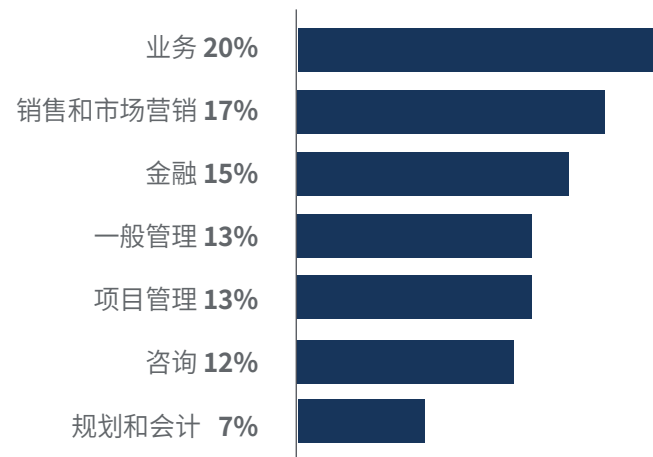
金融 **15%**

一般管理 **13%**

项目管理 **13%**

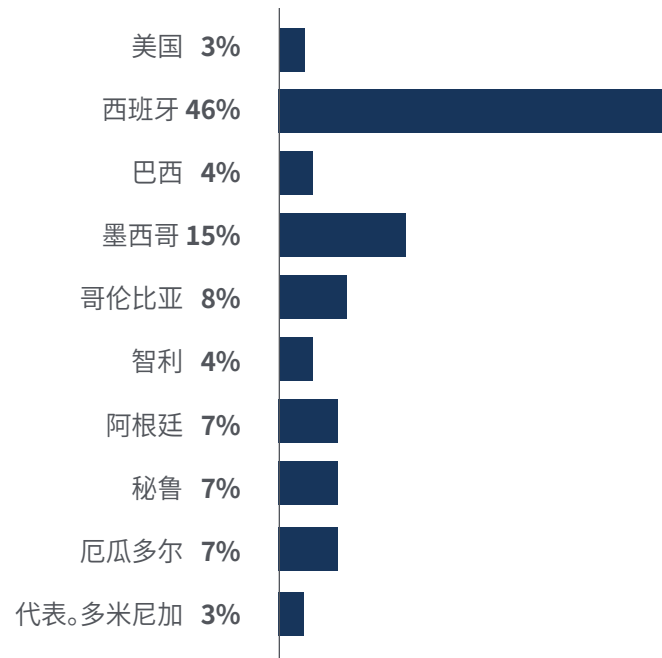
咨询 **12%**

规划和会计 **7%**





## 地域分布



## Antonio Usera

数据分析师

"感谢这个项目, 我以前所未有的方式沉浸在商业智能中, 学会了如何通过分析数据来制定战略, 这是我以前没有考虑过的, 所以我帮助改善了公司的商业部门"

# 09 课程管理

这个TECH项目为寻求基于商业智能标准提升领导能力的企业家、管理人员和创业者提供了一个独特的机会。因此,该项目提供了一个由真正的行业专家组成的卓越教职团队。每位教职人员在业务战略实施和企业分析方面积累了精英经验。此外,在他们的学术指导下,毕业生将以更快、更灵活的方式获得严格的专业能力。





“

通过一个卓越的教职团队, 获得  
最高水平的商业智能管理专业化”

## 国际客座董事

拥有超过20年全球人才招聘团队设计和领导经验的Jennifer Dove是招聘和技术战略方面的专家。在她的职业生涯中,她曾在多家财富50强企业的科技组织中担任高管职务,包括NBCUniversal和Comcast。她的职业历程使她在竞争激烈和高速增长的环境中脱颖而出。

作为Mastercard的全球人才招聘副总裁,她负责监督人才引进的策略和执行,与企业领导和人力资源负责人合作,以实现招聘的运营和战略目标。特别是,她的目标是创建多元化、包容性和高绩效的团队,以推动公司产品和服务的创新和增长。此外,她在吸引和留住全球顶尖人才的工具使用方面具有丰富经验。她还通过出版物、活动和社交媒体扩大Mastercard的雇主品牌和价值主张。

Jennifer Dove通过积极参与人力资源专业网络并为多家公司引进大量员工,展示了她对持续职业发展的承诺。在获得迈阿密大学组织传播学士学位后,她在各个领域的公司中担任了招聘管理职位。

此外,她因在领导组织变革、将技术整合到招聘流程中以及开发应对未来挑战的领导项目方面的能力而受到认可。她还成功实施了显著提高员工满意度和留任率的员工福利计划。



## Dove, Jennifer 女士

---

- Mastercard全球人才招聘副总裁, 纽约, 美国
- NBCUniversal Media 人才招聘总监, 纽约, 美国
- Comcast招聘负责人
- Rite Hire Advisory招聘总监
- Ardor NY Real Estate销售部执行副总裁
- Valerie August & Associates招聘总监
- BNC客户经理
- Vault客户经理
- 迈阿密大学组织传播学专业毕业

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

## 国际客座董事

Rick Gauthier 是一位技术领导者, 在领先的跨国公司拥有数十年的工作经验。Rick Gauthier 在云服务和端到端流程改进领域有着突出的发展。他是公认的高效团队领导者和管理者, 在确保员工高度敬业方面展现出天赋。

他在战略和执行创新方面有着与生俱来的天赋, 善于开发新想法, 并以高质量的数据为其成功提供支持。他在 Amazon 的职业生涯使他能够管理和整合公司在美国的 IT 服务。在 Microsoft, 他领导着一支 104 人的团队, 负责提供全公司范围的 IT 基础设施, 并为整个公司的产品工程部门提供支持。

这些经验使他成为一名出色的管理者, 在提高效率、生产力和整体客户满意度方面能力出众。



## Gauthier, Rick 先生

---

- 美国西雅图 Amazon 公司区域 IT 经理
- Amazon 高级项目经理
- Wimmer Solutions 副总裁
- Microsoft 生产工程服务高级总监
- 西州长大学网络安全学位
- 潜水员技术学院颁发的商业潜水技术证书
- 常青州立学院环境研究学位

“

借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中”



## 国际客座董事

Romi Arman 是一位国际知名的专家,在数字化转型、营销、战略和咨询领域拥有超过二十年的经验。在他的广泛职业生涯中,他承担了各种风险,并始终是企业环境中创新和变革的倡导者。凭借这些专业知识,他与世界各地的首席执行官和企业组织合作,推动他们摒弃传统的商业模式。因此,他帮助像壳牌这样的公司成为以客户为中心和数字化的市场领导者。

Arman设计的战略具有显著的影响,因为这些战略使多家公司改善了消费者、员工和股东的体验。这位专家的成功可以通过诸如客户满意度(CSAT)、员工参与度和每家公司的息税折旧摊销前利润(EBITDA)等可量化指标来衡量。

在他的职业生涯中,他还培养并领导了高绩效团队,这些团队甚至因其变革潜力而获得奖项。特别是在壳牌,Arman始终致力于克服三个挑战:满足客户复杂的脱碳需求,支持“有利可图的脱碳”,以及解决数据、数字和技术的碎片化问题。因此,他的努力证明了要实现可持续的成功,必须从消费者的需求出发,并为流程、数据、技术和文化的转型奠定基础。

此外,这位高管还以其对人工智能企业应用的精通而著称,他在伦敦商学院获得了相关的研究生学位。与此同时,他在物联网和Salesforce方面也积累了丰富的经验。



## Arman, Romi 先生

---

- 壳牌能源公司数字化转型总监 (CDO), 伦敦, 英国
- 壳牌能源公司全球电子商务与客户服务总监
- 壳牌在马来西亚吉隆坡的国家重点客户经理 (原始设备制造商和汽车零售商)
- 埃森哲高级管理顾问 (金融服务业), 新加坡
- 利兹大学毕业
- 伦敦商学院高管人工智能企业应用研究生
- 客户体验专业认证 (CCXP)
- IMD高管数字化转型课程

“

你想以最高质量的教育来更新你的知识吗?TECH为你提供最前沿的学术内容,由国际知名的专家设计”

## 国际客座董事

Manuel Arens 是一位经验丰富的数据管理专家，也是一支高素质团队的领导者。事实上，Arens 在谷歌的技术基础设施和数据中心部门担任全球采购经理一职，这是他职业生涯的大部分时间。这个公司总部位于加利福尼亚州山景城，为科技巨头的运营难题提供解决方案，如主数据完整性、供应商数据更新和供应商数据优先级。他领导了数据中心供应链规划和供应商风险评估，改进了流程和工作流程管理，从而大大节约了成本。

在为不同行业公司提供数字解决方案和领导力的十多年工作中，他在战略解决方案交付的各个方面，包括市场营销、媒体分析、测量和归因方面，都拥有丰富的经验。事实上，这个公司已因其工作获得了多个奖项，包括 BIM 领导奖、搜索领导奖、出口领导力生成计划奖和欧洲、中东和非洲地区最佳销售模式奖。

Arens 还担任过爱尔兰都柏林的销售经理。在担任这个职务期间，他在三年内将团队成员从 4 人增加到 14 人，并带领销售团队取得了丰硕成果，与团队成员以及跨职能团队进行了良好合作。他还曾在德国汉堡担任高级行业分析师，利用内部和第三方工具为 150 多家客户创建故事情节，为分析提供支持。编写和撰写深入报告，以展示对这个主题的掌握，包括对影响技术采用和传播的宏观经济和政治/监管因素的理解。

此外，他在 Eaton、Airbus 和 Siemens 等公司领导团队，积累了宝贵的客户管理和供应链管理经验。他特别擅长通过与客户建立有价值的关系并与组织各层级的人员（包括利益相关者、管理层、团队成员和客户）顺畅合作来不断超越期望。他的数据驱动方法和开发创新且可扩展解决方案的能力使他成为该领域的杰出领导者。



## Arens, Manuel 先生

---

- 谷歌全球采购经理, 美国山景城
- 美国谷歌 B2B 分析与技术高级经理
- 爱尔兰谷歌销售总监
- 德国谷歌高级工业分析师
- 爱尔兰谷歌客户经理
- 英国伊顿的应付账款
- 德国空中客车公司供应链经理

“

选择TECH吧! 你将能够接触到最优质的教学材料、最前沿的技术和教育方法, 这些都是由国际知名的专家实施的”

## 国际客座董事

Andrea La Sala 是一位经验丰富的市场营销高管, 他的项目对时尚领域产生了显著的影响。在其成功的职业生涯中, 他从事了与产品、商品销售和沟通相关的多项工作。这些都与诸如Giorgio Armani、Dolce&Gabbana、Calvin Klein等知名品牌紧密相关。

这位国际高端管理者的成果与他在将信息整合成清晰框架并执行与企业目标对齐的具体行动的能力密切相关。他以其主动性和适应快节奏工作的能力而闻名。此外, 这位专家还具有强烈的商业意识、市场洞察力和对产品的真正热情。

作为Giorgio Armani的全球品牌与商品销售总监, 他监督了多项针对服装和配饰的市场营销策略。其战术重点包括零售领域以及消费者需求和行为。在这一职位上, La Sala 还负责配置产品在不同市场的销售, 担任设计、沟通和销售部门的团队负责人。

此外, 在Calvin Klein或Gruppo Coin等公司, 他开展了推动结构、开发和销售不同系列的项目, 并负责制定有效的购买和销售活动日程。

他还管理了不同运营的条款、成本、流程和交货时间。

这些经历使Andrea La Sala 成为时尚和奢侈品领域的顶级和最具资格的企业领导者之一。他的卓越管理能力使他能够有效实施品牌的积极定位, 并重新定义其关键绩效指标 (KPI)。



## La Sala, Andrea 先生

---

- Giorgio Armani全球品牌与商品销售总监, Armani Exchange, 米兰, 意大利
- Calvin Klein商品销售总监
- Gruppo Coin品牌负责人
- Dolce&Gabbana品牌经理
- Sergio Tacchini S.p.A.品牌经理
- Fastweb市场分析师
- 皮埃蒙特东方大学商学与经济学专业毕业

“

TECH的国际顶级专家将为你提供一流的教学, 课程内容更新及时, 基于最新的科学证据。你还在等什么呢?立即报名吧”



## 国际客座董事

Mick Gram 是国际上在商业智能领域创新与卓越的代名词。他成功的职业生涯与在沃尔玛和红牛等跨国公司担任领导职位密切相关。这位专家以识别新兴技术的远见卓识而闻名，这些技术在长期内对企业环境产生了持久的影响。

此外，他被认为是数据可视化技术的先锋，这些技术将复杂的数据集简化，使其易于访问并促进决策过程。这一能力成为了他职业发展的基石，使他成为许多组织希望收集信息并基于这些信息制定具体行动的宝贵资产。

他最近几年最突出的项目之一是Walmart Data Cafe平台，这是全球最大的云端大数据分析平台。他还担任了红牛的商业智能总监，涵盖销售、分销、营销和供应链运营等领域。他的团队最近因在使用Walmart Luminate新API来获取买家和渠道洞察方面的持续创新而获得认可。

在教育背景方面，这位高管拥有多个硕士学位和研究生课程，曾在美国伯克利大学和丹麦哥本哈根大学等知名学府深造。通过持续的更新，专家获得了前沿的能力。因此，他被认为是新全球经济的天生领导者，专注于推动数据及其无限可能性。





## Gram, Mick 先生

---

- 红牛商业智能与分析总监, 洛杉矶, 美国
- Walmart Data Cafe商业智能解决方案架构师
- 独立商业智能与数据科学顾问
- Capgemini商业智能总监
- Nordea首席分析师
- SAS商业智能首席顾问
- UC Berkeley工程学院人工智能与机器学习高管教育
- 哥本哈根大学电子商务MBA高管课程
- 哥本哈根大学数学与统计学学士及硕士

“

在福布斯评选的世界上最好的在线大学学习”在这个MBA课程中, 你将获得访问由国际知名教师制作的丰富多媒体资源库”

## 国际客座董事

Scott Stevenson 是数字营销领域的杰出专家。他是数字营销专家，19 年来一直与娱乐业最强大的公司之一华纳兄弟探索公司保持联系。在担任该职务期间，他在监督包括社交媒体、搜索、展示和线性媒体在内的各种数字平台的物流和创意工作流程方面发挥了重要作用。

这位高管的领导力在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，使其公司的转化率显著提高。这位高管在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，从而显著提高了公司的转化率。与此同时，他还担任过其他职务，如原管理期间同一家跨国公司的营销服务总监和交通经理。

史蒂文森还参与了视频游戏的全球发行和数字财产宣传活动。他还负责引入与电视广告和预告片的语音和图像内容的塑造、定稿和交付有关的运营战略。

此外，这位专家还拥有佛罗里达大学的电信学士学位和加利福尼亚大学的创意写作商院校级硕士，这充分证明了他在沟通和讲故事方面的能力。此外，他还参加了哈佛大学职业发展学院关于在商业中使用人工智能的前沿课程。因此，他的专业履历是当前市场营销和数字媒体领域最相关的履历之一。



## Stevenson, Scott 先生

---

- 华纳兄弟数字营销总监美国伯班克发现
- 华纳兄弟公司交通经理娱乐
- 加利福尼亚大学创意写作硕士
- 佛罗里达大学电信学士学位

“

与世界上最优秀的专家一起实现你的学术和职业目标!MBA 教师将指导您完成整个学习过程”

## 国际客座董事

Eric Nyquist 博士是国际体育领域的杰出专业人士，他的职业生涯令人瞩目，因其战略领导力以及在顶级体育组织中推动变革和创新的能力而闻名。

他曾担任多个高级职位，包括NASCAR的通讯与影响总监，总部位于美国佛罗里达州。在这一机构中积累了多年经验后，Nyquist博士还担任了多个领导职务，包括NASCAR战略发展高级副总裁和商务事务总监，负责管理从战略发展到娱乐营销等多个领域。

此外，Nyquist在芝加哥最重要的体育特许经营中留下了深刻印记。作为芝加哥公牛队和芝加哥白袜队的执行副总裁，他展示了在职业体育领域推动业务和战略成功的能力。

最后，值得一提的是，他的体育职业生涯始于纽约，担任Roger Goodell在国家橄榄球联盟(NFL)的首席战略分析师，并曾在美国足球联合会担任法律实习生。



## Nyquist, Eric 先生

---

- NASCAR通讯与影响总监, 佛罗里达, 美国
- NASCAR战略发展高级副总裁
- NASCAR战略规划副总裁
- NASCAR商务事务总监
- 芝加哥白袜队执行副总裁
- 芝加哥公牛队执行副总裁
- 国家橄榄球联盟(NFL)企业规划经理
- 美国足球联合会商务事务/法律实习生
- 芝加哥大学法学博士
- 芝加哥大学布斯商学院MBA
- Carleton College国际经济学学士

“

凭借这项100%在线的学士学位, 你将能够在不影响日常工作义务的情况下进行学习, 同时得到国际领域内顶级专家的指导。现在就报名!”

## 管理人员



### Peralta Martín-Palomino, Arturo 博士

- ◆ Prometheus Global Solutions的首席执行官和首席技术官
- ◆ Korporate Technologies的首席技术官
- ◆ IA Shepherds GmbH 首席技术官
- ◆ 联盟医疗顾问兼业务战略顾问
- ◆ DocPath 设计与开发总监
- ◆ -卡斯蒂亚拉曼恰大学计算机工程博士
- ◆ 卡米洛-何塞-塞拉大学的经济学、商业和金融学博士
- ◆ -卡斯蒂亚拉曼恰大学心理学博士
- ◆ 伊莎贝尔一世大学行政工商管理硕士
- ◆ 伊莎贝尔一世大学商业管理与营销硕士
- ◆ Hadoop 培训大数据专家硕士
- ◆ -卡斯蒂亚拉曼恰大学高级信息技术硕士
- ◆ 成员:SMILE 研究组



## 教师

### Pedrajas Perabá, María Elena 女士

- ◆ 管理解决方案公司新技术和数字化转型顾问
- ◆ 科尔多瓦大学计算机科学与数值分析系研究员
- ◆ 圣地亚哥德孔波斯特拉智能技术研究中心研究员
- ◆ 科尔多瓦大学计算机工程学位
- ◆ 格拉纳达大学数据科学与计算机工程硕士
- ◆ 科米阿斯主教大学商业咨询硕士学位

### Palomino Dávila, Cristina 女士

- ◆ Grupo Oesía 数据保护和信息安全顾问
- ◆ 碳氢化合物 CLH 物流公司总秘书处审计副主任
- ◆ Canal de Isabel II 公司法律关系领域顾问
- ◆ Helas Consultores S.L. 顾问兼审计师
- ◆ Alaro Avant 顾问兼审计师
- ◆ Lorenzo Abogados 新技术领域律师
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼恰大学的法律学位
- ◆ 在企业研究所获得企业法律咨询的硕士学位
- ◆ 大学数字安全管理与危机管理高级课程阿尔卡拉和西班牙安全与危机联盟 (AESYC)
- ◆ 成员: 西班牙隐私专业协会 (APEP) 和 ISMS 论坛

### Fondón Alcalde, Rubén 先生

- ◆ 亚马逊网络服务 (AWS) EMEA 分析师
- ◆ 沃达丰西班牙客户价值管理业务分析师
- ◆ Entelgy 服务集成负责人, 负责 Telefónica Global Solutions
- ◆ EDM Electronics 的克隆服务器在线客户经理
- ◆ 国际服务实施经理, 沃达丰全球企业
- ◆ 西班牙和葡萄牙解决方案顾问, Telvent Global Services
- ◆ Vodafone Global Enterprise 南欧业务分析师
- ◆ 来自马德里欧洲大学的电信工程师
- ◆ 瓦伦西亚国际大学大数据与分析硕士

### Martínez Cerrato, Yésica 女士

- ◆ 业务分析和信息系统管理专家
- ◆ 塞科利达电子安全产品经理
- ◆ Correos 大账户整合领域项目经理
- ◆ Ricopia Technologies 的商业智能分析师
- ◆ 大学和研究生教师
- ◆ 毕业于阿尔卡拉大学电信工程专业

### García La O, Marta 女士

- ◆ 数字营销和社交网络专家
- ◆ 在Think Planificación y Desarrollo SI负责管理、行政和客户管理
- ◆ 在Think Planificación y Desarrollo SI为高管提供培训
- ◆ Versas Consultores 的营销专家
- ◆ 毕业于穆尔西亚大学的企业科学
- ◆ Fundesem商学院商业管理和市场营销硕士

### García Niño, Pedro 先生

- ◆ 网页排名和SEO专家
- ◆ Camuñase 和 Electrocamuñas 的 IT 服务销售总监
- ◆ Camuñase 和 Electrocamuñas 的硬件/软件技术专家
- ◆ Google Ads (PPC和SEM) 专家
- ◆ 页面内和页面外SEO专家
- ◆ 数字营销分析和效果测量专家

### Catalán Ramírez, Raúl Luis 先生

- ◆ 平面设计师
- ◆ Prometheus Global Solutions的界面设计师和分析师/程序员
- ◆ Mille Cunti协会的设计师
- ◆ EA 平面设计专业毕业



### Fernández Meléndez, Galina 女士

- ◆ 大数据专家
- ◆ Aresi 数据分析师 农场管理
- ◆ ADN 移动解决方案的数据分析师
- ◆ 毕业于阿拉瓜比森特纳利亚大学, 获得工商管理学位委内瑞拉加拉加斯
- ◆ 委内瑞拉规划学院规划和公共财政文凭
- ◆ 奥维耶多大学数据分析和商业智能硕士
- ◆ 巴塞罗那欧洲商学院工商管理 MBA
- ◆ 欧洲巴塞罗那商学院大数据和商业智能硕士

### Nafría Sanz, Alfonso 先生

- ◆ 专门针对中小企业的营销和业务发展顾问
- ◆ Korporate Technologies Group, SL 商业智能顾问
- ◆ CEU San Pablo 大学市场营销和技术市场研究学位
- ◆ 加泰罗尼亚大学商业智能和大数据硕士



# 10

# 对你事业的影响

我们知道, TECH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。开展这项艰巨工作的最终目标必须是实现专业成长,使专业人员的工作安排或晋升符合他们的期望。TECH致力于实现这一目标,并通过与行业内最优秀的专家共同设计具有竞争力的课程来实现这一目标。





“

TECH希望看到你的成长, 希望成为你职业成功的一部分。这就是为什么我们尽最大努力为你提供当今市场上最好的教育方案”

## 你准备好迈出这一步了吗? 卓越的职业提升在等着你

TECH的商业智能管理MBA商学院校级硕士是一个强化课程,培养学生面对挑战,做出重要的创造性和战略性决策,以实现他们的目标。帮助你成功不仅是TECH的目标,也是TECH的目标:为所有人提供精英教育。

如果你想提高自己,在专业水平上实现积极的变化,并与最好的人交流,这里就是你的地方。

不要错过TECH的机会,为你的未来投资。

如果你想在你的职业中做出积极的改变,商业智能管理MBA帮助你实现这一目标。

### 改变时候到



### 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25.26%



# 11

# 对你公司的好处

商业智能管理 MBA 课程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。

此外, 加入这个 MBA 课程是一个独特的机会, 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。



“

进入新的商业概念, 专门  
从事商业智能与TECH!”

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。

# 12 学位

商业智能管理 MBA 商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 颁发的商院校级硕士学位证书。



“

成功地完成这一项目,并获得你的大学学位,省去出门或行政文书的麻烦”



这个**商业智能管理 MBA 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: **商业智能管理 MBA 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 商业智能管理 MBA

- » 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 商业智能管理 MBA

