

商学院校级硕士 IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官)



商学院校级硕士 IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官)

- » 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:具有技术领域经验的毕业生和专业人员

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-it-management-cto-chief-technical-officer

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	24	38
	08 我们学生的特质	09 课程管理	10 对你事业的影响
	46	50	68
		11 对你公司的好处	12 学位
		72	76

01 欢迎

如果没有已经被认为是第四次工业革命或《工业 4.0》的东西,就不可能理解今天的商业世界。机器学习等流程的高度复杂性或对网络安全漏洞的日益关注,使得 CTO (首席技术官) 的形象在最重要的组织中心中必不可少。这位高级经理必须同时精通各级技术领导和IT项目管理。出于这个原因,这个方案将最有效的团队和人才管理与最雄心勃勃的当前数字治理相结合。经理将有机会获得关于数据黑客,社区管理,业务流程管理和其他21世纪领导力基这个要素的具体材料。所有这些都具有 100% 在线方法的优势,不需要任何个人或职业上的牺牲,因为面对面的课程和固定的时间表已经被取消,以寻求具有更大责任的管理人员所需要的灵活性。



IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官)
TECH 科技大学



“

CTO 或首席技术官是保持业务领先的一个重要人物。这个方案将为你提供成为关键战略支柱的钥匙”

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

这个计划的主要目标是为管理人员提供领导成功技术项目所需的工具、知识和战略。因此,感谢由于广泛而详细的技术材料,你从这个学位毕业后将有能力在更大的声望和经济实力的机构中担任 CTO,即首席技术官的职位。



“

学生将被定位为一个尖端的管理者, 深入研究最现代的人员、数据和技术管理模式”

你的目标就是我们的目标
我们一起工作,帮助你实现这些目标

IT 管理 MBA(CTO,首席技术官)商学院校级硕士将培养你的能力:

01

评估信息技术在商业环境中的地位、定位和成熟度

03

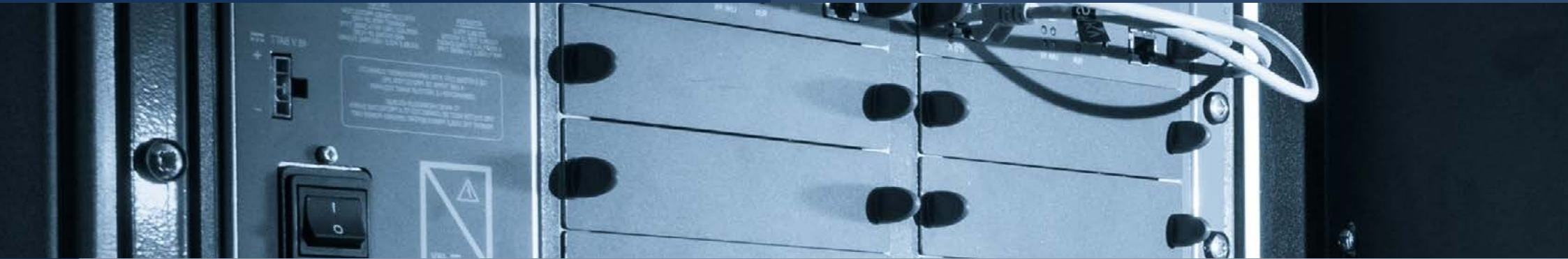
采用信息技术战略管理模式,并将其纳入和协调集成并协调到企业战略和管理中

02

培养组织中技术领导所需的管理技能和知识

04

实施方法,使技术创新过程系统化 技术创新的过程,与公司的需求相联系



05

发展与信息和通信技术 (TIC) 以及研发和创新环境有关的管理活动

07

分析围绕 TIC 管理和创新的社会和经济环境



06

参与与 ICT 管理、创新和研究发展有关的项目

08

制定IT项目管理方法, 控制流程 and 产品质量

09

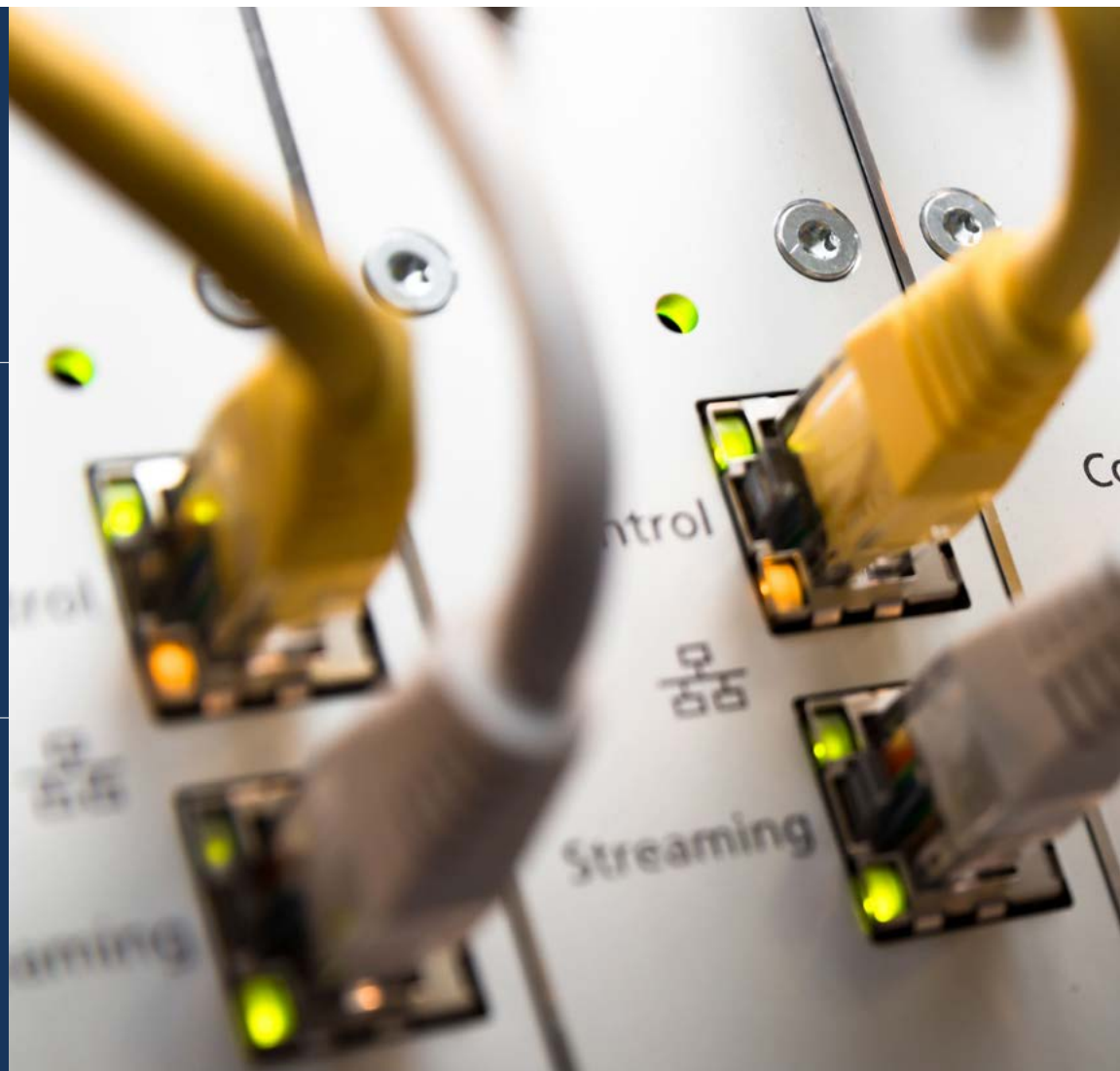
适当的团队管理, 导致更高的员工绩效, 从而为公司带来更高的利润

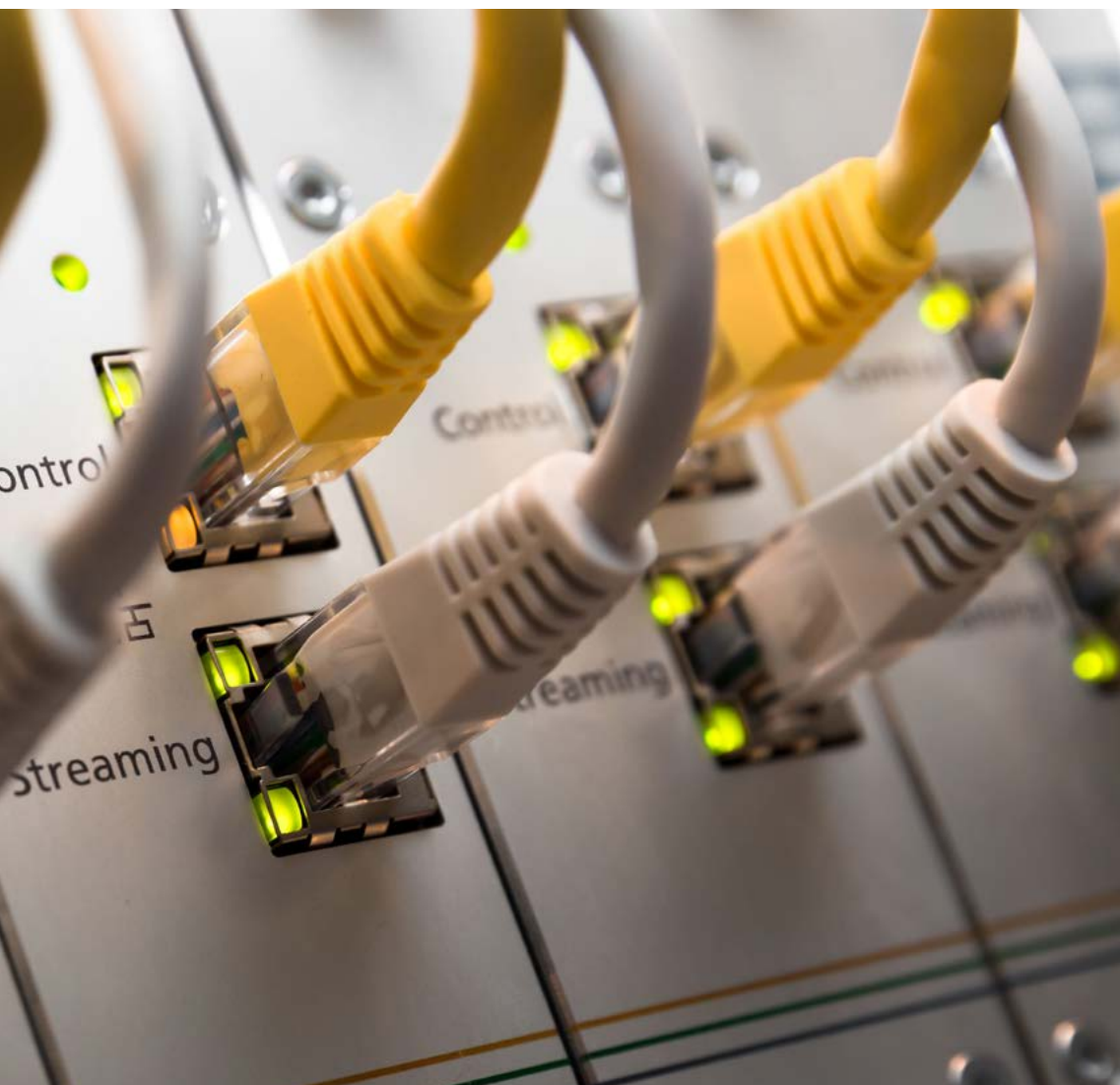
10

能够识别组织中的人才

11

了解、制定和评估所有的IT项目规划流程





12

注重研发和创新, 作为发展新项目的基这个要素

13

了解社交媒体作为公司营销和广告活动的一个重
要工具的重要性

05 能力

为了培养现代 CTO 所需的能力,这个资格证书将深入研究这一高级管理人物必须具备的所有素质。因此,整个教学大纲不仅涵盖了基这个的战略和技术理论,而且还包括案例研究和实例,以便在实际情况下发展这些理论并将其融入背景。经理人在毕业时将完全掌握在最雄心勃勃的技术领域发展事业所需的技能。





“

获得必要的和互补的技能, 成为技术领域的模范领导者”

01

在新产品开发的框架内使用新的数字趋势

04

进行正确的战略规划, 以实现公司的目标

02

领导一家专门从事IT项目的公司, 专注于团队和项目管理

05

应用精益管理的基这个原则

03

在公司实施最合适的信息系统和技术



06

了解审计和认证在研发与创新中的重要性

08

在公司发展中应用社交媒体

09

对大 数据有广泛的了解

07

通过信息技术, 寻求和发展最佳的用户体验

10

为数字公司的适当发展实施适当的战略



06

结构和内容

为了保证内容的最高质量，TECH 组建了一个专门的教学团队，特别强调 CTO(首席技术官) 为了在其工作领域取得成功而必须发展的那些领域。为此，构成这个课程的 10 个模块都有高质量的多媒体材料，包括视频摘要、详细分析和补充读物，以扩展每个主题。



“

整个教学大纲是根据最苛刻的商业场景量身定制的, 让你确信你正在获得最高级别的首席技术官的技能”

教学大纲

TECH 科技大学的IT管理 MBA (CTO, 首席技术官), 是一个强化课程, 培养管理人员在国内和国际上面对技术层面的挑战和商业决策。这个专业的内容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 1,500 个小时的学习中, 将通过个人工作分析大量的实际案例, 以这种方式实现深入和有用的学习, 以实现专业发展。因此, 它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

这个课程深入处理公司的不同领域, 旨在培养从战略、国际和创新角度理解组织中的技术发展的专门管理人员。

一个为你设计的计划, 专注于你的专业提高, 并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组织机构需求的课程, 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。

这个方案课程为期 12 个月, 分为 2 个主要部分:

模块 1	人才管理和技能
模块 2	技术方向
模块 3	战略规划和 IT 项目管理
模块 4	创新管理
模块 5	信息安全系统
模块 6	新的数字趋势
模块 7	数字化商业战略
模块 8	社交媒体和社区管理
模块 9	数据科学与大数据
模块 10	网页设计、实用性和用户体验
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	管理行政



何时,何地,如何授课?

TECH 提供了完全在线开发这个IT管理 MBA (CTO, 首席技术官) 商学院校级硕士的可能性。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. 人才管理和技能

1.1. 管理能力的发展

- 1.1.1. 领导力
- 1.1.2. 情绪智力
- 1.1.3. 组织: 领域、流程和项目

1.2. 将人才管理作为一种竞争优势

- 1.2.1. 积极管理的关键
- 1.2.2. 组织中的人才地图
- 1.2.3. 成这个和附加值

1.3. 团队管理

- 1.3.1. 培养高绩效团队
- 1.3.2. 人们在群体中的角色
- 1.3.3. 成功工作的个人因素和动机
- 1.3.4. 建立一个高绩效的团队

1.4. 系统和组织变革

- 1.4.1. 变革的过程
- 1.4.2. 预测和行动
- 1.4.3. 组织性学习
- 1.4.4. 抗拒改变

1.5. 方向和动机

- 1.5.1. 激励的这个质
- 1.5.2. 动机的这个质
- 1.5.3. 需求理论
- 1.5.4. 激励和经济补偿

1.6. 人才和人员管理的创新

- 1.6.1. 战略性人才管理模式
- 1.6.2. 识别、教导和培养人才
- 1.6.3. 忠诚度和保留率
- 1.6.4. 积极主动, 勇于创新

模块 2. 技术方向

2.1. 商业中的信息系统和技术

- 2.1.1. 信息技术模式的发展
- 2.1.2. 组织和IT部门
- 2.1.3. 信息技术和经济环境

2.2. 公司的IT地位

- 2.2.1. 对企业增值的看法
- 2.2.2. 战略成熟度水平
- 2.2.3. IT治理和公司治理

2.3. 管理能力建设

- 2.3.1. 管理职能和管理角色
- 2.3.2. CIO 在公司中的作用
- 2.3.3. 信息技术总监的愿景和使命
- 2.3.4. 电子领导力和整体创新管理

2.4. 关系和政治能力

- 2.4.1. 指导委员会
- 2.4.2. 影响
- 2.4.3. 利益相关者
- 2.4.4. 冲突管理

2.5. 公司战略和技术战略

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

2.6. 决策支持系统

- 2.6.1. 商业智能
- 2.6.2. 数据仓库
- 2.6.3. BSC 或平衡计分卡

模块 3. 战略规划和IT项目管理

3.1. 策略规划过程 3.1.1. 计划的各个阶段 3.1.2. 概念性概述 3.1.3. 工作组织	3.2. 了解商业战略 3.2.1. 信息需求 3.2.2. 流程图 3.2.3. 业务愿望或优先事项	3.3. 对当前 SI/TI 方法的分析 3.3.1. 对资源和支出/投资水平的分析 3.3.2. 对感知质量的分析 3.3.3. 应用和基础设施的分析 3.3.4. 对环境和竞争对手的分析	3.4. 战略制定 3.4.1. 计划的愿望和战略方向 3.4.2. 目标 SI/IT 模式 3.4.3. 战略举措 3.4.4. 这个计划的影响
3.5. 实施计划 3.5.1. 实施办法 3.5.2. 项目计划	3.6. 信息系统项目 3.6.1. IT项目规划 3.6.2. 监测和结束一个项目 3.6.3. 项目管理战略	3.7. 技术资源管理 3.7.1. 技术报价 3.7.2. 时间和成这个管理 3.7.3. 敏捷项目管理产品	3.8. Lean IT 3.8.1. 精益 IT 和精益思维 3.8.2. 精益管理的基这个原则 3.8.3. 改进小组和问题的解决 3.8.4. 维护和质量管理的的形式

模块 4. 创新管理

4.1. 创造性思维:创新 4.1.1. 技术公司的创新 4.1.2. 促进创造力的技术 4.1.3. 创新理念的构思过程	4.2. 过程工程和产品工程 4.2.1. 创新战略 4.2.2. 开放式创新 4.2.3. 组织和创新文化 4.2.4. 多功能设备	4.3. 推出新产品和工业化 4.3.1. 新产品的的设计 4.3.2. 精益设计 4.3.3. 新产品的产业化 4.3.4. 制造和装配	4.4. I+D+i 的管理系统: 4.4.1. 要求 I+D+i 的管理系统: 4.4.2. 行动路线、活动、过程和程序 4.4.3. 建议的研发与创新管理框架
4.5. I+D+i 的管理系统: 4.5.1. 研发与创新审计的基这个原则 4.5.2. 研发与创新审计的各个阶段 4.5.3. 研发与创新领域的认证 4.5.4. 认证 I+D+i 的管理系统:	4.6. 研发与创新管理的工具 4.6.1. 研发与创新的因果关系图 4.6.2. 研发与创新的加权选择 4.6.3. 研发与创新的帕累托图 4.6.4. 研发与创新的优先矩阵	4.7. 基准测试在研发中的应用 4.7.1. 基准测试的类型 4.7.2. 研发中的基准测试过程 4.7.3. 应用于研发的基准测试过程的方法论 4.7.4. 基准测试的优势	4.8. 重新设计, 对公司的业务流程进行彻底的创新 4.8.1. 流程再造的起源和演变 4.8.2. 重新设计的目标 4.8.3. 重新设计的正确方法
4.9. 研发项目的指导和管理 4.9.1. 构成研发与创新项目的要素 4.9.2. 研发与创新项目的最重要阶段 4.9.3. 研发与创新项目的管理流程	4.10. 研发与创新项目的质量管理 4.10.1. 研发与创新项目的质量管理体系 4.10.2. 研发与创新项目的质量管理 4.10.3. 研发与创新项目质量计划的内容		

模块 5. 信息安全系统

5.1. 信息心理学简介

- 5.1.1. 对计算机系统的攻击类型
- 5.1.2. 确保计算机系统安全的措施
- 5.1.3. 风险计划、安全计划和应急计划

5.2. 计算机网络的安全

- 5.2.1. 网络上的威胁
- 5.2.2. 计算机病毒
- 5.2.3. 社会工程学
- 5.2.4. 黑客

5.3. 道德黑客

- 5.3.1. 漏洞扫描
- 5.3.2. 有用的工具

5.4. 安全网络的设计和管理以及风险管理

- 5.4.1. 服务器操作系统
- 5.4.2. 网络配置
- 5.4.3. IT 治理、风险管理和法规遵从

5.5. 根据 ISO 1,5000 标准实施 ISMS 系统

- 5.5.1. 信息安全管理制度和效益
- 5.5.2. 信息安全标准

5.5.3. 实施 SGSI 的阶段

5.6. 技术领域的工业和知识产权

- 5.6.1. 工业产权
- 5.6.2. 商标和域名

5.6.3. 知识产权

5.7. 招聘与 TIC 部门

- 5.7.1. 与 IT 部门有关的主要合同数字

模块 6. 新的数字趋势

6.1. 物联网

- 6.1.1. 愿景与挑战
- 6.1.2. 关键技术
- 6.1.3. 开创性项目

6.2. 游戏化

- 6.2.1. 商业游戏化技术
- 6.2.2. 游戏化设计框架
- 6.2.3. 运作机制及动力
- 6.2.4. 效益和投资回报

6.3. 大数据

- 6.3.1. 部门申请
- 6.3.2. 商业模式
- 6.3.3. 新职业

6.4. 人工智能

- 6.4.1. 人工智能的方法论方面
- 6.4.2. 启发式搜索
- 6.4.3. 规则中的推理方法
- 6.4.4. 语义网络

6.5. 机器人学

- 6.5.1. 机器人形态
- 6.5.2. 空间定位的数学工具
- 6.5.3. 运动控制
- 6.5.4. 工业机器人的实施标准

6.6. 建模与仿真

- 6.6.1. 使用 DEVS 建模
- 6.6.2. 随机输入建模
- 6.6.3. 生成随机条目
- 6.6.4. 实验设计和优化

6.7. 密码学在技术项目中的实施

- 6.7.1. 电子签名
- 6.7.2. 数字证书
- 6.7.3. 数据加密
- 6.7.4. 密码学的实际应用

6.8. 其他趋势

- 6.8.1. 3D 打印机
- 6.8.2. 无人机
- 6.8.3. 人工视觉
- 6.8.4. 扩增实境

模块 7. 数字化商业战略**7.1. 数字战略**

- 7.1.1. 基于互联网的商业模式
- 7.1.2. 技术战略及其对数字创新的影响
- 7.1.3. 战略性IT规划
- 7.1.4. 战略与互联网

7.2. 采购战略

- 7.2.1. 制定采购战略的工具
- 7.2.2. Cloud 计算
- 7.2.3. IT 采购管理

7.3. 信息技术治理

- 7.3.1. 分析当前IT职能的趋势和最佳做法
- 7.3.2. 关键的管理挑战和决定
- 7.3.3. 管理程序、要求、战略和外包模式

7.4. 社交网络业务

- 7.4.1. Web 2.0 的战略愿景及其挑战
- 7.4.2. 融合机会和TIC趋势
- 7.4.3. 如何使 Web 2.0 和社会网络盈利
- 7.4.4. 移动性和数字业务

7.5. 业务流程管理

- 7.5.1. 业务流程管理
- 7.5.2. 流程再造
- 7.5.3. 商业信息系统

7.6. 基于互联网的协作企业系统

- 7.6.1. 客户管理系统: CRM
- 7.6.2. 供应链管理系统
- 7.6.3. 电子商务系统

7.7. 企业中的知识管理和协作系统

- 7.7.1. 内容管理
- 7.7.2. 协同工作和员工门户网站
- 7.7.3. 知识管理政策和流程

7.8. 系统单位的有效组织

- 7.8.1. IT 治理
- 7.8.2. 实施风险
- 7.8.3. 业务风险

7.9. B2B 国际化

- 7.9.1. 识别和联系工具
- 7.9.2. B2B 国际化的数字战略
- 7.9.3. B2B 市场的品牌管理

7.10. B2C 国际化

- 7.10.1. 国际基准工具
- 7.10.2. B2C 国际化的数字战略
- 7.10.3. B2C 监控

7.11. 国际物流

- 7.11.1. 国际物流模式
- 7.11.2. 与市场平台的物流
- 7.11.3. 代发物流

模块 8. 社交媒体和社区管理**8.1. 网络 2.0 或社会网络**

- 8.1.1. 谈话时代的组织
- 8.1.2. Web 2.0 以人为本
- 8.1.3. 新环境和新内容

8.2. 沟通和数字声誉

- 8.2.1. 危机管理和在线企业声誉
- 8.2.2. 在线声誉报告
- 8.2.3. 社会网络中的网络礼节和良好做法
- 8.2.4. 品牌建设和网络 2.0

8.3. 综合类、专业类和 微博类平台

- 8.3.1. Facebook
- 8.3.2. LinkedIn
- 8.3.3. Twitter

8.4. 视频、图像和移动平台

- 8.4.1. YouTube
- 8.4.2. Instagram
- 8.4.3. Flickr
- 8.4.4. Vimeo
- 8.4.5. Pinterest

8.5. 企业博客

- 8.5.1. 如何创建一个博客?
- 8.5.2. 如何为你的博客创建一个内容计划?
- 8.5.3. 内容策展战略

8.6. 社交媒体中的策略

- 8.6.1. 企业沟通计划 2.0
- 8.6.2. 企业公共关系和社会媒体
- 8.6.3. 对结果的分析和评价

8.7. 社区管理

- 8.7.1. 社区经理的角色任务和责任
- 8.7.2. 社交媒体经理
- 8.7.3. 社交媒体战略家

8.8. 社交媒体计划

- 8.8.1. 设计一个社交媒体计划
- 8.8.2. 界定在每种媒介中应遵循的战略
- 8.8.3. 危机情况下的应急协议

模块 9. 数据科学与大数据

9.1. 数据科学与大数据

- 9.1.1. 大数据和数据科学对商业战略的影响
- 9.1.2. 简介命令行
- 9.1.3. 数据科学问题及解决方案

9.2. 数据黑客语言

- 9.2.1. SQL 数据库
- 9.2.2. Python 简介
- 9.2.3. R程序

9.3. 统计数据

- 9.3.1. 统计学概论
- 9.3.2. 线性回归和逻辑回归
- 9.3.3. 主成分分析和聚类

9.4. 机器学习

- 9.4.1. 模型的选择和正则化
- 9.4.2. 随机树和森林
- 9.4.3. 自然语言处理

9.5. 大数据

- 9.5.1. Hadoop
- 9.5.2. Spark
- 9.5.3. 协作式推荐和过滤系统

9.6. 数据科学的成功案例

- 9.6.1. 通过 RFM 模型进行客户细分
- 9.6.2. 实验设计应用程序
- 9.6.3. 供应链价值: 预测
- 9.6.4. 商业智能

9.7. 大数据中的混合架构

- 9.7.1. 拉姆达架构
- 9.7.2. 卡帕建筑
- 9.7.3. Apache Flink 和实际实现
- 9.7.4. 亚马逊网络服务

9.8. 云中的大数据

- 9.8.1. AWS: Kinesis
- 9.8.2. AWS: DynamoDB
- 9.8.3. 谷歌云计算
- 9.8.4. Google BigQuery

模块 10. 网页设计、实用性和用户体验

10.1. UX 设计

- 10.1.1. 信息架构
- 10.1.2. 用户体验的 SEO 和分析
- 10.1.3. 登陆页面

10.2. 用户体验设计技术术语

- 10.2.1. 线框和组件
- 10.2.2. 交互模式和导航流程
- 10.2.3. 用户资料
- 10.2.4. 流程和流程漏斗

10.3. 研究

- 10.3.1. 界面设计项目的研究
- 10.3.2. 定性和定量方法
- 10.3.3. 交流研究成果

10.4. 数字化设计

- 10.4.1. 数字原型
- 10.4.2. Axure 和响应式
- 10.4.3. 交互设计和视觉设计

10.5. 用户体验

- 10.5.1. 以用户为中心的设计方法
- 10.5.2. 用户调查技术
- 10.5.3. 让客户参与这个过程
- 10.5.4. 购物体验管理

10.6. 设计用户体验策略

- 10.6.1. 内容树
- 10.6.2. 高保真线框图
- 10.6.3. 组件图
- 10.6.4. 可用性指南

10.7. 可用性评估

- 10.7.1. 可用性评估技术
- 10.7.2. 数据可视化
- 10.7.3. 数据呈现

10.8. 客户价值和客户体验管理

- 10.8.1. 使用叙述和讲故事
- 10.8.2. 作为一种战略的 联合营销
- 10.8.3. 内容营销管理
- 10.8.4. 管理投资回报率

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. 跨文化管理

- 11.2.1. 跨文化管理的概念
- 11.2.2. 对民族文化知识的贡献
- 11.2.3. 多元化管理

11.3. 商业道德

- 11.3.1. 道德与伦理
- 11.3.2. 商业道德
- 11.3.3. 公司的领导力和道德

11.4. 可持续发展

- 11.4.1. 可持续性和可持续发展
- 11.4.2. 2030 年议程
- 11.4.3. 可持续发展的公司

11.5. 企业社会责任

- 11.5.1. 企业社会责任的国际维度
- 11.5.2. 履行企业社会责任
- 11.5.3. 公司社会责任的影响及衡量

11.6. 负责任管理的系统和工具

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

11.7. 跨国公司与人权

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

11.8. 法律环境和公司治理

- 11.8.1. 国际进出口法规
- 11.8.2. 知识产权和工业产权
- 11.8.3. 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. 培养高绩效团队

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

12.5. 谈判和冲突管理

- 12.5.1. 谈判
- 12.5.2. 冲突管理
- 12.5.3. 危机管理

12.6. 沟通管理

- 12.6.1. 企业内外沟通
- 12.6.2. 通讯部门
- 12.6.3. 公司的传媒负责人 Dircom 简介

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. 案例/问题的分析和解决

- 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. 吸引和保留客户的数字营销

- 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. 沟通在组织中的重要性
- 14.9.3. 组织中的沟通类型
- 14.9.4. 沟通在组织中的功能
- 14.9.5. 沟通的元素
- 14.9.6. 沟通问题
- 14.9.7. 沟通场景

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. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法

- 15.2.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法

15.3. 业务管理

- 15.3.1. 领导力的重要性
- 15.3.2. 价值链
- 15.3.3. 质量管理

15.4. 公众演讲和发言人培训

- 15.4.1. 人际沟通
- 15.4.2. 沟通技巧和影响力
- 15.4.3. 沟通障碍

15.5. 个人和组织沟通的工具

- 15.5.1. 人际交往
- 15.5.2. 人际交往的工具
- 15.5.3. 组织内的沟通
- 15.5.4. 组织中的工具

15.6. 危机情况下的沟通

- 15.6.1. 危机
- 15.6.2. 危机的各个阶段
- 15.6.3. 信息:内容和时刻

15.7. 准备一个危机计划

- 15.7.1. 对潜在问题的分析
- 15.7.2. 教学
- 15.7.3. 工作人员是否充足

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



“

一个独特的、关键的和决定性的经验,以促进你的专业发展并实现明确的飞跃”

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

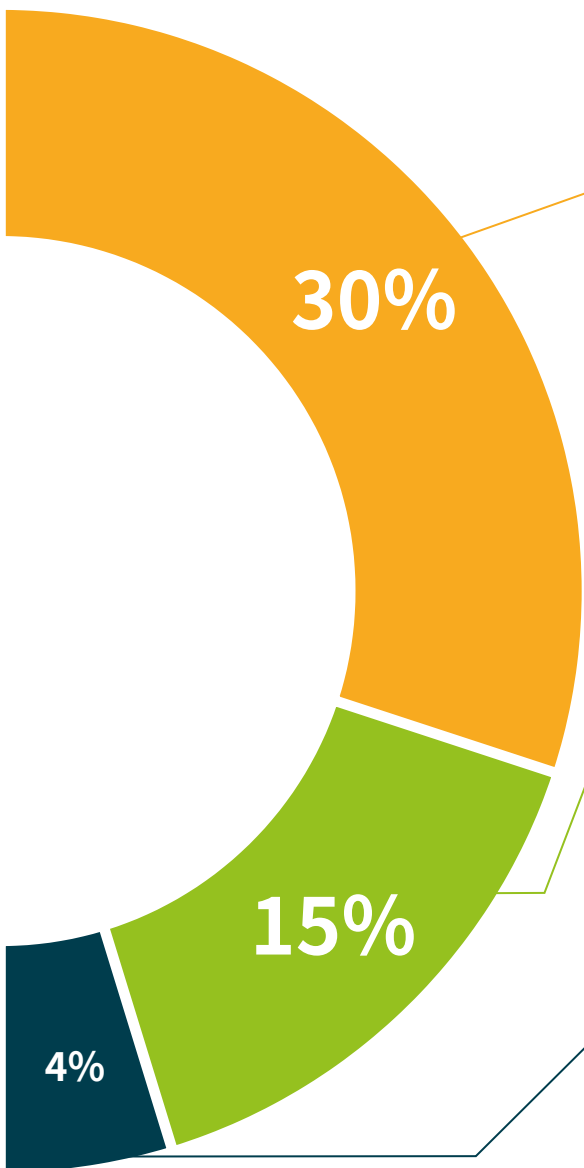
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官) 商学院校级硕士是一个针对物流专业人士的课程, 他们希望更新知识, 发现管理供应链的新方法, 并在其职业生涯中取得进步。由于感谢 TECH 先进的教学方法, 他们将能够获得专门设计的教学内容, 目的是使他们成为著名的首席技术官。





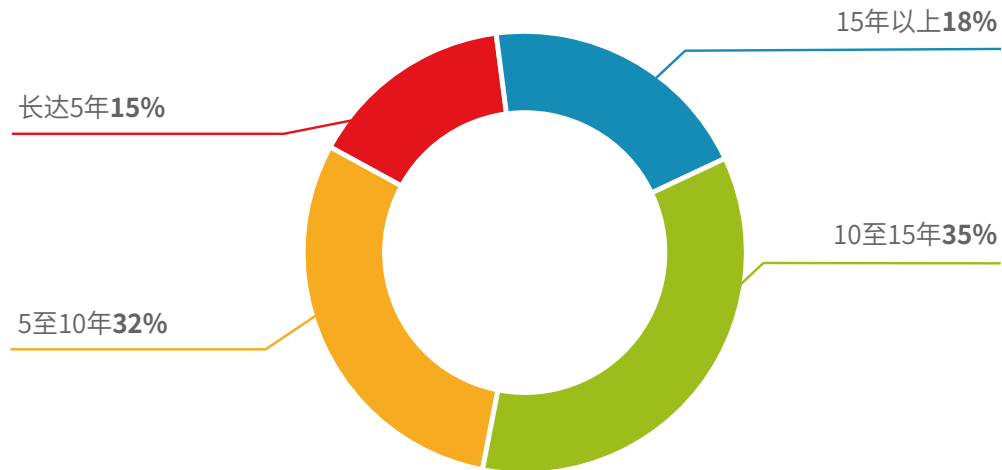
“

如果你有IT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”

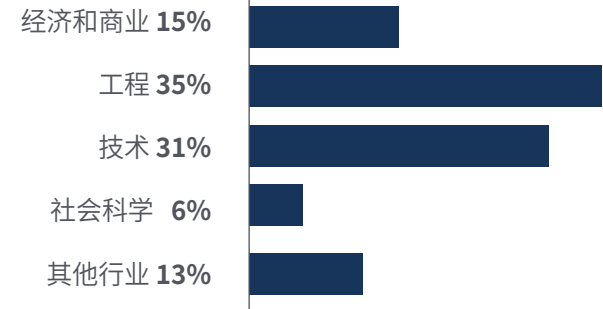
平均年龄

35岁至45岁之间

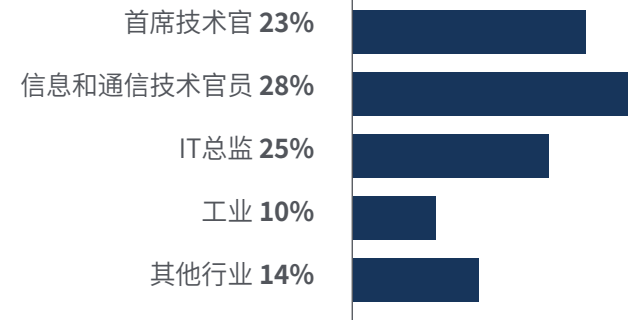
经验年限



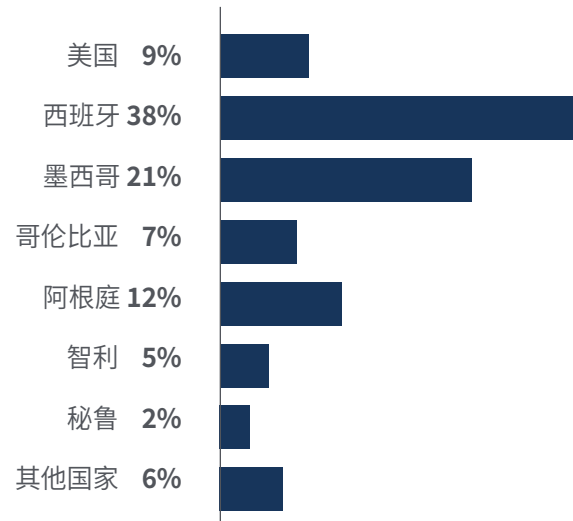
培训



学术概况



地域分布



Ana Rubio

首席技术官

“我是一名计算机工程师，在做了六年的程序员和项目分析员之后，我在这个项目中找到了扭转我职业生涯的机会。我的经验是非常积极的。这个商学院校级硕士奠定了商业世界的管理基础，这也是 CTO 日常工作的基这个支柱”

09

课程管理

为了确保所有内容的最高质量, TECH 科技大学聘请了具有国际影响力的教师团队来编写这个课程。通过一系列高水平的讲座, 学生将能够了解像 Amazon 和 Microsoft 这样的知名企业的领导力关键点, 并从这两家公司的一位杰出高管那里获得独特的视角。





“

通过享誉国际的高管提供的独特视角，
深入探讨最高水平的信息技术管理”

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

- 职位:美国西雅图 Amazon 公司区域 IT 经理
- Amazon 高级项目经理
- 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

“

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

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 NBC Universal 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力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
- NBC Universal 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

“

TECH 拥有一支卓越且专业的国际客座董事团队, 他们在全球市场中最前沿的公司中担任重要的领导角色”

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。

在为不同行业的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

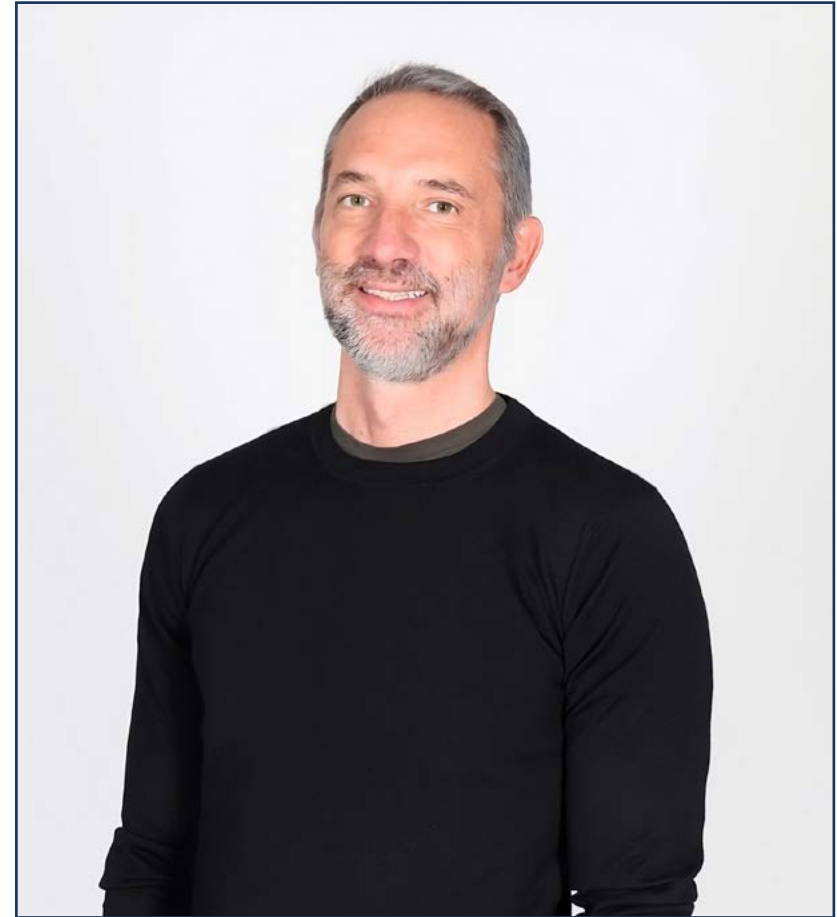
Andrea La Sala 是一位经验丰富的市场营销高管，他的项目对时尚领域产生了显著的影响。在其成功的职业生涯中，他从事了与产品、商品销售和沟通相关的多项工作。这些都与诸如 **Giorgio Armani**、**Dolce&Gabbana**、**Calvin Klein** 等知名品牌紧密相关。

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 Luminare 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。

这位高管的领导能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!”

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。开展这项伟大工作的最终目标必须是实现专业成长。出于这个原因, TECH 将其所有的资源都放在学生可以接触到的地方, 这样他们就可以在一个高需求的领域中进行专业学习, 无需做出很大的努力就能实现其职业生涯的利益。



“

你将以这样的方式管理你的组织在大数据、研发与创新认证和网页设计方面的混合架构, 你将成为其中不可或缺的一员”

你准备好飞跃了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH 科技大学的IT管理MBA (CTO, 首席技术官) 商学院校级硕士, 是一个强化课程, 培养学生在国内和国际上面对技术层面的挑战和商业决策。其主要目的是促进你的个人和职业成长。帮助你获得成功。

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。

在 TECH, 我们致力于高质量的专业化, 使我们的学生获得专业上的成功。这个方案就是一个典型的例子。

这个课程将为你提供在IT管理和领导方面的专业发展所需的工具。

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%



11

对你公司的好处

IT 管理MBA (CTO, 首席技术官) 商学院校级硕士通过对高水平领导人的专业化培养, 有助于将组织的人才提高到最大的潜力。因此, 参加这个学术课程不仅会在个人层面上有所提高, 最重要的是在专业层面上, 增加你的培训, 提高你的管理学生能力。此外, 加入 TECH 的教育社区是一个独特的机会, 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。



“

它为贵公司提供了一个部门的全球视野, 实现了短期和长期的利益”

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

这个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,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

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

专业人士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项目。

06

提高竞争力

本大学课程将使你的专业人员具备接受新挑战和推动组织发展的技能。

12 学位

IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官) 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IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官) 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: IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官) 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 IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官)

- » 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 IT 管理 MBA (CTO, 首席技术官)

