

商学院校级硕士 采购管理 MBA





商学院校级硕士 采购管理 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: 毕业生和有明显经验的专业人员

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-purchasing-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
	18	22	34
	08 我们学生的特质	09 课程管理	10 对你事业的影响
	42	46	64
		11 对你公司的好处	12 学位
		68	72

01 欢迎

当前企业界传统采购概念的重大转变，要求企业适应行业的现有需求，并在物流、生产、财务、营销、项目管理、采购和供应等领域深入改进服务。通过 TECH 的该课程，学生将全面掌握企业管理，并培养实施积极供应商谈判策略的必要技能，同时明确采购管理对企业盈利能力的财务影响。此外，毕业生还将获得由该领域国际权威专家授课的10个大师班。



采购管理 MBA
TECH 科技大学



“

不要错过这个机会, 通过由 TECH 特邀的国际总监为本学位提供的大师班来提升你的技能”

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

该项目旨在巩固采购与供应管理中的领导和管理能力,同时培养在职业发展中必不可少的新技能和能力。课程结束后,你将能够以创新的视角和国际视野做出全球决策。



“

我们的核心目标之一是帮助你培养战略性管理企业供应的关键能力”

TECH 会把学生的目标作为自己的，
并与学生一同致力达成

采购管理 MBA 将培训专业人士：

01

在综合物流的框架内确定购买和采购政策

02

界定影响采购管理以及客户-供应商关系的政策、做法和杠杆

03

使用最合适的采购工具来选择和评估最佳供应商

04

构建采购领域的需求

05

实施一项提高生产力和降低成本的计划



06

通过确定关键指标来评估和衡量结果

08

拟定采购部门的战略计划

09

定义采购管理对公司盈利能力的财务影响

07

制定谈判策略, 与供应商建立稳定和积极的关系

10

掌握领导技能, 使你能更轻松地发展你的专业工作



05 能力

在通过采购管理 MBA 的评估后, 专业人员将获得必要的技能, 在最创新的教学方法基础上进行高质量和最新的实践。





“

完成此课程后, 你所培养的能力将助你实现所期望的职业成功”

01

对公司进行财务诊断

04

了解审计在公司购买和采购过程中的重要性

02

进行市场分析,了解公司及其竞争对手的情况



03

改善采购和采购流程

05

从国际战略角度了解公司和物流过程

06

执行和管理采购的绩效和审计

08

有一个国际物流规划,可以提高公司的利润

09

在所有过程和项目中应用最高水平的质量 获

07

搜索并选择最适合公司的供应商

10

得领导技能,使专业工作更加流畅地发展



06

结构和内容

采购管理 MBA 是一个为你量身定制的课程,采用100%在线授课形式,让你可以根据自己的时间、地点和兴趣选择最合适的学习安排。

该课程为期12个月,旨在为你提供一次独特而激励人心的体验,为你的职业成功奠定基础,并始终追求在能力提升方面的持续改进。



“

教育上的努力将会在职业领域得到回报。因此, 你应始终追求知识的更新与提升”

教学大纲

TECH 科技大学的采购管理 MBA 是一个密集的课程,旨在为学生做好应对企业沟通决策的准备。其内容旨在鼓励发展管理技能,以便在不确定的环境中做出更严格的决策。

通过2,700小时的学习,学生将通过个人工作分析大量实际案例,获得更高水平的知识,随后可以将其应用于日常工作中。因此,它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

该项目深入探讨了企业的不同领域,旨在培养能够从战略性和创新性视角理解采购管理的高管。

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,并由最好的教育方法和卓越的师资队伍支持,了解你和你的公司的需求的计划,这将为你提供创造性和高效地解决关键情况的技能。

这个课程为期12个月,分为14个模块:

模块 1

管理和领导

模块 2

物流和经济管理

模块 3

市场调查

模块 4

购买和采购职能

模块 5

战略采购管理

模块 6

供应商关系管理

模块 7

买方的项目和质量管理

模块 8

社会-生态影响

模块 9

全球采购

模块 10

业绩和审计

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

商业管理与战略营销

模块 14

执行管理



何时,何地,如何授课?

TECH 提供完全在线学习采购管理 MBA 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. 管理和领导

1.1. 一般管理

- 1.1.1. 全球商业战略中的职能战略整合
- 1.1.2. 管理政策和流程
- 1.1.3. 社会与企业

1.2. 战略管理

- 1.2.1. 确立战略地位:使命、愿景和价值观
- 1.2.2. 新业务发展
- 1.2.3. 企业战略的增长和巩固

1.3. 竞争策略

- 1.3.1. 市场分析
- 1.3.2. 可持续竞争优势
- 1.3.3. 投资回报

1.4. 公司战略

- 1.4.1. 推动企业战略
- 1.4.2. 调整公司战略的进度
- 1.4.3. 确定公司战略的框架

1.5. 规划和战略

- 1.5.1. 战略管理在管理控制过程中的现实意义
- 1.5.2. 对环境和组织的分析
- 1.5.3. 精益管理

1.6. 人才管理

- 1.6.1. 人力资这个管理
- 1.6.2. 环境、战略和衡量标准
- 1.6.3. 人员管理的创新

1.7. 管理发展和领导力

- 1.7.1. 领导力和领导风格
- 1.7.2. 激励
- 1.7.3. 情绪智力
- 1.7.4. 有效会议

1.8. 更换管理层

- 1.8.1. 绩效分析
- 1.8.2. 领导变革。抗拒改变
- 1.8.3. 变更流程管理
- 1.8.4. 多文化团队的管理

1.9. 谈判

- 1.9.1. 跨文化谈判
- 1.9.2. 谈判的方法
- 1.9.3. 有效的谈判技巧
- 1.9.4. 结构调整

模块 2. 物流和经济管理

2.1. 财务诊断

- 2.1.1. 财务报表的分析指标
- 2.1.2. 盈利能力分析
- 2.1.3. 公司的经济和财务盈利能力

2.2. 经济决策分析

- 2.2.1. 预算控制
- 2.2.2. 竞争分析。比较分析
- 2.2.3. 决策制定商业投资或撤资

2.3. 投资估价和投资组合管理

- 2.3.1. 投资项目的盈利能力和价值创造
- 2.3.2. 投资项目的评估模式
- 2.3.3. 敏感性分析、情景发展和决策树

2.4. 采购管理的财务管理

- 2.4.1. 购买对利润的乘数效应
- 2.4.2. 盈利能力和成这个降低
- 2.4.3. 资产的机会成这个

2.5. 对购买的经济控制

- 2.5.1. KPIs, 关键采购管理指标
- 2.5.2. 正确管理关键绩效指标对总成这个的影响
- 2.5.3. 采购经济和控制记分卡

2.6. 仓库、库存和物流管理

- 2.6.1. 采购物流管理
- 2.6.2. 库存管理
- 2.6.3. 仓库管理

2.7. 供应链管理

- 2.7.1. 供应链的成这个和效率
- 2.7.2. 需求模式的变化
- 2.7.3. 运营策略的改变

2.8. 物流流程

- 2.8.1. 按程序组织和管理。
- 2.8.2. 供应、生产、分销
- 2.8.3. 质量、质量成这个和工具
- 2.8.4. 售后服务

2.9. 物流与客户

- 2.9.1. 需求分析与预测
- 2.9.2. 销售预测和计划
- 2.9.3. 协作规划、预测和替换

2.10. 国际物流

- 2.10.1. 海关、出口和进口流程
- 2.10.2. 国际支付形式和手段
- 2.10.3. 国际物流平台

模块 3. 市场调查**3.1. 新的竞争环境**

- 3.1.1. 技术创新和经济影响
- 3.1.2. 知识社会
- 3.1.3. 新的消费者档案

3.2. 定量研究方法和技术

- 3.2.1. 变量和量表测量尺度
- 3.2.2. 信息来源
- 3.2.3. 取样技术
- 3.2.4. 数据处理与分析

3.3. 定性研究方法和技术

- 3.3.1. 直接技术:焦点小组
- 3.3.2. 人类学技术
- 3.3.3. 间接技术
- 3.3.4. 双面镜和德尔菲法

3.4. 市场细分

- 3.4.1. 市场类型
- 3.4.2. 需求的概念和分析
- 3.4.3. 划分和标准
- 3.4.4. 目标公众的定义

3.5. 购买行为类型

- 3.5.1. 复杂的行为
- 3.5.2. 减少不协调的行为
- 3.5.3. 不同的搜索行为
- 3.5.4. 通常的购买行为

3.6. 营销信息系统

- 3.6.1. 营销信息系统的概念性方法
- 3.6.2. 数据仓库和数据挖掘
- 3.6.3. 地理信息系统

3.7. 研究项目管理

- 3.7.1. 信息分析工具
- 3.7.2. 制定期望管理计划
- 3.7.3. 项目可行性评估

3.8. 营销情报

- 3.8.1. 大数据
- 3.8.2. 用户体验
- 3.8.3. 技术的应用

模块 4. 购买和采购职能**4.1. 采购和价值链**

- 4.1.1. 采购和采购部门的使命、目标和结构
- 4.1.2. 采购部门的主要组成部分
- 4.1.3. 公司的采购和物流流程
- 4.1.4. 指标管理, 记分卡

4.2. 制定采购战略

- 4.2.1. 采购规格
- 4.2.2. 管理收据、订单和送货单
- 4.2.3. 事故和库存管理

4.3. 价格、成这个和购买价值分析

- 4.3.1. 类别管理
- 4.3.2. RFP与RFQ系统
- 4.3.3. 国际定价指数
- 4.3.4. 动态定价

4.4. 采购中的风险管理

- 4.4.1. 风险的性质
- 4.4.2. 供应市场的风险
- 4.4.3. 保险
- 4.4.4. 价格风险、波动性

4.5. E-procurement

- 4.5.1. 电子商务和电子采购
- 4.5.2. 拍卖和反向拍卖
- 4.5.3. 实施成这个和最常用的系统
- 4.5.4. 电子采购

4.6. 在不同行业和部门的采购

- 4.6.1. 购买服务
- 4.6.2. 采购设备货物
- 4.6.3. 购买商品销售, 营销, 广告
- 4.6.4. 信息技术、运输和其他部门
- 4.6.5. 公共部门的采购

模块 5. 战略采购管理

5.1. 战略采购管理

- 5.1.1. 采购管理、采购和供应方面的新挑战
- 5.1.2. 公司和供应链中的采购功能
- 5.1.3. 作为资源提供者的采购功能

5.2. 采购过程中的精益化管理

- 5.2.1. 精益采购
- 5.2.2. SCM中的外包
- 5.2.3. 精益供应

5.3. 采购战略的设计

- 5.3.1. 外包
- 5.3.2. 流程外包
- 5.3.3. 全球化
- 5.3.4. 离岸外包

5.4. 外包-内包

- 5.4.1. 采购模式和流程
- 5.4.2. 分割模型
- 5.4.3. 电子采购的作用

5.5. 战略采购

- 5.5.1. 供应商选择和战略
- 5.5.2. 从战略采购中创造价值
- 5.5.3. 采购中的物流运营商

5.6. 仓库的设计和管理

- 5.6.1. 先进的仓库设计
- 5.6.2. 拣选和分拣
- 5.6.3. 材料流控制

5.7. 精益仓库

- 5.7.1. 精益仓储的基础知识
- 5.7.2. 库存管理系统
- 5.7.3. 仓库设计中的无线电频率

5.8. 运输和分销管理

- 5.8.1. 运输和仓储之间的协调
- 5.8.2. 物流活动区, ZAL

5.9. 内部物流

- 5.9.1. 需求计算
- 5.9.2. JIT系统中仓库的类型划分
- 5.9.3. DOUKI SEISAN用品
- 5.9.4. 精益材料处理

模块 6. 供应商关系管理

6.1. 供应商搜索规划

- 6.1.1. 招标过程和标准制定
- 6.1.2. 确定潜在的供应商
- 6.1.3. 供应商的选择

6.2. 供应商选择标准

- 6.2.1. 经济标准
- 6.2.2. 质量标准
- 6.2.3. 其他标准

6.3. 供应商关系管理

- 6.3.1. 关系伦理学
- 6.3.2. 招聘规划
- 6.3.3. 服务的采购

6.4. 将供应商纳入价值链

- 6.4.1. 整合过程的各个阶段
- 6.4.2. 风险和控制参数
- 6.4.3. 后续
- 6.4.4. 分解整合

6.8. 合同管理和行政

- 6.8.1. 谈判和实施
- 6.8.2. 对结果的监测和控制
- 6.8.3. 合同结束

模块 7. 买方的项目和质量管理**7.1. 精益管理**

- 7.1.1. 精益管理的基这个原则
- 7.1.2. 改进小组和问题的解决
- 7.1.3. 维护和质量管理的的新方法

7.2. 项目管理的精益化工具

- 7.2.1. 质量改进工具
- 7.2.2. 成这个改进工具
- 7.2.3. 最后期限的改进工具
- 7.2.4. 员工参与改进工具

7.3. 管理的实际应用 精益:基这个原则和规则

- 7.3.1. 识别采购和Procurement
- 7.3.2. 4条规则的实际应用精益
- 7.3.3. 使用SIPOC对子流程进行明确的定义

7.4. 采购流程中的精益六西格玛

- 7.4.1. 通过DMAIC改进方法实现价值最大化
- 7.4.2. 诊断过程能力和改进潜力
- 7.4.3. 在采购中使用过程和结果指标

7.5. 项目质量管理

- 7.5.1. 根据要求和规格进行项目规划
- 7.5.2. 客户要求和竞争评估
- 7.5.3. 目标、关系和关联性
- 7.5.4. 失效模式和效果分析

7.6. 全面质量管理和先进项目管理

- 7.6.1. 全面质量管理
- 7.6.2. 六西格玛作为一个整体业务管理系统
- 7.6.3. EFQM模型

7.7. 采购过程中的价值链地图

- 7.7.1. 确定具体的改进目标
- 7.7.2. 调整和平衡流程以减少非价值时间和优化资源

模块 8. 社会-生态影响**8.1. 企业社会责任**

- 8.1.1. 企业社会责任战略愿景
- 8.1.2. 实施企业社会责任的系统和模式
- 8.1.3. 企业社会责任的组织
- 8.1.4. 角色和责任

8.2. SCM和企业责任

- 8.2.1. 无形资产经济中的价值创造
- 8.2.2. RSC: 企业承诺
- 8.2.3. 社会、环境和经济影响

8.3. 负责任的金融和投资

- 8.3.1. 信息透明
- 8.3.2. 融资和责任投资
- 8.3.3. 社会经济、合作社和企业社会责任

8.4. 商业与环境

- 8.4.1. 可持续发展
- 8.4.2. 企业对环境问题的反应
- 8.4.3. 废物和排放

8.5. 负责任管理的系统和工具

- 8.5.1. 社会责任管理制度
- 8.5.2. 质量、环境和职业健康与安全管理系统
- 8.5.3. 审计

模块 9. 全球采购

9.1. 全球经济环境

- 9.1.1. 全球经济的基本原理
- 9.1.2. 商业和金融市场的全球化
- 9.1.3. 新兴市场的增长与发展
- 9.1.4. 国际货币体系

9.2. 采购适应全球采购

- 9.2.1. 采购结构
- 9.2.2. 对新技能的需求
- 9.2.3. 中介机构

9.3. 进口管理

- 9.3.1. 海关、出口和进口流程
- 9.3.2. 国际贸易机构和协议
- 9.3.3. 工厂管理和国际采购

9.4. 国际物流配送

- 9.4.1. 国际物流平台
- 9.4.2. 国际运输运营商
- 9.4.3. 枢纽和分配

9.5. 国际贸易术语解释通则和国际文件管理

- 9.5.1. 出口或执行
- 9.5.2. 代理、分销和国际销售及采购合同
- 9.5.3. 工业和知识产权
- 9.5.4. 关税分类

9.6. 国际支付形式和手段

- 9.6.1. 付款方式的选择
- 9.6.2. 跟单信用证
- 9.6.3. 银行担保和跟单信用证

9.7. 国际精益物流

- 9.7.1. 精益基这个原理在国际物流中的应用
- 9.7.2. 主要影响和要求
- 9.7.3. 其他流程改进方法

模块 10. 业绩和审计

10.1. 经营业绩指标的一般方面

- 10.1.1. 管理指标的功能
- 10.1.2. 指标仪表板和平衡计分卡
- 10.1.3. 物流指标

10.2. 起始材料采购指标

- 10.2.1. 业绩指标
- 10.2.2. 经济指标
- 10.2.3. 内部客户关系指标
- 10.2.4. 采购成效指标
- 10.2.5. 采购效率指标
- 10.2.6. 采购目标

10.3. 服务采购指标

- 10.3.1. 经济指标
- 10.3.2. 采购成效指标
- 10.3.3. 业绩指标
- 10.3.4. 关系指标
- 10.3.5. 内部客户关系指标

10.4. 其他指标

- 10.4.1. 业绩指标
- 10.4.2. 采购团队的生产力指标

10.5. 采购审计

- 10.5.1. 审计目标
- 10.5.2. 采购控制的审计范围
- 10.5.3. 内部审计、培训以及承包商的政策和程序

10.6. 采购管理中的标杆管理

- 10.6.1. 种类基准化
- 10.6.2. 对市场进行基准测试
- 10.6.3. 在采购部门应用标杆管理的成就和优势
- 10.6.4. 基准的测量

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	11.5. 可持续发展 11.5.1. 可持续性和可持续发展 11.5.2. 2030 年议程 11.5.3. 可持续发展的公司
11.6. 企业社会责任 11.6.1. 企业社会责任的国际维度 11.6.2. 履行企业社会责任 11.6.3. 公司社会责任的影响及衡量	11.7. 负责任管理的系统和工具 11.7.1. RSC: 企业社会责任 11.7.2. 实施负责任管理战略的基本要素 11.7.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤 11.7.4. CSR工具和标准	11.8. 跨国公司与人权 11.8.1. 全球化、跨国企业和人权 11.8.2. 跨国公司面临国际法 11.8.3. 跨国公司有关人权的法律文书	11.9. 法律环境和 公司治理 11.9.1. 国际进口和出口规则 11.9.2. 知识产权和工业产权 11.9.3. 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. 沟通管理 12.7.1. 企业内外沟通 12.7.2. 通讯部门 12.7.3. 公司的传媒负责人Dircom 简介	12.8. 生产力、吸引、保留和激活人才 12.8.1. 生产力 12.8.2. 吸引和保留人才的杠杆

模块 13. 商业管理、战略营销和企业传播

13.1. 商业管理

- 13.1.1. 商业管理的概念框架
- 13.1.2. 业务战略和规划
- 13.1.3. 商业总监的角色

13.2. 营销

- 13.2.1. 营销的概念
- 13.2.2. 市场营销的基这个要素
- 13.2.3. 公司的营销活动

13.3. 战略营销管理

- 13.3.1. 战略营销理念
- 13.3.2. 战略营销规划的概念
- 13.3.3. 战略营销规划过程的各个阶段

13.4. 数字和电子商务营销

- 13.4.1. 数字营销和电子商务的目标
- 13.4.2. 数字营销和媒体使用
- 13.4.3. 电子商务。一般背景
- 13.4.4. 电商类目
- 13.4.5. 电子商务的优点和缺点 与传统商业相比

13.5. 数字营销以加强品牌

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

13.6. 吸引和信任客户的数字营销

- 13.6.1. 通过互联网的忠诚度和参与战略
- 13.6.2. 客户关系管理
- 13.6.3. 分区过大

13.7. 数字运动管理

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

13.8. 销售策略

- 13.8.1. 销售策略
- 13.8.2. 销售方式

13.9. 企业沟通

- 13.9.1. 概念
- 13.9.2. 沟通在组织中的重要性
- 13.9.3. 组织中的沟通类型
- 13.9.4. 沟通在组织中的功能
- 13.9.5. 沟通的元素
- 13.9.6. 沟通问题
- 13.9.7. 沟通场景

13.10. 沟通和数字声誉

- 13.10.1. 在线声誉
- 13.10.2. 如何衡量数字声誉?
- 13.10.3. 在线声誉工具
- 13.10.4. 在线声誉报告
- 13.10.5. 品牌 在线的

模块 14. 执行管理**14.1. 经理和他或她的职能。
组织文化及其方法**

14.1.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法

14.2. 业务管理14.2.1. 领导力的重要性
14.2.2. 价值链
14.2.3. 质量管理**14.3. 公众演讲和发言人培训**14.3.1. 人际沟通
14.3.2. 沟通技巧和影响力
14.3.3. 沟通障碍**14.4. 个人和组织沟通的工具**14.4.1. 人际交往
14.4.2. 人际交往的工具
14.4.3. 组织内的沟通
14.4.4. 组织中的工具**14.5. 危机情况下的沟通**14.5.1. 危机
14.5.2. 危机的各个阶段
14.5.3. 信息：内容和时刻**14.6. 准备一个危机计划**14.6.1. 对潜在问题的分析
14.6.2. 教学
14.6.3. 工作人员是否充足**14.7. 情绪智力**14.7.1. 情绪智力和沟通
14.7.2. 自信、同理心和积极倾听
14.7.3. 自尊与情感沟通**14.8. 个人品牌**14.8.1. 发展个人品牌的策略
14.8.2. 个人品牌建设的法则
14.8.3. 建立个人品牌的工具**14.9. 领导力和团队管理**14.9.1. 领导力和领导风格
14.9.2. 领导者的能力和挑战
14.9.3. 变更流程管理
14.9.4. 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。

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。

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。



Re-learning 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: 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。



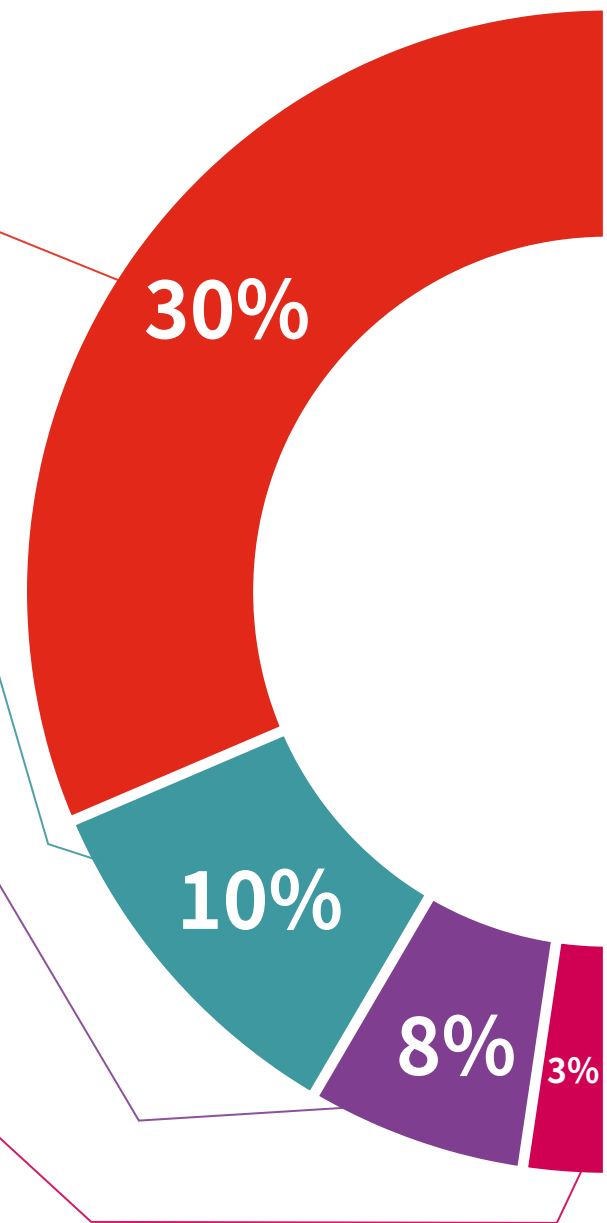
管理技能实习

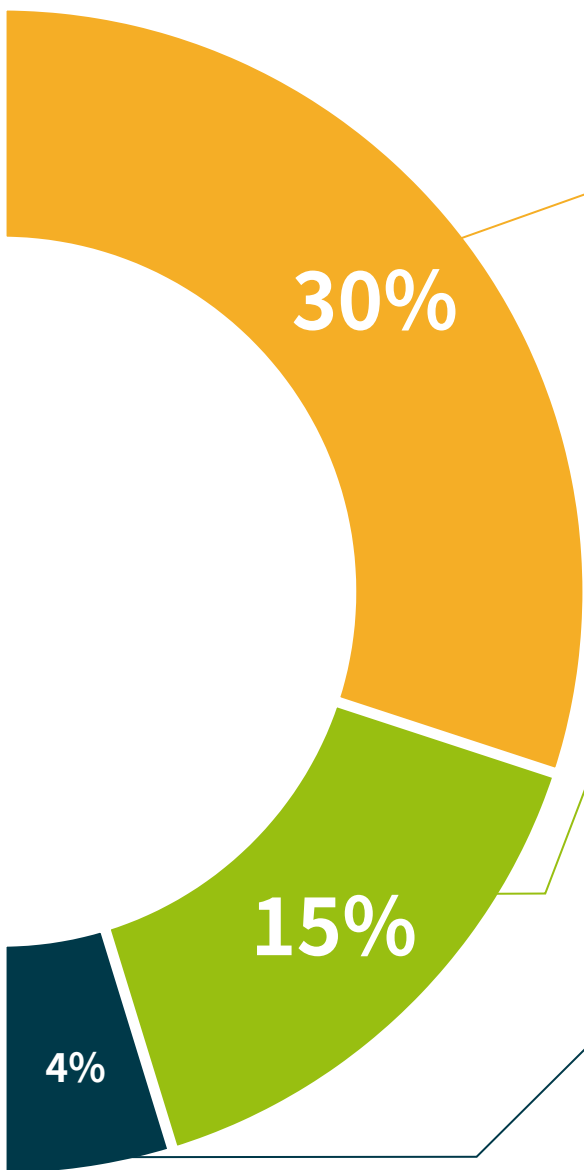
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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片中,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

采购管理 MBA 是针对那些希望更新自己在这领域的知识并在职业生涯中取得进步的企业管理专业人员开设的课程。来自不同学术背景和多国的参与者,体现了该项目的多学科特点。





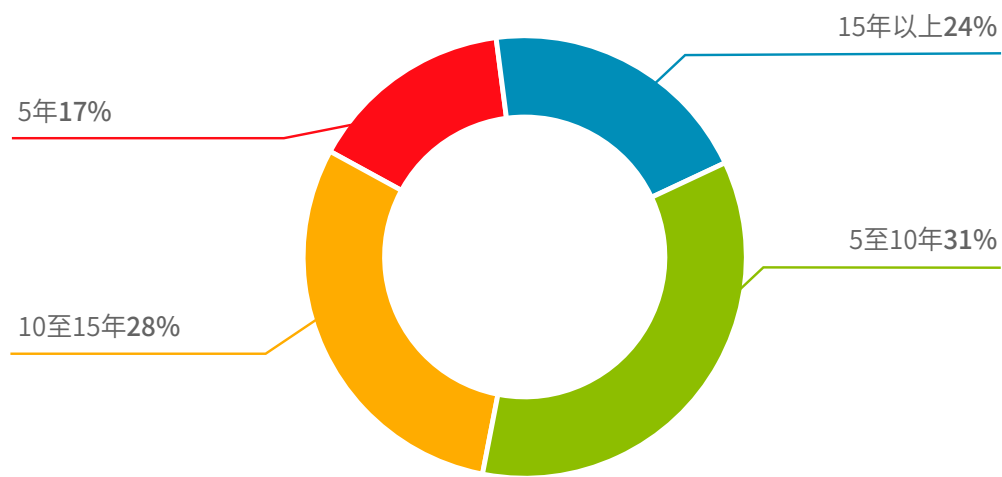
“

如果您希望在继续工作的同时实现专业化,从而在职业生涯中取得令人感兴趣的进步,那么这个课程就是您的理想选择”

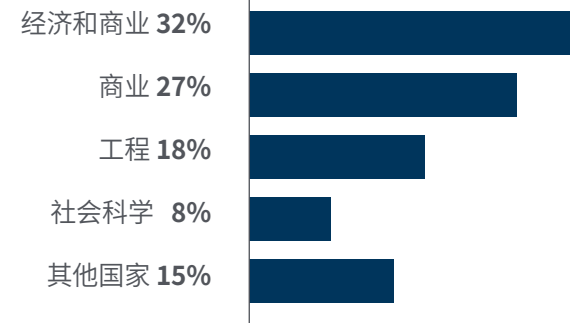
平均年龄

35岁至 45岁之间

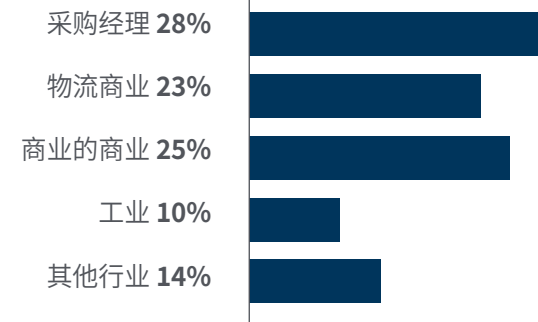
经验年限



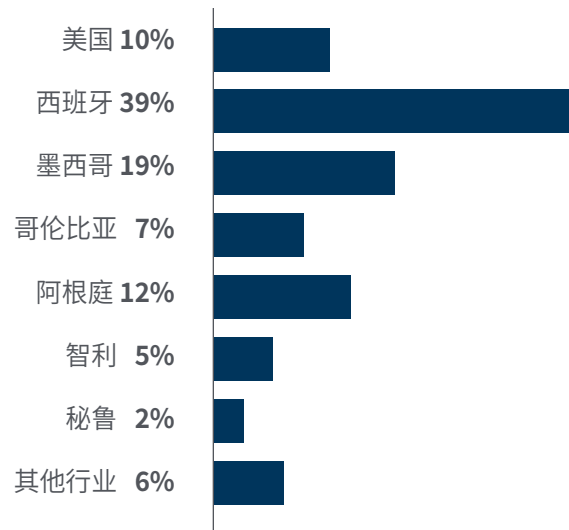
培训



学术概况



地域分布



Santos Rodríguez

一家跨国公司的采购经理

“完成了TECH 的这个项目后,我理解了许多在我职业生涯中未曾学习过的新概念和策略。因此,继续学习专业课程以跟上该行业的主要发展是有好处的”

09

课程管理

TECH 不断追求学术卓越。因此，每一个项目都配备了最高声望的教学团队。这些专家在各自的专业领域拥有丰富的经验，同时，他们通过实证研究和实地工作取得了显著的成果。此外，这些专家在学位教育中发挥着重要作用，负责挑选最新和最具创新性的内容纳入课程大纲。同时，他们还参与了许多高水平的多媒体教学资源的制作。



“

该师资团队的专业人士拥有广泛的经验,并在采购管理领域取得了卓越的成果”

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、出口领导力成长计划奖和欧洲、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

- 全球采购经理 - 美国加利福尼亚州谷歌
- 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

“

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

“

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

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

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 声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。因此, TECH 科技大学将提供所有资源,以便你获得所需的培训,继续学习过程,尤其是实现你期望的职业提升。



“

我们面临的主要挑战是帮助您更好地完成工作,这也是我们在质量和专业性方面竞争的原因”

你准备好飞跃了吗？ 卓越的职业提升在等着你。

TECH 科技大学的采购管理 MBA 是一个密集的项目，旨在帮助你应对企业层面的挑战和决策。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。

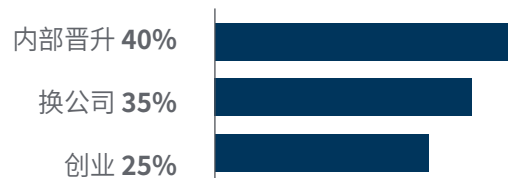
沉浸在这一综合硕士课程的学习中，获得你渴望已久的晋升。

通过 TECH 科技大学提供的优质专业课程，在短时间内提高专业水平。

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

采购管理 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。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, 提高你的管理能力。此外, 加入TECH 科技大学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。





“

了解并掌握采购管理MBA
中最有效的策略,并将其
应用于你的日常工作中”

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

采购管理 MBA商学院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 颁发的商学院商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**采购管理 MBA商学院商院校级硕士**包含了市场上最完整和最新的科学课程。

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**商学院商院校级硕士学位**。

学位由**TECH科技大学**颁发,证明在**商学院商院校级硕士学位**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:**采购管理 MBA商学院商院校级硕士**

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 采购管理 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 采购管理 MBA