

商学院校级硕士 战略MBA(CSO, 首席战略官)



商学院校级硕士 战略MBA(CSO, 首席战略官)

- » 模式: 在线
- » 时间: 12个月
- » 学历: TECH科技大学
- » 时间表: 按你方便的
- » 考试: 在线
- » 目标群体: 具有明显的管理和领导经验的毕业生和专业人员。

网络访问: www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-strategy-cso-chief-strategy-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	36
	08 我们学生的情况	09 课程管理	10 对你的职业生涯的影响
	44	48	52
		11 对贵公司的好处	12 学位
		56	60

01 欢迎

当今许多市场的竞争日益激烈, 政治和经济非常不稳定, 这意味着商业战略必须完善并适应不确定的情况。这不是一份容易的工作, 这就是为什么首席战略官 (CSO) 变得越来越重要。这位高层管理者必须拥有战略管理, 组织行为, 商业分析和规划方面的广泛技能。这使他们在就业和经济地位方面都有很高的地位。在这个项目中, 经理人将有机会获得将自己定位为知名民间组织所必需的关键和能力, 并有机会获得由精通战略分析领域的领导人编写的教学材料。TECH的100%在线方法保证了获得一个创新的资格, 而不必牺牲未来CSO的职业或个人生活的任何方面。



战略MBA(CSO, 首席战略官)。
TECH科技大学



“

在商业领域最优秀的专业人士的教导下, 专门学习使一个合格的CSO最突出的素质, 从而向前迈出决定性的一步”

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

本课程的设计目标明确,即磨练管理者的技能,以有力地支持他们作为民间组织的价值主张。为此,所有与发展和创建商业战略有关的理论问题都将在整个教学大纲中得到处理,并适当结合实际案例和实例,以促进学习。



“

你将有机会充分接触到教学团队特别挑选的补充读物,使你能够深入研究你最感兴趣的战略问题”

TECH会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

战略MBA(CSO,首席战略官)商学院校级硕士将培养你的能力:

01

界定战略要素是战略管理的主要基础

04

制定和实施最合适的战略,以实现公司的目标

02

了解可在公司实施的不同类型的战略



03

分析一个组织在不同层面的战略行为

05

描述战略指导过程的逻辑及其每个阶段的意义

06

定义公司与其环境的基本关系

08

确定公司可以选择的不同增长途径

09

通过案例研究将理论知识应用于实际情况

07

分析利益相关者公司的影响

10

鼓励创业和创新的态度

11

描述战略发展的不同模式的特点, 问题和人力, 经济, 政治-法律和组织方面的影响

14

培养领导技能, 实现团队激励

12

制定战略和方法, 在关键或决定性的情况下开展决策过程

13

应用适当的人力资源管理技术



15

应用有利于了解公司的营销技术

16

实施定价政策



17

对采购和供应链进行充分的管理

18

了解公司所处的全球化环境, 制定有利于公司国际化的战略

05 能力

为了保证全面有效地发展 首席战略官, 日常工作中的基本能力, TECH在整个课程中特别强调了对最需要的软技能的掌握和提高。这意味着要更加重视人才管理, 人员管理以及时间和精力管理等问题, 这些都是21世纪管理者高度重视的技能。





“

你将把职业生涯引向战略操作和企业的最高领域，有效地扮演CSO的角色”

01

探索新的商业机会, 致力于创新和创业

02

进行公司的财务管理

03

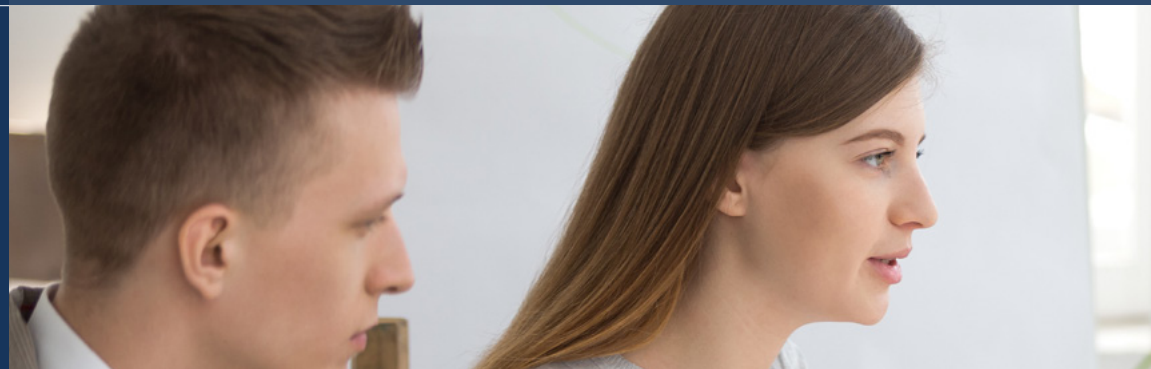
设计并实施符合公司目标和当前可持续发展标准的战略规划

04

进行内部和外部战略分析

05

制定预防和控制风险的战略



06

发展必要的管理技能以管理公司的所有部门

08

实施国际战略, 提高公司的利润



09

设计购买和采购战略以提高公司的盈利能力

07

分析公司战略的数据

10

应用辅导和情商技术来管理和促进员工绩效

06

结构和内容

战略学MBA (CSO, 首席战略官) 的结构是按照TECH的教学方法再学习, 设计的, 这使得在承担课程负担时具有完全的灵活性。由于以自然的方式获得战略和管理的最重要概念, 并在整个课程中重复这些概念, 因此大大节省了投入的学习时间。



“

我们将所有的资源供你使用,以便你能够
发展必要的技能,实现成功的职业未来”

教学大纲

TECH科技大学的战略MBA(CSO,首席战略官)商学院校级硕士是一个密集的课程,将为你面对数字转型的商业挑战和决策做好准备。其主要目标是通过帮助你获得成功来促进你的个人和职业成长。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。

在整个1500小时的学习中,你将通过个人工作分析大量的实际案例,实现深度学习,使你在日常实践中更加有效。因此,它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

该课程深入探讨公司的战略领域,旨在培训从战略,国际和创新角度理解项目方向的管理人员。

这个硕士学位的学习时间为12个月,分为4个主要部分。

模块1	管理和战略
模块2	战略发展的模式
模块3	战略规划和财务管理控制
模块4	组织行为
模块5	人员管理战略
模块6	管理技能
模块7	战略在营销管理
模块8	商业战略和运营战略
模块9	商业和国际战略
模块10	商业分析和大数据
模块11	领导力、伦理与企业社会责任
模块12	人员管理与人才管理
模块13	经济财务管理
模块14	商业管理与战略营销
模块15	高层管理



在哪里, 什么时候, 如何进行?

TECH提供了完全在网上发展这个战略MBA (CSO, 首席战略官)商学院校级硕士的可能性。在12个月的专业学习期间, 学生可以随时访问本课程的所有内容, 这将使他们能够自我管理他们的学习时间。

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.管理和战略

1.1. 策略思维

- 1.1.1. 战略及其目的
- 1.1.2. 战略思维和战略师技能
- 1.1.3. 横向思维和蓝海战略
- 1.1.4. 应用神经科学策略

1.2. 战略决定和决策者

- 1.2.1. 管理团队
- 1.2.2. 创造价值

1.3. 竞争战略

- 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. 公司战略的进展
- 1.4.3. 制定公司战略

1.5. 规划和战略

- 1.5.1. 战略方向在管理控制过程中的相关性
- 1.5.2. 对环境和组织的分析

1.6. 战略实施

- 1.6.1. 指标体系和过程方法
- 1.6.2. 战略地图
- 1.6.3. 差异化和一致性

1.7. 战略分析模型

- 1.7.1. 内部分析
- 1.7.2. 外部分析
- 1.7.3. 行业竞争优势的来源
- 1.7.4. 战略分析的优势, 劣势和有效性

1.8. 全面质量管理和先进项目管理

- 1.8.1. TQM (全面质量管理)
- 1.8.2. 六西格玛和六西格玛作为一个企业管理体系
- 1.8.3. EFQM模型

1.9. 精益管理

- 1.9.1. 精益管理的基本原则
- 1.9.2. 改进小组和问题的解决
- 1.9.3. 维护和质量管理的新形式

1.10. 道德与战略管理

- 1.10.1. 伦理与战略的整合
- 1.10.2. 人类动机与伦理
- 1.10.3. 组织的道德品质

模块2.战略发展的模式

2.1. 战略联盟

- 2.1.1. 合资企业
- 2.1.2. 出口联合体
- 2.1.3. 采购中心
- 2.1.4. 其他类型的合作

2.2. 公司创业

- 2.2.1. 探索新的商业机会
- 2.2.2. 原型设计和内部开发
- 2.2.3. 内部变革者
- 2.2.4. 新兴项目和破坏性

2.3. 战略创新

- 2.3.1. 开放式创新和三螺旋
- 2.3.2. 创新的成功和失败因素
- 2.3.3. 创新管理对企业绩效的影响
- 2.3.4. 创造力和设计思维

2.4. 投资政策

- 2.4.1. 公司估价方法
- 2.4.2. 风险战略和控制
- 2.4.3. 资金来源

2.5. 内部发展

2.6. 合并和收购

- 2.6.1. 合并和收购的财务和组织影响
- 2.6.2. 协同效应的分析和评估
- 2.6.3. 谈判技巧和方法

2.7. 多样化战略

- 2.7.1. 专业化VS. 多样化
- 2.7.2. 多样化中进入模式的选择
- 2.7.3. 业务多样化和业绩
- 2.7.4. 业务组合重组战略

2.8. 战略发展方向

2.9. 成功的标准

2.10. 对战略制定的挑战和影响

模块3. 战略规划和财务管理控制**3.1. 管理控制**

- 3.1.1. 金融政策和增长
- 3.1.2. 信息作为管理控制的工具
- 3.1.3. 管理控制作为一种规划和管理系统
- 3.1.4. 控制器的功能
- 3.1.5. 管理控制的范围

3.2. 财务报告和管理决策

- 3.2.1. 财务或法律会计
- 3.2.2. 分析或成本核算
- 3.2.3. 控制会计

3.3. 现金管理

- 3.3.1. 会计周转金和周转金需求
- 3.3.2. 计算方式业务资金需求
- 3.3.3. 信用管理
- 3.3.4. 基金, 财富和家庭办公室管理

3.4. 现金流管理

- 3.4.1. 营运资金的银行融资
- 3.4.2. 金库部门的组织
- 3.4.3. 集中的财资管理

3.5. 责任中心的规划和控制

- 3.5.1. 设计一个管理控制系统
- 3.5.2. 管理控制方面的偏差

3.6. 战略制定和规划过程

- 3.6.1. 战略计划的制定和内容
- 3.6.2. 平衡计分卡
- 3.6.3. 术语和基本概念

3.7. 组织规划

- 3.7.1. 业务单位和转让定价
- 3.7.2. 制造, 生产, 支持和销售场所
- 3.7.3. 财务局的作用和职责

3.8. 指标作为一种监测工具

- 3.8.1. 仪表盘
- 3.8.2. 指标的数量和格式
- 3.8.3. 策略规划

3.9. 价值管理**3.10. 为制定战略提供资金****模块4. 组织行为****4.1. 组织行为**

- 4.1.1. 组织机构
- 4.1.2. 组织理论
- 4.1.3. 组织, 人和社会
- 4.1.4. 组织行为的历史演变

4.2. 组织文化

- 4.2.1. 价值观和组织文化
- 4.2.2. 组织中变革的关键因素
- 4.2.3. 科学思维的演变和组织作为一个系统
- 4.2.4. 文化与转型

4.3. 组织管理

- 4.3.1. 水平和管理素质
- 4.3.2. 规划和组织功能
- 4.3.3. 管理和控制功能
- 4.3.4. 人力资源经理的新角色

4.4. 知识管理

- 4.4.1. 集体智慧对。知识管理
- 4.4.2. 知识管理的视角和工具
- 4.4.3. 协作环境和学习社区

4.5. 组织中的人

- 4.5.1. 工作生活质量和心理幸福感
- 4.5.2. 工作团队和会议管理
- 4.5.3. 教练和团队管理

4.6. 组织结构

- 4.6.1. 主要的协调机制
- 4.6.2. 部门和组织结构图
- 4.6.3. 权力和责任
- 4.6.4. 赋权

4.7. 结构类型**4.8. 进程****4.9. 关系****4.10. 配置**

模块5. 人员管理战略

5.1. 无形经济的战略领导

- 5.1.1. 文化协调战略
- 5.1.2. 企业领导力和差异化
- 5.1.3. 变革和转型的代理人

5.2. 战略思维和系统

- 5.2.1. 公司作为一个系统
- 5.2.2. 源自企业文化的战略思维
- 5.2.3. 源自人员管理的战略思维
- 5.2.4. 设计和实施人事政策和做法

5.3. 战略性组织设计

- 5.3.1. 商业伙伴模式
- 5.3.2. 分享服务
- 5.3.3. 外包

5.4. 人力资源分析

- 5.4.1. 大数据和商业智能。(BI)
- 5.4.2. 人力资源数据分析和建模
- 5.4.3. 人力资源衡量标准的设计和开发

5.5. 战略领导力

- 5.5.1. 领导模式
- 5.5.2. 教练
- 5.5.3. 辅导
- 5.5.4. 改革型领导

5.6. 人员管理中的审计和战略控制

- 5.6.1. 审计的原因
- 5.6.2. 信息收集和分析工具
- 5.6.3. 审计报告

5.7. 人力资源管理

5.8. 个人组织

5.9. 性格和行为

5.10. 基于工作人员的竞争优势

模块6. 管理技能

6.1. 公开演讲和代言人培训

- 6.1.1. 人际沟通
- 6.1.2. 沟通技巧和影响力
- 6.1.3. 沟通障碍

6.2. 沟通和领导

- 6.2.1. 领导力和领导风格
- 6.2.2. 激励
- 6.2.3. 领导者的能力和技能2.0

6.3. 个人品牌

- 6.3.1. 发展个人品牌的策略
- 6.3.2. 个人品牌建设的法则
- 6.3.3. 建立个人品牌的工具

6.4. 团队管理

- 6.4.1. 工作团队和会议管理
- 6.4.2. 管理变革进程
- 6.4.3. 管理多文化团队
- 6.4.4. 教练

6.5. 谈判和冲突决议

- 6.5.1. 有效的谈判技巧
- 6.5.2. 人际冲突
- 6.5.3. 跨文化谈判

6.6. 情绪智力

- 6.6.1. 情绪智力和沟通
- 6.6.2. 自信, 同理心和积极倾听
- 6.6.3. 自尊心和情感语言

6.7. 关系资本: 协同工作

- 6.7.1. 人力资本管理
- 6.7.2. 性能分析
- 6.7.3. 平等和多样性管理
- 6.7.4. 人员管理的创新

6.8. 时间管理

- 6.8.1. 规划, 组织和控制
- 6.8.2. 时间管理方法
- 6.8.3. 行动计划
- 6.8.4. 有效管理时间的工具

6.9. 博弈论

6.10. 战略变革管理

模块7. 营销管理中的战略

7.1. 营销管理 7.1.1. 定位和价值创造 7.1.2. 公司在市场营销中的定位和功能 7.1.3. 战略性营销VS.业务营销 7.1.4. 营销管理的目标 7.1.5. 综合营销传播	7.2. 战略营销的作用 7.2.1. 主要的营销策略 7.2.2. 细分, 定向和定位 7.2.3. 战略营销管理	7.3. 营销战略的层面 7.3.1. 需要的资源和投资 7.3.2. 竞争优势的基本原理 7.3.3. 公司的竞争行为 7.3.4. 焦点营销	7.4. 新产品开发战略 7.4.1. 营销中的创意和创新 7.4.2. 构思的产生和过滤 7.4.3. 商业可行性分析 7.4.4. 开发, 市场测试和营销
7.5. 定价政策 7.5.1. 短期和长期目标 7.5.2. 定价类型 7.5.3. 影响价格决定的因素	7.6. 促销策略和]商品销售 7.6.1. 广告管理 7.6.2. 交流和媒体计划 7.6.3. 作为一种营销 营销技术商品销售 7.6.4. 视觉营销	7.7. 分销, 扩张和中介战略 7.7.1. 销售队伍和客户服务的外包 7.7.2. 产品和服务的销售管理中的商业物流 7.7.3. 销售周期管理	7.8. 制定营销计划 7.8.1. 分析和诊断 7.8.2. 战略决策 7.8.3. 业务决定
7.9. 新营销媒体	7.10. 国际市场营销		

模块8. 商业战略和运营战略

8.1. 供应链管理的新情景 8.1.1. 多文化环境下的管理 8.1.2. SCM中的创新 8.1.3. 通过灵活的操作实现需求导向 8.1.4. 在日本使用的哲学和技术	8.2. 供应链管理概述 8.2.1. SCM的机会和威胁 8.2.2. 战略性供应链设计 8.2.3. 趋势	8.3. 业务战略 8.3.1. 战略和战略层面的介绍 8.3.2. 流程管理 8.3.3. 库存管理	8.4. 物流业的决策 8.4.1. 决策分析 8.4.2. 全球运营管理和规划 8.4.3. SC的风险管理 8.4.4. 硬性和软性决策
8.5. 精益运营战略 8.5.1. 与职能领域的战略协同作用 8.5.2. 物流运营商 8.5.3. 过程-产品矩阵	8.6. 战略采购管理 8.6.1. 采购管理, 采购和供应方面的新挑战 8.6.2. 公司和供应链中的采购功能 8.6.3. 作为资源提供者的采购功能 8.6.4. 采购职能的法律问题	8.7. 战略采购 8.7.1. 供应商的选择和发展 8.7.2. 从战略采购中创造价值 8.7.3. 采购中的物流运营商	8.8. 采购战略的设计 8.8.1. 外包 8.8.2. 流程外包 8.8.3. 全球化 8.8.4. 离岸外包
8.9. 制造业务战略	8.10. 服务运营战略		

模块9.商业和国际战略

9.1. 商业和国际战略

- 9.1.1. 国际化
- 9.1.2. 新兴市场的增长和发展
- 9.1.3. 国际货币体系

9.2. 国际商业的战略管理

- 9.2.1. 新的世界秩序中的国际化
- 9.2.2. 文化对国际商业的影响
- 9.2.3. 市场和国家的选择
- 9.2.4. 离岸和离岸外包

9.3. 国际化战略

- 9.3.1. 走向国外市场的原因和要求
- 9.3.2. 国际扩张过程中的战略联盟
- 9.3.3. 进入国际新市场的方式

9.4. 国际化决策

- 9.4.1. 市场研究和决策
- 9.4.2. 地点和运作模式的选择
- 9.4.3. 选择正确的法律形式

9.5. 国际化进程的阶段

- 9.5.1. 国际需求分析
- 9.5.2. 出口潜力的诊断
- 9.5.3. 国际化规划
- 9.5.4. 出口阶段

9.6. 根据公司类型国际化

- 9.6.1. 产品公司和服务公司
- 9.6.2. 国际化公司和跨国公司
- 9.6.3. 中小企业及其国际化模式

9.7. 国际化的障碍

- 9.7.1. 法律限制
- 9.7.2. 物流, 金融和贸易障碍
- 9.7.3. 直接投资障碍

9.8. 跨文化管理

- 9.8.1. 国际管理的文化层面
- 9.8.2. 企业管理全球化
- 9.8.3. 跨文化领导

9.9. 国际多样性和绩效

9.10. 产品和市场的多样性

模块10.商业分析和大数据

10.1. 数据驱动的战略管理

10.2. 客户情报(CRM)

10.3. 数据来源和信息

10.4. 存储和处理

10.5. 大数据的战略分析

10.6. 科学编程和Python

10.7. 用R进行统计分析

10.8. 商业分析的机器学习

10.9.文本和自然语言挖掘

10.10.战略工具的整合

模块11.领导力、伦理与企业社会责任**11.1. 全球化与治理**

- 11.1.1. 治理与公司治理
- 11.1.2. 企业公司治理的基础
- 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. 对国家文化知识的贡献
- 11.2.3. 多样性管理

11.3. 管理发展与领导力

- 11.3.1. 管理发展的概念
- 11.3.2. 领导力的概念
- 11.3.3. 领导力理论
- 11.3.4. 领导风格
- 11.3.5. 领导中的智力
- 11.3.6. 当代领导者的挑战

11.4. 商业伦理

- 11.4.1. 伦理与道德
- 11.4.2. 商业伦理
- 11.4.3. 企业中的领导力与伦理

11.5. 可持续性

- 11.5.1. 可持续性与可持续发展
- 11.5.2. 2030议程
- 11.5.3. 可持续企业

11.6. 责任管理系统与工具

- 11.6.1. 企业社会责任:企业社会责任
- 11.6.2. 实施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. 企业社会责任的工具和标准

11.7. 跨国公司与人权

- 11.7.1. 全球化、跨国公司与人权
- 11.7.2. 跨国公司与国际法
- 11.7.3. 跨国公司在人权领域的法律工具

11.8. 法律环境与公司治理

- 11.8.1. 国际进出口标准
- 11.8.2. 知识产权与工业产权
- 11.8.3. 国际劳动法

模块12.人员管理与人才管理**12.1. 战略人员管理**

- 12.1.1. 战略管理与人力资源
- 12.1.2. 战略人员管理

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. 职业生涯/继任计划

12.3. 绩效评估与绩效管理

- 12.3.1. 绩效管理
- 12.3.2. 绩效管理:目标与过程

12.4. 高绩效团队发展

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

12.5. 变革管理

- 12.5.1. 变革管理
- 12.5.2. 变革管理过程类型
- 12.5.3. 变革管理的阶段或步骤

12.6. 谈判与冲突管理

- 12.6.1. 谈判
- 12.6.2. 冲突管理
- 12.6.3. 危机管理

12.7. 管理沟通

- 12.7.1. 企业内外部沟通
- 12.7.2. 通讯部门
- 12.7.3. 企业沟通负责人:传播总监的角色

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.经济与财务管理

13.1. 经济环境

- 13.1.1. 宏观经济环境与国家金融体系
- 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. 基本概念
- 13.2.2. 公司的资产
- 13.2.3. 公司的负债
- 13.2.4. 公司的净资产
- 13.2.5. 损益表

13.3. 信息系统与商业智能

- 13.3.1. 基础与分类
- 13.3.2. 成本分配的阶段与方法
- 13.3.3. 成本中心的选择与影响

13.4. 预算与管理控制

- 13.4.1. 预算模型
- 13.4.2. 资本预算
- 13.4.3. 运营预算
- 13.4.4. 现金预算
- 13.4.5. 预算跟踪

13.5. 财务管理

- 13.5.1. 公司的财务决策
- 13.5.2. 财务部门
- 13.5.3. 现金盈余
- 13.5.4. 财务管理的风险
- 13.5.5. 财务管理的风险管理

13.6. 财务规划

- 13.6.1. 财务规划的定义
- 13.6.2. 财务规划的行动
- 13.6.3. 企业战略的制定与建立
- 13.6.4. 现金流表
- 13.6.5. 营运资金表

13.7. 企业财务战略

- 13.7.1. 公司战略与融资来源
- 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. 自有资金的扩展
- 13.8.3. 混合资源
- 13.8.4. 通过中介融资

13.9. 财务分析与规划

- 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. 案例分析与问题解决

- 13.10.1. 设计与纺织工业股份公司的财务信息分析 (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. 商业战略与规划
- 14.1.3. 商务主管的角色

14.2. 数字营销与电子商务

- 14.2.1. 数字营销与电子商务的目标
- 14.2.2. 数字营销及其使用的媒体
- 14.2.3. 电子商务。总体背景
- 14.2.4. 电子商务类别
- 14.2.5. 电子商务相对于传统商业的优缺点

14.3. 通过数字营销强化品牌

- 14.3.1. 提升品牌声誉的在线策略
- 14.3.2. 品牌内容与讲故事

14.4. 数字营销以吸引和维持客户

- 14.4.1. 通过互联网进行客户维系和联结的策略
- 14.4.2. 访客关系管理
- 14.4.3. 超细分市场

14.5. 数字广告活动管理

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

14.6. 销售策略

- 14.6.1. 销售策略
- 14.6.2. 销售方法

14.7. 企业传播

- 14.7.1. 概念
- 14.7.2. 组织内传播的重要性
- 14.7.3. 组织内的传播类型
- 14.7.4. 组织内传播的职能
- 14.7.5. 传播要素
- 14.7.6. 传播问题
- 14.7.7. 传播场景

14.8. 数字传播与声誉

- 14.8.1. 在线声誉
- 14.8.2. 如何衡量数字声誉?
- 14.8.3. 在线声誉工具
- 14.8.4. 在线声誉报告
- 14.8.5. 在线品牌建设

模块15.高级管理**15.1. 综合管理**

- 15.1.1. 综合管理的概念
- 15.1.2. 总经理的行动
- 15.1.3. 总经理及其职能
- 15.1.4. 管理工作的转变

15.2. 管理者及其职能。组织文化及其方法

- 15.2.1. 管理者及其职能。组织文化及其方法

15.3. 运营管理

- 15.3.1. 管理的重要性
- 15.3.2. 价值链
- 15.3.3. 质量管理

15.4. 个人和组织沟通工具

- 15.4.1. 人际沟通
- 15.4.2. 人际沟通工具
- 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. 危机阶段
- 15.5.3. 信息:内容与时间

15.6. 危机计划的准备

- 15.6.1. 潜在问题分析
- 15.6.2. 规划
- 15.6.3. 人员调整

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: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。



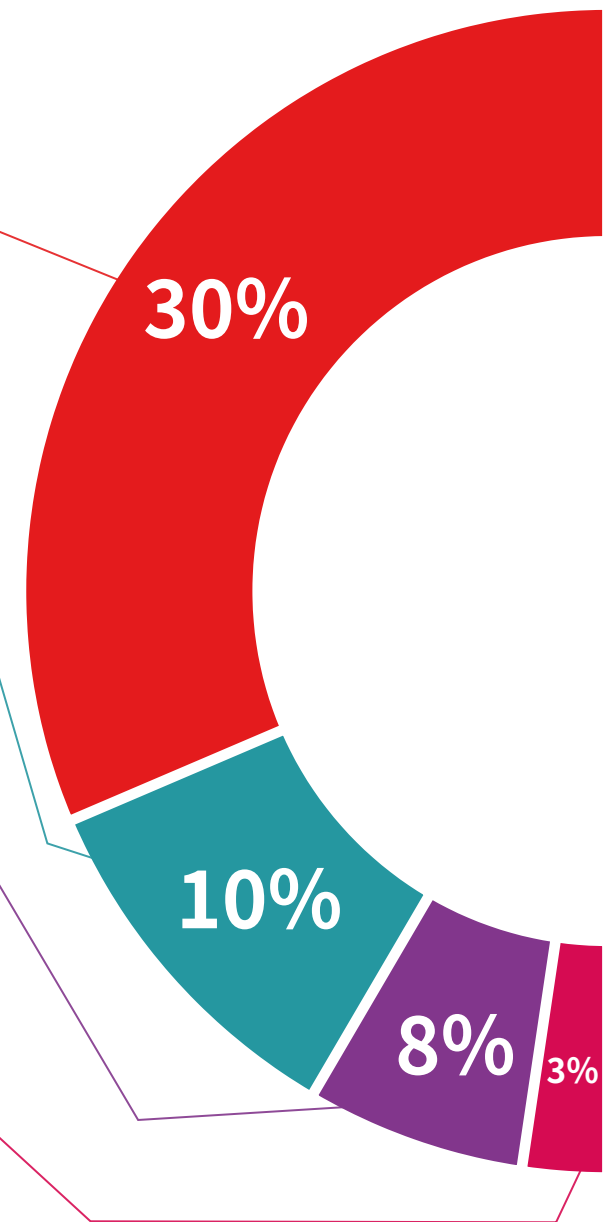
管理技能实习

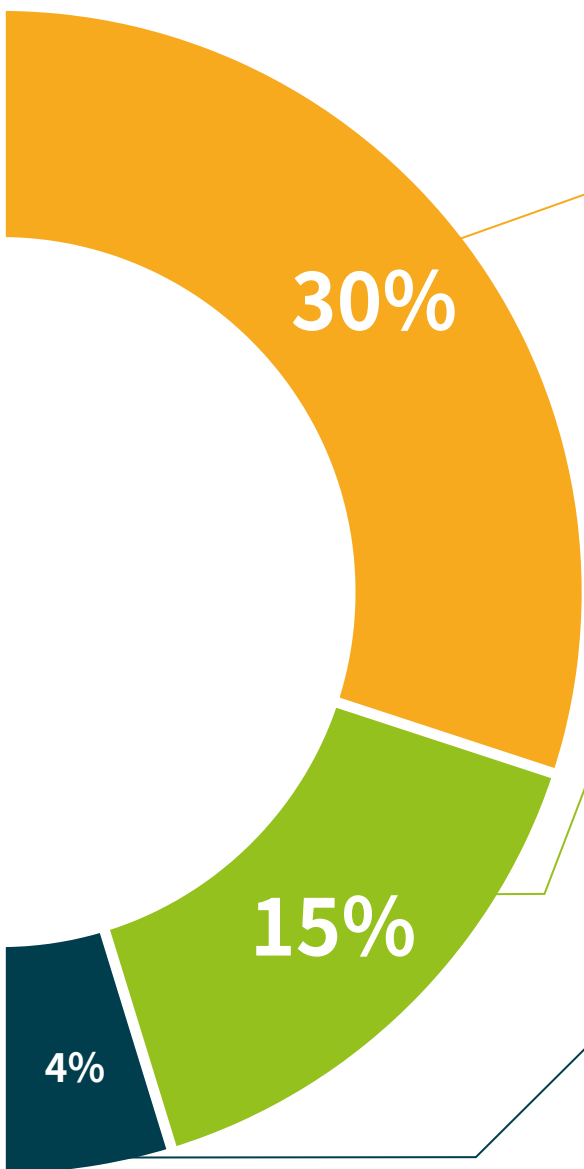
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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。



08

我们学生的情况

战略 MBA (CSO, 首席战略官) 商学院校级硕士课程是针对那些希望更新知识, 发现成功开展工作的新方法并在其职业生涯中取得进步的营销专业人士。该课程的目的是巩固学生对任何商业实体的财务会计的基本和高级知识。科方法。





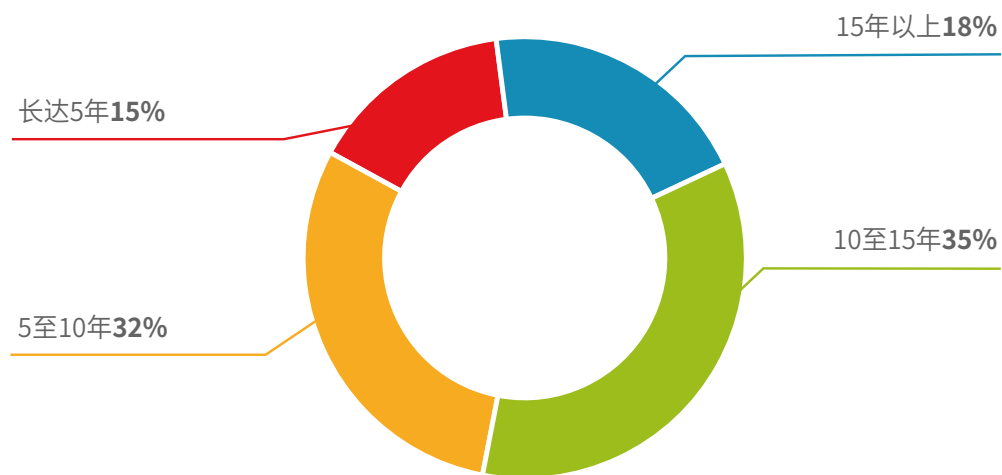
“

如果你有领导和管理方面的经验，
并且在继续工作的同时寻找一个
有趣的职业改进，这就是你的课程”

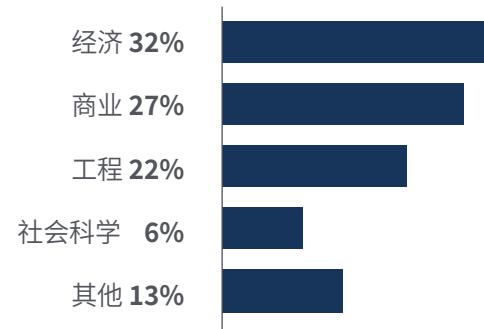
平均年龄

35岁至45岁之间

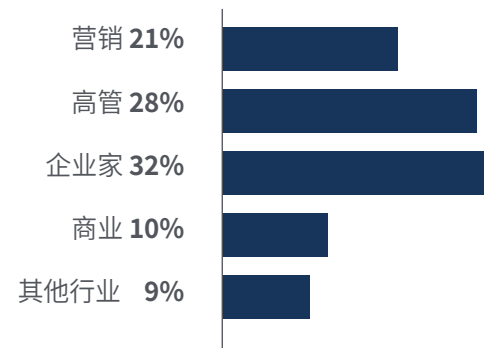
经验年限



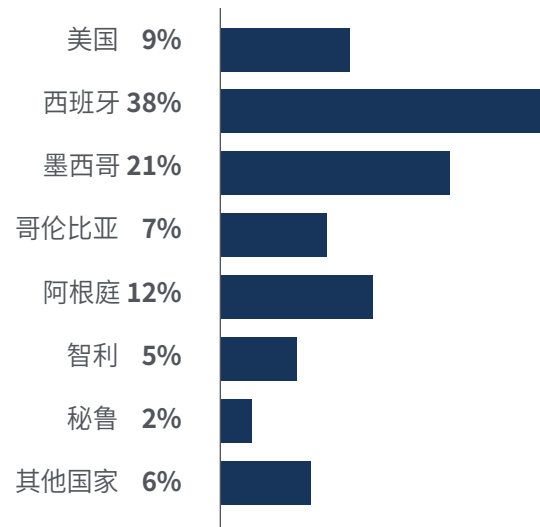
培训



学术概况



地理分布



Nacho Ruiz

首席技术官

"在我的职业中, 必须不断地继续专业化, 因为新的技术和工具不断出现, 对公司的正常发展是不可或缺的。所以我一直在寻找一个能让我赶上的课程。幸运的是, 在TECH, 我找到了这个战略MBA (CSO, 首席战略官), 这是一个专业和个人发展的关键培训"

09

课程管理

该课程的教学人员包括战略商业管理方面的领先专家，他们将多年来的工作经验带到该课程中。此外，在相关领域享有盛誉的其他课程也参与了其设计和开发，他们以跨学科的方式完成了大学课程的工作，从而使其成为学生在学术层面上独特而极具营养的体验。



“

在整个课程中,你将得到战略商业管理方面高素质的教学团队的指导,并得到完全个性化的辅导”

国际客座董事

Ilias Jumadilov 是一位杰出的国际专业人士,在欧洲、亚洲和美洲拥有丰富的经验。事实上,他的职业生涯专注于管理、战略和业务发展,在多个地区取得了显著的成功。

他曾担任施耐德电气的企业战略总监,领导全球战略的制定和平台。他的创新思维帮助公司发现超过一千亿欧元的新增长机会,并在预测模型的构建和战略洞察的提供方面起到了关键作用,进而加强了公司的竞争优势。

此外,他还担任过同一机构的国际销售与欧洲运营总监,在多个国家领导商业转型,建立了卓越销售组织,显著提升了效率和生产力。全球超过一万名销售代表采纳了他在关键销售流程实施和客户组合分析方面的能力,使他在销售和数字转型领域树立了卓越的领导声誉。

除了在施耐德电气的职业生涯,Ilias Jumadilov 还在关键领域为创业公司提供咨询,如人工智能、元宇宙和国际业务,他深厚的商业应用人工智能知识和指导竞争策略的能力备受推崇。此外,他在区块链领域的经验使他成为中亚区块链网络的联合创始人,并在吉尔吉斯斯坦的数字货币立法中做出了重要贡献。他还为联合国开发计划署(UNDP)和其他组织工作,以其在技术和经济领域的影响力和重要性而著称。



Jumadilov, Ilias 先生

- 施耐德电气企业战略总监, 波士顿和香港
- 人工智能、元宇宙和国际业务领域创业公司顾问
- 施耐德电气国际销售与欧洲运营总监, 巴塞罗那和阿拉木图
- 施耐德电气产品与营销经理, 格勒诺布尔
- 法国格勒诺布尔阿尔卑斯大学经济学硕士
- 美国斯坦福大学技术创业课程大学证书
- 吉尔吉斯斯坦国家大学经济与管理学士学位

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

管理人员



Fernández Curtiella, Francisco Javier博士

- ◆ CIIC观察站--国际持续创新中心的研究员
- ◆ 社会科学部协调员-Colegio San Gabriel。Alcalá de Henares, 马德里
- ◆ 在一家私人补贴的教育中心担任哲学教师。圣盖博学校。Alcalá de Henares, 马德里
- ◆ 洛哈特别技术大学 (UTPL) 基于问题的学习教授 年
- ◆ 马德里康普顿斯大学的哲学博士



10

对你的职业生涯的影响

TECH意识到, 采取这些特点的课程是一项巨大的经济, 专业, 当然也包括个人投资。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, 在TECH, 我们把所有的资源都交给你支配, 这样你就可以在短期内获得你所寻找的专业, 并通过这种方式实现积极的职业转变, 满足你的职业期望。





“

我们完全致力于帮助你实现你所期望的职业变化”

你准备好迈出这一步了吗? 卓越的职业提升在等着你

TECH科技大学的战略 MBA (CSO, 首席战略官) 商学院校级硕士是一个密集的课程, 将为你面对数字转型的商业挑战和决策做好准备。其主要目标是促进你的个人和职业帮助你获得成功。

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。

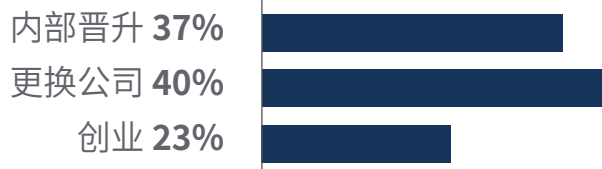
TECH将其所有的资源供你支配, 以帮助你实现你的职业目标。

更高的专业性将使你提高你的专业技能。

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

对贵公司的好处

战略 MBA (CSO, 首席战略官) 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。





“

在我们这里学习后,你将对公司有一个更全面的认识,这将使你在你的业务中标出一个前前后后”

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

战略MBA(CSO, 首席战略官)商学院校级硕士课程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。



“

成功地完成这个课程, 并获得你的商学院
校级硕士, 而无需旅行或文书工作的麻烦”

这个**战略MBA(CSO, 首席战略官)**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: **战略MBA(CSO, 首席战略官)**商学院校级硕士

模式: **在线**

时长: **12个月**



*海牙认证。如果学生要求他或她的纸质学位进行海牙认证, TECH EDUCATION将作出必要的安排, 并收取额外的费用。



商学院校级硕士 战略MBA(CSO, 首席战略官)

- » 模式:在线
- » 时间:12个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

商学院校级硕士 战略MBA(CSO, 首席战略官)

