

校级硕士

电子游戏业务管理 MBA



tech 科学技术大学

校级硕士 电子游戏业务管理 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

网页链接: www.techtitute.com/cn/videogames/professional-master-degree/master-mba-video-games-business-management

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

能力

14

04

课程管理

18

05

结构和内容

38

06

方法

52

07

学位

60

01 介绍

公司管理视频游戏行业的职责包括多项任务和目标。需要考虑的因素有很多,例如所使用的营销技术、特定程序的知识以及领导团队所需的技能。因此,本项目的目标是通过更前沿的学术方法来培养毕业生在这些工作中的能力。通过这些培训,学生将获得宝贵且必不可少的素质,以便在数字企业或视频游戏公司中担任管理职位。



“

通过这个校级硕士学位, 你将获得在视频游戏公司高级管理中所需的工具, 使成功之路变得更加顺畅”

专注于视频游戏开发的公司正处于蓬勃发展之中。这是一个新兴市场,全球有许多买家,市场需求不断增长。管理这类公司需要培养一系列技能,以便推动公司在销售方面取得成功。

因此,担任公司管理职位是一项既重大又令人敬畏的责任。了解行业的各个方面至关重要,以便不断探索和改进这些方面,最终实现优质的结果。

现有的电子游戏业务管理 MBA 旨在为那些希望在视频游戏行业公司管理领域发展职业生涯的专业人士提供指导。通过清晰而有力的内容,毕业生将获得执行该职位职责所需的技能。

该项目采用在线学习的方式,非常适合希望将学习与工作或个人生活相结合的人士。TECH在此课程中应用了经过验证的Relearning学习技术。该技术通过教师对关键概念的反复讲解,旨在实现无缝学习。

这个**电子游戏业务管理 MBA校级硕士**包含市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由通电子游戏业务管理专家提出的案例研究的发展
- ◆ 这个课程的内容图文并茂、示意性强、实用性强为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 特别强调创新方法论
- ◆ 提供理论课程、专家解答问题、有争议话题的讨论论坛以及个人思考作业等
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



在当前最前沿的行业中成为引领者!”

“

由于技术的快速发展,数字和视频游戏公司正处于蓬勃发展之中。通过在TECH学习,加入这场革命吧”

教会你如何管理成功的企业是本项目的主要目标之一。

通过我们的在线学习方法,你可以以一种实用和高效的方式安排你的学习时间。

这个课程的教学人员包括来自这个行业的专业人士,他们将自己的工作经验带到了这一培训中,还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

通过采用最新的教育技术制作的多媒体内容,专业人士将能够进行情境化学习,即通过模拟环境进行沉浸式培训,以应对真实情况。

该课程设计以问题导向的学习为中心,专业人士将在整个学年中尝试解决各种实践情况。为此,您将得到由知名专家制作的新型交互式视频系统的帮助。



02 目标

TECH的这项电子游戏业务管理 MBA 的目标是引导毕业生掌握企业战略管理的基本支柱。该课程涵盖了所有关键概念,以帮助学生理解和执行战略计划,为团队成员之间的有效协调和工作执行提供参考。因此,完成此项目的专业人士将具备在职场中开展角色所需的适当知识。





“

引导团队朝着共同目标迈进：成功”



总体目标

- ◆ 产生行业的战略
- ◆ 深入了解和设计视频游戏项目
- ◆ 对行业内的新兴技术和创新有深入了解
- ◆ 制定面向电子游戏的战略
- ◆ 掌握电子游戏领域公司的职能领域
- ◆ 详细了解如何制定市场和销售战略
- ◆ 以全面的方式学习如何创建面向视频游戏市场的公司
- ◆ 深入学习对项目管理和团队领导的影响





具体目标

模块 1. 数字商务和电子游戏战略

- ◆ 了解商业战略的背景和组成部分, 重点是视频游戏行业

模块 2. 电子游戏业务管理

- ◆ 详细了解行业价值链的整个结构, 获得管理这个行业不同组织的必要技能

模块 3. 数字营销和视电子游戏的数字化转型

- ◆ 识别并知道如何发展游戏营销的所有学科和技术, 以便促进视频游戏行业的商业模式

模块 4. 创建电子游戏公司

- ◆ 对创建能够在电子游戏市场上定位的公司的主要因素有广泛了解

模块 5. 项目管理

- ◆ 详细了解项目的运作和管理

模块 6. 创新

- ◆ 全面研究为电子游戏的不同服务和产品开发创新和可行的解决方案的主要因素

模块 7. 财务管理

- ◆ 识别并认识到经济和财务管理的最关键方面是企业管理的主要能力之一

模块 8. 商业管理

- ◆ 在主要过程中发展高度的商业能力, 以提高这个部门公司的销售和业务发展能力

模块 9.电子竞技管理

- ◆ 深入了解、学习和研究电竞的整个生态系统,包括其主要参与者和商业模式,以便能够开发这个市场

模块 10.领导力和人才管理

- ◆ 获得关于人们在视频游戏行业中领导商业模式和项目所需的新能力和技能

模块 11.公司的领导力、道德和社会责任

- ◆ 分析全球化对公司治理和企业治理的影响
- ◆ 评估有效领导力在企业管理和成功中的重要性
- ◆ 确定跨文化管理策略及其在多样化企业环境中的相关性
- ◆ 发展领导力技能,理解当前领导者面临的挑战
- ◆ 确定企业伦理原则和实践,并应用于公司决策
- ◆ 制定可持续性和企业社会责任的实施和改进策略

模块 12.人事和人才管理

- ◆ 确定战略管理与人力资源管理之间的关系
- ◆ 深入了解有效人力资源管理所需的核心能力
- ◆ 探讨绩效评估和管理的相关方法
- ◆ 整合人才管理创新及其对员工留存和忠诚度的影响
- ◆ 制定激励策略和高绩效团队的发展方案
- ◆ 提出有效的变革管理和冲突解决方案

模块 13.经济-财务管理

- ◆ 分析宏观经济环境及其对国家和国际金融系统的影响
- ◆ 定义财务决策所需的信息系统和商业智能
- ◆ 区分关键财务决策和金融风险管理
- ◆ 评估财务规划和企业融资策略





模块 14.商业管理与战略营销

- ◆ 构建商业管理的概念框架及其在企业中的重要性
- ◆ 深入了解营销的基本要素和活动及其对组织的影响
- ◆ 确定营销战略规划的各个阶段
- ◆ 评估提升企业沟通和数字声誉的策略

模块 15.执行管理

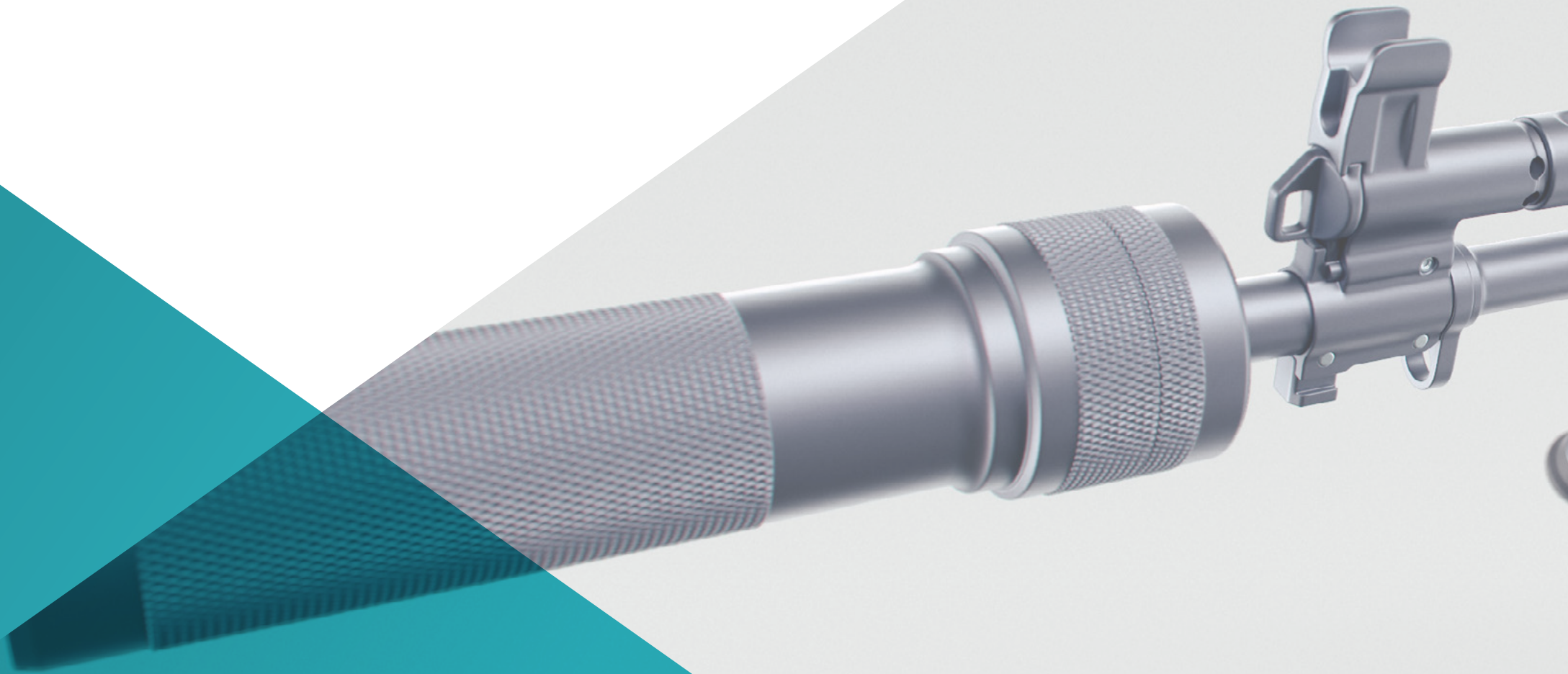
- ◆ 定义总经理管理的概念及其在企业管理中的重要性
- ◆ 评估管理者在组织文化中的职能和责任
- ◆ 分析运营管理和质量管理在价值链中的重要性
- ◆ 发展人际沟通和演讲技巧, 以培训发言人

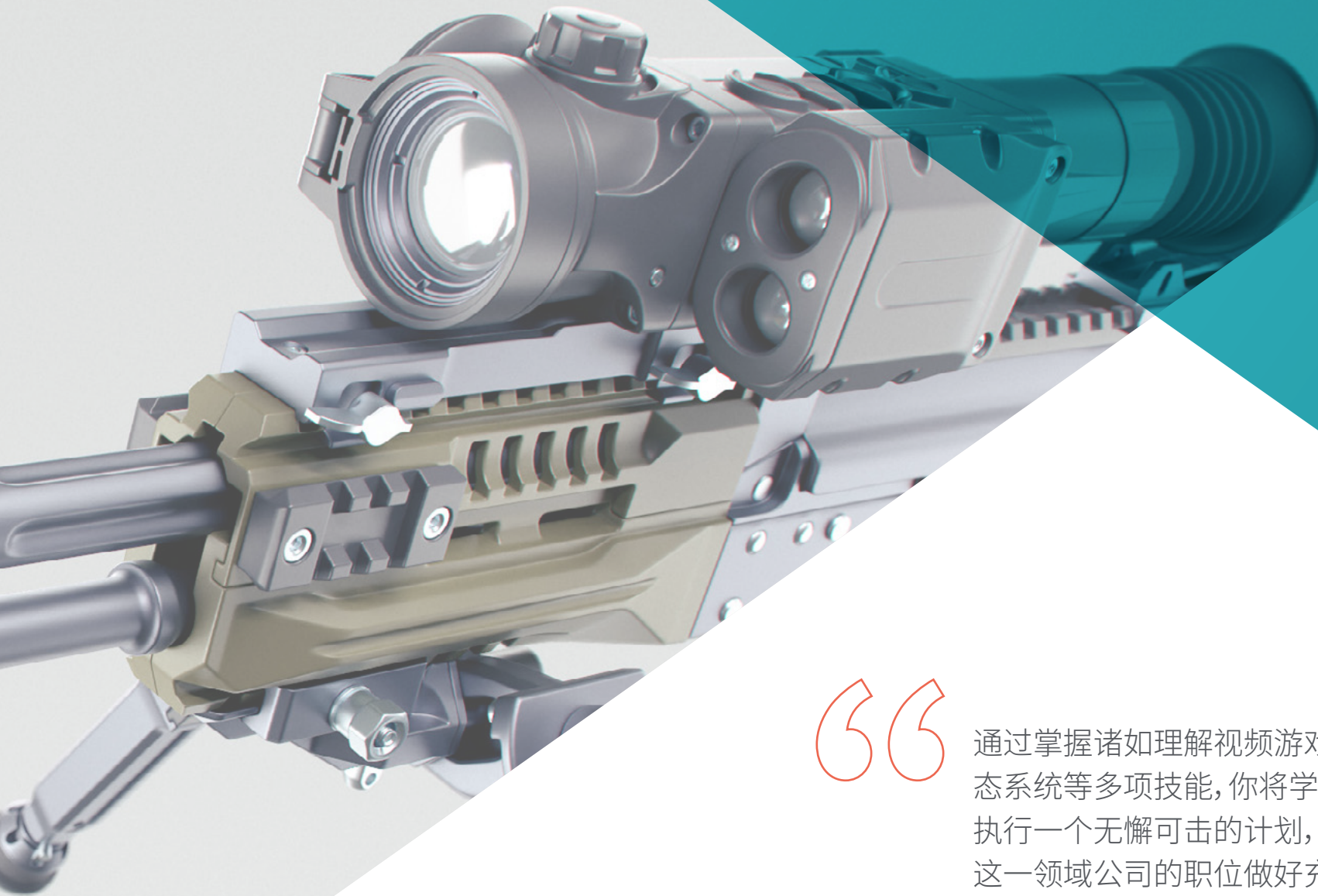
“

我们的工具将全程帮助和支持你, 以实现你的目标”

03 能力

学生在这个电子游戏业务管理 MBA 程中获得的所有技能将对他们的未来职业生涯大有裨益。通过该课程,他们将找到满足行业需求的解决方案,并掌握成功担任数字领域公司管理职位所需的活动细节。





“

通过掌握诸如理解视频游戏行业生态系统等多项技能,你将学会制定并执行一个无懈可击的计划,为未来在这一领域公司的职位做好充分准备”



总体能力

- ◆ 制定针对数字和视频游戏公司的商业战略
- ◆ 掌握数字和视频游戏公司的管理领域
- ◆ 深入学习如何设计视频游戏项目
- ◆ 详细了解视频游戏行业的生态系统
- ◆ 从商业角度详细了解为视频游戏服务的技术
- ◆ 深入了解市场营销和销售行动的影响
- ◆ 分析一家视频游戏公司的财务和经济管理
- ◆ 详细了解创建视频游戏公司的主要方面
- ◆ 获得关于视频游戏行业新兴技术和创新的高标准
- ◆ 获得最复杂的技能和能力来领导视频游戏领域的商业模式和项目





具体能力

- ◆ 沉浸在数字和视频游戏公司的战略范围中
- ◆ 分析战略过程等方面, 以及分析战略制定所需的不同变量的必要性
- ◆ 了解分析电子游戏行业、竞争地位和经济环境的研究工具
- ◆ 了解数字和视频游戏公司战略管理的目标和功能
- ◆ 考虑构成这个部门结构的要素, 特别是价值链
- ◆ 回顾视频游戏价值链的要素
- ◆ 在诸如电子商务等方面增加价值
- ◆ 致力于视频游戏部门和职业电竞俱乐部的专业介绍
- ◆ 学习如何设计一个数字营销计划
- ◆ 强调捕捉流量和受众以传播商业信息的规律
- ◆ 从事展示和程序化广告技术的工作
- ◆ 学习内向型营销和基于客户的营销纪律
- ◆ 吸收数字营销流程和当前的自动化解决方案
- ◆ 了解创建公司所需的需求及其对可持续性的寻求
- ◆ 审查商业计划中的关键因素及其投资需求
- ◆ 研究视频游戏的生产细节以及市场上推出后的运作
- ◆ 分析新的在线分销模式如何运作
- ◆ 掌握项目的知识
- ◆ 理解电子游戏项目的架构
- ◆ 在项目的概念、启动和执行阶段的案例研究方面的工作
- ◆ 看看广告和营销管理是如何整合到一个项目中的
- ◆ 审查专业人员发展创新技能和能力所需的要素和组成部分
- ◆ 把人才作为数字和视频游戏公司资这个的基这个组成部分来对待和管理
- ◆ 配合并对行业内正在开发的创新商业模式进行详细审查
- ◆ 了解金融经济分析的技能、知识和能力
- ◆ 掌握高水平的企业财务知识
- ◆ 在金融系统的最相关方面开展工作
- ◆ 深入研究构成数字和视频游戏公司的经济和财务系统的所有部分
- ◆ 获得商业技能
- ◆ 正确制定旨在营销和销售产品或服务的行动
- ◆ 实践并学习销售和商业管理的运作方式, 以便应用最新的技术
- ◆ 学习并了解如何管理电竞赛事、锦标赛和大会
- ◆ 了解电子竞技中两个最相关的实体: 玩家和俱乐部
- ◆ 深入了解在电竞管理中可以发展的不同商业模式, 以及在发展赛事和锦标赛或管理赞助和广告方面最相关的内容
- ◆ 规划商品销售策略
- ◆ 以一种有利可图的方式应用影响者营销
- ◆ 获得领导技能和能力
- ◆ 通过对人力资源流程的分析和开发, 努力提高人才管理能力
- ◆ 详细了解软技能
- ◆ 发展务实的领导力

04 课程管理

为了使学生获得开展高质量数字和视频游戏公司管理的相关知识，本项目配备了高度专业的教师团队。他们拥有丰富的职业经验，这对于编写本课程的教学材料至关重要。因此，学生可以依靠这些教师的高水平指导，确保他们在学术旅程中的优质教育。





“

与顶尖专业人士一起学习, 将艺术和
和视频游戏公司带向成功的秘诀”

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
- NBCUniversal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
- 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, 您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



Sánchez Mateos, Daniel 先生

- 视频游戏和多设备应用制作人
- Gamera Nest 运营和业务开发与研发总监
- PlayStation Iberia 的 PS 人才计划经理
- ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.) 合伙人/生产、营销和运营总监
- DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT 合伙人/生产和运营经理/产品设计师
- AURUM PRODUCCIONES 营销部在线管理人员
- LA FACTORIA DE IDEAS 设计与许可部成员
- 西班牙马德里 DISTRIMAGEN SL 运营助理
- 毕业于马德里康普斯顿大学传播学专业
- 马德里卡米洛-何塞-塞拉大学管理、营销与传播正式硕士学位
- 由 IMEFE 与欧盟合作颁发的电视制作硕士学位

教师

Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael 先生

- ◆ Fluzo Studios 首席执行官兼创始人
- ◆ Kaudal 商业和研发项目融资总监
- ◆ Reta al Alzheimer 首席执行官
- ◆ Pyxel Arts 首席执行官
- ◆ Arquimea Ingeniería 产品和服务总监
- ◆ Cota Soluciones 关键客户经理
- ◆ Recreativos Franco Gaming 软件质量总监
- ◆ Credit Agricole Cheuvreux IT 国家主管
- ◆ Telefónica España ADSL 项目经理及实施顾问
- ◆ 马德里卡洛斯三世大学 网络与电话技术员
- ◆ 工业技术工程师:工业电子, 马德里卡洛斯三世大学
- ◆ 商业战略与企业沟通硕士, 雷伊胡安卡洛斯大学
- ◆ 人工智能与创新硕士, FOUNDERZ
- ◆ 路易斯商学院工商管理国际硕士课程

Ochoa Fernández, Carlos J. 先生

- ◆ 技术创新、数字营销和创业专家
- ◆ ONE Digital Consulting 创始人兼首席执行官
- ◆ 曾在 SIEMENS、Sagentia、Altran 和 Eptron 等公司担任经理和顾问
- ◆ 欧盟委员会专家评估员
- ◆ 阿尔伯塔创新项目独立评估员(加拿大)
- ◆ 瑞士国家科学基金会(SNSF)导师
- ◆ 马德里理工大学工程师
- ◆ 巴布森学院国际创业 MBA

- ◆ VR/AR 协会马德里/西班牙分会主席
- ◆ RV/AR 教育委员会联合主席
- ◆ 成员: Immersive Learning, ICICLE X-Reality 组 - 学习与性能提升
元宇宙标准论坛

García Fernández, Juan Carlos 先生

- ◆ 视频游戏设计师和制作人
- ◆ PlayStation Talents 的视频游戏制作人
- ◆ PlayStation Talents 的电子游戏质量保证测试员
- ◆ UDIT 大学电子游戏设计与开发学位 学术背景

Montero García, José Carlos 先生

- ◆ Red Mountain Games 创始人兼创意总监
- ◆ PlayStation 人才国际代表
- ◆ 柏林 TRT 实验室创意总监兼创始人
- ◆ 凭借 TimeRiftTours 项目荣获柏林国际旅游交易会奖
- ◆ Telvent 全球服务公司 3D 艺术家
- ◆ Matchmind 的 3D 艺术家
- ◆ Nectar Estudio 的 3D 艺术家
- ◆ 圣地亚哥-德孔波斯特拉蒙特-德孔索理工学院分析与控制高级学位
- ◆ CGMasterAcademy 大师与顽皮狗公司的 Emilia Schatz 讨论游戏设计
- ◆ 与 Epic Games 一起学习游戏角色创建的 CGMasterAcademy 大师
- ◆ 3D图像、动画和互动技术硕士学位, Trazos
- ◆ 信息建筑学 Vray 渲染专业硕士学位
- ◆ CICE 新技术学院动画与非线性编辑硕士学位

05 结构和内容

这个课程拥有一个设计精良的课程大纲，考虑了公司需求，并由该学位课程的教学人员共同制定。因此，课程计划的内容提供了所需的知识和工具，以全面了解不同的管理和战略，从而在行业内的职位上实现最佳的任务发展。在所有模块中，学生将逐步掌握在数字企业和视频游戏管理中必须应用的技能。





“

这个校级硕士遵循量身定制的课程计划, 以便你能够高效地学习在数字企业和电子游戏管理中所需的所有知识”

模块1. 数字商务和电子游戏战略

- 1.1. 数字企业和视频游戏
 - 1.1.1. 战略的组成部分
 - 1.1.2. 数字和视频游戏生态系统
 - 1.1.3. 战略定位
- 1.2. 战略进程
 - 1.2.1. 战略分析
 - 1.2.2. 选择战略备选方案
 - 1.2.3. 战略实施
- 1.3. 战略分析
 - 1.3.1. 内部
 - 1.3.2. 外部
 - 1.3.3. SWOT和CAME矩阵
- 1.4. 电子游戏行业分析
 - 1.4.1. 波特的五力模型
 - 1.4.2. PESTEL分析
 - 1.4.3. 行业细分
- 1.5. 竞争地位分析
 - 1.5.1. 创造战略价值并实现货币化
 - 1.5.2. 利基搜索 VS. 市场细分
 - 1.5.3. 竞争定位的可持续性
- 1.6. 经济环境分析
 - 1.6.1. 全球化和国际化
 - 1.6.2. 投资和储蓄
 - 1.6.3. 产出、生产力和就业指标
- 1.7. 战略管理
 - 1.7.1. 一个战略分析的框架
 - 1.7.2. 对部门环境、资源和能力的分析
 - 1.7.3. 战略的实施

- 1.8. 制定战略
 - 1.8.1. 公司战略
 - 1.8.2. 通用战略
 - 1.8.3. 客户战略
- 1.9. 战略实施
 - 1.9.1. 策略计划
 - 1.9.2. 沟通和组织参与计划
 - 1.9.3. 更换管理层
- 1.10. 新兴战略业务
 - 1.10.1. 蓝海战略
 - 1.10.2. 价值曲线中增量改进的耗损
 - 1.10.3. 零边际成这个业务

模块2. 电子游戏业务管理

- 2.1. 部门和价值链
 - 2.1.1. 娱乐业的价值
 - 2.1.2. 价值链的要素
 - 2.1.3. 价值链各要素之间的关系
- 2.2. 视频游戏开发者
 - 2.2.1. 概念性建议
 - 2.2.2. 视频游戏的创意设计和故事情节
 - 2.2.3. 适用于视频游戏开发的技术
- 2.3. 游戏机制造商
 - 2.3.1. 组成部分
 - 2.3.2. 类型和制造商
 - 2.3.3. 一代代的游戏机
- 2.4. 出版商
 - 2.4.1. 选择
 - 2.4.2. 发展管理
 - 2.4.3. 产品和服务的产生

- 2.5. 经销商
 - 2.5.1. 与经销商的协议
 - 2.5.2. 分销模式
 - 2.5.3. 分销物流
 - 2.6. 零售商
 - 2.6.1. 零售商
 - 2.6.2. 消费者导向和联系
 - 2.6.3. 咨询服务
 - 2.7. 配件制造商
 - 2.7.1. 游戏配件
 - 2.7.2. 市场
 - 2.7.3. 趋势
 - 2.8. 中间件开发商
 - 2.8.1. 游戏行业的中间件
 - 2.8.2. 中间件开发
 - 2.8.3. 中间件:类型学
 - 2.9. 视频游戏领域的专业简介
 - 2.9.1. 游戏设计师和程序员
 - 2.9.2. 造型师和纹理师
 - 2.9.3. 动画师和插画师
 - 2.10. 职业电竞俱乐部
 - 2.10.1. 行政区域
 - 2.10.2. 运动区
 - 2.10.3. 通信领域
- 模块 3. 视频游戏的数字营销和数字转型**
- 3.1. 数字营销在战略
 - 3.1.1. 以客户为中心
 - 3.1.2. 客户旅程和营销漏斗
 - 3.1.3. 设计和创建一个数字营销计划
 - 3.2. 数字资产
 - 3.2.1. 网页架构和设计
 - 3.2.2. 用户体验 - CX
 - 3.2.3. 移动营销
 - 3.3. 数字媒体
 - 3.3.1. 媒体策略与规划
 - 3.3.2. 显示和广告程序化
 - 3.3.3. 数字电视
 - 3.4. 搜索
 - 3.4.1. 制定和实施搜索战略
 - 3.4.2. SEO
 - 3.4.3. SEM.
 - 3.5. 社交媒体
 - 3.5.1. 社交媒体战略的设计、规划和分析
 - 3.5.2. 横向社交媒体营销技术
 - 3.5.3. 垂直社交媒体营销技术
 - 3.6. 内向型营销
 - 3.6.1. 内向型营销漏斗
 - 3.6.2. 内容营销的产生
 - 3.6.3. Leads的获取和管理
 - 3.7. 基于账户的营销
 - 3.7.1. B2B营销策略
 - 3.7.2. 决策人和联系图谱
 - 3.7.3. 计划的基于账户的营销
 - 3.8. 电子邮件营销和登陆页面
 - 3.8.1. 电子邮件营销的特点
 - 3.8.2. 创意与落地页
 - 3.8.3. 电子邮件营销活动和行动
 - 3.9. 营销自动化
 - 3.9.1. 营销自动化
 - 3.9.2. 大数据和人工智能应用于市场营销
 - 3.9.3. 主要营销自动化解决方案
 - 3.10. 衡量标准、关键绩效指标和投资回报率
 - 3.10.1. 数字营销的关键指标和KPI
 - 3.10.2. 测量工具和解决方案
 - 3.10.3. 投资回报率的计算和跟踪

模块 4. 创建电子游戏公司

- 4.1. 控制论社交媒体研究的理论和方法建议
 - 4.1.1. 创业战略
 - 4.1.2. 创业项目
 - 4.1.3. 敏捷创业方法论
- 4.2. 视频游戏中的技术革新
 - 4.2.1. 控制台和外围设备的创新
 - 4.2.2. 动作捕捉和实时发牌创新
 - 4.2.3. 图形和软件的创新
- 4.3. 业务计划
 - 4.3.1. 细分市场和价值定位
 - 4.3.2. 关键流程、资源和伙伴关系
 - 4.3.3. 客户关系和互动渠道
- 4.4. 投资
 - 4.4.1. 对视频游戏行业的投资
 - 4.4.2. 获取投资的关键环节
 - 4.4.3. 为初创企业 融资
- 4.5. 金融
 - 4.5.1. 收入和效率
 - 4.5.2. 运营和资本支出
 - 4.5.3. 损益表和资产负债表
- 4.6. 视频游戏制作
 - 4.6.1. 生产模拟工具
 - 4.6.2. 计划生产管理
 - 4.6.3. 生产控制管理
- 4.7. 业务管理
 - 4.7.1. 设计、本地化和维护
 - 4.7.2. 质量管理
 - 4.7.3. 库存和供应链管理

- 4.8. 新的在线分销模式
 - 4.8.1. 在线物流模式
 - 4.8.2. 直接在线交付和SaaS
 - 4.8.3. 滴滴出行
- 4.9. 可持续发展
 - 4.9.1. 创造可持续价值
 - 4.9.2. ESG (环境、社会和治理)
 - 4.9.3. 战略中的可持续性
- 4.10. 法律方面
 - 4.10.1. 知识产权
 - 4.10.2. 工业产权
 - 4.10.3. RGDP

模块 5. 项目管理

- 5.1. 视频游戏项目的生命周期
 - 5.1.1. 构思和预生产阶段
 - 5.1.2. 生产阶段和最后阶段
 - 5.1.3. 后期制作阶段
- 5.2. 视频游戏项目
 - 5.2.1. 类型
 - 5.2.2. 严肃游戏
 - 5.2.3. 次类型和新类型
- 5.3. 一个视频游戏项目的架构
 - 5.3.1. 内部结构
 - 5.3.2. 元素之间的关系
 - 5.3.3. 电子游戏的整体视野
- 5.4. 视频游戏
 - 5.4.1. 视频游戏中的游戏性问题
 - 5.4.2. 视频游戏设计
 - 5.4.3. 游戏化

- 5.5. 视频游戏技术
 - 5.5.1. 内部要素
 - 5.5.2. 视频游戏引擎
 - 5.5.3. 技术和营销对设计的影响
 - 5.6. 项目的构思、启动和执行
 - 5.6.1. 开发前
 - 5.6.2. 视频游戏开发的各个阶段
 - 5.6.3. 消费者对发展的参与
 - 5.7. 视频游戏项目的组织管理
 - 5.7.1. 开发团队和出版商
 - 5.7.2. 业务团队
 - 5.7.3. 销售和营销团队
 - 5.8. 视频游戏开发手册
 - 5.8.1. 视频游戏设计和技术手册
 - 5.8.2. 视频游戏开发者手册
 - 5.8.3. 要求和技术规范手册
 - 5.9. 视频游戏出版和营销
 - 5.9.1. 视频游戏的启动准备
 - 5.9.2. 数字通信渠道
 - 5.9.3. 交付、进展和成功跟踪
 - 5.10. 适用于视频游戏项目的敏捷方法论
 - 5.10.1. 设计和视觉思维
 - 5.10.2. 精益创业
 - 5.10.3. Scrum开发和销售
- ## 模块 6. 创新
- 6.1. 战略与创新
 - 6.1.1. 视频游戏的创新
 - 6.1.2. 视频游戏中的创新管理
 - 6.1.3. 创新模式
 - 6.2. 创新人才
 - 6.2.1. 组织中创新文化的实施
 - 6.2.2. 人才
 - 6.2.3. 创新文化地图
 - 6.3. 数字经济时代的领导力和人才管理
 - 6.3.1. 人才生命周期
 - 6.3.2. 招聘 - 世代限制
 - 6.3.3. 留用参与度, 忠诚度、传教士
 - 6.4. 视频游戏创新中的商业模式
 - 6.4.1. 商业模式的创新
 - 6.4.2. 商业创新工具
 - 6.4.3. 商业模式导航仪
 - 6.5. 创新项目的管理
 - 6.5.1. 客户和创新过程
 - 6.5.2. 设计价值主张
 - 6.5.3. 指数型组织
 - 6.6. 创新中的敏捷方法论
 - 6.6.1. 设计思维 和精益创业方法论
 - 6.6.2. 敏捷的项目管理模式。看板和Scrum
 - 6.6.3. 精益帆布
 - 6.7. 创新验证管理
 - 6.7.1. 原型设计(PMV)
 - 6.7.2. 客户验证
 - 6.7.3. 枢轴或保全
 - 6.8. 流程创新
 - 6.8.1. 工艺创新机会
 - 6.8.2. 上市时间,减少非价值任务和消除缺陷
 - 6.8.3. 流程创新的方法学工具
 - 6.9. 颠覆性技术
 - 6.9.1. 物理-数字混合技术
 - 6.9.2. 通信和数据处理技术
 - 6.9.3. 管理应用技术
 - 6.10. 创新的投资回报
 - 6.10.1. 数据和创新资产的货币化战略
 - 6.10.2. 创新的投资回报率。一般方法
 - 6.10.3. 叙事漏斗

模块 7.财务管理

- 7.1. 会计
 - 7.1.1. 会计
 - 7.1.2. 年度账目和其他报告
 - 7.1.3. 财产、厂房和设备、投资性财产和无形资产
- 7.2. 财务管理
 - 7.2.1. 金融工具
 - 7.2.2. 公司财务和财务管理
 - 7.2.3. 创业者的融资
- 7.3. 财务报表的分析
 - 7.3.1. 金融知识
 - 7.3.2. 流动性和偿付能力分析
 - 7.3.3. 财务管理
- 7.4. 金融业务
 - 7.4.1. 金融业务
 - 7.4.2. 投资管理
 - 7.4.3. 投资选择标准
- 7.5. 金融系统
 - 7.5.1. 金融系统
 - 7.5.2. 金融体系的结构和运作
 - 7.5.3. 股票市场
- 7.6. 管理控制
 - 7.6.1. 管理控制
 - 7.6.2. 责任中心
 - 7.6.3. 成本系统
- 7.7. 预算控制
 - 7.7.1. 预算过程
 - 7.7.2. 组织和管理
 - 7.7.3. 预算控制
- 7.8. 财务管理
 - 7.8.1. 现金管理 和国库预算
 - 7.8.2. 收集商业交易
 - 7.8.3. 商业交易的支付



- 7.9. 企业融资
 - 7.9.1. 债务的优势、劣势和影响
 - 7.9.2. 公司资这个结构选举
 - 7.9.3. 资这个结构的变化
- 7.10. 公司估价
 - 7.10.1. 会计方法和商业价值
 - 7.10.2. 资产和债务
 - 7.10.3. 公司估值诊断和投资者介绍

模块 8. 商业管理

- 8.1. 商业组织的模式
 - 8.1.1. 商业部门
 - 8.1.2. 商业部门
 - 8.1.3. 商业部门的工具
- 8.2. 销售队伍
 - 8.2.1. 业务规划
 - 8.2.2. 销售规划
 - 8.2.3. 预测和预算编制
- 8.3. 商业预算
 - 8.3.1. 商业预测
 - 8.3.2. 商业部门的盈利能力
 - 8.3.3. 销售预测
- 8.4. 对商业活动的控制
 - 8.4.1. 新的关系模式
 - 8.4.2. 新商业模式下的营销
 - 8.4.3. 个性化是客户关系的主要驱动力
- 8.5. 客户体验的发展
 - 8.5.1. 咨询式销售
 - 8.5.2. 销售心理学
 - 8.5.3. 销售方法的简介和演变

- 8.6. 销售方法
 - 8.6.1. 零售或B2C销售
 - 8.6.2. 零售或B2C销售
 - 8.6.3. 网上销售
- 8.7. 数字化社会销售
 - 8.7.1. 社会化销售
 - 8.7.2. 社会态度:网络
 - 8.7.3. 利用 社交媒体吸引新客户的过程
- 8.8. 数字销售方法论
 - 8.8.1. 数字销售中的主要敏捷方法
 - 8.8.2. Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling
 - 8.8.3. 内部销售 B2B 和 基于客户的营销
- 8.9. 商业领域的营销支持
 - 8.9.1. 营销管理
 - 8.9.2. 数字营销的价值 (B2C/B2B)
 - 8.9.3. 商业领域的营销组合管理
- 8.10. 组织和规划销售人员的工作
 - 8.10.1. 销售区域和路线
 - 8.10.2. 时间管理和会议管理
 - 8.10.3. 分析和决策战略市场营销管理

模块 9.电子竞技管理

- 9.1. 电竞行业
 - 9.1.1. 电竞
 - 9.1.2. 电竞行业的演员
 - 9.1.3. 电竞商业模式和市场
- 9.2. 电竞俱乐部的管理
 - 9.2.1. 俱乐部在电竞中的重要性
 - 9.2.2. 创建俱乐部
 - 9.2.3. 电竞俱乐部的行政和管理

- 9.3. 电子游戏玩家的关系
 - 9.3.1. 玩家的角色
 - 9.3.2. 球员的技能 and 能力
 - 9.3.3. 球员作为品牌大使
- 9.4. 竞赛和活动
 - 9.4.1. 电子竞技的交付:竞赛与活动
 - 9.4.2. 活动管理和锦标赛
 - 9.4.3. 主要的地方、区域、国家和全球锦标赛
- 9.5. 电竞中的赞助管理
 - 9.5.1. 电竞赞助管理
 - 9.5.2. 电子竞技中的赞助类型
 - 9.5.3. 电竞赞助协议
- 9.6. 电竞中的广告管理
 - 9.6.1. 冒险游戏:新的广告形式
 - 9.6.2. 电竞中的品牌内容
 - 9.6.3. 电竞作为传播策略
- 9.7. 电竞管理的市场化
 - 9.7.1. 自有媒体的管理
 - 9.7.2. 付费媒体管理
 - 9.7.3. 特别关注社交媒体
- 9.8. 影响者营销
 - 9.8.1. 影响者营销
 - 9.8.2. 观众管理及其对电竞的影响
 - 9.8.3. 影响者营销的商业模式
- 9.9. 商户
 - 9.9.1. 服务和相关产品的销售
 - 9.9.2. 商品销售
 - 9.9.3. 电子商务与市场平台
- 9.10. 电竞指标和关键绩效指标
 - 9.10.1. 衡量标准
 - 9.10.2. 进展和成功的关键绩效指标
 - 9.10.3. 目标和指标的战略地图

模块 10. 领导力和人才管理

- 10.1. 企业、组织与人力资源
 - 10.1.1. 组织和组织结构
 - 10.1.2. 战略管理
 - 10.1.3. 工作分析和组织
- 10.2. 公司的人力资源管理
 - 10.2.1. 人力资源部门的组织
 - 10.2.2. 招聘渠道
 - 10.2.3. 视频游戏领域的候选人
- 10.3. 个人和职业领导力
 - 10.3.1. 领导人和领导过程
 - 10.3.2. 沟通的权威
 - 10.3.3. 与成功和失败进行谈判
- 10.4. 知识管理和人才管理
 - 10.4.1. 战略性人才管理
 - 10.4.2. 应用于人力资源管理的技术
 - 10.4.3. 人力资源的创新模式
- 10.5. 知识管理是公司发展的关键
 - 10.5.1. 知识管理的总体目标
 - 10.5.2. 知识管理系统和流程的结构
 - 10.5.3. 知识管理的过程
- 10.6. 教练与辅导
 - 10.6.1. PNL
 - 10.6.2. 教练与辅导
 - 10.6.3. 程序
- 10.7. VUCA环境下的新领导形式
 - 10.7.1. 个人变革管理
 - 10.7.2. 组织变革管理
 - 10.7.3. 工具

- 10.8. 多元化管理
 - 10.8.1. 将新生代纳入领导层
 - 10.8.2. 女性领导力
 - 10.8.3. 管理多文化主义
- 10.9. 教练型领导
 - 10.9.1. 教练型领导的技能
 - 10.9.2. 反馈与前瞻性反馈
 - 10.9.3. 认可
- 10.10. 适应新技术
 - 10.10.1. 态度
 - 10.10.2. 知识
 - 10.10.3. 安全

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. 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、跨国企业与人权
 - 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. 国际进出口法规
 - 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
 - 12.2.12. 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. 人才和人事管理创新
 - 12.4.1. 战略人才管理模式
 - 12.4.2. 人才识别、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. 动机
 - 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. 更换管理层
 - 12.7.1. 更换管理层
 - 12.7.2. 变更管理流程的类型
 - 12.7.3. 变革管理的阶段或阶段
- 12.8. 谈判和冲突管理
 - 12.8.1. 谈判
 - 12.8.2. 冲突管理
 - 12.8.3. 危机管理
- 12.9. 沟通管理
 - 12.9.1. 企业内外沟通
 - 12.9.2. 通讯部门
 - 12.9.3. 公司的传媒负责人Dircom 简介
- 12.10. 生产力、吸引、保留和激活人才
 - 12.10.1. 生产力
 - 12.10.2. 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. 信息系统和商业智能
 - 13.2.1. 基这个原理和分类
 - 13.2.2. 成这个分配阶段和方法
 - 13.2.3. 成这个中心的选择和影响
- 13.3. 财务管理
 - 13.3.1. 公司的财务决策
 - 13.3.2. 财务部
 - 13.3.3. 现金盈余
 - 13.3.4. 与财务管理相关的风险
 - 13.3.5. 财务管理 风险管理
- 13.4. 金融规划
 - 13.4.1. 财务规划的定义
 - 13.4.2. 财务规划中要采取的行动
 - 13.4.3. 创建和制定企业战略
 - 13.4.4. 现金流量表
 - 13.4.5. 当前表
- 13.5. 企业财务战略
 - 13.5.1. 企业战略和融资来源
 - 13.5.2. 企业融资的金融产品
- 13.6. 战略融资
 - 13.6.1. 自筹资金
 - 13.6.2. 自有资金增加
 - 13.6.3. 混合资源
 - 13.6.4. 通过中介机构融资
- 13.7. 案例/问题的分析和解决
 - 13.7.1. 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. 市场营销的基这个要素
 - 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. 数字运动管理
 - 14.4.1. 什么是数字广告活动?
 - 14.4.2. 启动在线营销活动的步骤
 - 14.4.3. 数字广告活动中的错误
- 14.5. 销售策略
 - 14.5.1. 销售策略
 - 14.5.2. 销售方式
- 14.6. 企业沟通
 - 14.6.1. 概念
 - 14.6.2. 组织沟通的重要性
 - 14.6.3. 组织中的沟通类型
 - 14.6.4. 组织中沟通的功能
 - 14.6.5. 沟通的要素
 - 14.6.6. 沟通问题
 - 14.6.7. 通讯场景

- 14.7. 沟通和数字声誉
 - 14.7.1. 在线声誉
 - 14.7.2. 如何衡量数字声誉?
 - 14.7.3. 在线声誉工具
 - 14.7.4. 在线声誉报告
 - 14.7.5. 品牌 在线的

模块 15. 执行管理

- 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. 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

“

一个全面的课程, 提供所有必要的知识, 使你能够在行业内的顶级公司中获得职位”

06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: **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”

案例研究, 了解所有内容的背景

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”



你将进入一个以重复为基础的学习系统, 在整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生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。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划，从零开始，提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。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技术基础，确保遵循当前经济，社会和职业现实。



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”

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对的问题，这是一种以行动为导向的学习方法。在4年的时间里，你将面对多个真实案例。你必须整合你所有的知识，研究，论证和捍卫你的想法和决定。

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8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。

2019年，我们取得了世界上所有西班牙语网上大学中最好的学习成果。

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。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。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。



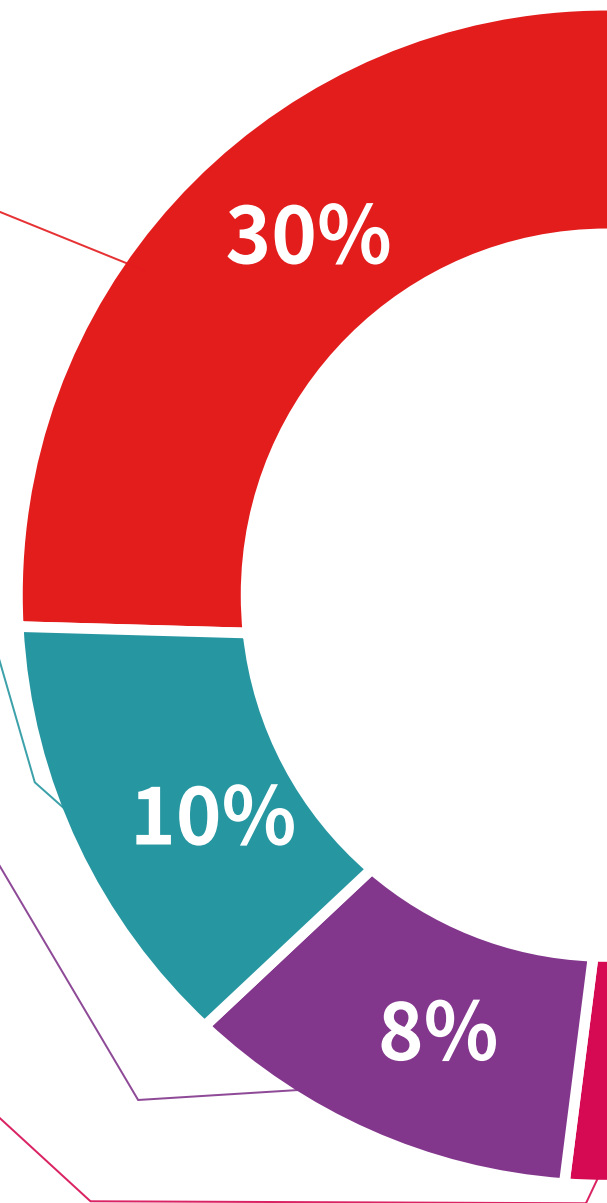
技能和能力的实践

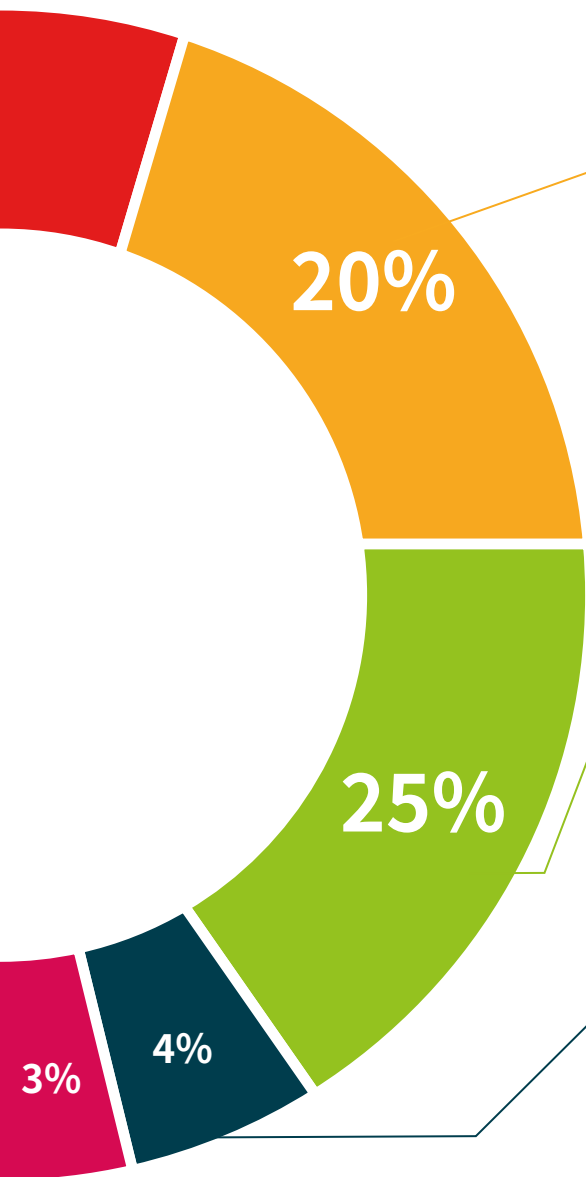
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



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。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



07 学位

电子游戏业务管理 MBA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**电子游戏业务管理 MBA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**校级硕士学位**。

学位由**TECH科技大学**颁发, 证明在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:**电子游戏业务管理 MBA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。

健康 信心 未来 人 导师
教育 信息 教学
保证 资格认证 学习
机构 社区 科技 承诺
个性化的关注 现在 创新
知识 网页 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

校级硕士
电子游戏业务管理 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

校级硕士

电子游戏业务管理 MBA