EMERITUS 优仕研习社

Columbia Business School
AT THE VERY CENTER OF BUSINESS™
EXECUTIVE EDUCATION

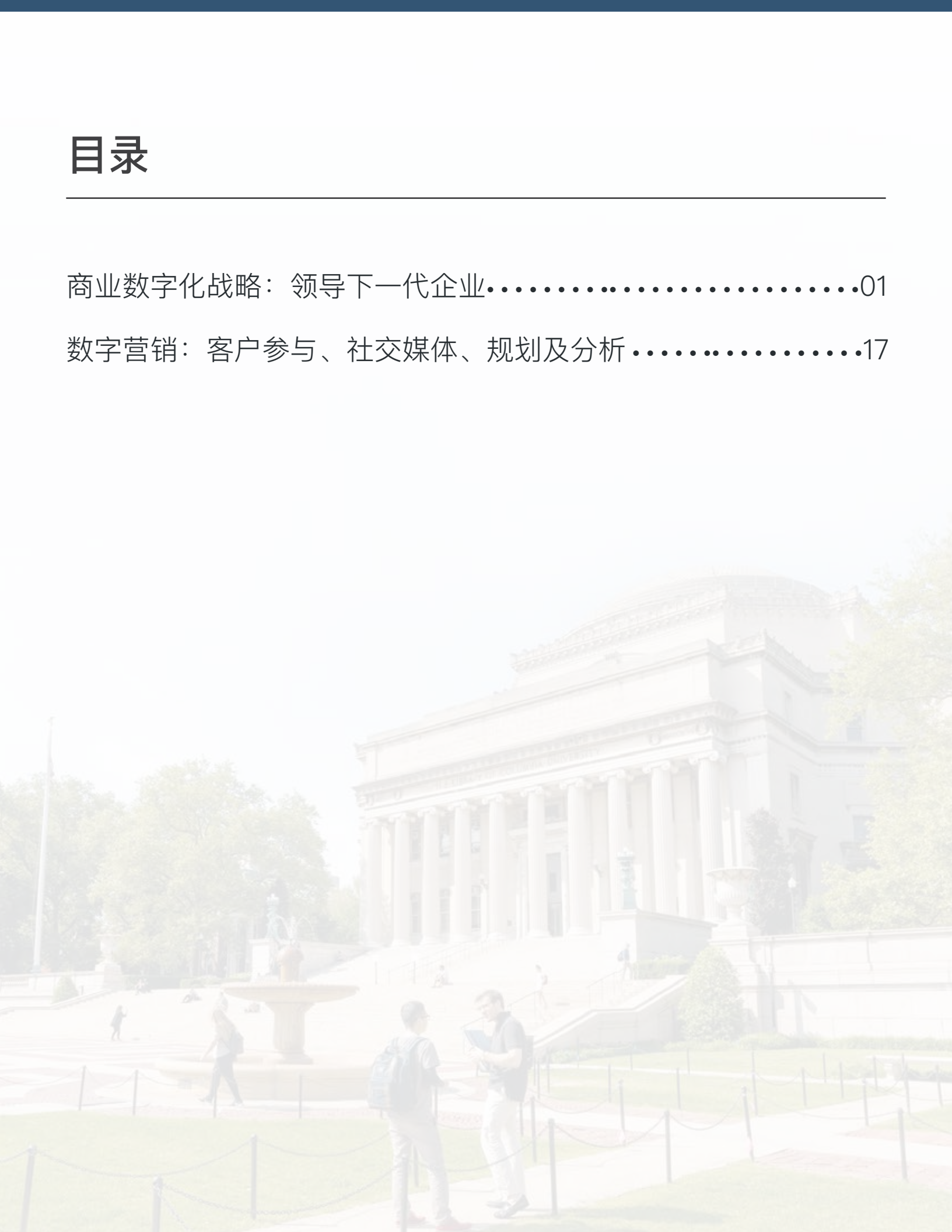
哥伦比亚大学商学院
人气组合在线中文课程（限时）



目录

商业数字化战略：领导下一代企业.....01

数字营销：客户参与、社交媒体、规划及分析.....17



EMERITUS 优仕研习社

Columbia Business School
AT THE VERY CENTER OF BUSINESS™
EXECUTIVE EDUCATION

商业数字化战略

领导下一代企业

在线课程 / 中文授课



概述

> “如果无法寻求变革以适应新技术，未来10年内至少有40%的企业将难以生存。”
>
> — John Chambers
> 思科（CISCO）



当今世界，几乎每个企业都离不开数字化。数字化技术的普及和颠覆性风险的激增正在改变着各行各业的流程与架构。要在竞争中胜出，企业就需要适应这种趋势并加以发展壮大。

企业需要能够战略性思考并利用数字化变革的领导者，从而为客户创造新价值，为企业带来新的商机。本课程旨在讨论管理者如何开发新的战略和商业模式，使企业在数字化时代蓬勃发展。

案例研究将包括数字化开拓者以及适应数字化时代的传统企业。

您适合参加本课程吗?

本课程专为肩负企业创新战略和业务模型的高管量身定制，使企业能够在数字时代蓬勃发展。

学员一览

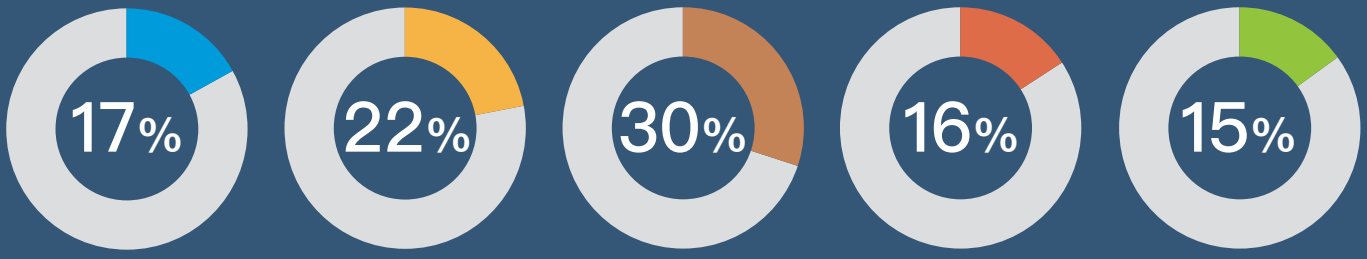
往届学员背景

来自超过90个国家及地区的2000余名学员从本课程中受益。



工作经验

参与本课程的学员中包括高级职业经理人、副总裁、董事、业务主管、总经理以及高级经理。



学员分享



“这些框架和模板对于理解如何管理企业的数字化转型非常有用。David Rogers的解释简单明了，很有见地。我喜欢课程内容和结构。”

Shalu Manan
VP– HR转型，Genpact，印度



“Rogers教授对数字化颠覆的定义是我所见过最清晰的定义。所有课程都非常棒，尤其是‘掌握颠覆性商业模式’模块，对我来说受益匪浅。”

Lionel Gordon
集团战略负责人，Cargill, Inc （嘉吉），美国



“课程亮点在于多样性 – 从点播视频到个人和小组作业，从同行点评到研讨会。结构清晰的作业设计帮助我清楚地了解如何推动和发展自己的业务，如何适应数字化时代并发展壮大。”

Ebba Lo
生产经理，Lindex，香港（中国）

在领英上搜索#EmeritusDSB阅读更多学员分享。

83% 完课率（往届学员超过2000位）

4.7/5 课程评分（基于超过1228位学员统计）

课程导师



David Rogers

哥伦比亚大学商学院高管教育名师

David Rogers是哥伦比亚大学商学院高管教育名师,也是全球公认的品牌和数字商业策略负责人，以其开创性的客户网络模型而闻名。他至今撰写过四本著作，其中包括《网络就是你的客户》，以及近期出版的《数字转型手册：在数字时代重新思考您的业务》。

在哥伦比亚大学商学院，David担任商业数字化战略高管教育项目的系主任，为全球高管授课。目前他与哥伦比亚大学商学院全球品牌领导中心的研究重点包括大数据、物联网、店内移动购物者、数字营销投入产出比以及数据隐私。同时，David也是该中心广受欢迎的BRITE会议的创始人和主办人。BRITE会议涉及品牌、创新和技术等领域，来自全球各地的CEO、CMO以及知名技术企业、媒体公司和企业家在这里齐聚一堂，共同探讨如何在数字时代打造强势品牌。

Rogers在全球各大会议上担任主题研究，就技术如何转变品牌和商业策略提出建议。他曾为很多初创企业和跨国公司（包括丰田、保乐力加、Visa、SAP、Lilly、Combiphar、中国东方航空公司、科勒、圣戈班和MacMillan等）提供过营销和数字策略咨询服务。

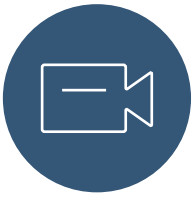
David曾接受CNN、ABC新闻、CNBC、Marketplace、亚洲新闻台等媒体报道，也曾登上《金融时报》、《华尔街日报》、《福布斯》和《经济学人》等杂志，并在世界品牌大会上荣获2009年品牌领导奖。

课程亮点

数字化技术的出现正在为企业带来颠覆，公司也竞相向数字化企业转型——数字化转型则需要拥有数字化思维的领导者。

David Rogers是哥伦比亚大学商学院的高管教育名师，也是全球公认的数字化商业战略负责人和本课程的开发设计者。

您可以利用本课程讲授的框架来改变公司商业模式。



120个
视频讲座



12次
作业



3次
案例研究



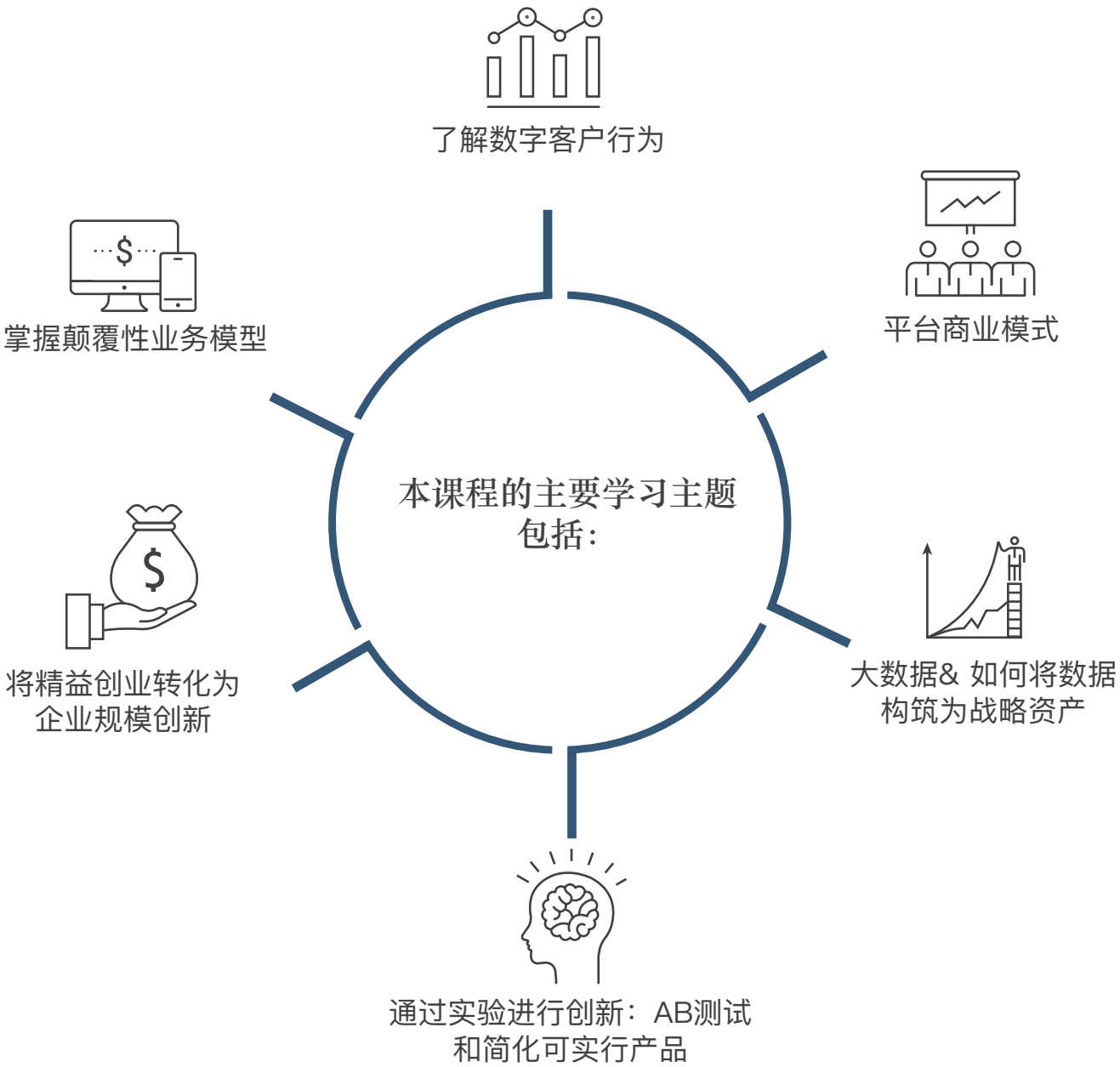
9次
讨论



在线
直播教学

本课程包括与哥伦比亚大学商学院
高管教育名师David Rogers的直播问答

课程要点


了解数字客户行为
平台商业模式
掌握颠覆性业务模型
本课程的主要学习主题包括：
大数据& 如何将数据构筑为战略资产
将精益创业转化为企业规模创新
通过实验进行创新：AB测试和简化可实行产品

课程大纲

模块1 – 数字化转型的5个领域

前期准备

- 预读 - 城市如何评分

框架

- 数字化转型的5个领域 - 介绍 - 第1部分
- 数字化转型的5个领域 - 介绍 - 第2部分
- 数字化转型的5个领域
- 客户 - 可汗学院示例
- 竞争 - 合作竞争、非中介化和不对称竞争对手
- 数据 - Weather.com示例
- 创新 - JC Penny示例
- 创新 - Intuit示例：印度农民
- 价值 - 大都会艺术博物馆示例

应用

- 个人作业 - 您的公司、您的行业或您想从事行业的优势和劣势分别是什么?

模块2 – 客户网络和新的购买途径

框架

- 生命教会示例
- 客户网络范式 - 大众市场与客户网络模型
- 重新思考营销漏斗
- 绘制“购买途径”
- 零售商面临的多渠道威胁 - 第1部分 - 展厅现象
- 零售商面临的多渠道威胁 - 第2部分 - 沃尔玛示例（全渠道）

应用

- 个人作业 - 选择过去一年中最近的一次非冲动（高度参与）购买。绘制您的购买途径 - 研究和互动。

模块3 – 了解数字化客户行为

框架

- 介绍
- 访问策略
- 参与策略 - 第1部分和第2部分
- 定制策略
- 连接策略 - 第1部分和第2部分
- 合作策略

应用

- 个人作业 - 根据所学框架制定一个新颖的客户计划。

模块4 – 平台商业模式

框架

- 平台的引入和兴起
- 什么是平台?
- 平台的4种类型
- 平台 - 过去和现在
- 网络效应的力量
- 平台的4种优势
- 工具平台商业模式图
- 平台如何竞争 - 第1部分
- 平台如何竞争 - 第2部分
- 平台的战略问题

应用

- 个人作业 - 绘制平台商业模式图。

模块5 – 合作竞争、非中介化和不对称竞争对手

框架

- 介绍
- 合作竞争
- 工具 - 竞争价值链

- 工具 - 竞争价值链 - 非中介化和中介化
- 价值链中的2项权力规则
- 战略假设的变更

应用

- 个人作业 - 绘制竞争价值链。

模块6 – 将数据构建成企业的战略资产

框架

- 介绍+数据作为战略资产 - 第1部分 - 谷歌地图/苹果地图
- 数据作为关键战略资产 - 第2部分 - 诺基亚、Weather Company。
- 每个企业都需要数据战略
- 案例研究：可口可乐公司
- 案例研究：英国航空公司
- 案例研究：纽约时报

应用

- 个人作业（自我反思） - 您的企业是否将数据作为战略资产？可以在哪些方面加以改进?

模块7 – 大数据在奏效：新数据、新工具和价值模板

框架

- 大数据
- 非结构化数据的新来源
- 非结构化数据工具
- 工具的可用性
- 4个价值模板 - 洞察力
- 4个价值模板 - 定位
- 4个价值模板 – 个性化
- 4个价值模板 – 背景
- 大数据的3个误解 – 误解1
- 大数据的3个误解 – 误解2和3

应用

- 小组作业 - 通过应用四个数据价值模板开发创新的数据计划。

模块8 – 通过实验进行创新：AB测试和简化可实行产品

框架

- 介绍
- 2种实验
- 7条实验原则 - 1、尽早学习
- 7条实验原则 - 2、做到快速和迭代的创新
- 7条实验原则 - 3、爱上问题，而不是解决方案
- 7条实验原则 - 4、获得可靠反馈
- 7条实验原则 - 5、衡量当前的重要方面
- 7条实验原则 - 6、测试您的假设
- 7条实验原则 - 7、失败的智慧
- 收敛型实验方法
- 收敛型实验方法 - Petco和Obama实验
- 何时使用收敛型实验
- 发散型实验方法
- 发散型实验方法 - 设定极限和多个解
- 发散型实验方法 – MVP- 简化可实行原型（或产品）
- 4P理论：企业创新中的迭代决策
- 何时使用发散型实验

应用

- 个人作业 - 您将如何设计实验来学习给定场景中的最佳途径?

模块9 – 将精益创业转化为企业规模创新

框架

- 介绍+提升创新的4个途径
- 4个途径 - 途径1 - MVP推出
- 4个途径 - 途径2 - MVP发布
- 4个途径 - 途径3 - 完善推出

- 4个途径 - 途径4 - 完善发布
- 选择错误途径 - 谷歌眼镜示例
- 组织挑战 - 第1部分 - 领导实验和谁做实验?
- 组织挑战 - 第2部分 - 建立测试和学习文化
- 组织挑战 - 第3部分 - 计划失败
- 组织挑战 - 第4部分 - 庆祝失败

应用

- 个人作业 - 评估自己公司在创新上面临的障碍。

模块10 – 适应您的价值主张

框架

- 适应您的价值主张：快速变化期间以客户为中心 - Napster/iTunes案例
- 如何适应萎缩市场 - 走出萎缩市场的3条途径
- 第1条途径 - 新客户
- 第2条途径 - 新价值
- 第3条途径 - 新客户+新价值
- 纽约时报 - 适应其价值主张 - 问题及其创造的新价值
- 纽约时报 - 适应其价值主张 - 组织转变和结果
- 在被迫改变前主动适应
- 市场价值的5个概念
- 工具介绍 - 价值主张路线图
- 战略假设的变更：价值

应用

- 小组作业1：根据获得的价值确定关键客户类型
- 小组作业2：确定每位客户的当前价值
- 小组作业3：识别新出现的威胁
- 小组作业4：评估当前价值要素的强度
- 小组作业5：生成新的潜在价值要素
- 小组作业6：综合新的前瞻性价值主张

模块11 – 掌握颠覆性商业模式

颠覆的亮点

- 数字化时代的颠覆

- 颠覆理论 - Schumpeter+Christensen
- 颠覆理论 - Christensen理论的问题
- 颠覆的商业模式理论
- 颠覆性商业模式的两个差异
- 商业模式颠覆的3个案例 - iPhone
- 商业模式颠覆的3个案例 - Netflix
- 商业模式颠覆的3个案例 - Warby Parker
- 工具+摘要

应用

- 个人作业 - 创建和评估一种颠覆性商业模式

模块12 — 在颠覆中生存：老牌企业应对颠覆性挑战者的6个对策

框架

- 颠覆性商业模式的3个变量 - 客户轨迹
- 颠覆性商业模式的3个变量 - 范围
- 颠覆性商业模式的3个变量 - 多家老牌公司
- 工具 - 颠覆性对策规划师
- 6个对策 - 1.并购颠覆者
- 6个对策 - 2.推出独立的颠覆之作
- 6个对策 - 3.拆分颠覆者的商业模式
- 6个对策 - 4.重新关注您的“易守难攻”的客户群
- 6个对策 - 5.多样化您的投资组合
- 6个对策 - 6.快速退出计划

应用

- 个人作业 - 使用颠覆性对策规划师分析面临的威胁并制定相应的对策

模块13 – 领导力和客户价值需求框架

框架

- 领导力在数字化时代的作用
- 理解组织问题
- 平衡孵化和集成
- 客户价值需求和课程总结

案例研究



可口可乐

可口可乐公司如何使用预测分析来了解其客户。



iPhone

iPhone如何成为我们思考和观察当今由数字技术驱动的市场颠覆的基准。



英国航空

英国航空公司如何利用客户数据作为核心资产，为其业务创造更多价值。



网飞

Netflix如何通过衡量消费者行为和偏好来引导推荐，从而颠覆传统的观影体验。



纽约时报

《纽约时报》如何使用数据了解订阅行为并提高客户保留率。



Warby Parker

美国眼镜电商Warby Parker如何利用数据制造，经营，设计和创造整体客户体验。

学习体验

优仕研习社采用独特的在线教学模型，确保学员的完课率高达近90%。



迎新周
第一周是迎新周。本周，您将结识来自世界各地的其他学员，并了解如何使用学习管理系统和其他学习工具。

每周目标
除迎新周外，系统会为您设置每周的学习目标，包括观看视频讲座和完成相应的作业。所有作业均设有每周截止日期。

视频讲座
视频讲座由课程导师录制。

在线研讨会
优仕研习社课程助教每隔几周会通过直播形式举办网络研讨会。课程助教是经验丰富的行业从业者，他们能够将视频讲座与实际相联系，并帮助您解决作业中遇到的问题。网络研讨会通常在周二或周三下午1点至3点（世界协调时）进行直播。

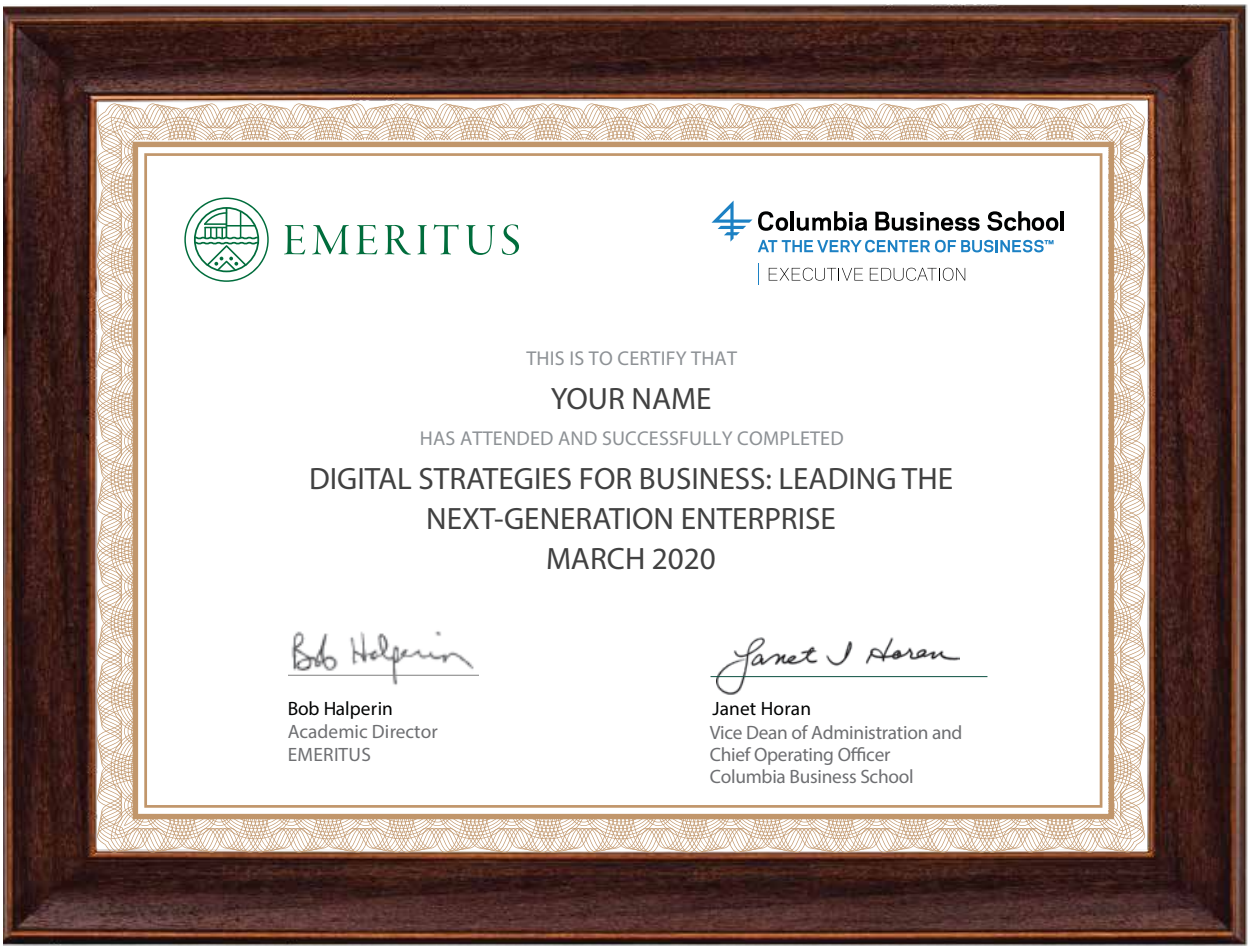
答疑
除网络研讨会的直播环节外，课程助教每周或每两周会安排一次在线答疑，就课程相关问题为学员排疑解惑。

跟进
优仕研习社课程支持团队会通过电子邮件和电话继续跟进无法按时提交作业的学员。

持续课程访问
您可在自课程开始之日起的12个月内，继续访问课程视频和学习材料。

认证证书

顺利完成本课程的学习后，学员将被授予由优仕研习社与哥伦比亚大学商学院高管教育联合认证的电子版证书。



学员的收获



深化知识资本

- 由哥伦比亚大学商学院名师提供的全球课程与教学
- 点对点互动学习、模拟课堂讨论，以及项目分析
- 择优录取标准确保您与商业精英一起学习



增进品牌资本

- 全球知名的商学院学习经历，为简历增色



扩展社交资本

- 与不同文化、行业和背景的经验丰富的商业人士建立深厚联系
- 加入优仕研习社校友网络
- 受邀参加优仕研习社遍及全球的校友活动，包括职业座谈、高级职业经理人演讲系列和行业交流



提升职业资本

- 在职学习，双重收入
- 赢得关注，获取成功。
- 了解如何管理职业和个人品牌

EMERITUS 优仕研习社

Columbia Business School
AT THE VERY CENTER OF BUSINESS™
EXECUTIVE EDUCATION

数字营销：
客户参与、社交媒体、规划及分析
在线课程 / 英文授课



学员一览

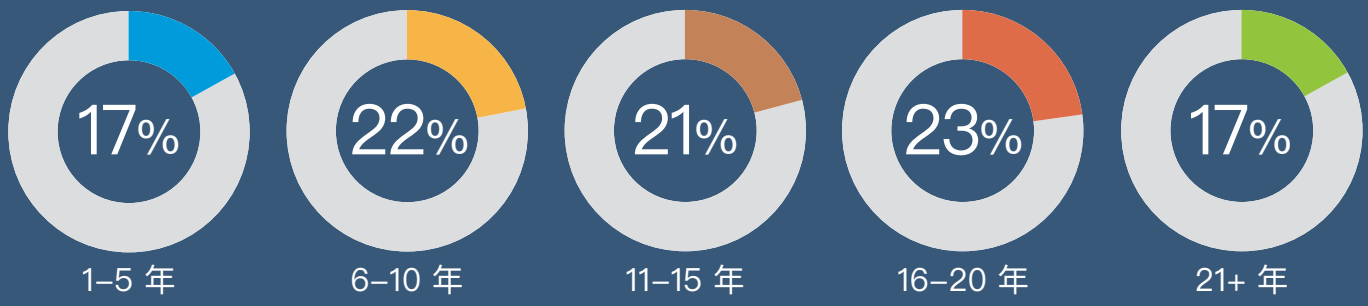
往届学员背景

来自超过100个国家及地区的3500余名学员从本课程中受益。



工作经验

参与本课程的学员中包括编程专家，董事及高级经理。



学员分享



“本课程精彩的部分，在于通过商业实例分析讲解数字营销计划和效果衡量矩阵的策略制定。”

Katerina Varenkow
Petia Vet Health，西班牙



“我喜欢案例分析和特定研究主题的引用，这些内容帮助我理解得更加清晰。”

Hugo Palma
L5 Networks，拉丁美洲



“简单明了的课程资料、示例和作业中包含不同领域的“多样性”内容，我很喜欢。短视频中不时穿插由教授精心准备的有趣内容和演示文稿，也很不错。”

Kanishka Roy
Tata Projects，印度

在领英上搜索#EmeritusDM阅读更多学员分享。

75% 完课率 （基于超过3500位学员统计）

4.3/5 课程评分（基于1200位往届学员评价）

课程导师



David Rogers

哥伦比亚大学商学院高管教育名师

David Rogers是哥伦比亚大学商学院高管教育名师，也是全球公认的品牌和数字商业策略负责人，以其开创性的客户网络模型而闻名。他至今撰写过四本著作，其中包括《网络就是你的客户》，以及近期出版的《数字转型手册：在数字时代重新思考您的业务》。

在哥伦比亚大学商学院，David担任商业数字化战略高管教育项目的系主任，为全球高管授课。目前他与哥伦比亚大学商学院全球品牌领导中心的研究重点包括大数据、物联网、店内移动购物者、数字营销投入产出比以及数据隐私。同时，David也是该中心广受欢迎的BRITE会议的创始人和主办人。BRITE会议涉及品牌、创新和技术等领域，来自全球各地的CEO、CMO以及知名的技术企业、媒体公司和企业家在这里齐聚一堂，共同探讨如何在数字时代打造强势品牌。

Rogers在全球各大会议上担任主题研究，就技术如何转变品牌和商业策略提出建议。他曾为很多初创企业和跨国公司（包括丰田、保乐力加、Visa、SAP、Lilly、Combiphar、中国东方航空公司、科勒、圣戈班和MacMillan等）提供过营销和数字策略咨询服务。

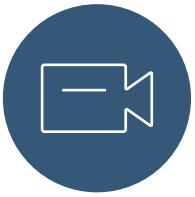
David曾接受CNN、ABC新闻、CNBC、Marketplace、亚洲新闻台等媒体报道，也曾登上《金融时报》、《华尔街日报》、《福布斯》和《经济学人》等杂志，并在世界品牌大会上荣获2009年品牌领导奖。

课程亮点

为期三个月的在线课程，由哥伦比亚大学商学院名师授课，指导您向数字营销转型。

学习相应框架和实践，帮助您卓有成效地规划、定制和实施数字营销战略，并了解如何衡量其效果。

最终找到合适的战略，帮助您更有效地与客户进行互动、联系与合作。同时通过对新趋势的介绍（如技术多样性和潜在威胁等），帮助您了解数字营销的未来发展。



120节
视频讲座



10个
实战案例



5次
线上讨论



2次
模拟



在线
教学直播

本课程包括与来自哥伦比亚大学商学院
高管教育导师David Rogers的直播问答

课程大纲

模块1—从大众营销到客户网络

前期准备

- 预读：《网络就是你的客户》

框架

- 从大众营销到客户网络
- 大众市场模式与客户网络模式
- 故事#1—抨击品牌（美国联合航空公司）
- 故事#2—拥护品牌（可口可乐）
- 故事#3—推动业务（思科）
- 客户网络的定义以及谁在您的客户网络中
- 梅特卡夫定律与米尔格拉姆的小世界假说
- 幂律与90–9–1法则（贝尔曲线）
- 一对一通信工具到多对多通信工具的转变
- 重新思考营销漏斗

应用

- 作业：思考个人数字交互，并描述适合您业务的客户网络

模块2：数字广告组合：关键渠道和原理

框架

- 数字广告概述
- 电子邮件营销
- 搜索引擎广告
- 视频广告
- 有效数字广告的原理：定位
- 有效数字广告的原理：个性化
- 有效数字广告原理：优化

应用

- 数字营销模拟—通过模拟环境中的现实世界场景，您将学习在线广告的原理。

您将学习到：

1. 进行有策略的关键词研究
2. 建立点击付费（PPC）广告活动
3. 了解和衡量关键绩效指标
4. 撰写针对性广告
5. 优化落地页
6. 开展电子邮件营销活动

模块3—数字世界中客户的五种核心行为

框架

- 数字世界中客户的五种核心行为
- 马斯洛理论与客户网络行为
- 介绍核心行为—访问、互动、定制、连接和合作

模块4—访问策略

框架

- 按需服务
- 移动钱包和忠诚度
- 基于位置的服务
- 绘制路径：购买和微瞬间
- 展厅现象
- 全渠道思考
- 可穿戴设备
- 访问策略面临的挑战

应用

- 作业：选择一家公司，分析并解释其如何利用访问策略

模块5—互动策略：内容营销、效用、消息传递及品牌广告主

框架

- 介绍互动策略
  - –提供效用和相关性
  - –展示个人形象，并确定您的受众
  - –利用内容促成转化
  - –内容创建者
  - –互动策略的关键问题

应用

- 作业：选择一家公司，分析并解释其如何利用互动策略

模块6—定制策略：针对细分市场的目标选择、个性化及市场营销

框架

- 介绍定制策略—Netflix
- 个性化电子商务—兰蔻和Warby–Parker
- 个性化包装—可口可乐
- 混合搭配产品—星巴克和Customer Manufacturing
- 有针对性的通信
- 基于客户终身价值的定位—Custora和拉斯维加斯凯撒宫酒店
- 营销自动化
- 针对性是否过强？—目标故事
- 定制策略的关键问题—选择的悖论
- 四种共享心态
- 恐怖谷理论

应用

- 作业：选择一家公司，分析并解释如何利用定制策略

模块7—连接策略：社交媒体、社区和对话的力量

框架

- 倾听和学习，以及倾听什么
- 倾听示例
- 社交客户服务
- 对话中的游戏思维
- 提供论坛
- 征求想法
- 添加价值层
- 衡量和定义术语的通用指标
- 连接策略的主要挑战

应用

作业：选择一家公司，分析并解释其如何利用连接策略

模块8—合作策略：众包、众筹和开放平台

框架

- 介绍合作策略
- 贡献—Waze
- 积极贡献—CNN iReport
- 解决专业知识差距
- 众筹
- 公开竞争—Doritos和Innocentive广告设计
- 开放平台
- 合作策略的关键问题
  - –网络合作动机
  - –问题模块化
  - –参与者技能
  - –只从底部出发还不够

应用

- 作业：选择一家公司，分析并解释其如何利用合作策略

模块9—品牌失败的教训

框架

- 自动导航适用于飞机，不适用于社交媒体
- 欺骗很容易暴露
- 员工可能不会始终出于您的最佳利益行事
- 恐吓不起作用
- 您未掌握#对话的节奏
- 线下行动触发线上口碑营销
- 深思熟虑的参与确实起作用
- 声誉之战

模块10—社交网络上品牌的实践

框架

- 社交媒体的自然广告与付费广告
- 主要社交网络的利与弊
  - –Facebook
  - –Twitter
  - –LinkedIn
  - –Instagram和Pinterest
  - –Youtube
  - –Snapchat和Messengers
- 逐渐发展广告产品
  - –展示广告和视频广告
  - –表单收集、安装APP、加关注、#话题标签、立即购买
  - –YouTube
- 定向选项
  - –重定向和自定义受众/类似受众
  - –应用Facebook定向的应用
- KOL（意见领袖）和客户决策

模块11—强调数字化：指标、ROI和敏捷建模

框架

- 在数据中畅游
- 表达的差异
- 衡量ROI的障碍
- 苹果和橘子的比较
- 哪些数字化在起作用?
- 基于策略的模型
  –福特嘉年华示例
  –CitiBike示例
- 专注KPI
  –Visa示例
- 质疑数据
  –相关性
  –最终互动归因
  –测试和对照
  –测试和对照示例—Buzzfeed
- 敏捷营销建模师的7个习惯

应用

- 作业：衡量指标

模块12—规划和实施数字营销策略的五个步骤

框架

- 五个步骤

1.设定目标
2.细分与品牌定位
3.构思与概念选择
4.执行
5.衡量标准

模块13—数字营销的组织挑战

框架

- 技能和培训
- 速度与敏捷
- 跨部门合作
- 跨业务单位合作
- 数字营销的组织挑战

模块14—数字营销的六个趋势

框架

- 可追踪的营销者
- 技术多样性
- 广告中的“中空”现象
- 潜在威胁
- 两种营销思维
- 消失的CMO

学习体验

优仕研习社采用独特的在线教学模型，确保学员的完课率高达近90%。



迎新周
第一周是迎新周。本周，您将结识来自世界各地的其他学员，并了解如何使用学习管理系统和其他学习工具

每周目标
除迎新周外，系统会为您设置每周的学习目标，包括观看视频讲座和完成相应的作业，所有作业均设有每周截止日期。

视频讲座
视频讲座由课程导师录制。

在线研讨会
优仕研习社课程助教每隔几周会通过直播形式举办网络研讨会。课程助教是经验丰富的行业从业者，他们能够将视频讲座与实际相联系，并帮助您解决作业中遇到的问题。网络研讨会通常在周二或周三下午1点至3点（世界协调时）进行直播。

答疑
除网络研讨会的直播环节外，课程助教每周或每两周会安排一次在线答疑，就课程相关问题为学员排疑解惑。

跟进
优仕研习社课程支持团队会通过电子邮件和电话继续跟进无法按时提交作业的学员。

持续课程访问
您可在自课程开始之日起的12个月内，继续访问课程视频和学习材料。

认证证书

顺利完成本课程的学习后，学员将被授予由优仕研习社与哥伦比亚大学商学院高管教育联合认证的电子版证书。



学员的收获



深化知识资本

- 由哥伦比亚大学商学院名师提供的全球课程与教学
- 点对点互动学习、模拟课堂讨论，以及项目分析
- 择优录取标准确保您与商业精英一起学习



增进品牌资本

- 全球知名的商学院学习经历，为简历增色



扩展社交资本

- 与不同文化、行业和背景的经验丰富的商业人士建立深厚联系
- 加入优仕研习社校友网络
- 受邀参加优仕研习社遍及全球的校友活动，包括职业座谈、高级职业经理人演讲系列和行业交流



提升职业资本

- 在职学习，双重收入
- 赢得关注，获取成功。
- 了解如何管理职业和个人品牌

https://ushi.cn

电子邮箱：columbia@ushi.cn

我们会尽可能在24小时之内答复。如果您在周末和节假日期间咨询，答复时间可能需要72小时。

© 2020 “优仕研习社”的主体为上海择藤教育科技有限公司，在法律允许的范围内择藤享有以上资料的解释权。

EMERITUS | 新加坡私立教育协会注册号201510637C | 时间：2018年3月29日—2022年3月28日

*“ERUDITUS”、“EMERITUS”和”优仕研习社”均为Eruditus Group 旗下品牌。