

Mastère Spécialisé

MBA en Direction d'Entreprises Créatives



Mastère Spécialisé MBA en Direction d'Entreprises Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/design/master/master-mba-direction-entreprises-creatives

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 24

06

Méthodologie

page 34

07

Diplôme

page 42

“

La créativité est en train d'ouvrir une niche dans le monde des affaires avec l'émergence de nouvelles entreprises qui demandent un profil professionnel spécifique avec des compétences étendues dans les outils technologiques"

L'évolution de la société favorise la production de nouveautés sur le plan économique et commercial, permettant l'émergence de nouvelles professions qui se taillent une place sur le marché. Traditionnellement, la créativité et la gestion ont été conçues comme des disciplines antagonistes. Aujourd'hui, cependant, la créativité et l'innovation sont devenues les principaux moteurs du progrès économique, aux côtés de la technologie. Cette réalité exige de nouveaux profils professionnels capables de développer harmonieusement et efficacement ces outils dans la gestion des industries dites créatives.

Grâce à ce programme, l'étudiant obtiendra une maîtrise de tous les sujets nécessaires à la gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte des industries créatives. Ainsi, le programme ne se concentre pas uniquement sur la gestion des arts, mais vise à fournir les outils nécessaires pour analyser les réalités économiques, sociales et culturelles dans lesquelles les industries créatives se développent et se transforment aujourd'hui. Le programme est conçu pour y parvenir en acquérant des compétences en matière d'études de marché, de vision stratégique, de méthodologies numériques et de cocréation.

C'est pourquoi, pour répondre à la demande de qualifications supérieures des professionnels du secteur, TECH propose ce programme hautement spécialisé et adapté aux besoins des entreprises créatives. Un Mastère Spécialisé 100% en ligne qui permettra aux étudiants de répartir eux-mêmes leur temps d'étude, puisqu'ils ne sont pas conditionnés par des horaires fixes ou la nécessité de se déplacer vers un autre lieu physique, en ayant la possibilité d'accéder à tous les contenus à n'importe quel moment de la journée, en équilibrant leur vie professionnelle et personnelle avec leur vie académique.

Ce **MBA en Direction d'Entreprises Créatives** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Direction d'Entreprises
- ◆ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en la gestion des entreprises créatives
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur les thèmes abordés
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Les nouvelles technologies ont favorisé l'émergence d'entreprises de plus en plus créatives qui demandent des professionnels dotés de grandes compétences numériques"

“*Spécialisez-vous dans la gestion des entreprises créatives et entrez dans un secteur en plein essor*”

Le corps enseignant comprend des professionnels du domaine du design, qui apportent l'expérience de leur travail à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel. En d'autres termes, un environnement simulé qui fournira une étude immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par les problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du cursus universitaire. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

La multitude d'études de cas proposées par TECH sera très utile pour un apprentissage efficace dans ce domaine.

Ce programme a un format 100% en ligne, ce qui vous permet de combiner votre temps d'étude avec le reste de vos obligations quotidiennes.



02 Objectifs

Le MBA en Direction d'Entreprises Créatives est un programme destiné aux professionnels du design qui souhaitent obtenir une qualification supérieure pour la gestion de toutes ces nouvelles entreprises qui ont émergé ces derniers temps, favorisées par l'avancée des nouvelles technologies. Il s'agit sans aucun doute d'un domaine totalement nouveau qui exige une qualification élevée de la part des professionnels pour atteindre le succès souhaité.





“

Spécialisez-vous dans la gestion des entreprises créatives et offrez cette formation supérieure aux entreprises dans lesquelles vous travaillez”



Objectifs généraux

- ◆ Offrir des connaissances utiles pour la spécialisation des étudiants, en leur fournissant des compétences pour le développement et l'application d'idées originales dans leur vie personnelle et professionnelle
- ◆ Comprendre comment la créativité et l'innovation sont devenues les moteurs de l'économie
- ◆ Résolution de problèmes dans des environnements nouveaux et des contextes interdisciplinaires dans le domaine de la gestion de la créativité
- ◆ Intégrer ses propres connaissances à celles des autres, en portant des jugements éclairés et en raisonnant sur la base des informations disponibles dans chaque cas
- ◆ Savoir gérer le processus de création et de mise en œuvre d'idées nouvelles sur un sujet donné
- ◆ Acquérir des connaissances spécifiques pour la gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte des industries créatives
- ◆ Posséder les outils nécessaires pour analyser les réalités économiques, sociales et culturelles dans lequel les industries créatives se développent et se transforment aujourd'hui
- ◆ Acquérir les compétences nécessaires pour développer et faire évoluer leur profil professionnel dans des environnements commerciaux et entrepreneuriaux
- ◆ Acquérir des connaissances pour gérer les entreprises et les organisations dans le nouveau contexte des industries créatives
- ◆ Organiser et planifier les tâches en utilisant les ressources disponibles afin de les aborder dans des délais précis
- ◆ Utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication en tant qu'outils de formation et d'échange d'expériences dans le domaine d'étude
- ◆ Développer des compétences en communication, tant écrite qu'orale, ainsi que des présentations professionnelles efficaces dans la pratique quotidienne
- ◆ Acquérir des compétences en matière d'études de marché, de vision stratégique, de méthodologies numériques et de co-création



Objectifs spécifiques



Module 1. Nouvelles industries créatives

- ◆ Acquérir une connaissance approfondie des nouvelles industries créatives
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie de l'importance des industries créatives sur le plan économique
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie des arts visuels et du spectacle
- ◆ Obtenir une connaissance approfondie du patrimoine historique, naturel et culturel

Module 2. Protection des produits créatifs et immatériels sur le marché actuel

- ◆ Se renseigner sur les réglementations concernant les produits créatifs et immatériels, tels que la propriété intellectuelle et industrielle et le droit de la publicité
- ◆ Appliquer les règles étudiées à votre travail quotidien en tant que directeur d'entreprises créatives

Module 3. Gestion économique et financière de créatives

- ◆ Connaître la structure financière d'une entreprise de création
- ◆ Avoir des connaissances suffisantes pour assurer la gestion comptable et financière d'une entreprise de création
- ◆ Comprendre comment les investissements dans ce secteur devraient être réalisés
- ◆ Savoir comment fixer le prix des produits dans le secteur de la création

Module 4. *Futures Thinking*: Comment transformer aujourd'hui en demain?

- ◆ Acquérir une compréhension approfondie de la méthodologie de la *Futures Thinking*
- ◆ Comprendre les signaux qui indiquent qu'un changement dans la façon de travailler doit avoir lieu
- ◆ Comprendre à quoi peut ressembler l'avenir afin d'anticiper et de créer des stratégies innovantes qui favorisent la croissance de l'entreprise
- ◆ Penser la durabilité comme un objectif à atteindre à travers toutes les actions proposées

Module 5. Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives

- ◆ Connaître les nouvelles tendances dans les méthodes d'achat des consommateurs
- ◆ Comprendre que le client doit être au centre de toutes les stratégies de l'entreprise
- ◆ Appliquer les techniques et les outils du *Design Thinking*
- ◆ Appliquer différentes ressources et techniques de recherche

Module 6. *Creative branding*: communication et gestion créative de la marque

- ◆ Comprendre le processus de création et d'évolution d'une marque
- ◆ Comprendre le processus de création et d'évolution d'une marque
- ◆ Savoir créer l'identité graphique de la marque
- ◆ Être capable de réaliser le *Briefing* de l'entreprise

Module 7. Leadership et innovation dans les industries créatives

- ◆ Appliquer des ressources créatives au développement de l'entreprise
- ◆ Comprendre que l'innovation est un élément essentiel de toute entreprise créative
- ◆ Connaître les obstacles à l'innovation dans l'industrie créative
- ◆ Être capable de conduire une stratégie d'innovation dans l'entreprise

Module 8. La transformation numérique dans l'industrie créative

- ◆ Savoir comment mener à bien la transformation numérique dans les entreprises créatives
- ◆ Connaître les impacts de la quatrième révolution industrielle
- ◆ Appliquer les concepts et stratégies du *big data* aux entreprises créatives
- ◆ Appliquer la technologie *Blockchain*





Module 9. Nouvelles stratégies de *Marketing* digital

- ◆ Appliquer les outils de *Marketing* digital, en tenant compte du public à qui les messages parviendront
- ◆ Réaliser des analyses web qui fournissent à l'entreprise des informations lui permettant de savoir comment orienter sa stratégie publicitaire
- ◆ Utilisez les réseaux sociaux comme outils de *Marketing* et de publicité
- ◆ Appliquer les outils d' *Inbound Marketing*

Module 10. L'esprit d'entreprise dans les industries créatives

- ◆ Être capable de réaliser des projets entrepreneuriaux dans les industries créatives
- ◆ Développer des compétences de leadership appropriées
- ◆ Savoir identifier les opportunités sur le marché
- ◆ Appliquer des outils de génération d'idées, tels que le *Brainstorming*

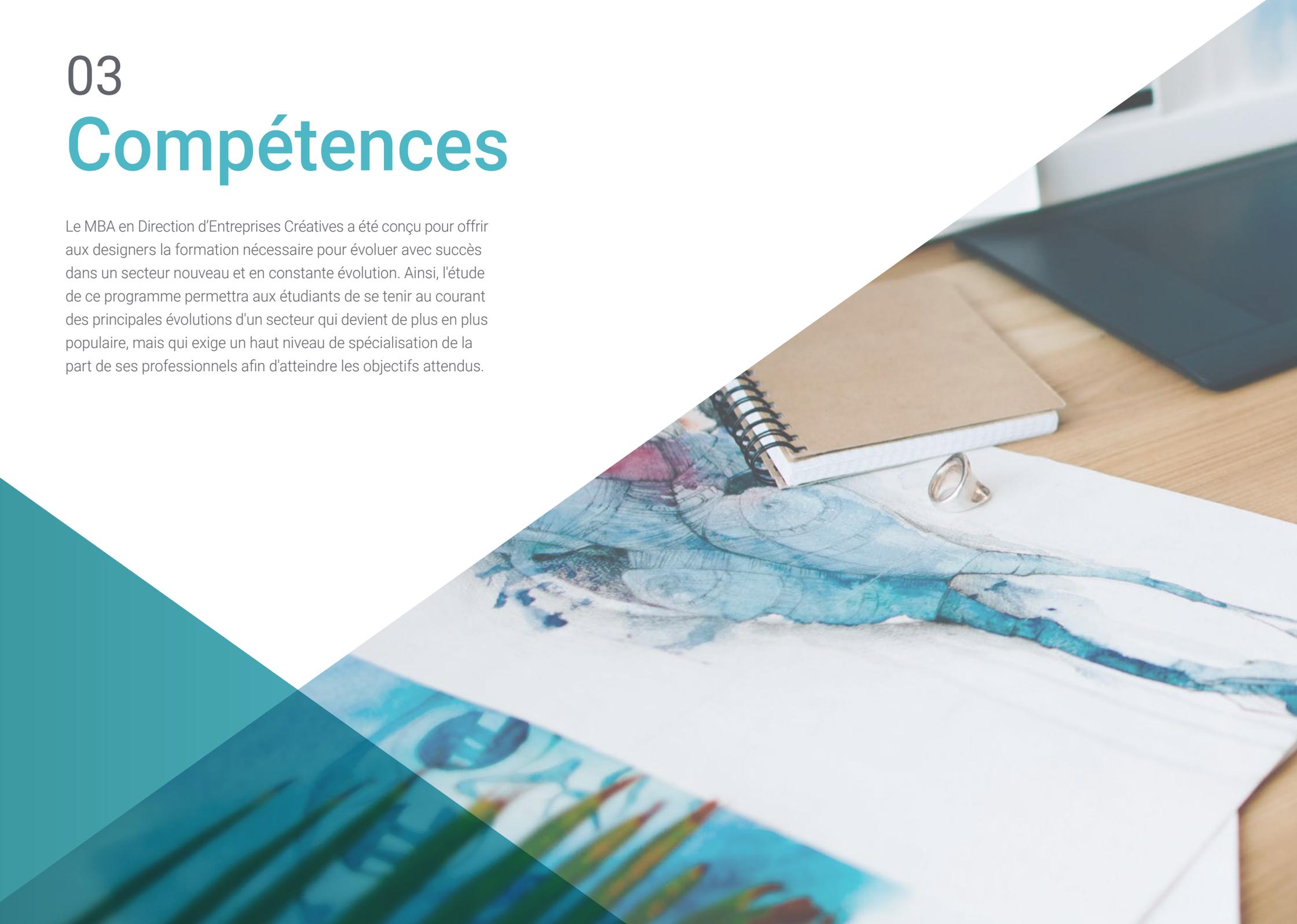
“

Un programme de pointe pour les professionnels qui veulent atteindre l'excellence professionnelle"

03

Compétences

Le MBA en Direction d'Entreprises Créatives a été conçu pour offrir aux designers la formation nécessaire pour évoluer avec succès dans un secteur nouveau et en constante évolution. Ainsi, l'étude de ce programme permettra aux étudiants de se tenir au courant des principales évolutions d'un secteur qui devient de plus en plus populaire, mais qui exige un haut niveau de spécialisation de la part de ses professionnels afin d'atteindre les objectifs attendus.





“

Un tout nouveau programme conçu pour vous fournir les concepts les plus récents en matière de gestion d'entreprise créative"



Compétences générales

- ◆ Travailler dans des entreprises du secteur de la création, en sachant comment les gérer avec succès
- ◆ Avoir une connaissance approfondie du fonctionnement et du contexte mondial des nouvelles industries créatives

“

Après avoir terminé ce Mastère Spécialisé in TECH, vous développerez les compétences nécessaires pour réussir dans un secteur en plein essor”





Compétences spécifiques

- ◆ Avoir une connaissance approfondie de tous les aspects de la protection des produits créatifs, de la protection de la propriété intellectuelle au droit de la publicité
- ◆ Savoir réaliser une bonne gestion économique et financière des entreprises de l'industrie créative
- ◆ Savoir calculer le profit, la rentabilité et les coûts dans le cadre de projets de l'industrie créative
- ◆ Posséder des compétences complètes en matière de méthodologie en *future thinking* afin de pouvoir en appliquer les avantages dans le travail quotidien
- ◆ Savoir réaliser une gestion correcte du changement et prédire l'avenir des entreprises de l'industrie créative
- ◆ Être capable d'effectuer une gestion efficace des consommateurs pour les entreprises créatives
- ◆ Savoir gérer la communication à un niveau intégral pour les entreprises du secteur de la création
- ◆ Pouvoir participer activement au processus *Branding* dans les entreprises créatives
- ◆ Avoir des connaissances approfondies qui permettent au professionnel de gérer le processus de numérisation dans l'entreprise
- ◆ Savoir comment appliquer des stratégies innovantes de *Marketing* digital pour les entreprises créatives
- ◆ Fournir à l'étudiant des connaissances complètes qui lui permettront de devenir un entrepreneur dans l'industrie créative, en tirant le meilleur parti de son idée première
- ◆ Aider le professionnel à acquérir des outils pour gérer le leadership au sein de ces industries

04

Direction de la formation

Les enseignants de ce MBA en Direction d'Entreprises Créatives sont des professionnels dotés d'une grande expérience dans le secteur, qui se sont réunis pour créer le programme académique le plus complet de la scène éducative actuelle, avec pour principal objectif d'offrir aux professionnels du design ces études très demandées car essentielles pour connaître un secteur en plein essor comme celui des industries créatives. Ils ont certainement fait la meilleure sélection possible d'informations adaptées aux besoins des apprenants du 21^e siècle.





“

Étudier avec les meilleurs professeurs du moment et apprendre tout ce qu'ils ont à offrir"

Chef d'orchestre invité international

S. Mark Young est un expert de renommée internationale qui a concentré ses recherches sur l'Industrie du Divertissement. Ses conclusions ont été récompensées à de nombreuses reprises, notamment par le Prix 2020 pour l'Ensemble de sa carrière en Comptabilité et Gestion, décerné par la Société Américaine de Comptabilité (American Accounting Association). Il a également reçu trois prix pour sa contribution à la littérature académique dans ces domaines.

L'une des étapes les plus importantes de sa carrière a été la publication de l'étude "Narcissism and Celebrities", en collaboration avec le Dr Drew Pinsky. Ce texte rassemble des données directes sur des personnalités célèbres du Cinéma et de la Télévision. En outre, dans cet article, qui deviendra plus tard un livre à succès, l'expert analyse les comportements narcissiques des stars du cinéma et la façon dont ils sont devenus normalisés dans les médias modernes. Dans le même temps, l'impact de ces comportements sur la jeunesse contemporaine a été abordé.

Tout au long de sa vie professionnelle, Young s'est également intéressé à l'organisation et à l'orientation de l'industrie cinématographique. Il a notamment étudié des modèles permettant de prédire le succès des grands films au box-office. Il a également contribué à la comptabilité par activités et à la conception de systèmes de contrôle. En particulier, son influence sur la mise en œuvre d'une gestion efficace basée sur la Balanced Scorecard est bien connue.

Le travail universitaire a également marqué sa vie professionnelle, et il a été élu à la Chaire de Recherche George Bozanic et Holman G. Hurt en Affaires Sportives et Divertissantes. Il a également enseigné et participé à des programmes d'études liés à la Comptabilité, au Journalisme et à la Communication. Parallèlement, ses études de premier et de deuxième cycle l'ont mené dans de prestigieuses universités américaines telles que Pittsburgh et l'Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- ♦ Directeur de la Chaire George Bozanic et Holman G. Hurt sur les Affaires du Sport et du Divertissement
- ♦ Historien Officiel de l'Équipe Masculine de Tennis de l'Université de Californie du Sud
- ♦ Chercheur académique spécialisé dans le Développement de Modèles Prédicatifs pour l'Industrie Cinématographique
- ♦ Co-auteur du livre "Narcissism and Celebrities"
- ♦ Doctorat en Sciences Comptables de l'Université de Pittsburgh
- ♦ Master en Comptabilité de l'Ohio State University
- ♦ Licence en Sciences Économiques de l'Oberlin College
- ♦ Membre du Centre pour l'Excellence dans l'Enseignement

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



Dr Velar, Marga

- ◆ Consultant en communication avec une expertise dans le domaine de la mode
- ◆ PDG de *Forefashion Lab*
- ◆ Directeur du marketing d'entreprise chez *SGN Group*
- ◆ Consultant en communication d'entreprise chez *LLYC*
- ◆ Consultant *Freelance* en communication et en stratégie de marque
- ◆ Responsable de la communication à l'université Villanueva
- ◆ Conférencier dans des études universitaires liées au marketing
- ◆ Doctorat en communication de l'Université Carlos III de Madrid
- ◆ Diplôme en communication audiovisuelle de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA en gestion des affaires de la mode à l'ISEM *Fashion Business School*

Professeurs

Mme Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ◆ Conseiller juridique, designer et expert dans l'industrie créative
- ◆ Conseiller juridique à l'Association pour l'autorégulation de la communication commerciale
- ◆ Conseiller juridique de la direction de la société *Eley Hawk*
- ◆ Concepteur pour *National Geographic* et El Mueble
- ◆ Chargé de cours en études universitaires de troisième cycle
- ◆ Diplômé en droit de l'université Pompeu Fabra de Barcelone
- ◆ Diplôme de design de l'université Pompeu Fabra de Barcelone
- ◆ Maîtrise officielle en propriété intellectuelle de l'Universidad Pontificia Comillas
- ◆ Cours de droit publicitaire de l'Association pour l'autorégulation de la communication commerciale

Dr San Miguel Arregui, Patricia

- ◆ Chercheur expert en marketing numérique
- ◆ Fondateur et directeur de *Digital Fashion Brands*
- ◆ Chercheur et collaborateur dans les études de marketing
- ◆ Auteur du livre *Influencer Marketing*
- ◆ Auteur de publications universitaires dans des revues prestigieuses
- ◆ Intervenant régulièrement dans des conférences et séminaires nationaux et internationaux sur la communication et le marketing
- ◆ Chargé de cours dans le cadre des études universitaires de premier et de troisième cycle
- ◆ Doctorat en marketing numérique pour les entreprises de mode de l'université de Navarre
- ◆ Diplôme en publicité et relations publiques de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA de l'ISEM

M. Justo Reyes, Rumén

- ◆ Producteur audiovisuel et expert en mentorat pour les startups
- ◆ Producteur de documentaires et de films
- ◆ Conseiller financier et juridique dans les films
- ◆ Investisseur dans des *Startups* créatives
- ◆ Fondateur et directeur du Festival international du film indépendant et d'auteur des îles Canaries
- ◆ Conseiller en entrepreneuriat à la CEOE Tenerife
- ◆ *Startup Mentor* à l'association Afedes
- ◆ *Startup Mentor* à *Bridge for Billions*
- ◆ Diplôme en administration et gestion d'entreprise de l'université de La Laguna
- ◆ Master en PRL par SGS
- ◆ Diplôme de troisième cycle en veille technologique
- ◆ Expert en gestion des ressources humaines par l'Université de Vigo

Dr Paule Vianez, Jessica

- ◆ Spécialiste du groupe de recherche en gestion et économie des entreprises de l'université Rey Juan Carlos
- ◆ Conseiller commercial chez DKV Seguros y Reaseguros
- ◆ Assistante administrative de la Fundación para el Desarrollo Directivo de Cáceres (Fondation pour le développement de la gestion de Cáceres)
- ◆ Doctorat en sciences sociales et juridiques de l'Universidad Rey Juan Carlos Maîtrise en traitement statistique informatique de l'information de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Complutense de Madrid
- ◆ Diplôme en finances et comptabilité de l'Université d'Estrémadure
- ◆ Diplôme d'administration et de gestion des entreprises de l'Université d'Estrémadure
- ◆ Membre de l'Académie européenne de management et d'économie d'entreprise

Mme Arroyo Villoria, Cristina

- ◆ Consultant technique et coordinateur de projet de formation
- ◆ Partenaire et directeur de projets et d'entrepreneuriat dans une usine d'industries créatives
- ◆ Coordinateur À propos de Cultura Madrid
- ◆ Rédacteur indépendant de contenu e-learning pour Lid Learning. LID Editorial
- ◆ Coordinateur de la formation. Factoria Cultural Madrid
- ◆ Diplôme en sciences du travail de l'université de Valladolid.
- ◆ Maîtrise en gestion des ressources humaines par l'école de commerce San Pablo CEU
- ◆ Master en e-Learning et technologie éducative, formation e-Learning
- ◆ Technicien supérieur en prévention des risques, spécialisé en hygiène du travail. Institut de formation intégrale
- ◆ Technicien supérieur en prévention des risques professionnels, spécialité Ergonomie et Psychosociologie du travail. Institut de formation intégrale

Mme Gallego Martínez, Ana Belén

- ◆ Consultant en stratégie commerciale
- ◆ Consultant indépendant chez Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- ◆ Diplôme de droit de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA - Master en gestion et administration des entreprises, spécialisé dans la gestion financière, Universidad Camilo José Cela
- ◆ Programme exécutif en transformation numérique, Escuela de Organización Industrial (École d'organisation industrielle)





Dr Bravo Durán, Sandra

- ◆ Directeur général de l'UX chez Myme
- ◆ Directeur général et fondateur de Ch2 Abroad & Events
- ◆ Sociologue à l'Observatoire Touristique de Salamanque
- ◆ Consultant numérique chez Everis
- ◆ Chercheur à Runroom
- ◆ Chargée de cours dans le cadre du master en gestion du marketing de la mode et du luxe et du master en gestion des marques du secteur du luxe à la MSMK - École de marketing de Madrid
- ◆ Doctorat en créativité appliquée de l'Université de Navarre
- ◆ Diplôme de sociologie de l'université de Salamanque
- ◆ Diplôme d'économie de l'université de Salamanque
- ◆ Master exécutif en gestion des affaires de la mode de l'université de Navarre

M. Sanjosé, Carlos

- ◆ Spécialiste du marketing numérique
- ◆ Responsable du marketing numérique chez Designable
- ◆ Responsable du marketing numérique chez MURPH
- ◆ Responsable du marketing numérique chez 25 Gramos
- ◆ Responsable du contenu chez Unánime Creativos
- ◆ Diplôme en publicité et relations publiques de l'université CEU Cardenal Herrera

05

Structure et contenu

Le contenu de ce Mastère Spécialisé TECH a été stratégiquement conçu pour fournir aux étudiants la formation nécessaire à la gestion d'entreprises créatives. Ainsi, les étudiants pourront se plonger dans l'étude d'un domaine totalement innovant, en constante évolution grâce aux progrès qui apparaissent fréquemment en matière de nouvelles technologies. Ils auront ainsi l'occasion de connaître en profondeur toutes ces entreprises créatives qui ont émergé ces dernières années pour se faire une place dans la société.





“

Un programme fondamental pour une étude efficace de la gestion des entreprises créatives”

Module 1. Nouvelles industries créatives

- 1.1. Nouvelles industries créatives
 - 1.1.1. De l'industrie culturelle à l'industrie créative
 - 1.1.2. Les industries créatives d'aujourd'hui
 - 1.1.3. Activités et secteurs qui composent les industries créatives
- 1.2. Poids économique des industries créatives dans l'actualité
 - 1.2.1. Contribution
 - 1.2.2. Les moteurs de la croissance et du changement
 - 1.2.3. Perspectives d'emploi dans les industries créatives
- 1.3. Nouveau contexte mondial des industries créatives
 - 1.3.1. Radiographie des industries créatives dans le monde
 - 1.3.2. Sources de financement des industries créatives dans chaque pays
 - 1.3.3. Études de cas: modèles de gestion et politiques publiques
- 1.4. Patrimoine naturel et culturel
 - 1.4.1. Patrimoine historique et culturel
 - 1.4.2. Sous-produits et services des musées, sites archéologiques, historiques et paysages culturels
 - 1.4.3. Patrimoine culturel immatériel
- 1.5. Arts visuels
 - 1.5.1. Arts plastiques
 - 1.5.2. Photographie
 - 1.5.3. Artisanat
- 1.6. Arts du spectacle
 - 1.6.1. Théâtre et danse
 - 1.6.2. Musique et festivals
 - 1.6.3. Fêtes et cirque
- 1.7. Médias audiovisuels
 - 1.7.1. Film, TV et contenu audiovisuel
 - 1.7.2. Radio, *podcasts* et contenu audio
 - 1.7.3. Jeux vidéo

- 1.8. Publications actuelles
 - 1.8.1. Littérature, essais et poésie
 - 1.8.2. Maisons d'édition
 - 1.8.3. Presse
- 1.9. Services créatifs
 - 1.9.1. Design et mode
 - 1.9.2. Architecture et aménagement paysager
 - 1.9.3. Publicité
- 1.10. Connexions de l'économie créative ou orange
 - 1.10.1. Modèle en cascade - cercles concentriques
 - 1.10.2. *Spillovers* de créativité, de production et de connaissances
 - 1.10.3. La culture au service de l'économie créative

Module 2. Protection des produits créatifs et immatériels sur le marché actuel

- 2.1. Protection juridique des actifs incorporels
- 2.2. Propriété intellectuelle I
- 2.3. Propriété intellectuelle II
- 2.4. Propriété intellectuelle III
- 2.5. Propriété industrielle I: marques
- 2.6. Propriété industrielle II: dessins et modèles industriels
- 2.7. Propriété industrielle III: brevets et modèles d'utilité
- 2.8. Propriété intellectuelle et industrielle: pratique
- 2.9. Droit de la publicité I
- 2.10. Droit de la publicité II

Module 3. Gestion économique et financière de créatives

- 3.1. La nécessité d'une durabilité économique
 - 3.1.1. La structure financière d'une entreprise créative
 - 3.1.2. La comptabilité dans une entreprise créative
 - 3.1.3. Triple bilan
- 3.2. Revenus et dépenses de l'entreprise créative d'aujourd'hui
 - 3.2.1. Comptabilité analytique
 - 3.2.2. Type de coûts
 - 3.2.3. Répartition des coûts
- 3.3. Les types de bénéfices dans l'entreprise
 - 3.3.1. Marge de contribution
 - 3.3.2. Seuil de rentabilité
 - 3.3.3. Évaluation des alternatives
- 3.4. Investissement dans le secteur de la création
 - 3.4.1. Investissement dans l'industrie créative
 - 3.4.2. Valorisation d'un investissement
 - 3.4.3. La méthode VAN : la valeur actuelle nette
- 3.5. La rentabilité dans l'industrie créative
 - 3.5.1. Rentabilité économique
 - 3.5.2. Coût-efficacité du temps
 - 3.5.3. Rentabilité financière
- 3.6. Flux de trésorerie: liquidité et solvabilité
 - 3.6.1. Flux de trésorerie
 - 3.6.2. Bilan et compte de résultat
 - 3.6.3. Liquidation et effet de levier
- 3.7. Formules de financement actuellement sur le marché de la création
 - 3.7.1. Fonds de capital-risque
 - 3.7.2. *Business Angels*
 - 3.7.3. Appels à propositions et subventions

- 3.8. La tarification des produits dans l'industrie créative
 - 3.8.1. Fixation des prix
 - 3.8.2. Profit vs. Compétences
 - 3.8.3. Stratégie de fixation des prix
- 3.9. Stratégie de fixation des prix dans le secteur de la création
 - 3.9.1. Types de stratégies de tarification
 - 3.9.2. Avantages
 - 3.9.3. Inconvénients
- 3.10. Budgets opérationnels
 - 3.10.1. Outils de planification stratégique
 - 3.10.2. Éléments inclus dans le budget opérationnel
 - 3.10.3. Élaboration et mise en œuvre du budget opérationnel

Module 4. *Futures Thinking*: comment transformer aujourd'hui en demain?

- 4.1. Methodologie *futures thinking*
 - 4.1.1. Le *futures thinking*
 - 4.1.2. Avantages de l'utilisation de cette méthodologie
 - 4.1.3. Le rôle du "futuriste" dans l'entreprise créative
- 4.2. Signes de changement
 - 4.2.1. Signes de changement
 - 4.2.2. Identification des signaux de changement
 - 4.2.3. Types de contrats à terme
- 4.3. Types de futurs
 - 4.3.1. Voyage dans le passé
 - 4.3.2. Les quatre types de contrats à terme
 - 4.3.3. Application de la méthodologie *futures thinking* au travail
- 4.4. *Future forecasting*
 - 4.4.1. Recherche de *drivers*
 - 4.4.2. Comment créer une prévision d'avenir
 - 4.4.3. Comment écrire un scénario futur

- 4.5. Techniques de stimulation mentale
 - 4.5.1. Passé, avenir et empathie
 - 4.5.2. Faits et expérience
 - 4.5.3. Voies alternatives
- 4.6. Prospective collaborative
 - 4.6.1. L'avenir comme un jeu
 - 4.6.2. *Future Wheel*
 - 4.6.3. L'avenir selon différentes approches
- 4.7. Des victoires épiques
 - 4.7.1. De la découverte à la proposition d'innovation
 - 4.7.2. La victoire épique
 - 4.7.3. L'équité dans le jeu de l'avenir
- 4.8. Futurs préférés
 - 4.8.1. Le futur préféré
 - 4.8.2. Techniques
 - 4.8.3. Travailler à rebours à partir de l'avenir
- 4.9. De la prédiction à l'action
 - 4.9.1. Images de l'avenir
 - 4.9.2. Les artefacts du futur
 - 4.9.3. Feuille de route
- 4.10. SDGS. Une vision globale et multidisciplinaire de l'avenir
 - 4.10.1. Le développement durable comme objectif mondial
 - 4.10.2. La gestion de la nature par l'homme
 - 4.10.3. Durabilité sociale

Module 5. Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives

- 5.1. L'utilisateur dans le contexte
 - 5.1.1. L'évolution récente du consommateur
 - 5.1.2. L'importance de la recherche
 - 5.1.3. Analyse des tendances
- 5.2. Stratégie avec la personne au centre
 - 5.2.1. La stratégie *human centric*
 - 5.2.2. Clés et bénéfices d'être *human centric*
 - 5.2.3. Les Success Stories
- 5.3. Les données dans la stratégie *human centric*
 - 5.3.1. Les données dans la stratégie *human centric*
 - 5.3.2. La valeur des données
 - 5.3.3. Vue à 36° du client
- 5.4. Implantation de la stratégie *human centric* dans l'industrie créative
 - 5.4.1. Transformation d'informations dispersées en connaissance du client
 - 5.4.2. Analyse des opportunités
 - 5.4.3. Stratégies et initiatives de maximisation
- 5.5. Méthodologie *human centric*
 - 5.5.1. De la recherche au prototypage
 - 5.5.2. De la recherche au prototypage
 - 5.5.3. Outils
- 5.6. *Design Thinking*
 - 5.6.1. *El Design Thinking*
 - 5.6.2. Méthodologie
 - 5.6.3. Techniques et outils du *design thinking*
- 5.7. Le positionnement de la marque dans l'esprit de l'utilisateur
 - 5.7.1. Analyse du positionnement
 - 5.7.2. Typologie
 - 5.7.3. Méthodologie et outils

- 5.8. *User insights* dans les entreprises créatives
 - 5.8.1. Les *Insights* et leur importance
 - 5.8.2. *Customer journey* et la pertinence du *journey map*
 - 5.8.3. Techniques d'enquête
- 5.9. Profilage des utilisateurs (archétypes *buyer persona*)
 - 5.9.1. Archétypes
 - 5.9.2. *Buyer persona*
 - 5.9.3. Méthodologie d'analyse
- 5.10. Ressources et techniques de recherche
 - 5.10.1. Techniques en contexte
 - 5.10.2. Techniques de visualisation et de création
 - 5.10.3. Techniques de contraste vocal

Module 6. *Creative branding*: communication et gestion créative de la marque

- 6.1. *Brands and branding*
 - 6.1.1. Les marques
 - 6.1.2. Évolution du *branding*
 - 6.1.3. Positionnement, personnalité de la marque, notoriété
- 6.2. Développement de la marque
 - 6.2.1. *Marketing Mix*
 - 6.2.2. Architecture de la marque
 - 6.2.3. Identité de la marque
- 6.3. Expression de la marque
 - 6.3.1. Identité graphique
 - 6.3.2. Expression visuelle
 - 6.3.3. Autres éléments reflétant la marque
- 6.4. Communication
 - 6.4.1. Approches
 - 6.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 6.4.3. Techniques et outils de communication
- 6.5. *Branded Content*
 - 6.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
 - 6.5.2. L'essor du contenu de marque
 - 6.5.3. Créer un lien avec le public grâce à des histoires uniques
- 6.6. *Visual Storytelling*
 - 6.6.1. Analyse de la marque
 - 6.6.2. Concepts publicitaires créatifs
 - 6.6.3. Vente créative
- 6.7. *Customer Experience*
 - 6.7.1. *Customer experience* (cx)
 - 6.7.2. *Customer journey*
 - 6.7.3. Alignement de la marque et cx
- 6.8. Planification stratégique
 - 6.8.1. Objectifs
 - 6.8.2. Identification des audiences et *insights*
 - 6.8.3. Conception de la stratégie
- 6.9. *Performance*
 - 6.9.1. Le *Briefing*
 - 6.9.2. Tactiques
 - 6.9.3. Plan de production
- 6.10. Évaluation
 - 6.10.1. Que faut-il évaluer?
 - 6.10.2. Comment évaluer? (Outils de mesure)
 - 6.10.3. Communication des résultats

Module 7. Leadership et innovation dans les industries créatives

- 7.1. La créativité appliquée à l'industrie
 - 7.1.1. Expression créative
 - 7.1.2. Ressources créatives
 - 7.1.3. Techniques de création
- 7.2. La nouvelle culture de l'innovation
 - 7.2.1. Le contexte de l'innovation
 - 7.2.2. Pourquoi l'innovation échoue?
 - 7.2.3. Théories académiques
- 7.3. Dimensions et leviers de l'innovation
 - 7.3.1. Les plans ou dimensions de l'innovation
 - 7.3.2. Attitudes à l'égard de l'innovation
 - 7.3.3. Entrepreneuriat et technologie
- 7.4. Contraintes et obstacles à l'innovation dans l'industrie créative
 - 7.4.1. Contraintes personnelles et de groupe
 - 7.4.2. Contraintes sociales et organisationnelles
 - 7.4.3. Contraintes industrielles et technologiques
- 7.5. Innovation fermée et innovation ouverte
 - 7.5.1. De l'innovation fermée à l'innovation ouverte
 - 7.5.2. Pratiques pour la mise en œuvre de l'innovation ouverte
 - 7.5.3. Expériences d'innovation ouverte dans les entreprises
- 7.6. Modèles d'entreprise innovants dans les IICC
 - 7.6.1. Tendances commerciales dans l'économie créative
 - 7.6.2. Étude de cas
 - 7.6.3. La révolution du secteur
- 7.7. Diriger et gérer une stratégie d'innovation
 - 7.7.1. Favoriser l'adoption
 - 7.7.2. Diriger le processus
 - 7.7.3. *Portfolio maps*
- 7.8. Financer l'innovation
 - 7.8.1. Directeur financier: investisseur en capital-risque
 - 7.8.2. Financement dynamique
 - 7.8.3. Relever les défis





- 7.9. Hybridation: innover dans l'économie créative
 - 7.9.1. Intersection de secteurs
 - 7.9.2. Générer des solutions disruptives
 - 7.9.3. L'effet *Médicis*
- 7.10. Nouveaux écosystèmes créatifs et innovants
 - 7.10.1. Créer des environnements innovants
 - 7.10.2. La créativité comme mode de vie
 - 7.10.3. Icosystèmes

Module 8. La transformation numérique dans l'industrie créative

- 8.1. *Digital future* de l'industrie créative
 - 8.1.1. Transformation numérique
 - 8.1.2. Situation du secteur et comparaison
 - 8.1.3. Les défis à venir
- 8.2. Quatrième révolution industrielle
 - 8.2.1. La révolution industrielle
 - 8.2.2. Application
 - 8.2.3. Impacts
- 8.3. Les catalyseurs numériques de la croissance
 - 8.3.1. Efficacité, accélération et amélioration des opérations
 - 8.3.2. Transformation numérique continue
 - 8.3.3. Solutions et services pour les industries créatives
- 8.4. L'application du *big data* à l'entreprise
 - 8.4.1. Valeur des données
 - 8.4.2. Les données dans la prise de décision
 - 8.4.3. *Data Driven Company*
- 8.5. Technologie cognitive
 - 8.5.1. IA et *digital interaction*
 - 8.5.2. IoT et robotique
 - 8.5.3. Autres pratiques numériques

- 8.6. Utilisations et applications de la technologie *blockchain*
 - 8.6.1. *Blockchain*
 - 8.6.2. Valeur pour le secteur IICC
 - 8.6.3. Polyvalence des transactions
- 8.7. L'omni-canal et le développement du transmédia
 - 8.7.1. Impact sur le secteur
 - 8.7.2. Analyse du défi
 - 8.7.3. Évolution
- 8.8. Écosystèmes entrepreneuriaux
 - 8.8.1. Le rôle de l'innovation et le *Venture Capital*
 - 8.8.2. L'éco-système *start-up* les acteurs qui le composent
 - 8.8.3. Comment maximiser la relation entre l'agent créatif et les *start-up*
- 8.9. Nouveaux modèles commerciaux perturbateurs
 - 8.9.1. Basé sur le marketing (plateformes et *marketplaces*)
 - 8.9.2. Basé sur la prestation de service (modèles *Freemium*, *Premium* ou souscription)
 - 8.9.3. Basé sur la communauté (à travers le *crowdfunding*, réseaux sociaux ou *blogs*)
- 8.10. Méthodologies pour promouvoir la culture de l'innovation dans l'industrie créative
 - 8.10.1. Stratégie d'innovation Océan Bleu
 - 8.10.2. Stratégie de l'Innovation de *lean star-up*
 - 8.10.3. Stratégie d'innovation *agile*

Module 9. Nouvelles stratégies de *marketing* numérique

- 9.1. Technologie et publics
 - 9.1.1. La stratégie numérique et les différences entre les types d'utilisateurs
 - 9.1.2. Le public cible, les facteurs d'exclusion et les générations
 - 9.1.3. L' *Ideal Customer Profile* (ICP) et le *buyer persona*
- 9.2. Analyse numérique pour le diagnostic
 - 9.2.1. L'analyse en amont de la stratégie numérique
 - 9.2.2. Moment 0
 - 9.2.3. KPI et métriques, typologies, classification selon les méthodologies

- 9.3. *E-entertainment*: l'impact du e-commerce dans l'industrie du divertissement
 - 9.3.1. *E-commerce*, typologie et plateformes
 - 9.3.2. L'importance de la conception de sites web: UX et UI
 - 9.3.3. Optimisation de l'espace en ligne: exigences minimales
- 9.4. *Social Media et Influencer Marketing*
 - 9.4.1. Impact et évolution du *marketing* de réseau
 - 9.4.2. Persuasion, contenu clé et actions virales
 - 9.4.3. Planifier les campagnes de *Social Marketing* et d' *Influencer Marketing*
- 9.5. *Mobile Marketing*
 - 9.5.1. Utilisateur *Mobile*
 - 9.5.2. *Web mobile* et *Apps*
 - 9.5.3. Action de *mobile marketing*
- 9.6. La publicité dans les environnements en ligne
 - 9.6.1. La publicité en RRSS et les objectifs des *Social Ads*
 - 9.6.2. L'entonnoir de conversion ou *purchase funnel*: categories
 - 9.6.3. Plateformes de *Social Ads*
- 9.7. La méthodologie *Inbound Marketing*
 - 9.7.1. *Social Selling*, piliers fondamentaux et stratégie
 - 9.7.2. La plateforme de CRM dans une stratégie digitale
 - 9.7.3. L' *Inbound Marketing* ou *marketing* d'attraction: action et SEO
- 9.8. Automatisation du *marketing*
 - 9.8.1. *Email Marketing* et typologie d'emails
 - 9.8.2. Automatisation de l' *email marketing*, applications, plateformes et avantages
 - 9.8.3. L'émergence du *Bot & Chatbot Marketing*: typologie et plateformes
- 9.9. Outils de gestion des données
 - 9.9.1. CRM en stratégie numérique, typologies et applications, plateformes et tendances
 - 9.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* et *Business Intelligence*
 - 9.9.3. *Big Data*, *intelligence artificielle* et *el Data Science*
- 9.10. Mesurer le rapport coût-efficacité
 - 9.10.1. ROI: la définition du retour sur investissement et ROI vs. ROA
 - 9.10.2. Optimiser le retour sur investissement
 - 9.10.3. Chiffres clés

Module 10. L'esprit d'entreprise dans les industries créatives

- 10.1. Le projet entrepreneurial
 - 10.1.1. Entrepreneuriat, types et cycle de vie
 - 10.1.2. Profil de l'entrepreneur
 - 10.1.3. Sujets d'intérêt pour l'esprit d'entreprise
- 10.2. Leadership personnel
 - 10.2.1. Conscience de soi
 - 10.2.2. Compétences entrepreneuriales
 - 10.2.3. Développement des compétences et des capacités de leadership entrepreneurial
- 10.3. Identification des possibilités d'innovation et d'entrepreneuriat
 - 10.3.1. Analyse des mégatendances et des forces concurrentielles
 - 10.3.2. Comportement des consommateurs et estimation de la demande
 - 10.3.3. Évaluation de l'opportunité commerciale
- 10.4. Génération d'idées commerciales dans l'industrie créative
 - 10.4.1. Outils pour la génération d'idées : *brainstorming*, mappe mentales, *drawstorming*, Etc.
 - 10.4.2. Conception de la proposition de valeur: *CANVAS*, 5 w
 - 10.4.3. Élaboration de la proposition de valeur
- 10.5. Prototypage et validation
 - 10.5.1. Développement de prototypes
 - 10.5.2. Validation
 - 10.5.3. Ajustements du prototypage
- 10.6. Conception du modèle commercial
 - 10.6.1. Le modèle d'entreprise
 - 10.6.2. Méthodologies pour la création de modèles d'entreprise
 - 10.6.3. Conception du modèle commercial de l'idée proposée
- 10.7. Direction de l'équipe
 - 10.7.1. Profils d'équipe en fonction des tempéraments et de la personnalité
 - 10.7.2. Compétences de chef d'équipe
 - 10.7.3. Méthodes de travail en équipe
- 10.8. Marchés culturels
 - 10.8.1. Nature des marchés culturels
 - 10.8.2. Types de marchés culturels
 - 10.8.3. Identification des marchés culturels locaux
- 10.9. Plan *Marketing y Branding* personnel
 - 10.9.1. Projection du projet personnel et entrepreneurial
 - 10.9.2. Plan stratégique à court et moyen terme
 - 10.9.3. Variables pour mesurer le succès
- 10.10. *Pitch* de vente
 - 10.10.1. Présentation du projet aux investisseurs
 - 10.10.2. Présentation du projet aux investisseurs
 - 10.10.3. Développer des compétences de communication efficaces



*Une expérience académique
qui sera fondamentale pour
améliorer votre formation dans
ce domaine professionnel"*

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.



“

Découvrez Relearning, un système qui renonce à l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui exigent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

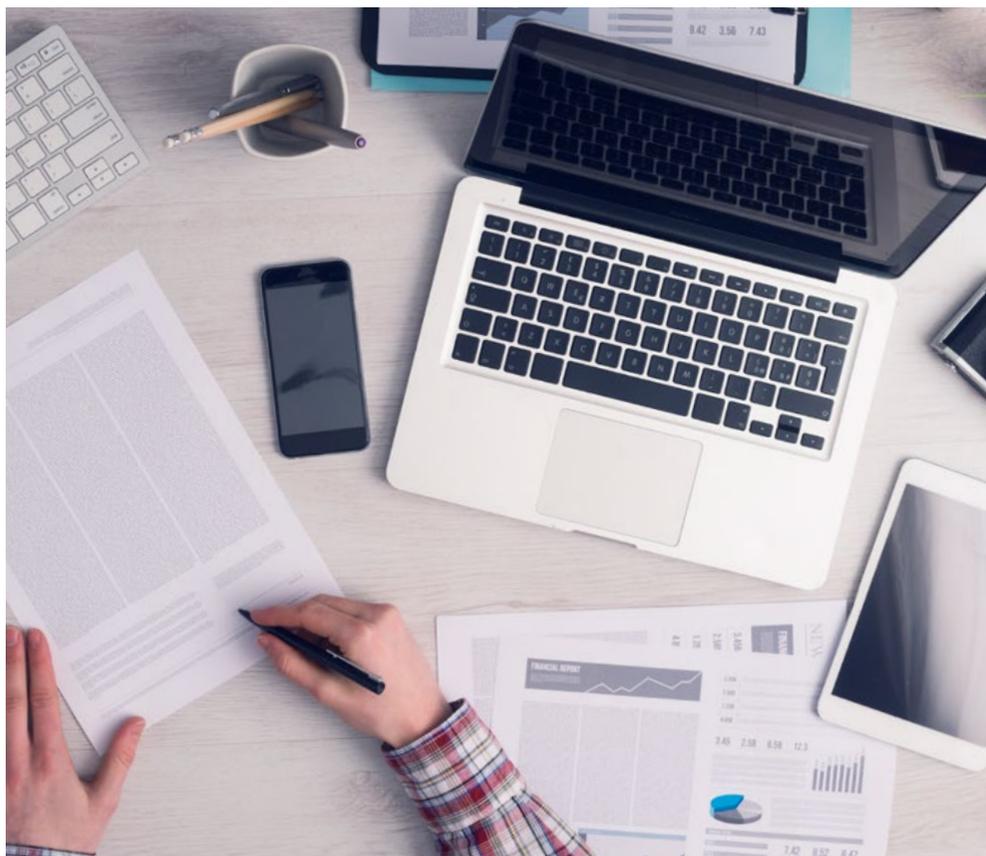
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“ Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière ”

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

*En 2019, nous avons obtenu
les meilleurs résultats
d'apprentissage de toutes les
universités en ligne du monde.*

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





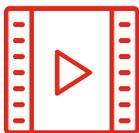
Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

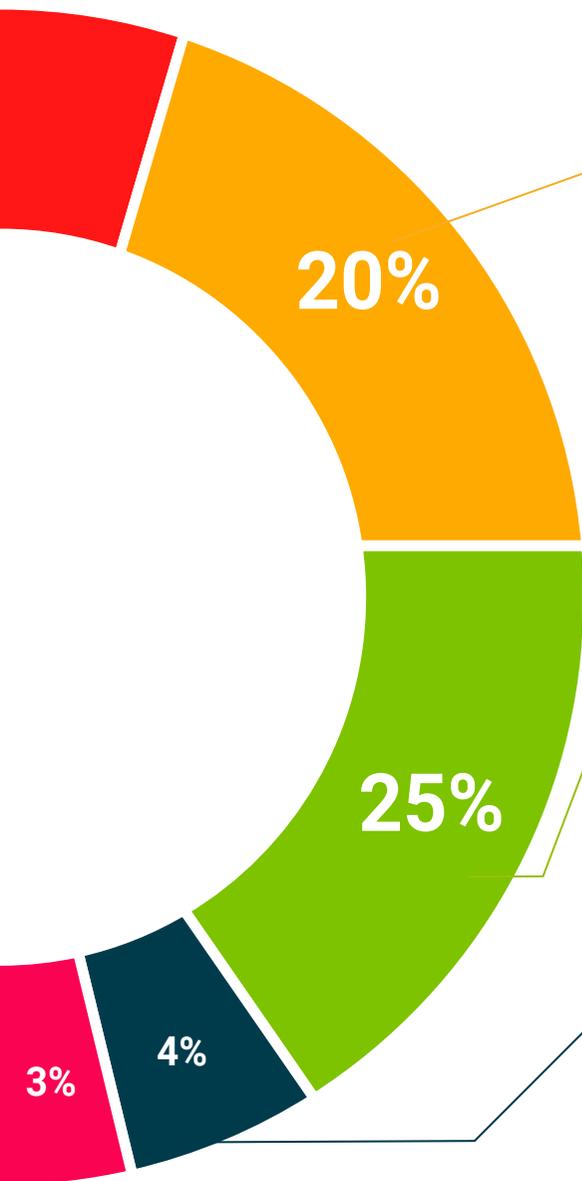
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07 Diplôme

Le MBA en Direction d'Entreprises Créatives vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie"

Ce **MBA en Direction d'Entreprises Créatives** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **MBA en Direction d'Entreprises Créatives**

N.° d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Mastère Spécialisé
MBA en Direction
d'Entreprises Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé MBA en Direction d'Entreprises Créatives

