

Mastère Spécialisé

MBA en Direction Entreprises Créatives

Approbation/Adhésion



tech Euromed
University



Mastère Spécialisé MBA en Direction Entreprises Créatives

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 90 ECTS
- » 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 du
programme

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 8

03

Programme d'études

page 12

04

Objectifs pédagogiques

page 24

05

Opportunités de carrière

page 30

06

Méthodologie d'étude

page 34

07

Corps Enseignant

page 44

08

Diplôme

page 66

“

*Un programme complet et 100 % en ligne,
exclusif à TECH et avec une perspective
internationale soutenue par notre affiliation à
Business Graduates Association"*

L'Industrie Créative s'est positionnée comme l'une des plus dynamiques et stratégiques de l'économie mondiale, intégrant le design, l'innovation et la gestion dans un écosystème hautement concurrentiel. Le design ne se limite plus à l'esthétique ; aujourd'hui, il influence les décisions commerciales, transforme l'expérience utilisateur et ajoute de la valeur aux produits et services. Dans ce contexte, le profil du professionnel capable de diriger avec créativité et vision entrepreneuriale prend une importance sans précédent. En effet, ce profil nécessite une base solide en gestion, mais aussi une compréhension approfondie des langages visuels, culturels et technologiques qui définissent les tendances actuelles.

C'est pourquoi TECH a conçu ce Mastère Spécialisé MBA en Direction Entreprises Créatives qui répondra aux exigences actuelles et futures, destiné à ceux qui souhaitent diriger avec une créativité stratégique. Tout au long d'un parcours rigoureux, des compétences telles que le développement de modèles commerciaux dans les industries culturelles, l'innovation dans les processus créatifs, l'utilisation d'outils d'analyse des tendances et la gestion d'équipes multidisciplinaires seront abordées.

Grâce à sa méthodologie 100 % en ligne et à son approche pratique, ce programme universitaire permettra aux professionnels de progresser où qu'ils se trouvent, avec un accès à des contenus de pointe. De plus, la méthode *Relearning* garantira une expérience immersive qui optimise l'apprentissage appliqué et la prise de décision dans des environnements réels. En outre, 10 *Masterclasses* détaillées seront proposées, au cours desquelles des Directeurs Internationaux Invités partageront leurs connaissances les plus récentes.

De plus, TECH étant membre de **Business Graduates Association (BGA)**, les étudiants pourront accéder à des ressources exclusives et actualisées qui renforceront leur formation continue et leur développement professionnel, ainsi qu'à des réductions sur des événements professionnels qui faciliteront le contact avec des experts du secteur. En outre, vous pourrez élargir votre réseau professionnel, en vous connectant avec des spécialistes de différentes régions, ce qui favorisera l'échange de connaissances et de nouvelles opportunités d'emploi.

Ce **Mastère Spécialisé MBA en Direction Entreprises Créatives** contient le programme universitaire le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes :

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Direction d'Entreprises Créatives
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ L'accent est mis sur les méthodologies innovantes en matière de la Direction d'Entreprises Créatives
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Grâce aux Masterclasses exclusives dispensées par des Directeurs Internationaux Invités, vous développerez les connaissances nécessaires pour stimuler les entreprises créatives avec une vision managériale”

“

Vous discuterez de l'innovation dans la gestion des Entreprises Créatives, en promouvant des solutions dynamiques tant au niveau opérationnel que stratégique d'une organisation”

Son corps enseignant comprend des professionnels issus du domaine de la Direction d'Entreprises Créatives, qui apportent à ce programme leur expérience professionnelle, ainsi que des spécialistes reconnus issus d'entreprises de référence et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

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

Vous transformerez votre vision professionnelle grâce à un environnement d'apprentissage virtuel dynamique, intuitif et axé sur des résultats concrets.

Avec le système Relearning, vous n'aurez pas à investir un grand nombre d'heures d'apprentissage, car vous vous concentrerez sur les concepts les plus pertinents.



02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande Université numérique du monde. Avec un catalogue impressionnant de plus de 14 000 programmes universitaires, disponibles en 11 langues, elle se positionne comme un leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99 %. En outre, elle dispose d'un vaste corps professoral composé de plus de 6 000 professeurs de renommée internationale.



“

Étudiez dans la plus grande université numérique du monde et assurez votre réussite professionnelle. L'avenir commence à TECH”

La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

Le prestigieux magazine Forbes, spécialisé dans les affaires et la finance, a désigné TECH comme "la meilleure université en ligne du monde". C'est ce qu'ils ont récemment déclaré dans un article de leur édition numérique dans lequel ils se font l'écho de la réussite de cette institution, "grâce à l'offre académique qu'elle propose, à la sélection de son corps enseignant et à une méthode d'apprentissage innovante visant à former les professionnels du futur".

Le meilleur personnel enseignant top international

Le corps enseignant de TECH se compose de plus de 6 000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des hauts responsables de multinationales, parmi lesquels figurent Isaiah Covington, entraîneur des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au Harvard MetaLAB, Ignacio Wistumba, président du département de pathologie moléculaire translationnelle au MD Anderson Cancer Center, et D.W. Pine, directeur de la création du magazine TIME, entre autres.

La plus grande université numérique du monde

TECH est la plus grande université numérique du monde. Nous sommes la plus grande institution éducative, avec le meilleur et le plus vaste catalogue éducatif numérique, cent pour cent en ligne et couvrant la grande majorité des domaines de la connaissance. Nous proposons le plus grand nombre de diplômes propres, de diplômes officiels de troisième cycle et de premier cycle au monde. Au total, plus de 14 000 diplômes universitaires, dans onze langues différentes, font de nous la plus grande institution éducative au monde.



Forbes
Meilleure université
en ligne du monde

Plan
d'études
le plus complet

Personnel enseignant
TOP
International

La méthodologie
la plus efficace

N°1
Mondial
La plus grande
université en ligne
du monde

Les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire

TECH offre les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des programmes qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. En outre, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir que les étudiants sont à la pointe du monde universitaire et qu'ils possèdent les compétences professionnelles les plus recherchées. De cette manière, les diplômés de l'université offrent à ses diplômés un avantage significatif pour propulser leur carrière vers le succès.

Une méthode d'apprentissage unique

TECH est la première université à utiliser *Relearning* dans tous ses formations. Il s'agit de la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement, fournies par des agences éducatives prestigieuses. En outre, ce modèle académique perturbateur est complété par la "Méthode des Cas", configurant ainsi une stratégie d'enseignement en ligne unique. Des ressources pédagogiques innovantes sont également mises en œuvre, notamment des vidéos détaillées, des infographies et des résumés interactifs.

L'université en ligne officielle de la NBA

TECH est l'université en ligne officielle de la NBA. Grâce à un accord avec la grande ligue de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs ainsi qu'un large éventail de ressources pédagogiques axées sur les activités de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et comprend des conférenciers exceptionnels: des professionnels ayant un passé sportif distingué qui apporteront leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

Leaders en matière d'employabilité

TECH a réussi à devenir l'université leader en matière d'employabilité. 99% de ses étudiants obtiennent un emploi dans le domaine qu'ils ont étudié dans l'année qui suit la fin de l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire parvient à améliorer immédiatement sa carrière. Tout cela grâce à une méthodologie d'étude qui fonde son efficacité sur l'acquisition de compétences pratiques, absolument nécessaires au développement professionnel.



Google Partner Premier

Le géant américain de la technologie a décerné à TECH le badge Google Partner Premier. Ce prix, qui n'est décerné qu'à 3% des entreprises dans le monde, souligne l'expérience efficace, flexible et adaptée que cette université offre aux étudiants. Cette reconnaissance atteste non seulement de la rigueur, de la performance et de l'investissement maximaux dans les infrastructures numériques de TECH, mais positionne également TECH comme l'une des principales entreprises technologiques au monde.



L'université la mieux évaluée par ses étudiants

Les étudiants ont positionné TECH comme l'université la mieux évaluée du monde dans les principaux portails d'opinion, soulignant sa note la plus élevée de 4,9 sur 5, obtenue à partir de plus de 1 000 évaluations. Ces résultats consolident TECH en tant qu'institution universitaire de référence internationale, reflétant l'excellence et l'impact positif de son modèle éducatif.

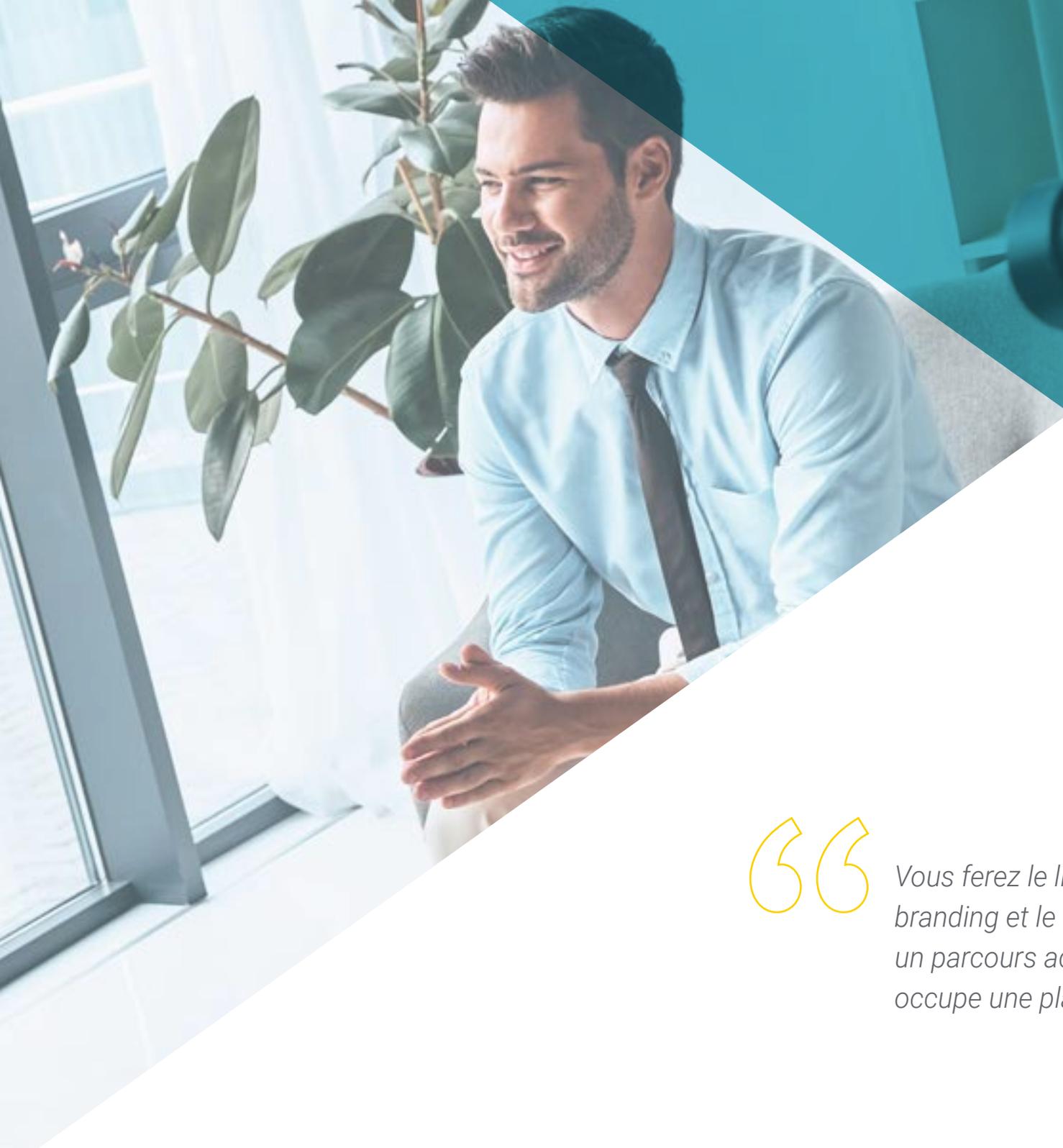


03

Programme d'études

Le programme d'études développé pour ce programme universitaire permettra aux professionnels d'acquérir une vision globale de la gestion appliquée à l'environnement créatif. Tout au long du parcours, ils développeront des compétences pour diriger des projets à fort impact, gérer des marques à l'identité forte et prendre des décisions financières dans des contextes en constante évolution. Parallèlement, des domaines tels que les nouvelles industries créatives, la protection des actifs incorporels, la réflexion sur l'avenir, le branding stratégique et l'innovation dans le *marketing* numérique seront abordés. En outre, les designers maîtriseront les techniques de leadership, de gestion des personnes, d'entrepreneuriat créatif et de gestion économique et financière.





“

Vous ferez le lien entre la finance, le branding et le leadership créatif dans un parcours académique où le design occupe une place centrale”

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 visuels
 - 1.5.2. Photographie
 - 1.5.3. Artisanat
- 1.6. Arts de la scène
 - 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, télévision et contenu audiovisuel
 - 1.7.2. Radio, podcasts et contenu audio
 - 1.7.3. Jeux vidéo
- 1.8. La publicité aujourd'hui
 - 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 de l'économie 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 intangibles 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 Publicitaire I
- 2.10. Droit Publicitaire II

Module 3. Gestion économique et financière des Entreprises 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 d'une entreprise créative moderne
 - 3.2.1. Comptabilité
 - 3.2.2. Types 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. Évaluations 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 NPV : la valeur actuelle nette
 - 3.5. La rentabilité dans l'industrie créative
 - 3.5.1. Rentabilité économique
 - 3.5.2. Rentabilité du temps
 - 3.5.3. Comptabilité 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. Outil 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 dès demain ?**
- 4.1. Méthodologie *Futures Thinking*
 - 4.1.1. Le *Future 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. Le signal du changement
 - 4.2.2. Identification des signaux de changement
 - 4.2.3. Interprétation des signaux
 - 4.3. Types de contrats à terme
 - 4.3.1. Voyage dans le passé
 - 4.3.2. Les quatre types de contrats à terme
 - 4.3.3. Appliquer la méthodologie *Futures Thinking* au travail
 - 4.4. *Future Forecasting*
 - 4.4.1. Recherche de *Drivers*
 - 4.4.2. Comment créer une prévision prospective
 - 4.4.3. Comment écrire un scénario futur
 - 4.5. Techniques de stimulation mentale
 - 4.5.1. Passé, avenir et empathie
 - 4.5.2. Les faits vs. 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. Futures préférées
 - 4.8.1. Futures préférées
 - 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. ODD. 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 actuel
 - 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 avantages d'être *Human Centric*
 - 5.2.3. Les Success Stories
- 5.3. Les données la stratégie *Human Centric*
 - 5.3.1. Les données la stratégie *Human Centric*
 - 5.3.2. La valeur de la donnée
 - 5.3.3. Vue à 360° du client
- 5.4. Mise en œuvre de la stratégie *Human Centric* dans l'industrie créative
 - 5.4.1. Transformer des 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. Modèle du double diamant : processus et phases
 - 5.5.3. Outils
- 5.6. *Design Thinking*
 - 5.6.1. Le *Design Thinking*
 - 5.6.2. Méthodologie
 - 5.6.3. les techniques et les 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 et *Buyer* personne)
 - 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 des marques créatives

- 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. Approche
 - 6.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 6.4.3. Techniques et outils de communication
- 6.5. *Brand Content*
 - 6.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
 - 6.5.2. L'essor du contenu de marque
 - 6.5.3. Communiquer avec le public grâce à une narration unique

- 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 créatives
- 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. Intrapreneuriat 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. Cartes du portefeuille
- 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. Éco-système

Module 8. Transformation numérique dans l'industrie créative

- 8.1. Digital Future de l'industrie créative
 - 8.1.1. La transformation numérique
 - 8.1.2. L'état du secteur et la comparaison avec d'autres secteurs
 - 8.1.3. Les défis futurs

- 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 aux entreprises
 - 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 ICC
 - 8.6.3. Polyvalence des transactions
- 8.7. Développement omnicanal et transmédia
 - 8.7.1. Impact du secteur
 - 8.7.2. Analyse du défi
 - 8.7.3. Évolution
- 8.8. Écosystèmes entrepreneuriaux
 - 8.8.1. Le rôle de l'innovation et du capital-risque
 - 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 de l'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. Publics cibles, facteurs d'exclusion et 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. KPIs 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 : besoins minimaux
- 9.4. *Médias sociaux* et *marketing d'influence*
 - 9.4.1. Impact et évolution du Marketing de réseau
 - 9.4.2. Persuasion, clés du contenu 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 *Applications Web*
 - 9.5.3. *Actions 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 CRM dans une stratégie numérique
 - 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 *le Data Science*
- 9.10. Mesurer le rapport coût-efficacité
 - 9.10.1. ROI : la définition du ROI et ROI vs. ROAS
 - 9.10.2. Optimiser le retour sur investissement
 - 9.10.3. Chiffres clés

Module 10. L'entrepreneuriat 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. Connaissance 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 des opportunités commerciales
- 10.4. Génération d'idées commerciales dans l'industrie créative
 - 10.4.1. Outils pour la génération d'idées : *Brainstorming*, cartes mentales, *Drawstorming*, etc
 - 10.4.2. Conception de proposition de valeur : Canvas, 5 w
 - 10.4.3. Développement de 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. 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 moyen et court terme
 - 10.9.3. Variables pour mesurer le succès
- 10.10. Argumentaire de vente
 - 10.10.1. Présentation du projet aux investisseurs
 - 10.10.2. Préparation de présentations attrayantes
 - 10.10.3. Développer des compétences de communication efficaces

Module 11. Leadership, éthique et responsabilité sociale des Entreprises

- 11.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 11.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'Entreprise
 - 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
 - 11.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 11.2. Leadership
 - 11.2.1. Leadership. Une approche conceptuelle
 - 11.2.2. Leadership dans l'entreprise
 - 11.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 11.3.3. Gestion de la Diversité

- 11.4. Développement de la gestion et le leadership
 - 11.4.1. Concept de Développement de la Gestion
 - 11.4.2. Le concept de Leadership
 - 11.4.3. Théories du Leadership
 - 11.4.4. Styles de Leadership
 - 11.4.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 11.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 11.5. Éthique des affaires
 - 11.5.1. Éthique et Morale
 - 11.5.2. Éthique des Affaires
 - 11.5.3. Leadership et éthique dans l'entreprise
- 11.6. Durabilité
 - 11.6.1. Durabilité et développement durable
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Entreprises durables
- 11.7. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.8. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 11.8.1. RSE : Responsabilité sociale des entreprises
 - 11.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 11.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.8.4. Outils et normes en matière de RSE
- 11.9. Multinationales et droits de l'homme
 - 11.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.9.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 11.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 11.10. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Importation et exportation
 - 11.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 11.10.3. Droit international du travail

Module 12. Gestion des personnes et des talents

- 12.1. La Direction Stratégique des personnes
 - 12.1.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
 - 12.1.2. La direction stratégique des personnes
- 12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 12.2.1. Analyse du potentiel
 - 12.2.2. Politique de rémunération
 - 12.2.3. Plans de carrière/succession
- 12.3. Évaluation et gestion des performances
 - 12.3.1. Gestion des performances
 - 12.3.2. Gestion des performances : objectifs et processus
- 12.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 12.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 12.4.2. Identification, formation et développement des talents
 - 12.4.3. Fidélisation et rétention
 - 12.4.4. Proactivité et innovation
- 12.5. Motivation
 - 12.5.1. La nature de la motivation
 - 12.5.2. La théorie de l'espérance
 - 12.5.3. Théories des besoins
 - 12.5.4. Motivation et compensation économique
- 12.6. Développer des équipes performantes
 - 12.6.1. Équipes performantes : équipes autogérées
 - 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.7. Gestion du changement
 - 12.7.1. Gestion du changement
 - 12.7.2. Types de processus de gestion des changements
 - 12.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 12.8. Négociation et gestion des conflits
 - 12.8.1. Négociation
 - 12.8.2. Gestion des Conflits
 - 12.8.3. Gestion de Crise

- 12.9. La communication managériale
 - 12.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 12.9.2. Département de Communication
 - 12.9.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.10.1. Productivité
 - 12.10.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

Module 13. Gestion économique et financière

- 13.1. Environnement Économique
 - 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 13.1.2. Institutions financières
 - 13.1.3. Marchés financiers
 - 13.1.4. Actifs financiers
 - 13.1.5. Autres entités du secteur financier
- 13.2. Comptabilité de Gestion
 - 13.2.1. Concepts de base
 - 13.2.2. Les Actifs de l'entreprise
 - 13.2.3. Le Passif de l'entreprise
 - 13.2.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 13.2.5. Le Compte de Résultat
- 13.3. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 13.3.1. Principes fondamentaux et classification
 - 13.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 13.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 13.4. Budget et Contrôle de Gestion
 - 13.4.1. Le modèle budgétaire
 - 13.4.2. Budget d'Investissement
 - 13.4.3. Le Budget de Fonctionnement
 - 13.4.5. Le Budget de Trésorerie
 - 13.4.6. Le Suivi Budgétaire
- 13.5. Direction Financière
 - 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 13.5.2. Département financier

- 13.5.3. Les excédents de trésorerie
- 13.5.4. Les risques liés à la gestion financière
- 13.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 13.6. Planification Financière
 - 13.6.1. Définition de la planification financière
 - 13.6.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 13.6.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 13.6.5. Le tableau des fonds de roulement
- 13.7. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 13.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 13.7.2. Produits de financement des entreprises
- 13.8. Financement Stratégique
 - 13.8.1. Autofinancement
 - 13.8.2. Augmentation des fonds propres
 - 13.8.3. Ressources Hybrides
 - 13.8.4. Financement par des intermédiaires
- 13.9. Analyse et planification financières
 - 13.9.1. Analyse du Bilan
 - 13.9.2. Analyse du Compte de Résultat
 - 13.9.3. Analyse de la Rentabilité
- 13.10. Analyses et résolution de problèmes
 - 13.10.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 14. Management exécutif

- 14.1. *General Management*
 - 14.1.1. Concept *General Management*
 - 14.1.2. L'action du *Directeur Général*
 - 14.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 14.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 14.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 14.3. Direction des opérations
 - 14.3.1. Importance de la gestion
 - 14.3.2. La chaîne de valeur

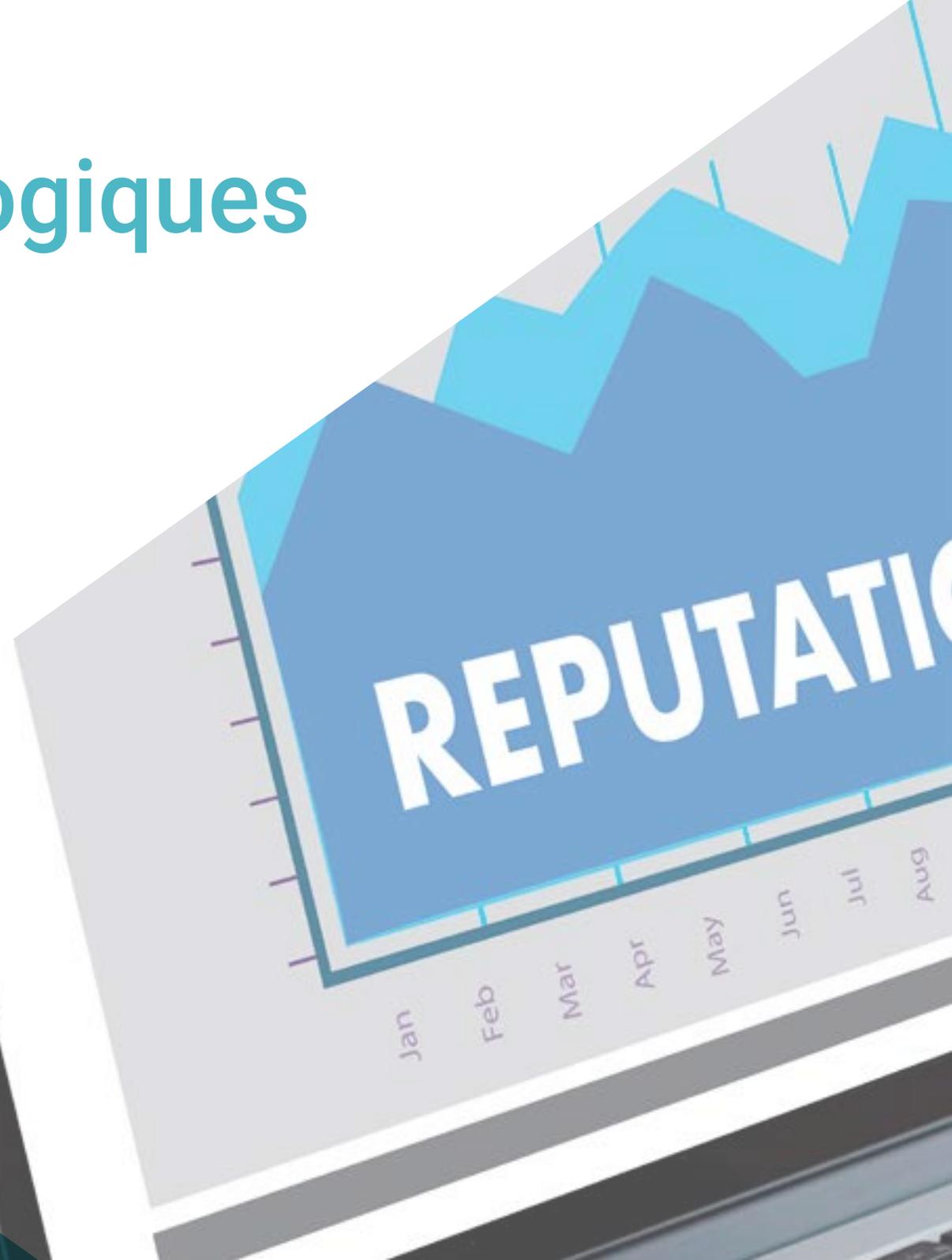


- 14.3.3. Gestion de qualité
- 14.4. Discours et formation de porte-parole
 - 14.4.1. Communication interpersonnelle
 - 14.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 14.4.3. Obstacles à la communication
- 14.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 14.5.1. Communication interpersonnelle
 - 14.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 14.5.3. La communication dans l'organisation
 - 14.5.4. Outils dans l'organisation
- 14.6. La communication en situation de crise
 - 14.6.1. Crise
 - 14.6.2. Phases de la crise
 - 14.6.3. Messages : contenu et calendrier
- 14.7. Préparer un plan de crise
 - 14.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 14.7.2. Planification
 - 14.7.3. Adéquation du personnel
- 14.8. Intelligence émotionnelle
 - 14.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 14.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 14.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 14.9. *Branding* Personnel
 - 14.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
 - 14.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 14.9.3. Outils de construction du Personal Branding
- 14.10. Leadership et gestion d'équipes
 - 14.10.1. Leadership et styles de leadership
 - 14.10.2. Capacités et défis des Leaders
 - 14.10.3. Gestion des Processus de Changement
 - 14.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

04

Objectifs pédagogiques

Grâce à cette formation universitaire, les professionnels développeront une vision stratégique pour diriger des organisations au sein de l'écosystème créatif, en articulant pensée critique, sensibilité esthétique et prise de décisions entrepreneuriales. Ils seront également capables de diriger des équipes multidisciplinaires, de concevoir des modèles commerciaux durables et d'appliquer des outils d'analyse pour anticiper les tendances. Ils acquerront également des compétences en gestion financière, en création de marques créatives et en protection des actifs incorporels. Enfin, les diplômés renforceront leur capacité entrepreneuriale, en intégrant l'innovation et le leadership dans la création et la consolidation de projets. Tout cela, dans une perspective éthique, globale et adaptable aux défis actuels des industries culturelles et créatives.





“

Vous développerez des compétences pour diriger avec vision, prendre des décisions stratégiques et transformer des contextes complexes grâce à la créativité”



Objectifs généraux

- ◆ Comprendre le fonctionnement et la structure des industries créatives dans le contexte mondial
- ◆ Analyser l'impact économique et culturel des activités créatives dans différentes régions
- ◆ Concevoir des stratégies de gestion financière adaptées aux entreprises du secteur créatif
- ◆ Appliquer des outils d'innovation et de réflexion prospective pour transformer les modèles économiques
- ◆ Développer des compétences en leadership pour diriger des équipes multidisciplinaires dans des environnements créatifs
- ◆ Évaluer la viabilité de projets entrepreneuriaux dans les industries culturelles et créatives
- ◆ Mettre en œuvre des méthodologies de marketing numérique et de branding spécifiques aux produits créatifs
- ◆ Utiliser l'analyse des données et la connaissance du consommateur pour prendre des décisions stratégiques
- ◆ Gérer la protection juridique des actifs immatériels à valeur créative
- ◆ Promouvoir la durabilité, l'éthique d'entreprise et la responsabilité sociale dans le domaine créatif
- ◆ Maîtriser les techniques de communication managériale pour les environnements commerciaux dynamiques et culturels
- ◆ Intégrer les technologies numériques disruptives pour favoriser la transformation dans les entreprises créatives





Objectifs spécifiques

Module 1. Nouvelles industries Créatives

- ◆ Se familiariser avec les nouvelles industries créatives
- ◆ Connaissance approfondie du poids 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 intangibles sur le marché actuel

- ◆ Connaître les réglementations qui affectent les produits créatifs et immatériels, tels que la propriété intellectuelle, industrielle ou le droit publicitaire
- ◆ Appliquer les normes étudiées au travail quotidien en tant que directeur d'entreprises créatives

Module 3. Gestion économique et financière des Entreprises Créatives

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

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

- ◆ Approfondir la méthodologie *Futures Thinking*
- ◆ Comprendre les signes indiquant qu'un changement de mode doit se produire de travailler
- ◆ Comprendre comment l'avenir peut être pour anticiper et 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 *desing thinking*
- ◆ Appliquer différentes ressources et techniques de recherche

Module 6. Creative branding : communication et gestion des marques Créatives

- ◆ Comprendre le processus de création et d'évolution d'une marque
- ◆ Savoir créer l'identité graphique de la marque
- ◆ Connaître les principales techniques et outils de communication
- ◆ Être capable de réaliser le briefing de l'entreprise

Module 7. Leadership et innovation dans les industries Créatives

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

Module 8. 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* à l'entreprise créative
- ◆ Appliquer la technologie *blockchain*

Module 9. Nouvelles stratégies de marketing numérique

- ◆ Appliquer les outils de marketing numérique, en tenant compte du public auquel les messages s'adresseront
- ◆ 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 *inbound marketing*

Module 10. L'entrepreneuriat dans les industries Créatives

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

Module 11. Leadership, éthique et responsabilité sociale des Entreprises

- ◆ Analyser l'impact de la mondialisation sur la gouvernance et le gouvernement d'entreprise
- ◆ Évaluer l'importance d'un leadership efficace dans la gestion et la réussite des entreprises
- ◆ Définir des stratégies de gestion interculturelle et leur pertinence dans des environnements commerciaux diversifiés
- ◆ Développer des compétences en matière de leadership et comprendre les défis actuels auxquels sont confrontés les dirigeants
- ◆ Déterminer les principes et les pratiques de l'éthique des affaires et leur application dans la prise de décision au sein de l'entreprise
- ◆ Structurer des stratégies pour la mise en œuvre et l'amélioration de la durabilité et de la responsabilité sociale dans les entreprises

Module 12. Gestion des personnes et des talents

- ◆ Déterminer la relation entre l'orientation stratégique et la gestion des ressources humaines
- ◆ Approfondir les compétences requises pour une gestion efficace des ressources humaines basée sur les compétences
- ◆ Approfondir les méthodologies d'évaluation et de gestion des performances
- ◆ Intégrer les innovations en matière de gestion des talents et leur impact sur la rétention et la fidélisation du personnel

- ◆ Développer des stratégies de motivation et de développement d'équipes performantes
- ◆ Proposer des solutions efficaces pour la gestion du changement et la résolution des conflits dans les organisations

Module 13. Gestion économique et financière

- ◆ Analyser l'environnement macroéconomique et son influence sur le système financier international
- ◆ Définir les systèmes d'information et la Business Intelligence pour la prise de décision financière
- ◆ Distinguer les décisions financières clés et la gestion des risques dans la gestion financière
- ◆ Évaluer les stratégies de planification financière et d'obtention d'un financement d'entreprise

Module 14. Management exécutif

- ◆ Définir le concept de Gestion Générale et sa pertinence dans la gestion d'entreprise
- ◆ Évaluer les rôles et les responsabilités de la direction dans la culture organisationnelle
- ◆ Analyser l'importance de la gestion des opérations et de la gestion de la qualité dans la chaîne de valeur
- ◆ Développer des compétences en matière de communication interpersonnelle et de prise de parole en public pour la formation des porte-parole



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

05

Opportunités de carrière

Une fois ce diplôme obtenu, les diplômés auront accès à un large éventail d'opportunités dans des secteurs liés au design, à l'innovation et à la gestion culturelle. Ils pourront en effet occuper des postes de direction dans des agences créatives, des studios de design, des départements marketing, des cabinets de conseil en stratégie de marque ou des institutions culturelles. Ils seront également formés pour diriger des start-ups, développer leurs propres projets ou gérer des initiatives à impact social et créatif. En définitive, la polyvalence de ce parcours permettra aux designers d'appliquer les connaissances acquises dans les industries traditionnelles en pleine transformation numérique, leur ouvrant ainsi les portes d'entreprises et de scénarios émergents liés à l'économie créative.





“

Vous accéderez à des postes de direction dans des entreprises où la créativité est le moteur de l'innovation et de la valeur différentielle”

Profil des diplômés

Le diplômé maîtrisera les outils clés pour la gestion d'équipes, la planification de projets et la prise de décisions dans des contextes dynamiques. Ce programme universitaire permettra également aux professionnels de se démarquer en intégrant une pensée critique, une sensibilité esthétique et un esprit d'entreprise, ce qui leur permettra de gérer des marques, des produits ou des services dans une perspective créative et rentable. De même, ces experts disposeront des compétences nécessaires pour analyser les tendances, mettre en œuvre des stratégies durables et entreprendre avec solidité dans le paysage changeant des industries culturelles et du design contemporain.

Vous développerez un profil polyvalent, avec une pensée critique, des compétences en leadership et une maîtrise de l'environnement numérique, idéal pour vous démarquer dans les industries créatives.

- ◆ **Innovation et Futures Thinking**: anticiper les tendances et transformer les environnements actuels grâce à une réflexion prospective
- ◆ **Creative Branding**: construire et gérer des marques avec une identité solide, un discours cohérent et un positionnement différencié
- ◆ **Protection des Actifs Incorporels** : gérer la propriété intellectuelle et les aspects juridiques des produits créatifs
- ◆ **Marketing Numérique dans les Environnements Créatifs** : maîtriser les stratégies numériques pour renforcer la visibilité et la valeur des projets culturels et de design





À l'issue de ce programme, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences dans les postes suivants :

- 1. Directeur d'Entreprises Créatives et Culturelles** : responsable de la direction et de la gestion d'organisations axées sur le design, l'art, la mode ou les médias numériques, avec une approche stratégique et rentable
- 2. Consultant en Innovation et Design Stratégique** : conseiller dans les processus de transformation des entreprises, intégrant des méthodologies de design et de réflexion sur l'avenir.
- 3. Head of Design Operations**: coordinateur des équipes et des processus dans les studios de conception ou les départements créatifs, optimisant les flux de travail et les ressources.
- 4. Responsable de l'Entrepreneuriat Créatif** : dirigeant de *start-ups* ou d'initiatives propres dans des secteurs tels que la conception, la technologie, la communication visuelle ou la production culturelle.
- 5. Spécialiste en Propriété Intellectuelle et Actifs Créatifs Incorporels** : chargé de protéger et de gérer juridiquement les œuvres, les marques et les développements dans les entreprises culturelles.
- 6. Directeur de Projets Numériques pour les Industries Créatives** : responsable de la conception et de la mise en œuvre de stratégies numériques visant à promouvoir des produits ou services créatifs.
- 7. Consultant en Marketing Numérique pour les Entreprises de Design** : concepteur de campagnes à fort impact axées sur le positionnement en ligne et la fidélisation du public.
- 8. Responsable du Développement Commercial dans les Entreprises de Design** : responsable de l'expansion commerciale, des alliances stratégiques et de l'évolutivité des services créatifs.
- 9. Directeur des Talents dans les Environnements Créatifs** : leader en gestion des personnes, culture organisationnelle et développement d'équipes multidisciplinaires dans les entreprises du secteur.

06

Méthodologie d'étude

TECH Euromed University est la première au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

TECH Euromed University vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

L'étudiant: la priorité de tous les programmes de TECH Euromed University

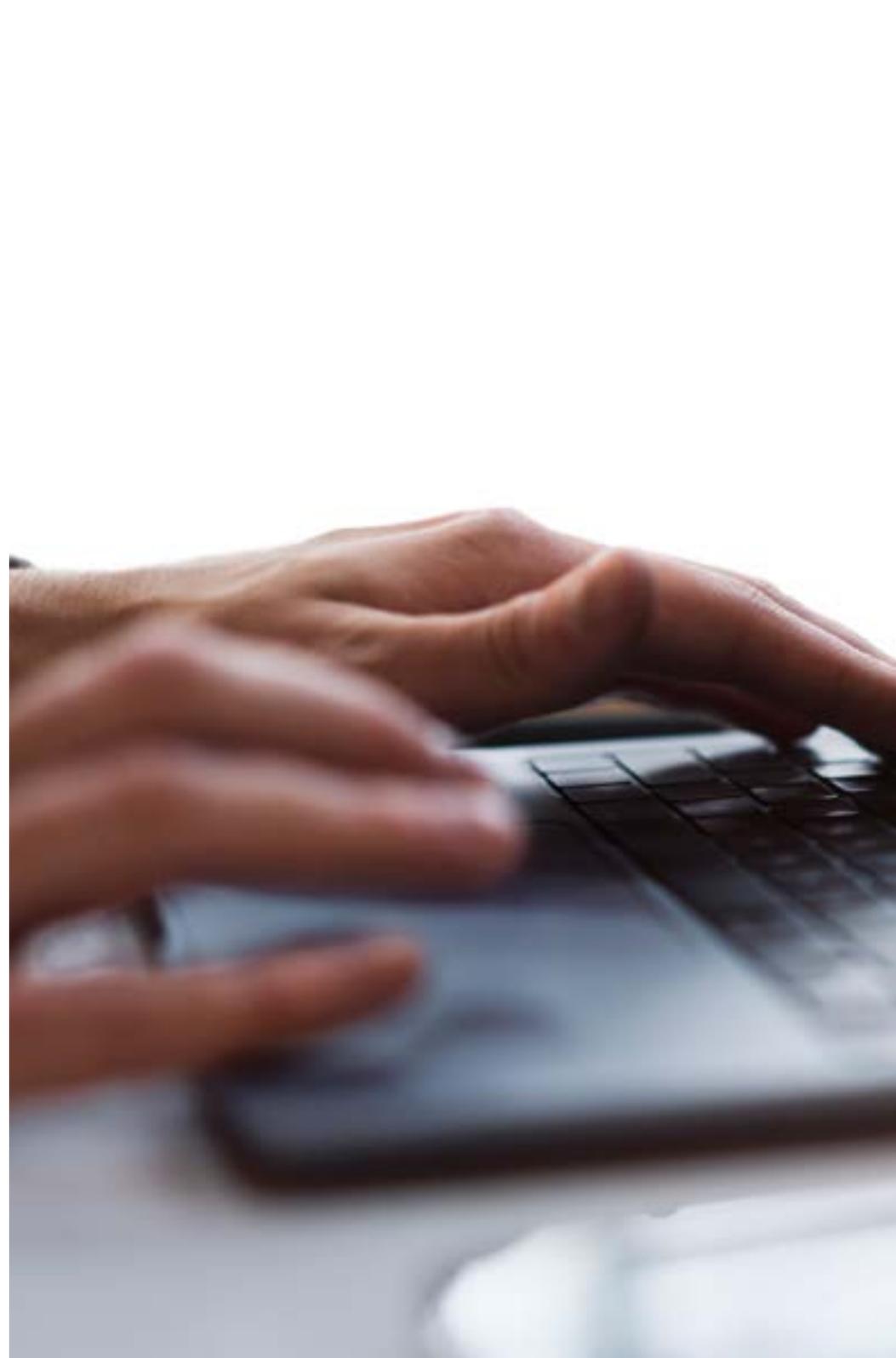
Dans la méthodologie d'étude de TECH Euromed University, l'étudiant est le protagoniste absolu.

Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH Euromed University, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

À TECH Euromed University, vous n'aurez PAS de cours en direct (auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH Euromed University se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH Euromed University reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“

Le modèle de TECH Euromed University est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez”

Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH Euromed University. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



Méthode Relearning

À TECH Euromed University, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH Euromed University propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.



Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH Euromed University se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats: textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme d'université.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH Euromed University d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH Euromed University.

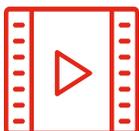
L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de 4,9 sur 5.

Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH Euromed University est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.

Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation: le Learning from an expert.



Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme:



Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Résumés interactifs

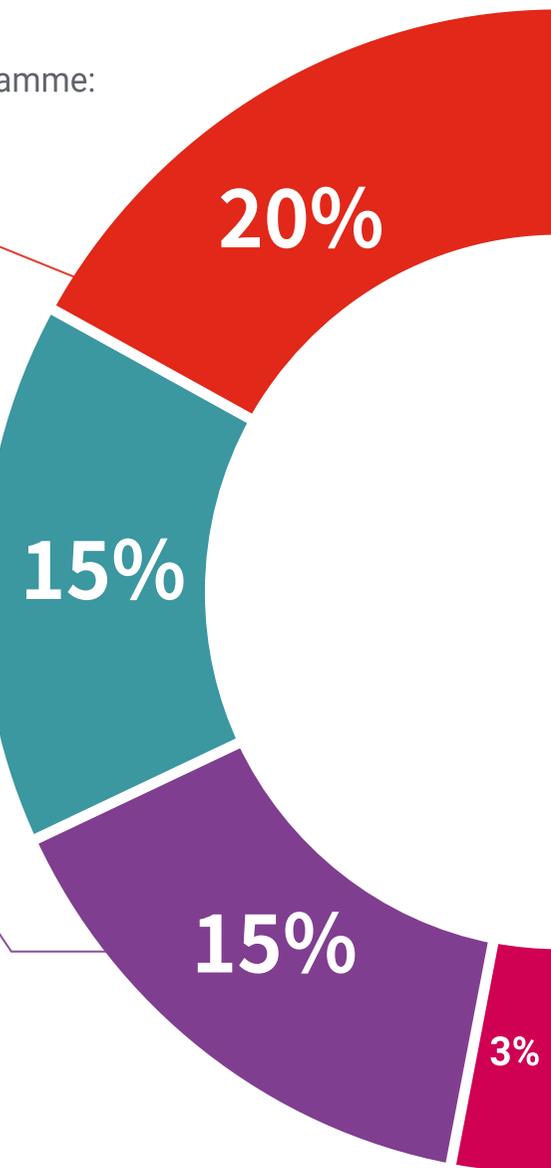
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

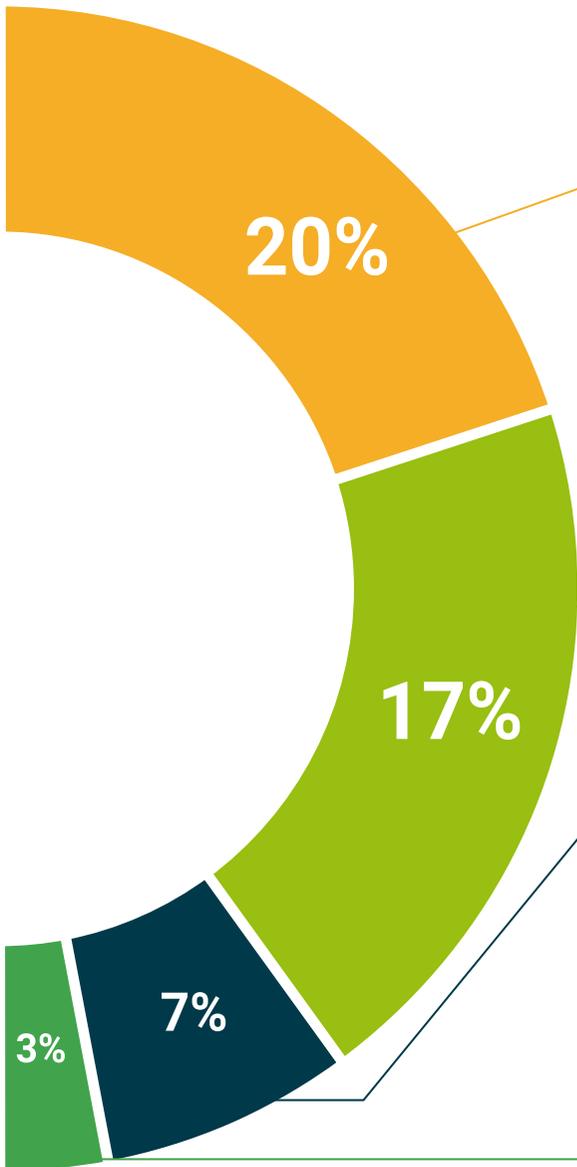
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





Case Studies

Vous réaliserez une sélection des meilleures case studies dans le domaine. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes internationaux.



Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme. Nous le faisons sur 3 des 4 niveaux de la Pyramide de Miller.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de 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.



Guides d'action rapide

TECH Euromed University propose les contenus les plus pertinents du programme sous forme de fiches de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



07

Corps Enseignant

Le leadership stratégique et la vision créative caractérisent le corps enseignant de ce Mastère Spécialisé MBA, composé de professionnels en activité ayant une grande expérience dans la direction d'entreprises dans les domaines du design, de l'innovation et des industries culturelles. En effet, ces experts apportent une perspective actuelle et appliquée, fruit de leur travail. De même, leur approche combinera l'excellence académique et une solide expérience entrepreneuriale, guidant les étudiants dans le développement de compétences managériales, de pensée disruptive et de prise de décision dans des environnements hautement compétitifs.



“

Vous serez formé par des références du secteur créatif et managérial, des professionnels qui transforment leur expérience en inspiration applicable”

Directrice Invitée Internationale

Avec plus de 20 ans d'expérience dans la conception et la direction d'équipes mondiales d'**acquisition de talents**, Jennifer Dove est une experte en **recrutement** et en **stratégie technologique**. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes de direction dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement *Fortune* 50, notamment **NBCUniversal** et **Comcast**. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance.

En tant que **Vice-présidente de l'Acquisition des Talents** chez **Mastercard**, elle est chargée de superviser la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les responsables des **Ressources Humaines** afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. Elle vise notamment à **créer des équipes diversifiées, inclusives et performantes** qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. Elle est également experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs professionnels du monde entier. Elle est également chargée d'**amplifier la marque employeur** et la proposition de valeur de **Mastercard** par le biais de publications, d'événements et de médias sociaux.

Jennifer Dove a démontré son engagement en faveur du développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des **Ressources Humaines** et en contribuant au recrutement de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu un diplôme en **Communication Organisationnelle** à l'Université de Miami, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines.

En outre, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à **intégrer les technologies** dans les **processus de recrutement** et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions à relever les défis futurs. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de **bien-être** qui ont considérablement augmenté la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

- Vice-présidente de l'Acquisition des Talents, Mastercard, New York, États-Unis
- Directrice de l'Acquisition de Talents chez NBCUniversal Media, New York, États-Unis
- Responsable du Recrutement chez Comcast
- Directrice du Recrutement chez Rite Hire Advisory
- Vice-présidente Exécutive, Division des Ventes chez Ardor NY Real Estate
- Directrice du Recrutement chez Valerie August & Associates
- Chargée de Clientèle chez BNC
- Chargée de Clientèle chez Vault
- Diplôme en Communication Organisationnelle de l'Université de Miami

“

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

Directeur Invité International

Leader technologique possédant des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, Rick Gauthier s'est distingué dans le domaine des **services en nuage** et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un chef d'équipe et un manager très efficace, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un haut niveau d'engagement parmi ses employés.

Il est doué pour la stratégie et l'innovation exécutive, développant de nouvelles idées et étayant ses succès par des données de qualité. Son expérience à **Amazon** lui a permis de gérer et d'intégrer les services informatiques de l'entreprise aux États-Unis. Chez **Microsoft**, il a dirigé une équipe de 104 personnes, chargée de fournir une infrastructure informatique à l'échelle de l'entreprise et de soutenir les départements d'ingénierie des produits dans l'ensemble de l'entreprise.

Cette expérience lui a permis de se distinguer en tant que manager à fort impact, doté de remarquables capacités à accroître l'efficacité, la productivité et la satisfaction globale des clients.



M. Gauthier, Rick

- Directeur régional des Technologies de l'Information chez Amazon, Seattle, États-Unis
- Directeur de programme senior chez Amazon
- Vice-président, Wimmer Solutions
- Directeur principal des services d'ingénierie de production chez Microsoft
- Diplôme en Cybersécurité de l'Université Western Governors
- Certificat Technique en *Plongée Commerciale* de l'Institut de Technologie de la Diversité
- Diplôme en Études Environnementales de l'Evergreen State College



Profitez de l'occasion pour vous informer sur les derniers développements dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne"

Directeur Invité International

Romi Arman est un expert international de renom qui compte plus de vingt ans d'expérience dans les domaines de la **Transformation Numérique**, du **Marketing**, de la **Stratégie** et du **Conseil**. Tout au long de sa longue carrière, il a pris de nombreux risques et est un **défenseur** constant de **l'innovation** et du **changement** dans l'environnement professionnel. Fort de cette expertise, il a travaillé avec des PDG et des organisations d'entreprises du monde entier, les poussant à s'éloigner des modèles d'entreprise traditionnels. Ce faisant, il a aidé des entreprises comme Shell Energy à devenir de **véritables leaders du marché**, axés sur leurs clients et le **monde numérique**.

Les stratégies conçues par Arman ont un impact latent, car elles ont permis à plusieurs entreprises **d'améliorer l'expérience des consommateurs, du personnel et des actionnaires**. Le succès de cet expert est quantifiable par des mesures tangibles telles que le **CSAT**, **l'engagement des employés** dans les institutions où il a travaillé et la croissance de **l'indicateur financier EBITDA** dans chacune d'entre elles.

De plus, au cours de sa carrière professionnelle, il a nourri et **dirigé des équipes très performantes** qui ont même été récompensées pour leur **potentiel de transformation**. Chez Shell, en particulier, le dirigeant s'est toujours efforcé de relever trois défis : répondre aux **demandes complexes** des clients en matière de **décarbonisation**, **soutenir une "décarbonisation rentable"** et **réorganiser** un paysage fragmenté sur le plan des **données, numérique et de la technologie**. Ainsi, ses efforts ont montré que pour obtenir un succès durable, il est essentiel de partir des besoins des consommateurs et de jeter les bases de la transformation des processus, des données, de la technologie et de la culture.

D'autre part, le dirigeant se distingue par sa maîtrise des **applications commerciales de l'Intelligence Artificielle**, sujet dans lequel il est titulaire d'un diplôme post-universitaire de l'École de Commerce de Londres. Parallèlement, il a accumulé de l'expérience dans les domaines de **l'IoT** et de **Salesforce**.



M. Arman, Romi

- Directeur de la Transformation Numérique (CDO) chez Shell Energy Corporation, Londres, Royaume-Uni
- Directeur Mondial du Commerce Électronique et du Service à la Clientèle chez Shell Energy Corporation
- Gestionnaire National des Comptes Clés (équipementiers et détaillants automobiles) pour Shell à Kuala Lumpur, Malaisie
- Consultant en Gestion Senior (Secteur des Services Financiers) pour Accenture basé à Singapour
- Licence de l'Université de Leeds
- Diplôme Supérieur en Applications Commerciales de l'IA pour les Cadres Supérieurs de l'École de Commerce de Londres
- Certification Professionnelle en Expérience Client CCXP
- Cours de Transformation Numérique pour les Cadres de l'IMD

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances en bénéficiant d'une qualité éducative optimale ? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"

Directeur Invité International

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, il a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les mises à jour des **données des fournisseurs** et la **hiérarchisation des données** des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

Avec plus de dix ans d'expérience dans la fourniture de solutions numériques et de leadership pour des entreprises de divers secteurs, il possède une vaste expérience dans tous les aspects de la fourniture de solutions stratégiques, y compris le **Marketing**, **l'analyse des médias**, **la mesure** et **l'attribution**. Il a d'ailleurs reçu plusieurs prix pour son travail, notamment le **Prix du Leadership BIM**, le **Prix du Leadership en matière de Recherche**, le **Prix du Programme de Génération de Leads à l'Exportation** et le **Prix du Meilleur Modèle de Vente pour la région EMEA**.

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste de **Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

Il a également dirigé des équipes dans des entreprises telles que **Eaton**, **Airbus** et **Siemens**, où il a acquis une expérience précieuse en matière de gestion des comptes et de la chaîne d'approvisionnement. Il est particulièrement réputé pour dépasser continuellement les attentes en **établissant des relations précieuses avec les clients** et en **travaillant de manière transparente avec des personnes à tous les niveaux d'une organisation**, y compris les parties prenantes, la direction, les membres de l'équipe et les clients. Son approche fondée sur les données et sa capacité à développer des solutions innovantes et évolutives pour relever les défis de l'industrie ont fait de lui un leader éminent dans son domaine.



M. Arens, Manuel

- Directeur des Achats Globaux chez Google, Mountain View, États-Unis
- Responsable principal de l'Analyse et de la Technologie B2B chez Google, États-Unis
- Directeur des ventes chez Google, Irlande
- Analyste Industriel Senior chez Google, Allemagne
- Gestionnaire des comptes chez Google, Irlande
- Account Payable chez Eaton, Royaume-Uni
- Responsable de la Chaîne d'Approvisionnement chez Airbus, Allemagne

“

Misez sur la TECH ! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, mis en œuvre par des spécialistes de renommée internationale dans ce domaine”

Directeur Invité International

Andrea La Sala est un cadre expérimenté en Marketing dont les projets ont eu un impact significatif sur l'environnement de la Mode. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux Produits, au Merchandising et à la Communication. Tout cela, lié à des marques prestigieuses telles que Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre autres.

Les résultats de ce manage de haut niveau international sont liés à sa capacité avérée à synthétiser les informations dans des cadres clairs et à exécuter des actions concrètes alignées sur des objectifs commerciaux spécifiques. En outre, il est reconnu pour sa proactivité et sa capacité à s'adapter à des rythmes de travail rapides. À tout cela, cet expert ajoute une forte conscience commerciale, une vision du marché et une véritable passion pour les produits.

En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de Marketing pour l'habillement et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des détaillants et des consommateurs. Dans ce cadre, La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que chef d'équipe dans les services de Design, de Communication et de Ventes.

D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à stimuler la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Parallèlement, il a été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également été chargé des conditions, des coûts, des processus et des délais de livraison pour les différentes opérations.

Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des dirigeants d'entreprise les plus qualifiés dans le secteur de la Mode et du Luxe. Une grande capacité managériale qui lui a permis de mettre en œuvre efficacement le positionnement positif de différentes marques et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



M. La Sala, Andrea

- Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising Armani Exchange chez Giorgio Armani, Milan, Italie
- Directeur du Merchandising chez Calvin Klein
- Chef de Marque chez Gruppo Coin
- Brand Manager chez Dolce&Gabbana
- Brand Manager chez Sergio Tacchini S.p.A.
- Analyste de Marché chez Fastweb
- Diplôme en Business and Economics à l'Université degli Studi du Piémont Oriental

“

Les professionnels internationaux les plus qualifiés et les plus expérimentés vous attendent à TECH pour vous offrir un enseignement de premier ordre, actualisé et fondé sur les dernières données scientifiques. Qu'attendez-vous pour vous inscrire ?”

Directeur Invité International

Mick Gram est synonyme d'innovation et d'excellence dans le domaine de l'**Intelligence des Affaires** au niveau international. Sa carrière réussie est liée à des postes de direction dans des multinationales telles que **Walmart** et **Red Bull**. Il est également connu pour sa capacité à **identifier les technologies émergentes** qui, à long terme, auront un impact durable sur l'environnement des entreprises.

D'autre part, le dirigeant est considéré comme un **pionnier** dans l'**utilisation de techniques de visualisation de données** qui simplifient des ensembles complexes, les rendent accessibles et facilitent la prise de décision. Cette compétence est devenue le pilier de son profil professionnel, le transformant en un atout recherché par de nombreuses organisations qui misent sur la **collecte d'informations** et la **création d'actions** concrètes à partir de celles-ci.

L'un de ses projets les plus remarquables de ces dernières années a été la **plateforme Walmart Data Cafe**, la plus grande de ce type au monde, ancrée dans le nuage pour l'**analyse des Big Data**. En outre, il a occupé le poste de **Directeur de la Business Intelligence** chez **Red Bull**, couvrant des domaines tels que les **Ventes, la Distribution, le Marketing et les Opérations de la Chaîne d'Approvisionnement**. Son équipe a récemment été récompensée pour son innovation constante dans l'utilisation de la nouvelle API de Walmart Luminare pour les insights sur les Acheteurs et les Canaux de distribution.

En ce qui concerne sa formation, le cadre possède plusieurs Masters et études supérieures dans des centres prestigieux tels que l'**Université de Berkeley**, aux États-Unis et l'**Université de Copenhague**, au Danemark. Grâce à cette mise à jour continue, l'expert a acquis des compétences de pointe. Il est ainsi considéré comme un **leader né de la nouvelle économie mondiale**, centrée sur la recherche de données et ses possibilités infinies.



M. Gram, Mick

- Directeur de la *Business Intelligence* et des Analyses chez Red Bull, Los Angeles, États-Unis
- Architecte de solutions de *Business Intelligence* pour Walmart Data Cafe
- Consultant indépendant de *Business Intelligence* et de *Data Science*
- Directeur de *Business Intelligence* chez Capgemini
- Analyste en Chef chez Nordea
- Consultant en Chef de *Business Intelligence* pour SAS
- Executive Education en IA et Machine Learning au UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce à l'Université de Copenhague
- Licence et Master en Mathématiques et Statistiques à l'Université de Copenhague



Étudiez dans la meilleure université en ligne du monde selon Forbes ! Dans le cadre de ce MBA, vous aurez accès à une vaste bibliothèque de ressources multimédias, élaborées par des professeurs de renommée internationale"

Directeur Invité International

Scott Stevenson est un éminent expert en **Marketing Numérique** qui, pendant plus de 19 ans, a travaillé pour l'une des sociétés les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros. Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle essentiel dans la **supervision de la logistique** et des **flux de travail créatifs** sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, le display et les médias linéaires.

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de **stratégies de production de médias payants**, ce qui a entraîné une nette **amélioration des taux de conversion** de son entreprise. Parallèlement, il a assumé d'autres fonctions telles que celles de Directeur des Services Marketing et de Responsable du Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

Stevenson a également participé à la distribution mondiale de jeux vidéo et de **campagnes de propriété numérique**. Il a également été responsable de l'introduction de stratégies opérationnelles liées à l'élaboration, à la finalisation et à la diffusion de contenus sonores et visuels pour les **publicités télévisées** et **les bandes-annonces**.

En outre, il est titulaire d'une Licence en Télécommunications de l'Université de Floride et d'un Master en Création Littéraire de l'Université de Californie, ce qui témoigne de ses compétences en matière de **communication** et de **narration**. En outre, il a participé à l'École de Développement Professionnel de l'Université de Harvard à des programmes de pointe sur l'utilisation de **l'Intelligence Artificielle** dans le monde des affaires. Son profil professionnel est donc l'un des plus pertinents dans le domaine actuel du **Marketing** et des **Médias Numériques**.



M. Stevenson, Scott

- Directeur du Marketing Numérique chez Warner Bros. Discovery, Burbank, États-Unis
- Responsable du Trafic chez Warner Bros. Entertainment
- Master en Création Littéraire de l'Université de Californie
- Licence en Télécommunications de l'Université de Floride

“

Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde! Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage"

Directrice Invitée Internationale

Lauréate des "International Content Marketing Awards" pour sa créativité, son leadership et la qualité de son contenu informatif, Wendy Thole-Muir est une **Directrice de la Communication** reconnue et hautement spécialisée dans le domaine de la **Gestion de la Réputation**.

En ce sens, elle a développé une solide carrière professionnelle de plus de deux décennies dans ce domaine, qui l'a amenée à faire partie d'entités internationales de référence prestigieuses telles que **Coca-Cola**. Ce rôle implique la supervision et la gestion de la communication d'entreprise, ainsi que le contrôle de l'image de l'organisation. Ses principales contributions incluent la direction de la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne Yammer**. En conséquence, les employés ont renforcé leur engagement vis-à-vis de la marque et ont créé une communauté qui a considérablement amélioré la transmission des informations.

En outre, elle a été chargée de gérer la communication des **investissements stratégiques** de l'entreprise dans différents pays d'Afrique. Elle a géré des dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités à l'égard du développement économique et social du pays. Elle a reçu de nombreuses **récompenses** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi permis aux entreprises de conserver une bonne image et aux consommateurs de les associer à un haut niveau de qualité.

En outre, dans le cadre de son engagement ferme en faveur de l'excellence, elle a participé activement à des **Conférences** et à des **Symposiums** de renommée mondiale dans le but d'aider les professionnels de l'information à rester à la pointe des techniques les plus sophistiquées pour **élaborer des plans de communication** stratégique réussis. Elle a ainsi permis à de nombreux experts d'anticiper les situations de crise institutionnelle et de gérer efficacement les événements indésirables.



Mme Thole-Muir, Wendy

- Directrice de la Communication Stratégique et de la Réputation de l'Entreprise chez Coca-Cola, Afrique du Sud
- Responsable de la Réputation de l'entreprise et de la Communication chez ABI chez SABMiller de Lovania, Belgique
- Consultante en Communications chez ABI, Belgique
- Consultante en Réputation et Communication de Third Door à Gauteng, Afrique du Sud
- Master en Études du Comportement Social de l'Université d'Afrique du Sud
- Master of Arts en Sociologie et Psychologie de l'Université d'Afrique du Sud
- Licence en Sciences Politiques et Sociologie Industrielle de l'Université de KwaZulu-Natal
- Licence en Psychologie de l'Université d'Afrique du Sud

“

Profitez de l'occasion pour vous informer sur les derniers développements dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne"

Direction



Dr Velar Lera, Margarita

- Consultante en Communication Experte en Mode
- CEO de Forefashion Lab
- Directrice du Marketing d'Entreprise chez SGN Group
- Consultante en Communication d'Entreprise chez LLYC
- Consultante en Communication et en Stratégie de Marque *Freelance*
- Responsable de la Communication dans l'Université Villanueva
- Enseignante dans des études universitaires liées au Marketing
- Docteur en Communication de l'Université Carlos III de Madrid
- Diplôme en Communication Audiovisuelle, Université Complutense de Madrid
- MBA en Gestion des Affaires de la Mode par l'ISEM Fashion Business School

Professeurs

Dr Bravo Durán, Sandra

- ◆ Directrice général de l'UX chez Myme
- ◆ Directrice Générale et Fondatrice de Ch2 Abroad & Events
- ◆ Sociologue à l'Observatoire du Tourisme de Salamanque
- ◆ Consultante Nmérique chez Everis
- ◆ Chercheuse à Runroom
- ◆ Chargée de cours pour le Master en Gestion du Marketing de la Mode et du Luxe et le Master en Gestion des Marques du Secteur du Luxe à la MSMK - Madrid School of Marketing.
- ◆ Doctorat en Créativité Appliquée de l'Université de Navarre
- ◆ Diplôme de Sociologie de l'Université de Salamanque
- ◆ Licence en Économie de l'Université de Salamanque
- ◆ Master Exécutif en Gestion des Affaires de la Mode de l'Université de Navarre

M. Justo Reyes, Rumen

- ◆ 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*
- ◆ Licence en Administration et Gestion d'Entreprise de l'Université de La Laguna
- ◆ Master en PRL par SGS
- ◆ Diplôme d'Études Supérieures en Surveillance Technologique

- ◆ Expert en Gestion des Ressources Humaines par l'Université de Vigo

Dr San Miguel Arregui, Patricia

- ◆ Chercheuse Experte en Marketing Numérique
- ◆ Fondatrice et Directrice de Digital Fashion Brands
- ◆ Chercheuse et Collaboratrice dans les études de Marketing
- ◆ Auteure du livre *Influencer Marketing*
- ◆ Auteure de publications universitaires dans des revues prestigieuses
- ◆ Intervenante régulièrement dans des conférences et séminaires nationaux et internationaux sur la communication et le Marketing
- ◆ Chargée 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 de Relations Publiques de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA en Executive Fashion par l'ISEM

Mme Arroyo Villoria, Cristina

- ◆ Consultante Technique et Coordinatrice de Projet de Formation
- ◆ Associée et Directrice des Projets et de l'Entrepreneuriat de la Fabrique d'Industries Créatives
- ◆ Coordinatrice d'Acerca Cultura Madrid
- ◆ Rédactrice Freelance de Contenus e-Learning pour LIDlearning chez LID Editorial
- ◆ Coordinatrice de Formation chez Factoría Cultural Madrid
- ◆ Licence en Sciences du Travail de l'Université de Valladolid
- ◆ Master en Direction et Gestion des Ressources Humaines à l'École de Commerce San Pablo CEU
- ◆ Master en e-Learning et Technologie Éducative, Formation e-Learning
- ◆ Technicienne Supérieure en Prévention des Risques, Spécialité Hygiène du Travail à l'Institut pour la Formation Intégrale
- ◆ Technicienne Supérieure en Prévention des Risques Professionnels, Spécialisée en Ergonomie et Psychosociologie du Travail à l'Institut pour la Formation Intégrale

Mme Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ◆ Conseillère Juridique et Designer Spécialisée dans l'Industrie Créative
- ◆ Conseillère Juridique de l'Association pour l'Autorégulation de la Communication Marketing
- ◆ Conseillère Juridique de la Direction de l'Entreprise Eley Hawk
- ◆ Designer pour la National Geographic et El Mueble
- ◆ Enseignante en études universitaires de troisième cycle
- ◆ Licence en Droit de l'Université Pompeu Fabra
- ◆ Licence en Design de l'Université Pompeu Fabra
- ◆ Master Officielle en Propriété Intellectuelle de l'Universidad Pontificia Comillas
- ◆ Cours sur le Droit de la Publicité par l'Association pour l'Autorégulation de la Communication marketing (ASECOC)

Mme Gallego Martínez, Ana Belén

- ◆ Consultante en Stratégie Commerciale
- ◆ Consultante indépendante chez Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- ◆ Licence de Droit de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA - Master en Gestion et Administration des Entreprises, Spécialisée dans la Gestion Financière de l'Université Camilo José Cela
- ◆ Programme Exécutif de Transformation Numérique par la École d'Organisation Industrielle

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
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université CEU Cardenal Herrera





Dr Paule Vianez, Jessica

- ◆ Spécialiste du Groupe de Recherche en Gestion et Économie des Entreprises de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Conseillère Commerciale 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)
- ◆ Docteur en Sciences Sociales et Juridiques de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Master en Traitement Statistique Informatique de l'Information de l'Université 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 : Académie Européenne de Management et d'Économie d'Entreprise

“

*Une expérience de formation unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel”*

08 Diplôme

Le Mastère Spécialisé MBA en Direction Entreprises Créatives garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Euromed University.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Le programme du Mastère Spécialisé MBA en Direction Entreprises Créatives est le programme le plus complet sur la scène académique actuelle. Après avoir obtenu leur diplôme, les étudiants recevront un diplôme d'université délivré par TECH Global University et un autre par Université Euromed de Fès.

Ces diplômes de formation continue et d'actualisation professionnelle de TECH Global University et d'Université Euromed de Fès garantissent l'acquisition de compétences dans le domaine de la connaissance, en accordant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit les évaluations et accrédite le programme après l'avoir suivi dans son intégralité.

Ce double certificat, de la part de deux institutions universitaires de premier plan, représente une double récompense pour une formation complète et de qualité, assurant à l'étudiant l'obtention d'une certification reconnue au niveau national et international. Ce mérite académique vous positionnera comme un professionnel hautement qualifié, prêt à relever les défis et à répondre aux exigences de votre secteur professionnel.

Approbation/Adhésion

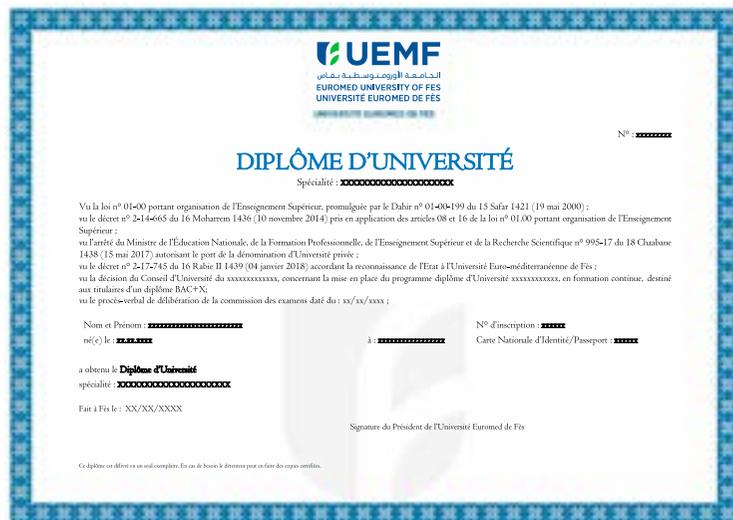


Diplôme : **Mastère Spécialisé MBA en Direction Entreprises Créatives**

Modalité : **en ligne**

Durée : **12 mois**

Accréditation : **90 ECTS**



*Apostille de La Haye. Dans le cas où l'étudiant demande que son diplôme sur papier soit obtenu avec l'Apostille de La Haye, TECH Euromed University prendra les mesures appropriées pour l'obtenir, moyennant un supplément.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech Euromed
University

Mastère Spécialisé
MBA en Direction
Entreprises Créatives

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 90 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Mastère Spécialisé

MBA en Direction Entreprises Créatives

Approbation/Adhésion

