

# Mastère Avancé

Haute Direction Financière,  
Expert Comptable



**tech** université  
technologique

## Mastère Avancé Haute Direction Financière, Expert Comptable

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-haute-direction-financiere-expert-comptable](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-haute-direction-financiere-expert-comptable)

# Sommaire

01

Présentation

---

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

Page 8

03

Programme d'études

---

Page 12

04

Objectifs

---

Page 44

05

Opportunités de carrière

---

Page 52

06

Méthodologie d'étude

---

Page 56

07

Corps Enseignant

---

Page 66

08

Diplôme

---

Page 90

# 01 Présentation

Dans l'environnement économique contemporain, caractérisé par son dynamisme et sa forte compétitivité, la Haute Direction Financière s'est imposée comme une composante essentielle de la durabilité et de la croissance des organisations. À cet égard, l'Expert Comptable joue un rôle crucial en fournissant une analyse financière précise, en gérant les risques et en optimisant les ressources, facilitant ainsi la prise de décisions stratégiques. Il est donc essentiel que les experts intègrent les technologies avancées pour promouvoir l'efficacité dans toutes les opérations des institutions. Dans ce cadre, TECH présente un diplôme universitaire en ligne innovant axé sur les méthodologies les plus sophistiquées pour la Haute Direction Financière, Expert Comptable.





A hand holding a pen points to a financial spreadsheet on a desk. The spreadsheet contains numerical data organized in columns and rows. Some rows are highlighted in grey. The background is a dark blue gradient.

68441	60	1140	45	11
15919	28	568	4	1
52937	147	360	250	23
55098	154	357	250	16
14563	43	338	1	6
94733	286	331	2	4
49530	157	315	15	14
14430	46	290	1	1
64306	221	278	150	19
22546	81	275	15	3
43879	159	275	1	2
8804	32	263	15	21
56680	21	258	0	1
5435	23	254	1	12
5844	32	254	0	4
8137	39	248	15	6
9674	25	248	6	2
6210	32	244	0	1
7810	41	243	0	2
9965	325	240	35	1
78247	22	238	0	1
5251	118	237	236	1
28010	36	234	234	1
8525	112	229	229	1
26222	282	308	308	1
64765	34	196	196	1
69129	196			1
7599				1
40960				1
105790				1
644				1

“

Grâce à ce Mastère Avancé, 100% en ligne, vous dirigerez la stratégie financière des entreprises et assurerez la croissance durable des organisations”

La gestion financière s'est imposée comme une composante essentielle de la réussite et de la durabilité des organisations dans un environnement économique de plus en plus complexe et mondialisé. Dans ce contexte, la Haute Direction et la comptabilité stratégique jouent un rôle fondamental dans la prise de décisions clés qui garantissent la stabilité et la croissance à long terme des entreprises. C'est pourquoi les spécialistes doivent avoir une solide compréhension de la planification financière, de l'analyse des états financiers et de la gestion des risques qui peuvent faire la différence pour la compétitivité des organisations.

C'est dans cette optique que TECH lance un Mastère Avancé révolutionnaire dans le domaine de la Haute Direction Financière, Expert Comptable. Conçu par des experts de premier plan dans ce domaine, le parcours académique approfondira des sujets allant de la viabilité des projets d'investissement ou de la comptabilité de gestion pour optimiser la prise de décision stratégique aux fondamentaux des réglementations internationales actuelles. De cette manière, les diplômés développeront les compétences nécessaires pour diriger la Direction Financière des organisations, en gérant efficacement les ressources, en analysant la viabilité des projets d'investissement et en appliquant les réglementations pour assurer la conformité et l'optimisation des processus comptables.

D'autre part, ce programme est entièrement basé sur une modalité 100% en ligne, ce qui permet aux spécialistes de planifier plus facilement leurs propres horaires d'étude afin de bénéficier d'une mise à jour pleinement efficace. En outre, les professionnels bénéficieront d'un large éventail de ressources multimédias conçues pour favoriser une mise à jour dynamique et naturelle des connaissances. Pour accéder au Campus Virtuel, les professionnels n'auront besoin que d'un appareil avec accès à internet (y compris leur propre téléphone portable). Ils seront également soutenus à tout moment par un corps enseignant expérimenté, qui résoudra tous les doutes pouvant survenir au cours de leurs études. En outre, un Directeur Invité International de renom donnera des *Masterclasses* intensives.

Ce **Mastère Avancé en Haute Direction Financière, Expert Comptable** contient le programme 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 Haute Direction Financière, Expert Comptable
- 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
- Il se concentre sur les méthodologies innovantes en Haute Direction Financière, Expert Comptable
- 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



*Un Directeur Invité International de prestige donnera des Masterclasses exhaustives pour approfondir les dernières tendances en Haute Direction Financière et en Expert Comptable”*

“

*Vous analyserez avec précision les états financiers à l'aide d'outils tels que les ratios, l'analyse de la rentabilité et des liquidités”*

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Haute Direction Financière, Expert Comptable, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés 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 recherchez un diplôme universitaire flexible, compatible avec vos responsabilités quotidiennes. Inscrivez-vous maintenant!*

*Le système Relearning appliquée par TECH dans ses programmes réduit les longues heures d'étude si courantes dans d'autres méthodes d'enseignement.*



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 est leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99 %. Elle dispose également 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 chez TECH”*

### La meilleure université en ligne 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'il a récemment déclaré dans un long article de son édition numérique dans lequel il se fait l'écho de la success story 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".

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

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

TECH propose les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des cursus qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. De même, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir aux étudiants l'avant-garde académique et les compétences professionnelles les plus demandées. De cette manière, les diplômés de l'université fournissent à ses diplômés un avantage significatif pour propulser leur carrière vers le succès.

**Plan**  
de estudios  
más completo

### Un corps professoral international de premier plan

Le corps enseignant de TECH est composé de plus de 6 000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des cadres supérieurs de multinationales, dont Isaiah Covington, entraîneur de performance des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au MetaLAB de Harvard, 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.

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

### Une méthode d'apprentissage unique

TECH est la première université à utiliser *Relearning* dans tous ses diplômes. Il s'agit de la meilleure méthode d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement délivrées 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.

La metodología  
más eficaz

### La plus grande université numérique du monde

TECH est la plus grande université numérique du monde. Nous sommes le plus grand établissement d'enseignement, avec le meilleur et le plus vaste catalogue d'enseignement 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 dix langues différentes, ce qui fait de nous la plus grande institution éducative au monde.

**n°1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

### L'université en ligne officielle de la NBA

TECH est l'université en ligne officielle de la NBA. Grâce à un accord avec la ligue majeure de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs, ainsi qu'une grande variété de ressources éducatives axées sur les affaires de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et fait appel à des conférenciers exceptionnels: des professionnels issus du monde du sport qui apportent leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

### Leaders en matière d'employabilité

TECH a réussi à devenir la première université en termes d'employabilité. 99 % de ses étudiants trouvent un emploi dans le domaine académique qu'ils ont étudié, un an après avoir terminé l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire d'entre eux bénéficient d'une amélioration immédiate de leur 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 place également cette université parmi les entreprises technologiques les plus avant-gardistes 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 matériel pédagogique qui constitue ce Mastère Avancé a été élaboré par un groupe d'experts en Haute Direction Financière, Expert Comptable. En conséquence, le programme d'études approfondira des questions allant de la comptabilité avancée ou de la faisabilité des projets d'investissement aux stratégies d'identification précoce d'une grande variété de risques financiers.





“

*Vous développerez des compétences de leadership pour motiver des équipes de travail pluridisciplinaires en vue de la réalisation d'objectifs financiers stratégiques”*

## Module 1. Leadership, éthique et responsabilité sociale des entreprises

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
  - 1.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
  - 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
  - 1.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 1.2. Leadership
  - 1.2.1. Leadership. Une approche conceptuelle
  - 1.2.2. Leadership dans les entreprises
  - 1.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises
- 1.3. *Cross Cultural Management*
  - 1.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
  - 1.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
  - 1.3.3. Gestion de la diversité
- 1.4. Développement de la gestion et le leadership
  - 1.4.1. Concept de développement direction
  - 1.4.2. Le concept de leadership
  - 1.4.3. Théories du leadership
  - 1.4.4. Styles de leadership
  - 1.4.5. L'intelligence dans le leadership
  - 1.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 1.5. Éthique des affaires
  - 1.5.1. Éthique et Morale
  - 1.5.2. Éthique des Affaires
  - 1.5.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 1.6. Durabilité
  - 1.6.1. Durabilité et développement durable
  - 1.6.2. Agenda 2030
  - 1.6.3. Les entreprises durables
- 1.7. Responsabilité sociale des entreprises
  - 1.7.1. La dimension internationale de la responsabilité sociale des entreprises
  - 1.7.2. La mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises
  - 1.7.3. L'impact et la mesure de la responsabilité sociale des entreprises



- 1.8. Systèmes et outils de gestion responsables
  - 1.8.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
  - 1.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
  - 1.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
  - 1.8.4. Outils et normes en matière de la RSE
- 1.9. Multinationales et droits de l'homme
  - 1.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
  - 1.9.2. Entreprises multinationales et droit international
  - 1.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 1.10. Environnement juridique et *Corporate Governance*
  - 1.10.1. Importation et exportation
  - 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
  - 1.10.3. Droit International du Travail

## Module 2. Orientation stratégique et *Management* directif

- 2.1. Analyse et conception organisationnelle
  - 2.1.1. Cadre conceptuel
  - 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
  - 2.1.3. Modèles de base des organisations
  - 2.1.4. Design organisationnel: Typologies
- 2.2. Stratégie d'entreprise
  - 2.2.1. Stratégie d'entreprise concurrentielle
  - 2.2.2. Stratégies de croissance: Typologies
  - 2.2.3. Cadre conceptuel
- 2.3. Planification et formulation stratégiques
  - 2.3.1. Cadre conceptuel
  - 2.3.2. Éléments de la planification stratégique
  - 2.3.3. Formulation stratégique: Processus de la planification stratégique
- 2.4. Réflexion stratégique
  - 2.4.1. L'entreprise comme système
  - 2.4.2. Concept d'organisation
- 2.5. Diagnostic financier
  - 2.5.1. Concept de diagnostic financier
  - 2.5.2. Les étapes du diagnostic financier
  - 2.5.3. Méthodes d'évaluation du diagnostic financier
- 2.6. Planification et stratégie
  - 2.6.1. Le plan d'une stratégie
  - 2.6.2. Positionnement stratégique
  - 2.6.3. La stratégie dans l'entreprise
- 2.7. Modèles et motifs stratégiques
  - 2.7.1. Cadre conceptuel
  - 2.7.2. Modèles stratégiques
  - 2.7.3. Schémas stratégiques: Les Cinq Ps de la Stratégie
- 2.8. Stratégie concurrentielle
  - 2.8.1. L'avantage concurrentiel
  - 2.8.2. Choix d'une stratégie concurrentielle
  - 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
  - 2.8.4. Types de stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel
- 2.9. Direction stratégique
  - 2.9.1. Concepts de la stratégie
  - 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
  - 2.9.3. Approches de la gestion stratégique
- 2.10. Mise en œuvre de la stratégie
  - 2.10.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
  - 2.10.2. Carte stratégique
  - 2.10.3. Alignement stratégique
- 2.11. *Management* Directif
  - 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
  - 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion d'entreprise
- 2.12. Communication stratégique
  - 2.12.1. Communication interpersonnelle
  - 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence
  - 2.12.3. Communication interne
  - 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

### Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement organisationnel
  - 3.1.1. Le comportement organisationnel Cadre conceptuel
  - 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel
- 3.2. Les personnes dans les organisations
  - 3.2.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
  - 3.2.2. Groupes de travail et direction des réunions
  - 3.2.3. *Coaching* et gestion des équipes
  - 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 3.3. La direction stratégique des personnes
  - 3.3.1. Gestion stratégique et Ressources Humaines
  - 3.3.2. La direction stratégique des personnes
- 3.4. Évolution des ressources. Une vision intégrée
  - 3.4.1. L'importance Ressources Humaines
  - 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
  - 3.4.3. Direction stratégique des Ressources Humaines
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des Ressources Humaines
  - 3.5.1. Approche en matière de recrutement et de sélection
  - 3.5.2. Le recrutement
  - 3.5.3. Le processus de sélection
- 3.6. Gestion des Ressources Humaines basée sur les compétences
  - 3.6.1. Analyse du potentiel
  - 3.6.2. Politique de rémunération
  - 3.6.3. Plans de carrière/succession
- 3.7. Évaluation et gestion des performances
  - 3.7.1. Gestion des performances
  - 3.7.2. Gestion des performances: Objectifs et processus
- 3.8. Gestion de la formation
  - 3.8.1. Théories de l'apprentissage
  - 3.8.2. Détection et rétention des talents
  - 3.8.3. Gamification et gestion des talents
  - 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle
- 3.9. Gestion des talents
  - 3.9.1. Les clés d'un management positif
  - 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
  - 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
  - 3.9.4. Coût et valeur ajoutée
- 3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
  - 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
  - 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
  - 3.10.3. Fidélisation et rétention
  - 3.10.4. Proactivité et innovation
- 3.11. Motivation
  - 3.11.1. La nature de la motivation
  - 3.11.2. La théorie de l'espérance
  - 3.11.3. Théories des besoins
  - 3.11.4. Motivation et compensation économique
- 3.12. *Employer Branding*
  - 3.12.1. *Employer branding* dans les Ressources Humaines
  - 3.12.2. *Personal Branding* pour les professionnels des Ressources Humaines
- 3.13. Développer des équipes performantes
  - 3.13.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
  - 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 3.14. Développement des compétences managériales
  - 3.14.1. Que sont les compétences de gestion?
  - 3.14.2. Éléments des compétences
  - 3.14.3. Connaissances
  - 3.14.4. Compétences de gestion
  - 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
  - 3.14.6. Compétences en matière de gestion
- 3.15. Gestion du temps
  - 3.15.1. Bénéfices
  - 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps?
  - 3.15.3. Temps
  - 3.15.4. Les illusions du temps
  - 3.15.5. Attention et mémoire

- 3.15.6. État mental
- 3.15.7. Gestion du temps
- 3.15.8. Proactivité
- 3.15.9. Avoir un objectif clair
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification
- 3.16. Gestion du changement
  - 3.16.1. Gestion du changement
  - 3.16.2. Type de processus de gestion du changement
  - 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 3.17. Négociation et gestion des conflits
  - 3.17.1. Négociation
  - 3.17.2. Gestion de conflits
  - 3.17.3. Gestion de crise
- 3.18. Communication managériale
  - 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
  - 3.18.2. Département de Communication
  - 3.18.3. Le responsable de la Communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 3.19. Gestion des Ressources Humaines et Gestion d'Équipe
  - 3.19.1. Gestion des ressources humaines et des équipes
  - 3.19.2. Prévention des risques professionnels
- 3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
  - 3.20.1. Productivité
  - 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents
- 3.21. Compensation monétaire vs. non-monétaire
  - 3.21.1. Compensation monétaire vs. non-monétaire
  - 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
  - 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires
  - 3.21.4. Modèle de travail
  - 3.21.5. Communauté d'entreprises
  - 3.21.6. Image de l'entreprise
  - 3.21.7. Rémunération émotionnelle

- 3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
  - 3.22.1. Innovation dans les Organisations
  - 3.22.2. Nouveaux défis du département des Ressources Humaines
  - 3.22.3. Gestion de l'Innovation
  - 3.22.4. Outils pour l'Innovation
- 3.23. Gestion des connaissances et du talent
  - 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent
  - 3.23.2. Mise en œuvre de la gestion des connaissances
- 3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique
  - 3.24.1. Le contexte socio-économique
  - 3.24.2. Les nouvelles formes d'organisation des entreprises
  - 3.24.3. Nouvelles méthodes

#### Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement économique
  - 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
  - 4.1.2. Institutions financières
  - 4.1.3. Marchés financiers
  - 4.1.4. Actifs financiers
  - 4.1.5. Autres entités du secteur financier
- 4.2. Le financement de l'entreprise
  - 4.2.1. Sources de financement
  - 4.2.2. Types de coûts de financement
- 4.3. Comptabilité de gestion
  - 4.3.1. Concepts de base
  - 4.3.2. Les actifs de l'entreprise
  - 4.3.3. Les passifs de l'entreprise
  - 4.3.4. La valeur nette de l'entreprise
  - 4.3.5. Le compte de résultats
- 4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
  - 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
  - 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique
  - 4.4.3. Classification des coûts

- 4.5. Systèmes d'information et *Business Intelligence*
  - 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
  - 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
  - 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 4.6. Budget et Contrôle de Gestion
  - 4.6.1. Le modèle budgétaire
  - 4.6.2. Le Budget d'Investissement
  - 4.6.3. Le Budget de Fonctionnement
  - 4.6.5. Le Budget de Trésorerie
  - 4.6.6. Le Suivi Budgétaire
- 4.7. Gestion de la trésorerie
  - 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
  - 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
  - 4.7.3. *Credit Management*
- 4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
  - 4.8.1. Concepts fiscaux de base
  - 4.8.2. Impôt sur les sociétés
  - 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
  - 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
  - 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État
- 4.9. Systèmes de contrôle des entreprises
  - 4.9.1. Analyse des états financiers
  - 4.9.2. Le Bilan de l'entreprise
  - 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
  - 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
  - 4.9.5. L'Analyse des Ratios
- 4.10. Gestion Financière
  - 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
  - 4.10.2. Le service financier
  - 4.10.3. Excédents de trésorerie
  - 4.10.4. Risques liés à la gestion financière
  - 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 4.11. Planification Financière
  - 4.11.1. Définition de la planification financière
  - 4.11.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
  - 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
  - 4.11.4. Le tableau des *Cash Flow*
  - 4.11.5. Le tableau du fonds de roulement
- 4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise
  - 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
  - 4.21.2. Produits financiers de l'entreprise
- 4.13. Contexte macroéconomique
  - 4.13.1. Contexte macroéconomique
  - 4.13.2. Indicateurs économiques
  - 4.13.3. Mécanismes de contrôle des amplitudes macroéconomiques
  - 4.13.4. Les cycles économiques
- 4.14. Financement Stratégique
  - 4.14.1. Autofinancement
  - 4.14.2. Augmentation des fonds propres
  - 4.14.3. Ressources hybrides
  - 4.14.4. Financement par des intermédiaires
- 4.15. Marchés monétaires et des capitaux
  - 4.15.1. Le Marché Monétaire
  - 4.15.2. Le Marché des titres à Revenu Fixe
  - 4.15.3. Le Marché des Actions
  - 4.15.4. Le Marché des Changes
  - 4.15.5. Le Marché des Dérivés
- 4.16. Analyse et planification financières
  - 4.16.1. Analyse du Bilan de la Situation
  - 4.16.2. Analyse du Compte des Résultats
  - 4.16.3. Analyse de la Rentabilité
- 4.17. Analyses et résolution de problèmes
  - 4.17.1. Informations financières d'Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

## Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- 5.1. Direction et gestion des opérations
  - 5.1.1. Le rôle des opérations
  - 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
  - 5.1.3. Introduction à la stratégie opérationnelle
  - 5.1.4. La direction des opérations
- 5.2. Organisation industrielle et logistique
  - 5.2.1. Département d'organisation industrielle
  - 5.2.2. Département logistique
- 5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)
  - 5.3.1. Système de production
  - 5.3.2. Stratégie de production
  - 5.3.3. Système de gestion des stocks
  - 5.3.4. Indicateurs de production
- 5.4. Structure et types d'approvisionnement
  - 5.4.1. Fonction de l'approvisionnement
  - 5.4.2. Gestion de l'approvisionnement
  - 5.4.3. Types d'achats
  - 5.4.4. Gestion des achats d'une entreprise de manière efficace
  - 5.4.5. Étapes du processus de la décision d'achat
- 5.5. Contrôle économique des achats
  - 5.5.1. Influence économique des achats
  - 5.5.2. Centres de coûts
  - 5.5.3. La budgétisation
  - 5.5.4. Budgétisation et dépenses réelles
  - 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire
- 5.6. Contrôle des opérations de stockage
  - 5.6.1. Contrôle de l'inventaire
  - 5.6.2. Système de localisation
  - 5.6.3. Techniques de gestion des stocks
  - 5.6.4. Systèmes de stockage
- 5.7. Gestion stratégique des achats
  - 5.7.1. Stratégie d'entreprise
  - 5.7.2. Planification stratégique
  - 5.7.3. Stratégie d'achat
- 5.8. Typologie de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
  - 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
  - 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne approvisionnement
  - 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement
- 5.9. *Supply Chain management*
  - 5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
  - 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
  - 5.9.3. Schémas de demande
  - 5.9.4. La stratégie opérationnelle et le changement
- 5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs
  - 5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement
  - 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
  - 5.10.3. Problèmes d'intégration de la chaîne d'approvisionnement
  - 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0
- 5.11. Coûts logistiques
  - 5.11.1. Coûts logistiques
  - 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques
  - 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques
- 5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs
  - 5.12.1. Chaîne logistique
  - 5.12.2. Rentabilité et efficacité de la chaîne logistique
  - 5.12.3. Indicateurs de rentabilité et efficacité des chaînes logistiques
- 5.13. Gestion des processus
  - 5.13.1. Gestion du processus
  - 5.13.2. Approche basée sur les processus: Carte de processus
  - 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus

- 5.14. Distribution et logistique des transports
  - 5.14.1. Distribution de la chaîne d'approvisionnement
  - 5.14.2. Logistique des transports
  - 5.14.3. Systèmes d'Information Géographique au service de la logistique
- 5.15. Logistique et clients
  - 5.15.1. Analyse de la demande
  - 5.15.2. Prévission de la demande et ventes
  - 5.15.3. Planification des ventes et des opérations
  - 5.15.4. Planification, prévission et réapprovisionnement participatifs (CPFR)
- 5.16. Logistique internationale
  - 5.16.1. Processus d'exportation et d'importation
  - 5.16.2. Douanes
  - 5.16.3. Formes et moyens de paiement internationaux
  - 5.16.4. Plateformes logistiques internationales
- 5.17. *Outsourcing* des opérations
  - 5.17.1. Gestion des Opération et *Outsourcing*
  - 5.17.2. Mise en œuvre de l'outsourcing dans les environnements logistiques
- 5.18. Compétitivité des opérations
  - 5.18.1. Gestion des opérations
  - 5.18.2. Compétitivité opérationnelle
  - 5.18.3. Stratégie opérationnelle et avantages concurrentiels
- 5.19. Gestion de la qualité
  - 5.19.1. Clients internes et externes
  - 5.19.2. coûts de la qualité
  - 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de Deming

## Module 6. Gestion des systèmes d'information

- 6.1. Environnements technologiques
  - 6.1.1. Technologie et mondialisation
  - 6.1.2. Environnement économique et technologie
  - 6.1.3. L'environnement technologique et son impact sur les entreprises
- 6.2. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise
  - 6.2.1. Évolution du modèle informatique
  - 6.2.2. Organisation et département IT
  - 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique
- 6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique
  - 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
  - 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
  - 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique
- 6.4. Gestion des Systèmes d'Information
  - 6.4.1. Gouvernance d'Entreprise en matière de technologies et de systèmes d'information
  - 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
  - 6.4.3. Responsables des systèmes d'information: Rôles et fonctions
- 6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
  - 6.5.1. Systèmes d'information et stratégie d'entreprise
  - 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
  - 6.5.3. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information
- 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision
  - 6.6.1. *Business Intelligence*
  - 6.6.2. *Data Warehouse*
  - 6.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif
- 6.7. Explorer l'information
  - 6.7.1. SQL: Bases de données relationnelles. Concepts de base
  - 6.7.2. Réseaux et communication
  - 6.7.3. Système opérationnel: Modèles de données normalisées
  - 6.7.4. Système stratégique: OLAP, modèle multidimensionnel et dashboards graphiques
  - 6.7.5. Analyse stratégique du BD et composition des rapports

- 6.8. *L'intelligence économique dans l'entreprise*
  - 6.8.1. Le monde des données
  - 6.8.2. Concepts pertinents
  - 6.8.3. Caractéristiques principales
  - 6.8.4. Solutions actuelles du marché
  - 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
  - 6.8.6. Cybersécurité dans la BI et Data Science
- 6.9. Nouveau concept commercial
  - 6.9.1. Pourquoi la BI?
  - 6.9.2. Obtenir l'information
  - 6.9.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
  - 6.9.4. Raisons d'investir dans la BI
- 6.10. Outils et solutions de BI
  - 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil?
  - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
  - 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
  - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planification et gestion Projet BI
  - 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
  - 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
  - 6.11.3. Exigences et objectifs
- 6.12. Applications de gestion d'entreprise
  - 6.12.1. Systèmes d'information et gestion d'entreprise
  - 6.12.2. Applications pour la gestion d'entreprise
  - 6.12.3. Systèmes Enterprise Resource Planning ou ERP
- 6.13. Transformation numérique
  - 6.13.1. Cadre conceptuel de la la transformation numérique
  - 6.13.2. Transformation numérique; éléments clés, bénéfiques et inconvénients
  - 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises
- 6.14. Technologies et tendances
  - 6.14.1. Principales tendances dans le domaine de la technologie qui changent les modèles commerciaux
  - 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Cadre conceptuel du outsourcing
  - 6.15.2. *Outsourcing* de TI et son impact dans les affaires
  - 6.15.3. Clés pour la mise en place de projets d'entreprise de outsourcing de TI

## Module 7. Gestion commerciale, Marketing stratégique et communication d'entreprise

- 7.1. Gestion commerciale
  - 7.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
  - 7.1.2. Stratégie et planification commerciale
  - 7.1.3. Le rôle des directeurs commerciaux
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Concept de Marketing
  - 7.2.2. Éléments de base du Marketing
  - 7.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise
- 7.3. Gestion stratégique du Marketing
  - 7.3.1. Concept de Marketing stratégique
  - 7.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
  - 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing
- 7.4. Marketing numérique et e-commerce
  - 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et e-commerce
  - 7.4.2. Marketing numérique et moyen qu'il utilise
  - 7.4.3. Commerce électronique. Contexte général
  - 7.4.4. Catégories du commerce électronique
  - 7.4.5. Avantages et inconvénients du *E-Commerce* face au commerce traditionnel
- 7.5. *Managing Digital Business*
  - 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
  - 7.5.2. Design et création des médias numériques
  - 7.5.3. Analyse du ROI sur un plan de marketing numérique
- 7.6. Marketing numérique pour renforcer la marque
  - 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de la marque
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Stratégies du Marketing Numérique
  - 7.7.1. Définir la stratégie de marketing numérique
  - 7.7.2. Outil de la stratégie du Marketing numérique
- 7.8. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients
  - 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
  - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
  - 7.8.3. Hyper-segmentation

- 7.9. Gestion des campagnes numériques
  - 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de Publicité numérique?
  - 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de Marketing en ligne
  - 7.9.3. Erreurs des campagnes de Publicité numérique
- 7.10. Plan de Marketing en ligne
  - 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne?
  - 7.10.2. Étapes pour créer un plan de Marketing en ligne
  - 7.10.3. Avantages de disposer d'un plan de Marketing en ligne
- 7.11. *Blended Marketing*
  - 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Différence entre le Marketing en Ligne et Offline
  - 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
  - 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
  - 7.11.5. Recommandations en *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Bénéfices du *Blended Marketing*
- 7.12. Stratégie de vente
  - 7.12.1. Stratégie de vente
  - 7.12.2. Méthodes de vente
- 7.13. Communication d'entreprise
  - 7.13.1. Concept
  - 7.13.2. Importance de la communication avec l'organisation
  - 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation
  - 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
  - 7.13.5. Éléments de communication
  - 7.13.6. Problèmes de communication
  - 7.13.7. Scénario de la communication
- 7.14. Stratégie de la Communication d'Entreprise
  - 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
  - 7.14.2. Instruments et supports de communication interne
  - 7.14.3. Le plan de communication interne
- 7.15. Communication et réputation numérique
  - 7.15.1. Réputation en ligne
  - 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique?
  - 7.15.3. Outils de réputation en ligne
  - 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne
  - 7.15.5. *Branding en ligne*

## Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

- 8.1. Étude de marché
  - 8.1.1. Étude de marchés: Origine historique
  - 8.1.2. Analyse du cadre conceptuel des études de marchés
  - 8.1.3. Éléments clés et contribution de valeur de l'étude de marchés
- 8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative
  - 8.2.1. Taille de l'échantillon
  - 8.2.2. Échantillonnage
  - 8.2.3. Types de techniques quantitatives
- 8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative
  - 8.3.1. Types de recherche qualitative
  - 8.3.2. Techniques de recherche qualitative
- 8.4. Segmentation du marché
  - 8.4.1. Concept de la segmentation du marché
  - 8.4.2. Utilité et exigences de la segmentation
  - 8.4.3. Segmentation des marchés de consommation
  - 8.4.4. Segmentation des marchés industriels
  - 8.4.5. Stratégies de segmentation
  - 8.4.6. Segmentation sur la base des critères du Marketing - Mix
  - 8.4.7. Méthodologie de la segmentation du marché
- 8.5. Gestion de projets de recherche
  - 8.5.1. L'étude de marché comme un processus
  - 8.5.2. Les étapes de la planification d'une étude de marché
  - 8.5.3. Les étapes de l'exécution d'une étude de marché
  - 8.5.4. Gestion d'un projet d'étude
- 8.6. L'étude des marchés internationaux
  - 8.6.1. Étude des marchés internationaux
  - 8.6.2. Processus d'étude de marchés internationaux
  - 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les Études de marchés Internationaux
- 8.7. Études de faisabilité
  - 8.7.1. Concept et utilité
  - 8.7.2. Schéma d'études de faisabilité
  - 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité



- 8.8. Publicité
  - 8.8.1. Antécédents historiques de la Publicité
  - 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité: Principes, concept de briefing et positionnement
  - 8.8.3. Agences de publicité, agences de médias et professionnelles de la Publicité
  - 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
  - 8.8.5. Tendances et défis en matière de Publicité
- 8.9. Développement du plan de Marketing
  - 8.9.1. Concept du plan de Marketing
  - 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
  - 8.9.3. Décisions stratégiques du Marketing
  - 8.9.4. Décisions opérationnelles de Marketing
- 8.10. Stratégies de promotion et *Merchandising*
  - 8.10.1. Communication Marketing Intégrée
  - 8.10.2. Plan de Communication Publicitaire
  - 8.10.3. Le *Merchandising* comme technique de communication
- 8.11. Planification des médias
  - 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
  - 8.11.2. Moyens de communication
  - 8.11.3. Plan de médias
- 8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises
  - 8.12.1. Le rôle de la gestion commerciale
  - 8.12.2. Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale entreprise/marché
  - 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
  - 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles
- 8.13. Négociation commerciale
  - 8.13.1. Négociation commerciale
  - 8.13.2. Les enjeux psychologiques de la négociation
  - 8.13.3. Principales méthodes de négociation
  - 8.13.4. Le processus de négociation
- 8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale
  - 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
  - 8.14.2. Modèles de prise de décision
  - 8.14.3. Outils décisionnels et analytiques
  - 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision

- 8.15. Direction et gestion du réseau de vente
  - 8.15.1. *Sales Management*. Gestion des ventes
  - 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
  - 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
  - 8.15.4. Systèmes de rémunération des réseaux commerciaux propres et externes
  - 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des commerciaux en se basant sur l'information
- 8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
  - 8.16.1. Recrutement de ses propres représentants commerciaux et d'agents commerciaux
  - 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
  - 8.16.3. Le code de déontologie du personnel commercial
  - 8.16.4. Conformité
  - 8.16.5. Normes commerciales de consuite généralement acceptées
- 8.17. Gestion des comptes clés
  - 8.17.1. Concept de gestion des comptes clés
  - 8.17.2. *Le Key Account Manager*
  - 8.17.3. Stratégie de gestion des comptes clés
- 8.18. Gestion financière et budgétaire
  - 8.18.1. Seuil de rentabilité
  - 8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de gestion et du plan de vente annuel
  - 8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques commerciales
  - 8.18.4. Gestion du cycle, des rotations, de la rentabilité et des liquidités
  - 8.18.5. Compte de résultat

## Module 9. Innovation et Gestion de Projets

- 9.1. Innovation
  - 9.1.1. Introduction à l'innovation
  - 9.1.2. L'innovation dans l'écosystème entrepreneurial
  - 9.1.3. Instruments et outils pour le processus d'innovation des entreprises
- 9.2. Stratégies d'innovation
  - 9.2.1. Intelligence stratégique et innovation
  - 9.2.2. Stratégies d'innovation
- 9.3. *Project Management* pour *Startups*
  - 9.3.1. Concept de *start-up*
  - 9.3.2. Philosophie *Lean Startup*
  - 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
  - 9.3.4. Le rôle d'un gestionnaire de projets dans une *start-up*

- 9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise
  - 9.4.1. conceptuelle d'un un modèle d'entreprise
  - 9.4.2. Conception validation de modèle économique
- 9.5. Direction et gestion des projets
  - 9.5.1. Direction et gestion des projets: identification des opportunités de développer des projets d'innovation au sein de l'entreprise
  - 9.5.2. Principales étapes ou phases de la conduite et de la gestion des projets d'innovation
- 9.6. Gestion du changement dans les projets: Gestion de la formation
  - 9.6.1. Concept de gestion du changement
  - 9.6.2. Le processus de gestion du changement
  - 9.6.3. La mise en œuvre du changement
- 9.7. Gestion de la communication de projets
  - 9.7.1. Gestion de la communication des projets
  - 9.7.2. Concepts clés pour la gestion des communications
  - 9.7.3. Tendances émergentes
  - 9.7.4. Adaptation à l'équipe
  - 9.7.5. Planification de la gestion des communications
  - 9.7.6. Gestion des communications
  - 9.7.7. Surveiller les communications
- 9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes
  - 9.8.1. Méthodologies d'innovation
  - 9.8.2. Principes de base du Scrum
  - 9.8.3. Différences entre les aspectsw principaux du Scrum et les méthodologies traditionnelles
- 9.9. Création d'une *start-up*
  - 9.9.1. Création d'une *start-up*
  - 9.9.2. Organisation et culture
  - 9.9.3. Les dix principaux motifs pour lesquels échouent les *start-ups*
- 9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets
  - 9.10.1. Planification des risques
  - 9.10.2. Éléments de création d'un plan de gestion des risques
  - 9.10.3. Outils de création d'un plan de gestion des risques
  - 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

## Module 10. Management Directif

- 10.1. *General Management*
  - 10.1.1. Concept *General Management*
  - 10.1.2. L'action du *Manager Général*
  - 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
  - 10.1.4. Transformation du travail de la direction
- 10.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
  - 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 10.3. Direction des opérations
  - 10.3.1. Importance de la gestion
  - 10.3.2. La chaîne de valeur
  - 10.3.3. Gestion de qualité
- 10.4. Discours et formation de porte-parole
  - 10.4.1. Communication interpersonnelle
  - 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
  - 10.4.3. Obstacles à la communication
- 10.5. Outils de communication personnels et organisationnels
  - 10.5.1. Communication interpersonnelle
  - 10.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
  - 10.5.3. La communication dans les organisations
  - 10.5.4. Outils dans l'organisation
- 10.6. La communication en situation de crise
  - 10.6.1. Crise
  - 10.6.2. Phases de la crise
  - 10.6.3. Messages: Contenus et moments
- 10.7. Préparer un plan de crise
  - 10.7.1. Analyse des problèmes potentiels
  - 10.7.2. Planification
  - 10.7.3. Adéquation du personnel
- 10.8. Intelligence émotionnelle
  - 10.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
  - 10.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
  - 10.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle

- 10.9. *Branding personnel*
  - 10.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
  - 10.9.2. Les lois de l'image de *Branding Personnel*
  - 10.9.3. Outils de construction du Personal Branding
- 10.10. Leadership et gestion d'équipes
  - 10.10.1. Leadership et styles de leadership
  - 10.10.2. Capacités et défis du leader
  - 10.10.3. Gestion des processus de changement
  - 10.10.4. Gestion d'équipes multiculturelles

## Module 11. Planification stratégique et contrôle de gestion

- 11.1. Contrôle de gestion
  - 11.1.1. Politique financière et croissance
  - 11.1.2. L'information comme outil de contrôle de gestion
  - 11.1.3. Le contrôle de gestion en tant que système de planification et de gestion
  - 11.1.4. Fonctions du *contrôleur*
  - 11.1.5. Champ d'application du contrôle de gestion
- 11.2. Information financière et décisions de gestion
  - 11.2.1. Comptabilité financière et légale
  - 11.2.2. Comptabilité analytique ou des coûts
  - 11.2.3. Contrôle de la comptabilité
- 11.3. Gestion de la trésorerie
  - 11.3.1. Fonds de roulement comptable et besoins en fonds roulement
  - 11.3.2. Calcul des besoins de trésorerie d'exploitation
  - 11.3.3. *Gestion du crédit*
  - 11.3.4. Gestion de fonds, de patrimoine et de *family offices*
- 11.4. *Cash management*
  - 11.4.1. Financement bancaire du fonds de roulement
  - 11.4.2. Organisation du service de la trésorerie
  - 11.4.3. Gestion centralisée de la trésorerie
- 11.5. Planification et contrôle des centres de responsabilité
  - 11.5.1. Conception d'un système de contrôle de gestion
  - 11.5.2. Déviations dans le contrôle de gestion

- 11.6. Le processus de formulation et de planification stratégiques
  - 11.6.1. Formulation et contenu du plan stratégique
  - 11.6.2. *Balanced scorecard*
  - 11.6.3. Terminologie et concepts de base
- 11.7. Planification organisationnelle
  - 11.7.1. Unités commerciales et prix de transfert
  - 11.7.2. Sites de fabrication, de production, d'assistance et de vente
  - 11.7.3. Rôles et responsabilités de la gestion financière
- 11.8. Les indicateurs comme outil de contrôle
  - 11.8.1. Tableau de bord
  - 11.8.2. Nombre et format des indicateurs
  - 11.8.3. Planification stratégique

## Module 12. Risque financier et finance d'entreprise

- 12.1. Gestion financière et finance d'entreprise
  - 12.1.1. Gestion d'entreprise et création de valeur
  - 12.1.2. Structure du capital et levier financier
  - 12.1.3. Coût moyen pondéré du capital
  - 12.1.4. *Capital asset pricing model* et autres modèles
- 12.2. Méthodes d'évaluation des entreprises
  - 12.2.1. Réduction du dividende
  - 12.2.2. Actualisation des flux
  - 12.2.3. Multiples comparables
- 12.3. Opérations commerciales
  - 12.3.1. Fusions
  - 12.3.2. Acquisitions
  - 12.3.3. *Mergers and acquisitions*
  - 12.3.4. Traitement fiscal des opérations de restructuration
- 12.4. Étude d'autres types d'entreprises
  - 12.4.1. Sociétés non cotées
  - 12.4.2. PME
  - 12.4.3. Entreprises familiales
  - 12.4.4. Fondations et organisations à but non lucratif
  - 12.4.5. Entreprises de l'économie sociale

- 12.5. Stratégie et contrôle des risques
  - 12.5.1. Systèmes de contrôle de gestion
  - 12.5.2. Risque et contrôle interne
  - 12.5.3. Examen et audit du système de contrôle
  - 12.5.4. Gestion des risques financiers
- 12.6. Risque, rentabilité et endettement
  - 12.6.1. Rentabilité économique et rentabilité financière
  - 12.6.2. Rentabilité financière et endettement
  - 12.6.3. Risque et rentabilité
- 12.7. Sources de financement
  - 12.7.1. Financement bancaire
  - 12.7.2. Émission d'obligations et titrisation d'actifs
  - 12.7.3. *Private equity* et venture capital
  - 12.7.4. Subventions et soutien fiscal
- 12.8. Transactions d'entreprises et insolvabilité
  - 12.8.1. Déclaration d'insolvabilité et ses effets
  - 12.8.2. Phases du concordat et de la liquidation
  - 12.8.3. Procédures d'insolvabilité internationales
  - 12.8.4. Qualification de la procédure d'insolvabilité
  - 12.8.5. Fin et réouverture de la concurrence

## Module 13. Faisabilité des projets d'investissement

- 13.1. Investissement dans l'entreprise
  - 13.1.1. Concepts et classification
  - 13.1.2. Les étapes de l'étude du projet d'investissement
  - 13.1.3. L'investissement en tant qu'opération financière
- 13.2. Méthodes d'évaluation économique
  - 13.2.1. Délai de récupération
  - 13.2.2. Flux de trésorerie total et moyen par unité monétaire engagée
  - 13.2.3. Valeur actuelle nette et taux de rendement interne
  - 13.2.4. Période d'amortissement et taux de rendement actualisés
  - 13.2.5. Rendement attendu de la VAN

- 13.3. Coût du capital
  - 13.3.1. Coût des fonds empruntés
  - 13.3.2. Coût des actions préférentielles
  - 13.3.3. Calcul du coût des fonds propres
  - 13.3.4. Calcul du coût total du capital
- 13.4. Diagnostic, planification et contrôle des investissements
  - 13.4.1. Planification Financière
  - 13.4.2. Planification immobilière
  - 13.4.3. Planification fiscale
- 13.5. Analyse technique et analyse fondamentale
  - 13.5.1. Définition et champ d'application
  - 13.5.2. Étude des graphiques et des tendances
  - 13.5.3. Étude sectorielle et boursière en analyse fondamentale
  - 13.5.4. Ratios et analyse fondamentale
- 13.6. Analyse des investissements dans un environnement à risque
  - 13.6.1. L'ajustement du taux d'actualisation
  - 13.6.2. Réduction des flux de trésorerie à des conditions de certitude
  - 13.6.3. Simulation de scénarios
- 13.7. Flux de trésorerie dans les projets d'investissement
  - 13.7.1. Modélisation financière
  - 13.7.2. Élaboration des flux de trésorerie
  - 13.7.3. Analyse des flux de trésorerie du fonds de roulement
  - 13.7.4. Impôts et inflation
- 13.8. Marché boursier
  - 13.8.1. Accès des entreprises à la bourse
  - 13.8.2. Le fonctionnement des bourses internationales
  - 13.8.3. Indices boursiers

## Module 14. Éthique-juridique-fiscal

- 14.1. Pratique des entreprises
  - 14.1.1. Modifications structurelles de l'entreprise
  - 14.1.2. Dissolution, liquidation et procédures d'insolvabilité
  - 14.1.3. Assemblée générale et organe d'administration
- 14.2. Pratique fiscale
  - 14.2.1. Analyse des obligations fiscales des entreprises
  - 14.2.2. Cadre juridique fiscal général
  - 14.2.3. Rapports d'examen administratif
- 14.3. Impôt sur les sociétés
  - 14.3.1. Réglementation applicable
  - 14.3.2. Divergences entre la législation comptable et fiscale
  - 14.3.3. Régimes spéciaux
- 14.4. Taxe sur la Valeur Ajoutée
  - 14.4.1. Réglementation applicable
  - 14.4.2. Lieu où se produit le fait générateur de l'impôt, fait générateur et base imposable
  - 14.4.3. Taux d'imposition
  - 14.4.4. Régimes spéciaux
- 14.5. Finance et investissement responsables
  - 14.5.1. *Inclusion financière*
  - 14.5.2. Le développement durable et la responsabilité du directeur financier
  - 14.5.3. Transparence de l'information
  - 14.5.4. Financement et investissement responsable
  - 14.5.5. Économie sociale, coopérativisme et responsabilité sociale des entreprises
- 14.6. Environnement juridique et *Corporate Governance*
  - 14.6.1. Importation et exportation
  - 14.6.2. Propriété intellectuelle et industrielle
  - 14.6.3. Droit International du Travail

## Module 15. Comptabilité de gestion

- 15.1. Principes de base de la comptabilité de gestion
  - 15.1.1. Objectifs de base de la comptabilité de gestion
  - 15.1.2. Caractéristiques qualitatives de l'information comptable
  - 15.1.3. Évolution de la comptabilité de gestion
- 15.2. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
  - 15.2.1. Éléments du calcul des coûts
  - 15.2.2. Stock en comptabilité générale et analytique
  - 15.2.3. Dépenses en général et comptabilité analytique
  - 15.2.4. Classification des coûts
- 15.3. Analyse coût-volume des opérations-profit
  - 15.3.1. Caractéristiques et hypothèses de la méthode coût-volume-profit
  - 15.3.2. *Break-even point*
  - 15.3.3. Marge de sécurité
  - 15.3.4. Situations d'incertitude dans l'analyse coût-volume-bénéfice
- 15.4. Systèmes d'information et *business intelligence*
  - 15.4.1. Principes fondamentaux et classification
  - 15.4.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
  - 15.4.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 15.5. *Direct costing*
  - 15.5.1. Résultats analytiques du *direct costing* en tant qu'outil de gestion
  - 15.5.2. Coûts fixes et variables: Classification
  - 15.5.3. Marge semi-gros pour l'étude de la productivité
  - 15.5.4. Étude de la *balance* analytique
- 15.6. Contrôle budgétaire
  - 15.6.1. Planification et contrôle du budget
  - 15.6.2. Budgets opérationnels
  - 15.6.3. Méthodes de budgétisation
  - 15.6.4. Contrôle budgétaire et écarts
- 15.7. Coûts standard
  - 15.7.1. Définition et types de coûts standard
  - 15.7.2. Budgétisation flexible des charges indirectes
  - 15.7.3. Centre de coûts complets et modèle de coûts complets
  - 15.7.4. Variations dans la méthode du coût standard

- 15.8. La prise de décision en comptabilité de gestion
  - 15.8.1. Organisation de la production et prise de décision concernant le calcul des coûts
  - 15.8.2. Analyse des états économique-financiers et de leur impact sur les décisions des entreprises
  - 15.8.3. Information financière pour la prise de décision à court et à long terme
  - 15.8.4. Traitement de l'incertitude dans la prise de décision
  - 15.8.5. Planification et analyse des coûts pour un avantage concurrentiel

## Module 16. Comptabilité avancée I

- 16.1. Constitution de sociétés
  - 16.1.1. Introduction à la comptabilité des sociétés
  - 16.1.2. Capital social
    - 16.1.2.1. Contributions en espèces
    - 16.1.2.2. Contributions non monétaires
  - 16.1.3. Constitution des sociétés anonymes
    - 16.1.3.1. Constitution par fondation simultanée ou par convention
    - 16.1.3.2. Constitution par fondation successive ou par souscription publique
- 16.2. Autoportefeuille
  - 16.2.1. Concept d'autoportefeuille
  - 16.2.2. Formes d'acquisition des actions propres
  - 16.2.3. Cession de l'autoportefeuille
  - 16.2.4. Amortissement de l'autoportefeuille
- 16.3. Immobilisations corporelles
  - 16.3.1. Introduction aux immobilisations corporelles
  - 16.3.2. Évaluation initiale des immobilisations corporelles
    - 16.3.2.1. Prix d'acquisition
    - 16.3.2.2. Coûts de production
    - 16.3.2.3. Échanges
    - 16.3.2.4. Contributions non monétaires
  - 16.3.3. Évaluation ultérieure des immobilisations corporelles
    - 16.3.3.1. Amortissement
    - 16.3.3.2. Détérioration
  - 16.3.4. Réduction des immobilisations corporelles

- 16.4. Impôt sur les Sociétés – IS I
  - 16.4.1. L'impôt sur les Sociétés et ses comptes
  - 16.4.2. Actifs et passifs d'impôt courant
  - 16.4.3. Actifs et passifs d'impôt différé
  - 16.4.4. Évaluation des actifs et des passifs d'impôt actuel et d'impôt différé
- 16.5. Impôt sur les Sociétés - IS II
  - 16.5.1. Assiettes fiscales négatives
  - 16.5.2. Ajustements de l'impôt sur les sociétés
    - 16.5.2.1. Différences permanentes
    - 16.5.2.2. Différences temporelles
- 16.6. Financement I
  - 16.6.1. Introduction au financement des sociétés
  - 16.6.2. Subventions en capital dans les PYMES
- 16.7. Financement II
  - 16.7.1. Provisions
  - 16.7.2. Dettes à long terme
    - 16.7.2.1. Dettes à long terme présentant des caractéristiques particulières
    - 16.7.2.2. Dettes à long terme avec des parties liées
    - 16.7.2.3. Créances à long terme sur prêts, emprunts et autres concepts
- 16.10. Comptes financiers I
  - 16.10.1. Emprunts, dettes à caractéristiques spéciales et autres émissions analogues à court terme
  - 16.10.2. Dettes à court terme avec des parties liées
  - 16.10.3. Créances à court terme sur prêts reçus et autres
  - 16.10.4. Placements financiers à court terme avec des parties liées

## Module 17. Comptabilité de gestion pour la prise de décision

- 17.1. Fondements conceptuels
  - 17.1.1. La comptabilité analytique: Concept, évolution et champ d'étude
  - 17.1.2. Objectifs et utilisateurs
  - 17.1.3. Relations et différences entre la comptabilité analytique et la comptabilité financière
- 17.2. Le coût: Concepts de base
  - 17.2.1. Le concept de coût et ses variables constitutives
  - 17.2.2. Relativité des chiffres de coûts
  - 17.2.3. Le parcours comptable des coûts: Le lien coût-actif-résultat
  - 17.2.4. Le concept de dépense et sa relation avec le concept de coût
- 17.3. Modèle de base de l'accumulation des coûts et des profits et pertes
  - 17.3.1. Le flux comptable des coûts: Identification, comptabilisation, classification et localisation des composants
  - 17.3.2. L'analyse des activités comme base de la génération des coûts
  - 17.3.3. La relation coût-activité-production. Le problème des coûts indirects
  - 17.3.4. Structure du modèle d'accumulation de base: Analyse fonctionnelle
  - 17.3.5. Concept et objectifs de la classification des coûts basée sur les fonctions
    - 17.3.5.1. Principales fonctions qui constituent l'activité opérationnelle de l'entreprise et critères de délimitation et de répartition de leurs coûts
    - 17.3.5.2. La répartition des coûts au coût industriel complet
  - 17.3.6. Compte de résultat fonctionnel: Concept et structure
- 17.4. Évaluations des entrepôts
  - 17.4.1. Stocks
  - 17.4.2. Méthodes d'évaluation
- 17.5. En cours de fabrication et production perdue
  - 17.5.1. Valorisation des stocks de produits en cours de fabrication
  - 17.5.2. Valorisation du stock initial des travaux en cours
  - 17.5.3. Évaluation de la perte de production
- 17.6. Système de production en plusieurs étapes
  - 17.6.1. Introduction
  - 17.6.2. Produits semi-finis
  - 17.6.3. Modèle de production à plusieurs étapes
  - 17.6.4. Production de masse en plusieurs étapes
  - 17.6.5. Production parallèle en plusieurs étapes

- 17.7. Modèle de coût variable
  - 17.7.1. Fondements conceptuels
  - 17.7.2. Accumulation des coûts et structure du compte de résultat
  - 17.7.3. La marge de contribution comme outil d'analyse de la rentabilité et de prise de décision
  - 17.7.4. Localisation et analyse des coûts par site dans le cadre du modèle de coût variable
  - 17.7.5. «*Direct costing*» et analyse coût-volume-bénéfice: Modèle de base de l'analyse coût-volume-bénéfice
  - 17.7.6. Détermination du seuil de rentabilité
  - 17.7.7. Limites du modèle de coût variable
- 17.8. Prise de décision en cas de coûts variables
  - 17.8.1. Activité et capacité: concepts de base pour l'analyse et le contrôle de gestion
  - 17.8.2. Comportement des coûts et variations du niveau d'activité: Coûts fixes et coûts variables
  - 17.8.3. Applications du «*direct costing*» aux décisions en matière de prix et de produits
  - 17.8.4. L'utilisation de la capacité installée comme cadre de conditionnement pour les décisions commerciales: Critères de décision dans des situations de faible occupation et d'occupation complète
  - 17.8.5. Décisions de fabriquer, de sous-traiter ou d'acheter
  - 17.8.6. Décisions de poursuivre la transformation du produit ou de le vendre à un degré de transformation inférieur
  - 17.8.7. Décisions d'acceptation ou de rejet des commandes spéciales
- 17.9. Modèle de coût standard
  - 17.9.1. Variations
    - 17.9.1.1. Variations des coûts directs
    - 17.9.1.2. Variations des coûts indirects
- 17.10. Modèle de coût basé sur l'allocation rationnelle
  - 17.10.1. L'utilisation de la capacité installée comme facteur d'efficacité: Utilisation des capacités et capacités inutilisées: Leur impact sur les coûts
  - 17.10.2. Coûts de sous-utilisation
  - 17.10.3. La méthode de répartition rationnelle des coûts
    - 17.10.3.1. Fondements conceptuels
    - 17.10.3.2. Imputation des coûts
    - 17.10.3.3. Structure du compte de résultat
  - 17.10.4. Contributions de la méthode à l'analyse et au contrôle de gestion

## Module 18. Comptabilité avancée II

- 18.1. Comptes financiers II
  - 18.1.1. Autres placements financiers à court terme
  - 18.1.2. Autres comptes non bancaires
  - 18.1.3. Dépôts et garanties à court terme reçus et déposés et produits à recevoir et ajustements de produits reportés
  - 18.1.4. Liquidités et équivalents de liquidités
  - 18.1.5. Actifs non courants détenus en vue de la vente et actifs et passifs associés
  - 18.1.6. Dépréciation des investissements financiers à court terme
- 18.2. Regroupement d'entreprises I
  - 18.2.1. Introduction aux regroupements d'entreprises
  - 18.2.2. Classification des regroupements d'entreprises
  - 18.2.3. La méthode d'acquisition
    - 18.2.3.1. Détermination de l'entreprise acquéreuse
    - 18.2.3.2. Identification de la date d'acquisition
    - 18.2.3.3. Coût du regroupement d'entreprises
    - 18.2.3.4. Comptabilisation du goodwill ou du goodwill négatif
  - 18.2.4. Comptabilité provisoire
  - 18.2.5. Regroupements d'entreprises réalisés par étapes
- 18.3. Regroupement d'entreprises II
  - 18.3.1. Concept de la fusion d'entreprises et types de fusion
  - 18.3.2. Le projet de fusion
  - 18.3.3. La *balance* de la fusion
  - 18.3.4. Approbation de la fusion
  - 18.3.5. Formalisation et enregistrement de la résolution de fusion
  - 18.3.6. Effets de la fusion
  - 18.3.7. Types de fusion
    - 18.3.7.1. Fusion directe
    - 18.3.7.2. Fusion indirecte
    - 18.3.7.3. Fusion des étapes
    - 18.3.7.4. Fusion double
    - 18.3.7.5. Fusion inversée

- 18.4. Regroupement d'entreprises III
  - 18.4.1. Concept de la division des entreprises
  - 18.4.2. Régime juridique de la division
  - 18.4.3. Effets de la division
  - 18.4.4. Types de division
    - 18.4.4.1. Division totale
    - 18.4.4.2. Division partielle
- 18.5. Regroupement d'entreprises IV
  - 18.5.1. Concept d'essaimage d'une entreprise
  - 18.5.2. Spin-off partiel
- 18.6. Arrangement avec les créanciers
  - 18.6.1. Concept de concordat avec les créanciers
  - 18.6.2. Types de procédures d'insolvabilité
  - 18.6.3. L'administration de l'insolvabilité
  - 18.6.4. Conséquences de la déclaration d'insolvabilité
  - 18.6.5. Schéma comptable
- 18.7. Introduction à l'examen des comptes annuels
  - 18.7.1. Les comptes annuels
  - 18.7.2. Concept d'audit
  - 18.7.3. Objectifs de l'examen des comptes annuels
- 18.8. Parties impliquées dans l'examen des comptes annuels
  - 18.8.1. Entités tenues de faire vérifier leurs comptes annuels
  - 18.8.2. Commissaires aux comptes
    - 18.8.2.1. Exigences pour la pratique de l'audit
    - 18.8.2.2. Responsabilité des administrateurs
  - 18.8.2.3. Devoir d'indépendance
    - 18.8.2.3.1. Devoir d'indépendance
    - 18.8.2.3.2. Devoir de conservation et de garde
    - 18.8.2.3.3. Devoir de discrétion
    - 18.8.2.3.4. Devoir de scepticisme et de jugement professionnel
- 18.9. Rapport d'audit sur les comptes annuels
  - 18.9.1. Structure du rapport d'audit
    - 18.9.1.1. Éléments de base du rapport d'audit des comptes annuels
  - 18.9.2. Autres aspects
  - 18.9.3. Modèles du rapport d'audit

## Module 19. Comptabilité et fiscalité

- 19.1. Traitement comptable des achats et des ventes de stocks
  - 19.1.1. Règles d'enregistrement et d'évaluation des stocks
  - 19.1.2. Méthodes d'attribution de valeur aux stocks
  - 19.1.3. Comptes de produits et de charges liés aux actions
  - 19.1.4. Valorisation des stocks et ajustements de valeur
- 19.2. Traitement comptable des dettes et créances commerciales
  - 19.2.1. Règles d'enregistrement et d'évaluation des instruments financiers
  - 19.2.2. Transactions courantes
  - 19.2.3. Transactions commerciales avec intérêts différés. Factoring
  - 19.2.4. Transactions en devises étrangères
  - 19.2.5. Comptes du personnel et des administrations publiques
  - 19.2.6. Comptes de régularisation
  - 19.2.7. Corrections de valeur
- 19.3. Traitement comptable des immobilisations non financières
  - 19.3.1. Règles d'enregistrement et d'évaluation des immobilisations non financières
  - 19.3.2. Immobilisations en cours de construction
  - 19.3.3. Immeubles de placement
  - 19.3.4. Actifs incorporels
  - 19.3.5. Corrections de valeur
  - 19.3.6. Actifs destinés à la vente
  - 19.3.7. Contrats de location-financement
- 19.4. Traitement comptable des instruments financiers
  - 19.4.1. Règles d'enregistrement et d'évaluation des instruments financiers
  - 19.4.2. Classification des instruments financiers
    - 19.4.2.1. Placements détenus jusqu'à leur échéance
    - 19.4.2.2. Actifs financiers détenus à des fins de transaction
    - 19.4.2.3. Actifs financiers disponibles à la vente
    - 19.4.2.4. Participations dans les fonds propres des sociétés du groupe, multi-groupe et associées
    - 19.4.2.5. Créances non commerciales
    - 19.4.2.6. Crédits, prêts et autres dettes
    - 19.4.2.7. Emprunts et questions similaires
    - 19.4.2.8. Passifs financiers détenus à des fins de transaction
  - 19.4.3. Obligations, dépôts et autres comptes non bancaires
  - 19.4.4. Ajustements de régularisation

- 19.5. Traitement comptable des fonds propres, subventions et provisions
  - 19.5.1. Sources de financement propres
  - 19.5.2. Instruments de capitaux propres
  - 19.5.3. Subventions, dons et legs
  - 19.5.4. Provisions et paiements basés sur des instruments de capitaux propres
- 19.6. Traitement comptable des charges et des produits et opérations de fin d'exercice
  - 19.6.1. Traitement comptable des dépenses
    - 19.6.1.1. Achats d'actions
    - 19.6.1.2. Services externes
    - 19.6.1.3. Taxes
    - 19.6.1.4. Dépenses de personnel
    - 19.6.1.5. Autres dépenses administratives
    - 19.6.1.6. Charges financières
    - 19.6.1.7. Pertes sur actifs non courants et charges exceptionnelles
  - 19.6.2. Traitement comptable des revenus
    - 19.6.2.1. Ventes de stocks
    - 19.6.2.2. Travaux effectués pour l'entreprise
    - 19.6.2.3. Subventions, dons et legs
    - 19.6.2.4. Autres revenus de gestion
    - 19.6.2.5. Revenus financiers
    - 19.6.2.6. Gains sur actifs non courants et revenus
  - 19.6.3. Transactions découlant de la fin de l'exercice financier
    - 19.6.3.1. Variation des stocks
    - 19.6.3.2. Amortissements
    - 19.6.3.3. Pertes de valeur et autres provisions
    - 19.6.3.4. Reprise de dépréciation et surprovisionnement



- 19.7. Impôt sur le revenu des personnes physiques
  - 19.7.1. Réglementation applicable
  - 19.7.2. Concepts généraux
    - 19.7.2.1. Types de revenus
    - 19.7.2.2. Revenus non assujettis et exonérés
  - 19.7.3. Types de revenus
    - 19.7.3.1. Revenus du travail
    - 19.7.3.2. Revenu du capital immobilier
    - 19.7.3.3. Revenus de capitaux mobiliers
    - 19.7.3.4. Rendement les activités économiques
    - 19.7.3.5. Gains et pertes en capital
    - 19.7.3.6. Imputation du revenu
    - 19.7.3.7. Règlement de l'impôt
      - 19.7.3.7.1. Revenu net imposable
      - 19.7.3.7.2. Minimum personnel et familial
      - 19.7.3.7.3. Obligation fiscale totale
      - 19.7.3.7.4. Passif d'impôt net
      - 19.7.3.7.5. Quota différentiel

## Module 20. Analyse des états économiques et financiers

- 20.1. Informations comptables contenues dans les états financiers
  - 20.1.1. Objectifs générales d'informations comptable
  - 20.1.2. La Balance: Nature, signification et composantes
  - 20.1.3. Le Compte de Résultats Nature, signification et composantes
  - 20.1.4. L'État des Variations des Capitaux Propres: Signification et composantes
  - 20.1.5. Le Tableau des Flux de Trésorerie: Signification et composantes
- 20.2. Techniques d'analyse économique et financière
  - 20.2.1. Objectifs de l'analyse économique et financière
  - 20.2.2. Méthodes d'analyse
  - 20.2.3. Analyse économique et analyse financière
  - 20.2.4. Classification financière du *bilan*
  - 20.2.5. Structure économique du compte de résultat

- 20.3. Analyse de la situation financière à court terme I
  - 20.3.1. Équilibre à court terme
  - 20.3.2. Le Fonds de Roulement
  - 20.3.3. La Période moyenne de maturité ou le cycle d'exploitation
  - 20.3.4. Le Fonds de Roulement nécessaire
- 20.4. Analyse de la situation financière à court terme II
  - 20.4.1. Ratios: concept et signification
  - 20.4.2. Principaux ratios utilisés dans l'analyse des états financiers: Solvabilité et liquidité
  - 20.4.3. Ratios de rotation des composantes du fonds de roulement
- 20.5. Analyse de la situation financière à long terme I
  - 20.5.1. Structure Économique et Financière: Actif, Passif et Capitaux Propres
  - 20.5.2. Rapport entre le Passif et les Capitaux Propres
  - 20.5.3. Garanties et Dettes
  - 20.5.4. L'effet de levier
- 20.6. Analyse de la situation financière à long terme II
  - 20.6.1. Analyse de la génération de bénéfices
  - 20.6.2. Analyse de la génération de flux de trésorerie
- 20.7. Analyse de la situation économique: Rentabilités
  - 20.7.1. Le Retour sur Investissement (ROI) et ses composantes
  - 20.7.2. Rendement des Fonds propres ou Performance Financière (ROE)
  - 20.7.3. Le Rendement pour les actionnaires
- 20.8. Application des concept de ROA et MRM: Le coût moyen pondéré du capital
  - 20.8.1. Le coût moyen pondéré du capital
  - 20.8.2. Les facteurs qui déterminent le coût du capital
  - 20.8.3. Le calcul du coût du capital
  - 20.8.4. Déterminer le coût de chaque source financière
- 20.9. Quantification des effets financiers et économiques des décisions d'investissement et de financement
  - 20.9.1. Poser la question à l'aide d'un exemple
  - 20.9.2. Levier financier
  - 20.9.3. Structure financière
- 20.10. Analyse globale des états financiers: Cas pratiques

## Module 21. Analyse et gestion des instruments financiers

- 21.1. Introduction au système et aux institutions financières
  - 21.1.1. Questions générales
  - 21.1.2. Organisation du système financier
  - 21.1.3. Institutions financières
  - 21.1.4. Marchés financiers
  - 21.1.5. Actifs financiers
- 21.2. Dette Publique à court terme
  - 21.2.1. Introduction
  - 21.2.2. Les Bons du Trésor: Définition et caractéristiques
  - 21.2.3. Les Bons du Trésor: Forme d'émission
  - 21.2.4. Marché secondaire des bons du Trésor
- 21.3. Dette Publique à long terme
  - 21.3.1. Introduction
  - 21.3.2. Obligations et Titres de créance: Forme d'émission
- 21.4. Dettes d'Entreprises à court terme
  - 21.4.1. Introduction
  - 21.4.2. Billets de Trésorerie et autres actifs à court terme des entreprises: Définition et caractéristiques
  - 21.4.3. Billets de Trésorerie: Forme d'émission
  - 21.4.4. Marchés secondaires pour le Billet de Trésorerie
- 21.5. Dette à long terme des Entreprises
  - 21.5.1. Introduction
  - 21.5.2. Obligations et Titres de Créance: Définition et caractéristiques
  - 21.5.3. Obligations et Titres de Créance: Forme d'émission
  - 21.5.4. Marchés secondaires de la Dette des Entreprises
- 21.6. Les actions: Actions
  - 21.6.1. Introduction
  - 21.6.2. Que sont les actions?
  - 21.6.3. Évaluation des Options
  - 21.6.4. Surveillance et surveillance officielles du marché
  - 21.6.5. Les Entreprises des Services d'Investissement
  - 21.6.6. Offres publiques avec actions: OPA, OPA, OPS et OPV
  - 21.6.7. Opération de Crédit au Marché

- 21.7. Le Change
    - 21.7.1. Introduction au Change
    - 21.7.2. Le Taux de Change
    - 21.7.3. Facteurs affectant le Taux de Change
    - 21.7.4. Opérations de Change
    - 21.7.5. Caractéristiques du Marché des Changes
  - 21.8. Instruments dérivés: *Forwards* et Futurs
    - 21.8.1. Introduction aux dérivées
    - 21.8.2. Les *Forwards*. Définition et stratégies
    - 21.8.3. Les Futurs. Définition et Stratégies
    - 21.8.4. Exemples d'opérations avec *Forwards* et Futurs
  - 21.9. Instruments dérivés: Options
    - 21.9.1. Introduction aux Options
    - 21.9.2. Positions de base avec Options
    - 21.9.3. Valeur Intrinsèque et Valeur Temporelle dans les Options
    - 21.9.4. Exemples d'opérations avec Options
  - 21.10. Instruments dérivés: *Swaps*
    - 21.10.1. Introduction aux échanges ou *Swaps*
    - 21.10.2. Caractéristiques des opérations *Swap*
    - 21.10.3. Classes de *Swaps*
    - 21.10.4. Exemples d'opérations avec *Swaps*
- Module 22. Regroupements d'entreprises et valorisation des entreprises**
- 22.1. Raisons stratégiques de l'acquisition et de la valorisation d'une entreprise
    - 22.1.1. Les raisons de l'évaluation d'une entreprise: Le processus d'achat et de vente comme outil de croissance
    - 22.1.2. Financement par effet de levier. Capital risque (*Venture capital, private equity, family offices*)
    - 22.1.3. Types d'opérations, Buy out: LBO, MBO, MBI et BIMBO
    - 22.1.4. Principaux aspects des fusions et acquisitions
    - 22.1.5. Nouvelles formes d'investissement privé, le *crowdfunding*
  - 22.2. Méthodes d'évaluation du marché
    - 22.2.1. Évaluation des multiples des sociétés cotées
    - 22.2.2. Évaluation par des multiples de transactions privées par rapport aux marchés cotés: La prime d'illiquidité
    - 22.2.3. Formules analytiques pour les multiples
    - 22.2.4. Cas pratiques
  - 22.3. Méthodologie des Flux de Trésorerie Actualisés (DCF)
    - 22.3.1. Méthode d'Actualisation des Flux de Trésorerie Disponibles
    - 22.3.2. Le Flux de Trésorerie Libre
    - 22.3.3. Le taux d'investissement net (TIN)
    - 22.3.4. Valeur résiduelle
    - 22.3.5. Le taux d'actualisation, le coût moyen pondéré du capital ou WACC (weighted average cost of capital)
    - 22.3.6. Valeur de l'entreprise
    - 22.3.7. Calcul de la dette financière nette, des passifs éventuels et de la valeur des capitaux propres
    - 22.3.8. Cas pratiques
  - 22.4. Une vision plus profonde: Modélisation de l'entreprise à évaluer
    - 22.4.1. Analyse des informations comptables, calcul des tendances. TAC et moyennes: Identification des "*value drivers*"
    - 22.4.2. Projections de revenus par secteur d'activité, coûts directs et indirects
    - 22.4.3. Projections de l'EBITDA, basées sur des données historiques, les tendances du marché et le plan stratégique de l'entreprise
    - 22.4.4. Hypothèses de dépréciation et d'amortissement et besoins d'investissement
    - 22.4.5. Calcul de la période de maturité moyenne historique
    - 22.4.6. Calcul du Fonds de Roulement Nécessaire
    - 22.4.7. Flux de Trésorerie Disponible, Flux de Trésorerie de la Dette et Flux de Trésorerie de l'Actionnaire
    - 22.4.8. Projections du *bilan*
  - 22.5. Analyse et prise en compte du risque dans un achat-vente
    - 22.5.1. Une vision plus complète du coût moyen pondéré du capital
    - 22.5.2. Le coût des fonds empruntés
    - 22.5.3. Le coût des fonds propres, la méthodologie des dividendes et le coût du capital
    - 22.5.4. Le MEDAF pour le calcul du coût du capital des sociétés cotées en bourse
    - 22.5.5. Calcul du Bêta pour les sociétés non cotées à l'aide de données provenant de sociétés cotées
    - 22.5.6. Le MEDAF pour les sociétés non cotées: primes de taille et primes d'illiquidité
    - 22.5.7. Cas pratiques

- 22.6. Incertitude et risque, l'inclusion de l'aléatoire
  - 22.6.1. Élaboration de scénarios, calcul et utilisation de la volatilité pour créer des intervalles de valeur
  - 22.6.2. Simulation Monte Carlo
  - 22.6.3. Analyse de sensibilité
  - 22.6.4. Prix et valeur: La valeur des synergies. Réduire le risque par la forme de paiement
  - 22.6.5. Cas pratiques
- 22.7. Solution de deux études de cas intégrées
  - 22.7.1. Évaluation d'une entreprise du secteur des services
  - 22.7.2. Évaluation d'une société de production
- 22.8. Autres méthodes d'évaluation
  - 22.8.1. Méthodologie des "equity"
  - 22.8.2. Méthodologies d'EVA
- 22.9. Regroupements d'entreprises dans les états financiers
  - 22.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38
  - 22.9.2. Le Fonds de Commerce
  - 22.9.3. Reconnaissance d'autres actifs incorporels
- 22.10. Valorisation des immobilisations incorporelles
  - 22.10.1. La marque en tant que principal actif incorporel, les autres actifs incorporels qui composent la valeur d'une entreprise: La méthode des bénéfices excédentaires sur plusieurs périodes
  - 22.10.2. Méthodes de calcul de la valeur de la marque
    - 22.10.2.1. Méthode des *royalty*
    - 22.10.2.2. Méthode Interbrand

## Module 23. Planification financière et comptable pour la prise de décision commerciale

- 23.1. La planification économique-financière dans les entreprises
  - 23.1.1. L'importance de la planification économique-financière
  - 23.1.2. Considérations générales sur la stratégie d'entreprise
  - 23.1.3. Le rôle des budgets dans la planification
  - 23.1.4. Centres de contrôle de l'entreprise et domaines de responsabilité
- 23.2. Structure et processus budgétaires
  - 23.2.1. Le budget principal de l'organisation
    - 23.2.1.1. Budget de fonctionnement
    - 23.2.1.2. Budget d'investissement/désinvestissement
  - 23.2.2. Budget de trésorerie
  - 23.2.3. Techniques de classification et de budgétisation
    - 23.2.3.1. Budgétisation à base zéro
    - 23.2.3.2. Budgétisation par activité
    - 23.2.3.3. Budgétisation flexible
  - 23.2.4. Les erreurs à éviter dans le processus budgétaire
- 23.3. Étapes de la préparation d'un budget de fonctionnement I
  - 23.3.1. Budget des recettes
  - 23.3.2. Budget de production
    - 23.3.2.1. Détermination des stocks
    - 23.3.2.2. Budget d'achat
    - 23.3.2.3. MOD
- 23.4. Étapes de la préparation d'un budget de fonctionnement II
  - 23.4.1. Budgets de distribution
  - 23.4.2. Budgets commerciaux
  - 23.4.3. Budgets de frais généraux

- 23.5. Budget d'investissement
  - 23.5.1. Le budget d'investissement d'un point de vue comptable
  - 23.5.2. Utilisations
    - 23.5.2.1. Dépenses d'investissement
    - 23.5.2.2. Besoins courants nets en capitaux
    - 23.5.2.3. Dépréciation financière
  - 23.5.3. Ressources financières
    - 23.5.3.1. Autofinancement
    - 23.5.3.2. Financement externe
    - 23.5.3.3. Des ressources extraordinaires
- 23.6. Le budget de trésorerie
  - 24.6.1. Tableau des flux de trésorerie d'exploitation
  - 24.6.2. Tableau des flux de trésorerie d'investissement/désinvestissement
  - 24.6.3. État des flux de trésorerie liés aux activités de financement
- 23.7. La préparation des états financiers intermédiaires
  - 23.7.1. Le compte de profits et pertes intermédiaire
  - 23.7.2. Le bilan prévisionnel
  - 23.7.3. Le tableau des flux de trésorerie
- 23.8. Instruments et outils d'analyse du contrôle budgétaire opérationnel
  - 23.8.1. L'utilisation de la budgétisation flexible pour le calcul des écarts
  - 23.8.2. Calcul des écarts pour le volume, le prix et l'efficacité des articles
  - 23.8.3. Calcul des coûts standard et des taux budgétés
- 23.9. Le contrôle du budget opérationnel à travers des études de cas
  - 23.9.1. Variations du budget des ventes
  - 23.9.2. Variations des coûts directs
  - 23.9.3. Variations du budget des coûts indirects
  - 23.9.4. Variations du budget des coûts indirects fixes
  - 23.9.5. Interprétation des écarts
- 23.10. Le budget de l'entreprise et le tableau de bord équilibré
  - 23.10.1. Considérations générales sur la stratégie d'entreprise
  - 23.10.2. Qu'est-ce que le tableau de bord équilibré
  - 23.10.3. Développement du BSC et des indicateurs clés

## Module 24. Création et financement de *start-ups*

- 24.1. Création d'une *start-up*
  - 24.1.1. De l'idée au modèle d'entreprise
  - 24.1.2. Les partenaires
  - 24.1.3. Considérations juridiques
  - 24.1.4. Organisation et culture
  - 24.1.5. Capital risque et gestion entrepreneuriale
- 24.2. Gestion financière et administration des *Start-ups*
  - 24.2.1. Introduction à la gestion financière des entreprises en démarrage
  - 24.2.2. Mesures financières pour *startups*
  - 24.2.3. Planification financière: Modèles de projection et leur interprétation
  - 24.2.4. Méthodes d'évaluation
- 24.3. Le plan d'affaires
  - 24.3.1. Contenu
  - 24.3.2. Présentation
  - 24.3.3. SWOT
  - 24.3.4. Modèle Canvas
- 24.4. Les phases de croissance d'une jeune entreprise
  - 24.4.1. Phase de *Seed*
  - 24.4.2. Phase de *Startup*
  - 24.4.3. Phase de *Growth*
  - 24.4.4. Phase de Consolidation
- 24.5. Financement de *startups*
  - 24.5.1. Financement bancaire
  - 24.5.2. Subventions
  - 24.5.3. Capital d'amorçage et accélérateurs. *Business Angels*
  - 24.5.4. Venture Capital. IPO
  - 24.5.5. *Public to Private Partnership*

## Module 25. Normes internationales

- 25.1. Architecture comptable internationale. Cadre conceptuel
  - 25.1.1. Caractéristiques générales
  - 25.1.2. Objectif de l'information financière à usage général
  - 25.1.3. Caractéristiques qualitatives de l'information financière utile
  - 25.1.4. Éléments des états financiers
- 25.2. Présentation des états financiers (IAS 1, IFRS 1)
  - 25.2.1. Introduction: Objectif, champ d'application
  - 25.2.2. Définitions
  - 25.2.3. États financiers
  - 25.2.4. Structure et contenu
- 25.3. Tableau des Flux de Trésorerie (IAS7)
  - 25.3.1. Introduction: Objectif, champ d'application
  - 25.3.2. Présentation d'un État des Flux de Trésorerie
  - 25.3.3. Informations sur les Flux de Trésorerie liés aux activités opérationnelles
  - 25.3.4. Informations sur les Flux de trésorerie pour les activités d'investissement et de financement
- 25.4. Inventaires (IAS 2)
  - 25.4.1. Introduction: Objectif, champ d'application
  - 25.4.2. Définitions
  - 25.4.3. Mesure des stocks
  - 25.4.4. Comptabilisation en tant que charge
- 25.5. Immobilisations corporelles (IAS 16)
  - 25.5.1. Objectif
  - 25.5.2. Rayon d'action
  - 25.5.3. Définitions
  - 25.5.4. Reconnaissance
  - 25.5.5. Évaluation lors de la comptabilisation
  - 25.5.6. Évaluation postérieure à la comptabilisation
  - 25.5.7. Décomptabilisation
- 25.6. Immeubles de placement (IAS 40)
  - 25.6.1. Classification des immeubles en tant qu'immeubles de placement
  - 25.6.2. Évaluation lors de la comptabilisation
  - 25.6.3. Évaluation postérieure à la comptabilisation
  - 25.6.4. Décomptabilisation



- 25.7. Immobilisations incorporelles (IAS 38)
    - 25.7.1. Comptabilisation en tant que charge
    - 25.7.2. Évaluation après la comptabilisation
    - 25.7.3. Durée de vie
    - 25.7.4. Immobilisations incorporelles à durée d'utilité finie
    - 25.7.5. Immobilisations incorporelles à durée d'utilité indéterminée
  - 25.8. Coûts d'emprunt (intérêts) (IAS 23)
    - 25.8.1. Coûts d'emprunt éligibles à la capitalisation
    - 25.8.2. Début de la capitalisation
    - 25.8.3. Suspension de la capitalisation
  - 25.9. Dépréciation d'actifs (IAS 36)
    - 25.9.1. Identifier un actif qui peut être déprécié
    - 25.9.2. Évaluation de la valeur recouvrable
    - 25.9.3. Comptabilisation et évaluation d'une perte de valeur
    - 25.9.4. Unités génératrices de trésorerie
    - 25.9.5. Reprise de pertes de valeur
  - 25.10. Secteurs opérationnels (IFRS 8)
    - 25.10.1. Principes de base
    - 25.10.2. Rayon d'action
    - 25.10.3. Secteurs d'activité
    - 25.10.4. Segments à rapporter
- Module 26. Finances internationales**
- 26.1. *Business & international strategy*
    - 26.1.1. Internationalisation
    - 26.1.2. Mondialisation
    - 26.1.3. *Growth & development in emerging markets*
    - 26.1.4. Système monétaire international
  - 26.2. Marché des changes
    - 26.2.1. Opérations de change
    - 26.2.2. Le marché des changes
    - 26.2.3. Instruments dérivés pour la couverture des risques de change et de taux d'intérêt
    - 26.2.4. Appréciation et dépréciation des devises
  - 26.3. Moyens de paiement et de recouvrement internationaux
    - 26.3.1. Billets de banque, chèques personnels et chèques bancaires
    - 26.3.2. Transfert, ordre de paiement et remise
    - 26.3.3. Clauses et crédits documentaires
    - 26.3.4. Facturation, échange international et autres moyens
  - 26.4. Financement des transactions sur les marchés internationaux
    - 26.4.1. *Incoterms*
    - 26.4.2. Instruments dérivés pour la couverture des fluctuations potentielles du prix des matières premières
    - 26.4.3. Crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien officiel
    - 26.4.4. Couverture des contrats d'échange (*Swap*)
    - 26.4.5. Le consensus OCDE
  - 26.5. Institutions financières internationales
    - 26.5.1. Le fonds pour l'internationalisation des entreprises
    - 26.5.2. Le Groupe de la Banque Mondiale
    - 26.5.3. La Banque Interaméricaine de Développement
    - 26.5.4. La Banque de Développement des Caraïbes
  - 26.6. Formation du taux de change
    - 26.6.1. Théorie de la parité des taux d'intérêt
    - 26.6.2. La théorie des anticipations de taux de change
    - 26.6.3. Théorie de la Parité du Pouvoir d'Achat (PPA)
    - 26.6.4. Équilibre du marché des capitaux
  - 26.7. Programmes de conversion de la dette
    - 26.7.1. Fonctionnement
    - 26.7.2. Conversion de la Dette en Investissements Publics
    - 26.7.3. Conversion de la Dette en Investissements Privés
  - 26.8. Marché boursier international
    - 26.8.1. Wall Street Market (New York)
    - 26.8.2. Marché de l'or
    - 26.8.3. Dette extérieure mondiale
    - 26.8.4. Club de Paris
    - 26.8.5. Marché des titres ADR et GDR

# 04 Objectifs

Grâce à ce Mastère Avancé, les experts seront en mesure de gérer et d'optimiser les ressources financières des organisations par le biais de stratégies comptables avancées. En même temps, ils acquerront des compétences avancées telles que l'analyse financière, la réflexion stratégique, la communication efficace, la manipulation d'outils technologiques financiers, le leadership, la négociation et l'éthique professionnelle. En outre, ils sont préparés à concevoir des systèmes comptables robustes, à donner des conseils sur les décisions financières stratégiques et à assurer la conformité réglementaire, contribuant ainsi à la croissance et à la viabilité économique des entreprises.





“

*Vous manipulerez des outils technologiques et des systèmes d'information financière qui augmentent la précision de la gestion des ressources”*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- ♦ Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité
- ♦ Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable
- ♦ Créer des stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs
- ♦ Comprendre la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, en obtenant une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéfices de l'entreprise
- ♦ Comprendre l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements
- ♦ Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin de développer une gestion adéquate de celles-ci
- ♦ Être capable d'appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise
- ♦ Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: conception, plan de faisabilité, exécution, suivi..
- ♦ Développer des compétences pour concevoir des stratégies financières alignées sur la stratégie de l'entreprise





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ◆ Développer des compétences de leadership éthique qui intègrent les principes de la responsabilité sociale des entreprises dans la prise de décision
- ◆ Former à la mise en œuvre de politiques de responsabilité sociale qui ont un impact positif sur la communauté et l'environnement

### Module 2. Gestion stratégique et Management Directif

- ◆ Acquérir un aperçu de la formulation et de la mise en œuvre de stratégies d'entreprise efficaces
- ◆ Acquérir des compétences en matière de gestion des équipes de direction afin d'améliorer les performances de l'organisation

### Module 3. Gestion des personnes et des talents

- ◆ Approfondir la gestion efficace des talents humains, en se concentrant sur l'attraction, le développement et la fidélisation des employés clés
- ◆ Être capable de créer et de gérer des équipes performantes alignées sur les objectifs de l'organisation

### Module 4. Gestion économique et financière

- ◆ Manipuler des outils innovants pour prendre des décisions financières stratégiques qui optimisent les ressources et assurent la rentabilité de l'entreprise
- ◆ Se former à la préparation et à la gestion des budgets, des rapports financiers et à l'analyse de la viabilité des projets

### Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- ◆ Développer des compétences dans la planification, la coordination et le contrôle des opérations logistiques au sein de la chaîne d'approvisionnement
- ◆ Optimiser les processus opérationnels et réduire les coûts associés à la logistique des entreprises

### Module 6. Gestion des systèmes d'information

- ◆ Optimiser la gestion des systèmes d'information pour améliorer l'efficacité de l'organisation
- ◆ Développer des compétences pour prendre des décisions sur la mise en œuvre de systèmes d'information alignés sur les objectifs de l'entreprise

### Module 7. Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise

- ◆ Former à la création et à l'exécution de stratégies commerciales et de marketing qui alignent l'offre de l'entreprise sur les demandes du marché
- ◆ Développer des compétences en gestion de la communication d'entreprise pour renforcer l'image de marque

### Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

- ◆ Maîtriser l'utilisation d'outils et de méthodologies pour réaliser des études de marché afin d'identifier les opportunités commerciales
- ◆ Gérer des campagnes publicitaires efficaces et prendre des décisions stratégiques en matière de gestion commerciale

### **Module 9. Innovation et Gestion de Projets**

- ♦ Développer la capacité à gérer des projets innovants qui ajoutent de la valeur et différencient l'entreprise sur le marché
- ♦ Développer des compétences en matière de planification, d'exécution et de contrôle de projets axés sur l'innovation et la durabilité

### **Module 10. Direction Générale**

- ♦ Obtenir des compétences pour diriger des équipes de gestion dans des environnements commerciaux dynamiques et mondialisés
- ♦ Se former à la prise de décision stratégique afin d'optimiser les ressources et d'améliorer les performances de l'organisation

### **Module 11. Planification stratégique et contrôle de gestion**

- ♦ Développer des compétences pour concevoir et mettre en œuvre des stratégies organisationnelles
- ♦ Gérer la planification et le contrôle des ressources et des processus pour assurer l'alignement sur les objectifs à long terme de l'entreprise

### **Module 12. Risque financier et finance d'entreprise**

- ♦ Former à l'identification, l'évaluation et la gestion des risques financiers dans les entreprises
- ♦ Créer des stratégies pour atténuer ces risques et optimiser les décisions financières des entreprises

### **Module 13. Faisabilité des projets d'investissement**

- ♦ Être capable d'évaluer la faisabilité des projets d'investissement, en analysant les aspects financiers, économiques et les risques
- ♦ Utiliser des outils analytiques tels que la valeur actuelle nette et le taux de rendement interne

### **Module 14. Éthique-juridique-fiscal**

- ♦ Fournir un cadre éthique, juridique et fiscal dans lequel les décisions financières sont prises
- ♦ Veiller à ce que les pratiques commerciales soient conformes aux réglementations en vigueur et aux principes éthiques

### **Module 15. Comptabilité de gestion**

- ♦ Développer des compétences en comptabilité de gestion
- ♦ Interpréter les informations financières pour optimiser la prise de décision stratégique dans la gestion d'une organisation

### **Module 16. Comptabilité avancée I**

- ♦ Former aux principes et techniques comptables avancés
- ♦ Aborder des sujets tels que la consolidation des états financiers, l'évaluation des actifs et des passifs et les principes comptables internationaux



### **Module 17. Comptabilité de gestion pour la prise de décision**

- ♦ Fournir des outils de comptabilité de gestion pour optimiser la prise de décision des entreprises
- ♦ Approfondir la planification, le contrôle des coûts et l'analyse de la rentabilité

### **Module 18. Comptabilité avancée II**

- ♦ Approfondir les connaissances en comptabilité avancée, en abordant des aspects tels que la comptabilité pour la prise de décisions commerciales complexes
- ♦ Approfondir la gestion fiscale et la consolidation de l'information financière au niveau international

### **Module 19. Comptabilité et fiscalité**

- ♦ Approfondir la comptabilité fiscale, en intégrant la gestion fiscale et les aspects fiscaux dans la comptabilité et la prise de décision financière de l'organisation
- ♦ Créer des rapports financiers et fiscaux clairs et précis, y compris la préparation des bilans

### **Module 20. Analyse des états économiques et financiers**

- ♦ Développer la capacité d'analyser et d'interpréter les états financiers et économiques, en utilisant des outils tels que l'analyse horizontale et verticale, les ratios financiers et l'analyse de la rentabilité
- ♦ Être capable d'évaluer la santé financière d'une entreprise

### **Module 21. Analyse et gestion des instruments financiers**

- ♦ Se former à l'analyse et à la gestion des instruments financiers, tels que les actions, les obligations et les produits dérivés
- ♦ Prendre des décisions stratégiques en fonction de la performance de ces actifs dans le contexte du marché

### **Module 22. Regroupements d'entreprises et valorisation des entreprises**

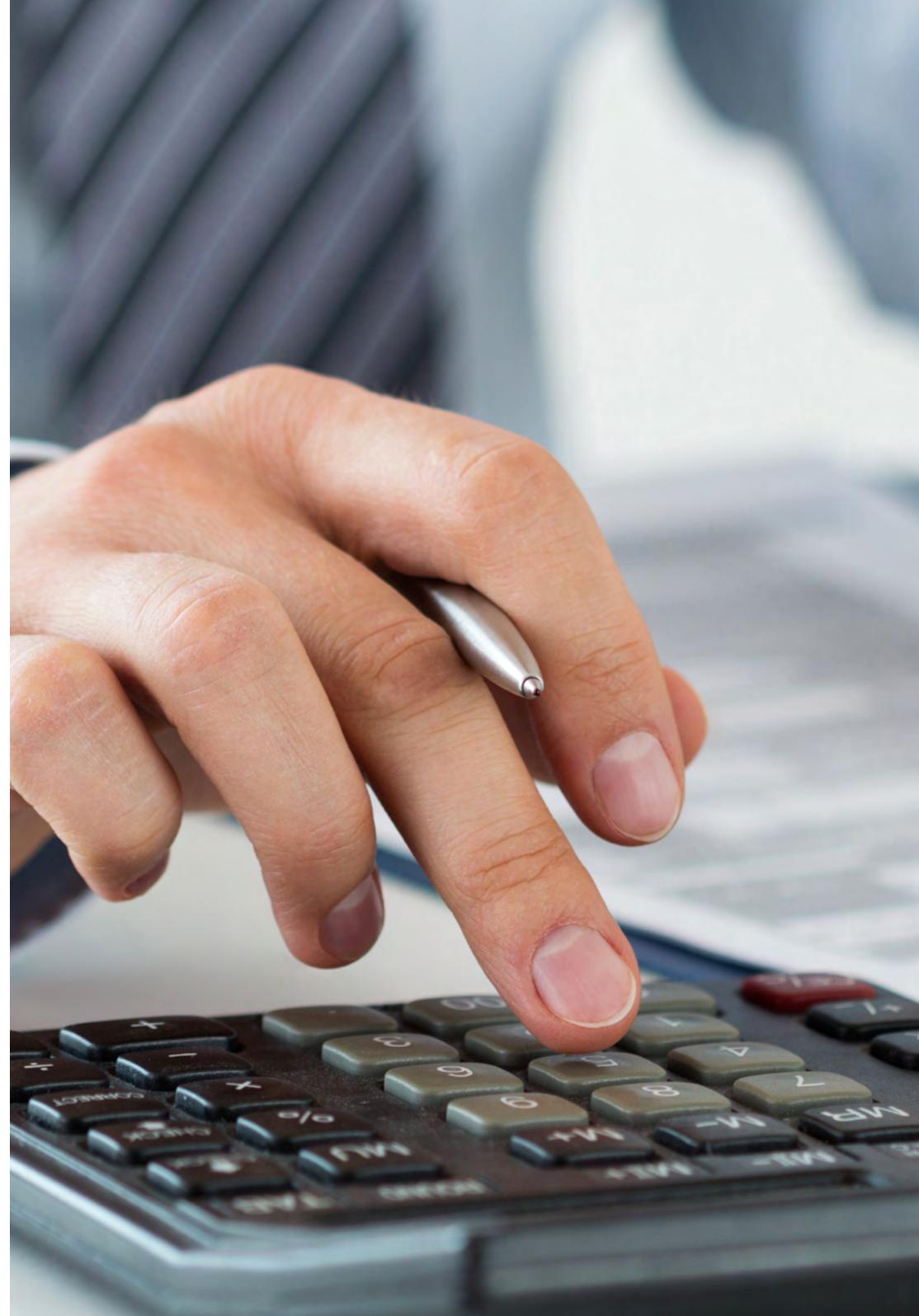
- ♦ Acquérir des compétences en matière d'évaluation d'entreprises et de gestion des regroupements d'entreprises, tels que les fusions et les acquisitions
- ♦ Maîtriser des méthodologies telles que l'actualisation des flux de trésorerie et les comparables de marché

### **Module 23. Planification financière et comptable pour la prise de décision commerciale**

- ♦ Développer des compétences pour la planification financière et comptable de l'entreprise, permettant la projection des états financiers et l'évaluation des options d'investissement
- ♦ Faciliter la prise de décision stratégique

### **Module 24. Création et financement de start-ups**

- ♦ Approfondir la création, le financement et la gestion financière des start-ups
- ♦ Mettre en œuvre des stratégies pour attirer les investisseurs, gérer les flux de trésorerie et assurer la viabilité financière des nouveaux projets d'entreprise



### **Module 25 Normes internationales**

- ♦ Fournir une compréhension approfondie de la finance internationale et des réglementations comptables, y compris les normes internationales d'information financière
- ♦ Approfondir les lois fiscales internationales qui affectent les décisions des entreprises

### **Module 26. Finances internationales**

- ♦ Développer des compétences en matière de gestion financière dans un environnement mondialisé
- ♦ Aborder la gestion du risque de change, les opérations internationales et les stratégies financières pour les entreprises opérant dans plusieurs pays et sur plusieurs marchés

“

*Votre chemin vers l'excellence commence chez TECH! Grâce au mode 100 % en ligne et aux ressources multimédias disponibles 24 heures sur 24, vous pourrez combiner vos études avec votre vie professionnelle”*

05

# Opportunités de carrière

À l'issue de ce Mastère Avancé, les professionnels auront une solide compréhension des stratégies de gestion financière les plus efficaces pour répondre aux divers besoins organisationnels et aux défis financiers complexes. En même temps, les diplômés concevront et mettront en œuvre des systèmes comptables robustes qui faciliteront l'établissement de rapports financiers précis et la prise de décisions stratégiques éclairées. De cette manière, les experts amélioreront considérablement leurs perspectives de carrière et occuperont des postes spécialisés tels que Directeur Financier ou Directeur Comptable Principal.





“

*En tant que Directeur Financier, vous effectuerez des analyses approfondies afin de garantir la durabilité et la croissance économique de l'institution”*

### Profil des diplômés

Les diplômés de ce programme universitaire sont des professionnels hautement qualifiés, capables de gérer et d'optimiser les ressources financières des organisations. Ils ont une connaissance approfondie des stratégies financières, de l'analyse comptable et des outils technologiques nécessaires pour garantir la précision et l'efficacité de la préparation des rapports financiers. En outre, ils sont prêts à concevoir et à mettre en œuvre des systèmes comptables personnalisés, à collaborer avec des équipes pluridisciplinaires et à fournir des conseils en matière de prise de décision stratégique, afin de promouvoir une gestion financière durable et efficace.

*Vous superviserez les opérations comptables quotidiennes, en veillant à l'exactitude des documents financiers.*

- ♦ **Compétences en matière de Communication Efficace:** Les professionnels développent des compétences pour communiquer des informations financières de manière claire et compréhensible, en adaptant leur langage et leur style de communication à différents publics, tels que les gestionnaires, les investisseurs et les équipes de travail, facilitant ainsi une prise de décision éclairée.
- ♦ **Analyse Financière et Réflexion Critique:** Ils possèdent la capacité d'analyser des données financières complexes, d'identifier les tendances et d'évaluer les performances financières de l'organisation. Ils font preuve d'esprit critique pour interpréter les informations, identifier les risques potentiels et proposer des solutions stratégiques afin d'optimiser les ressources financières.
- ♦ **Leadership et Gestion d'Équipes:** Ils développent des compétences pour diriger et motiver des équipes pluridisciplinaires dans le domaine financier. Ils favorisent un environnement de travail collaboratif et axé sur les résultats, en encourageant le développement professionnel des membres de l'équipe et en veillant à la réalisation des objectifs financiers de l'organisation.
- ♦ **Compétence Numérique et Gestion des Technologies Financières:** Ils manipulent des outils et des plateformes numériques avancés, tels que des logiciels de comptabilité, des systèmes de planification des ressources de l'entreprise et des technologies d'analyse des données.



À l'issue de ce Mastère Avancé, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences pour occuper les postes suivants:

- 1. Directeur Financier:** Responsable de la planification financière stratégique de l'entreprise, il supervise la gestion des budgets, des investissements et des analyses financières afin d'assurer la durabilité et la croissance économique de l'organisation
- 2. Responsable Comptable:** Professionnel chargé de superviser les opérations comptables quotidiennes, de veiller à l'exactitude des documents financiers et de préparer des rapports comptables conformes aux réglementations juridiques et fiscales en vigueur
- 3. Consultant Financier:** Il conseille les entreprises sur l'optimisation de leurs processus financiers et propose des solutions stratégiques pour améliorer l'efficacité, réduire les coûts et maximiser la rentabilité grâce à une analyse détaillée et à des recommandations personnalisées
- 4. Auditeur Interne:** Spécialiste chargé d'évaluer et d'améliorer l'efficacité des contrôles internes, de garantir l'intégrité des informations financières et le respect des politiques et procédures établies par l'entreprise
- 5. Analyste Financier Principal:** Professionnel chargé d'effectuer des analyses financières avancées, d'interpréter des données économiques et de produire des rapports détaillés pour soutenir la prise de décisions stratégiques par la direction générale
- 6. Gestionnaire de Trésorerie:** Responsable de la gestion des ressources financières de l'entreprise, notamment de la planification des flux de trésorerie, de la gestion des investissements et de la supervision des relations bancaires afin de garantir la liquidité et la stabilité financières
- 7. Directeur de la Planification Financière:** Responsable de la conception et de la mise en œuvre des stratégies de planification financière à long terme, en alignant les objectifs financiers sur la vision et la mission de l'organisation afin de favoriser sa croissance durable
- 8. Spécialiste de la Conformité Financière:** Professionnel chargé de veiller à ce que l'entreprise respecte l'ensemble des règles et réglementations financières locales et internationales, en minimisant les risques juridiques et financiers grâce à la mise en œuvre de politiques de conformité efficaces
- 9. Responsable du Contrôle de Gestion:** Responsable de la supervision et de l'amélioration des processus de contrôle interne, de la mise en œuvre de systèmes de gestion qui optimisent les performances financières et opérationnelles de l'organisation en contrôlant les indicateurs clés de performance
- 10. Gestionnaire des Risques Financiers:** Spécialiste de l'identification, de l'évaluation et de l'atténuation des risques financiers susceptibles d'affecter l'entreprise, il élabore des stratégies de gestion des risques qui protègent les actifs et garantissent la stabilité économique de l'organisation



*Vous gérerez les ressources financières des entreprises, y compris des aspects tels que la planification des flux de trésorerie et la gestion des investissements”*

06

# Méthodologie d'étude

TECH est la première université 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 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

Dans la méthodologie d'étude de TECH, 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, 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, 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 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 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 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. 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*

Chez TECH, 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 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 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 universitaire.

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 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.

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 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

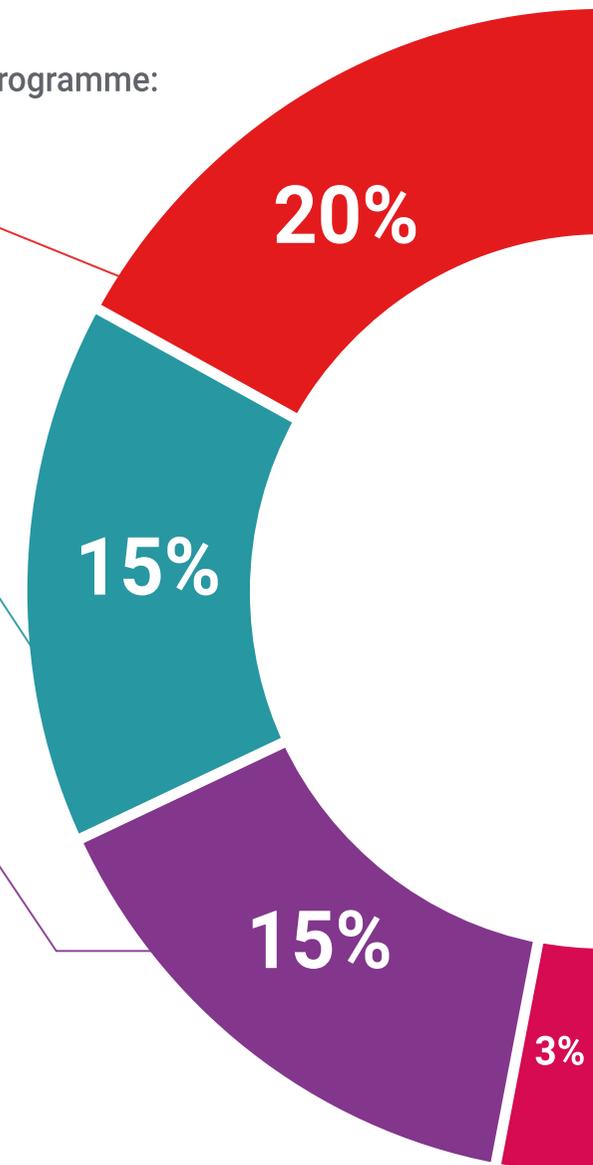
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

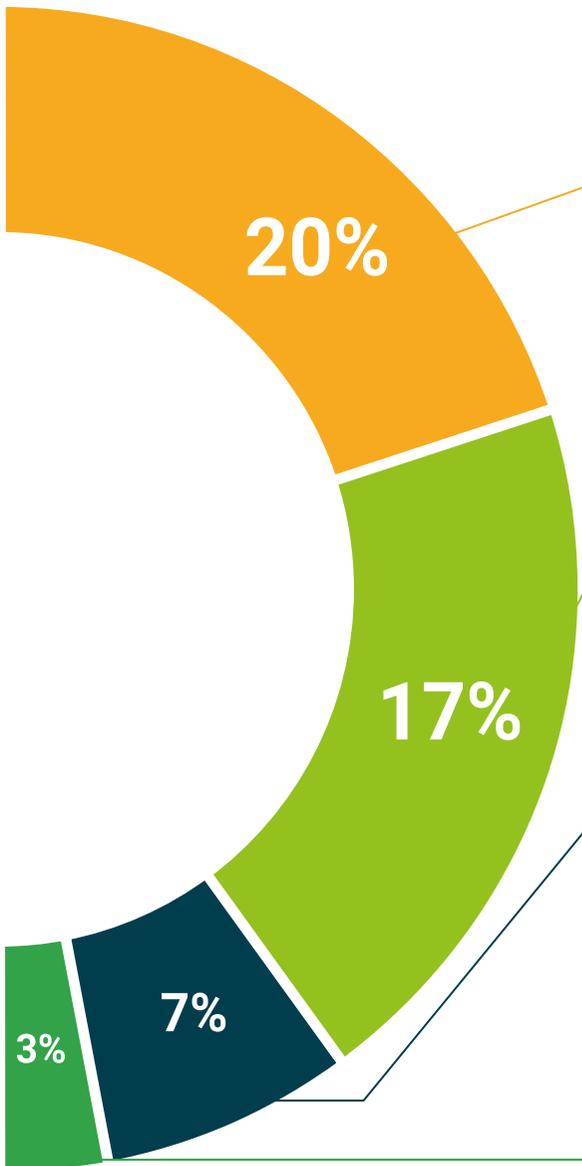
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



#### 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 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

Pour concevoir et dispenser ce Mastère Avancé, TECH a réuni des spécialistes de premier plan dans le domaine de la Haute Direction Financière, Expert Comptable. Ils ont ainsi développé de multiples contenus didactiques qui se distinguent à la fois par leur haute qualité et par leur adaptation aux exigences du marché du travail actuel. Ainsi, les diplômés ont les garanties qu'ils exigent pour entrer dans une expérience immersive qui améliorera de manière significative leurs perspectives d'emploi.



“

*Vous bénéficierez du soutien de l'équipe enseignante, composée d'experts reconnus en matière de la Haute Direction Financière et de l'Expert Comptable”*

## Directrice Internationale Invitée

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 du **recrutement** et de la **stratégie dans le domaine des technologies**. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes à responsabilité 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 supervise la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les **Ressources Humaines** afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. En particulier, elle vise à constituer des **équipes diversifiées, inclusives et très performantes** qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. En outre, elle est experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs collaborateurs 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 d'un développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des **Ressources Humaines** et en aidant à recruter de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu une licence en **Communication Organisationnelle** à l'Université de **Miami**, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines.

D'autre part, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à **intégrer la technologie** dans les **processus de recrutement** et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions aux défis à venir. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de **bien-être au travail** qui ont permis d'accroître de manière significative la satisfaction et la fidélisation des employés.



## Mme Dove, Jennifer

---

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

“

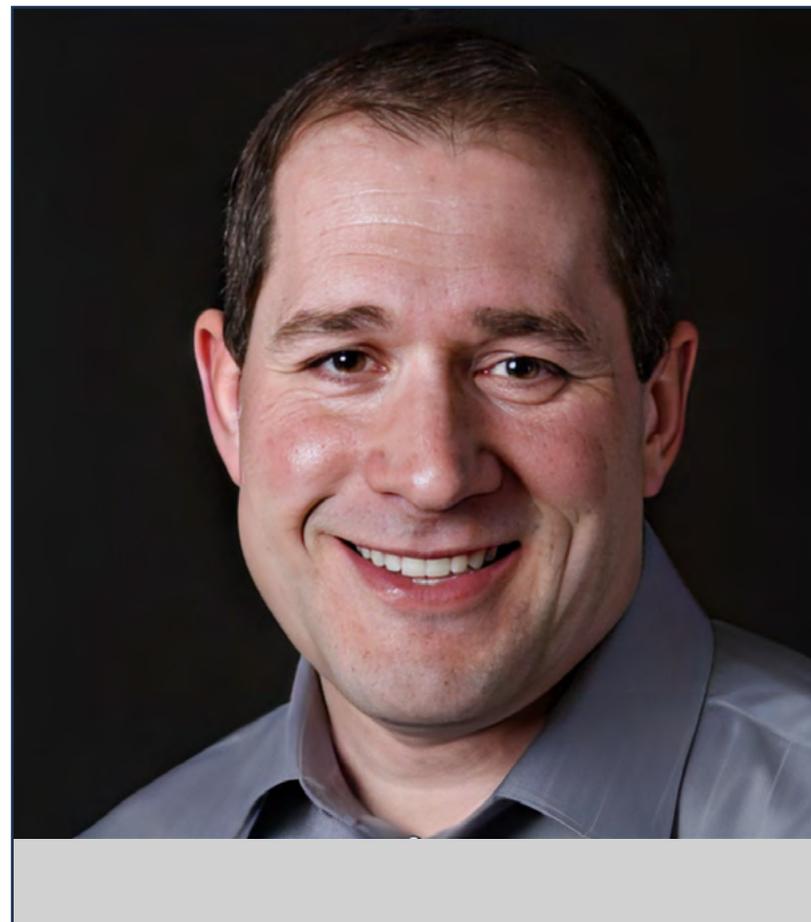
*TECH dispose d'un groupe distingué et spécialisé de Directeurs Invités Internationaux, avec des rôles de leadership importants dans les entreprises les plus avant-gardistes sur le marché mondial”*

## Directeur International Invité

Leader dans le domaine de la technologie, Rick Gauthier a acquis des décennies d'expérience au sein de grandes multinationales technologiques, et 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 leader et un gestionnaire d'équipes très efficaces, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un niveau élevé 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 chez **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

---

- ♦ Responsable régional des Technologies de l'Information chez Amazon, Seattle, États-Unis
- ♦ Directeur de programme senior chez Amazon
- ♦ Vice-président de Wimmer Solutions
- ♦ Directeur principal des services d'ingénierie de production chez Microsoft
- ♦ Diplôme en Cybersécurité de la Western Governors University
- ♦ Certificat Technique en *Commercial Diving* de Divers Institute of Technology
- ♦ 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 International Invité

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 grâce à une formation de la plus haute qualité? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale”*

## Directeur International Invité

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, elle 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 d'**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



*Optez pour 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 International Invité

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

“

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

## Directeur International Invité

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 *Bussiness 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 ce MBA, vous aurez accès à une vaste bibliothèque de ressources multimédias, élaborées par des professeurs de renommée internationale”*

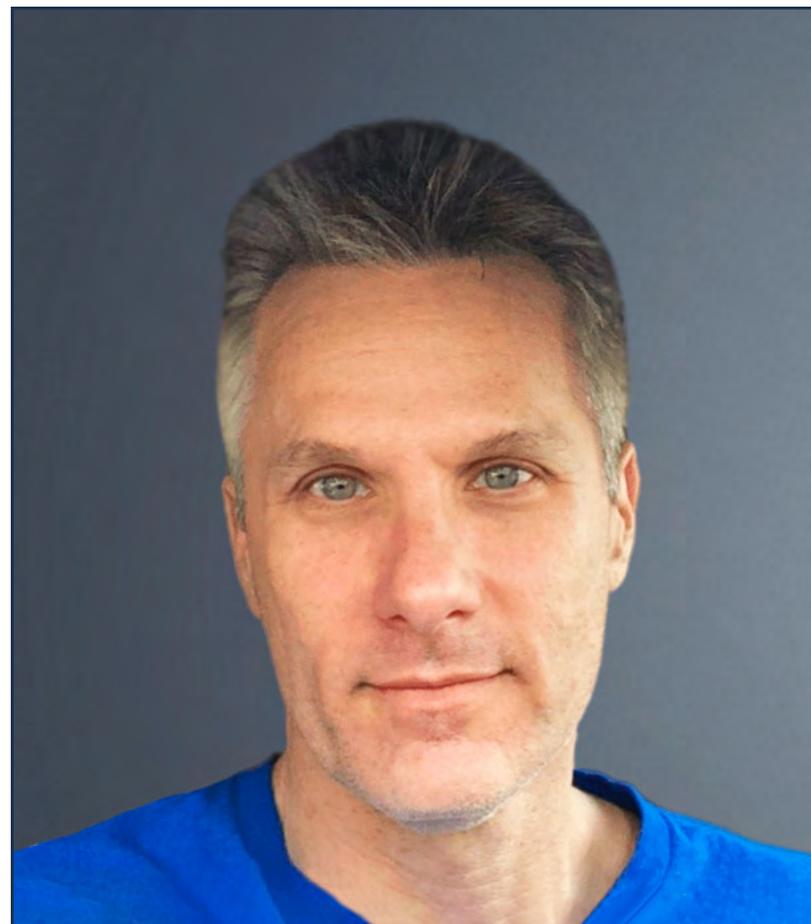
## Directeur International Invité

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 Internationale Invitée

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** renommée, 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**. Son rôle consiste à superviser et à gérer la communication d'entreprise, ainsi qu'à contrôler l'image de l'organisation. Parmi ses principales contributions, elle a dirigé la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne Yammer**. Grâce à cela, les employés ont renforcé leur engagement envers 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 par exemple géré les dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités dans le développement économique et social du pays. Elle a également reçu de nombreux **prix** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi veillé à ce que les entreprises conservent un profil élevé et à ce que les consommateurs les associent 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 afin 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 aidé de nombreux experts à anticiper les situations de crise institutionnelle et à gérer efficacement les événements indésirables.



## Mme Thole-Muir, Wendy

---

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

“

*Grâce à ce diplôme universitaire 100% en ligne, vous pourrez combiner vos études avec vos obligations quotidiennes, avec l'aide des meilleurs experts internationaux dans le domaine qui vous intéresse. Inscrivez-vous dès maintenant!"*

## Directeur Invité International

Erdi Karaca est un développeur de produits bancaires et financiers de premier plan, spécialisé dans les stratégies numériques, les données et l'Intelligence Artificielle. En mettant l'accent sur la création de solutions innovantes, il a contribué à l'avancement de la banque numérique et à la mise en œuvre de technologies émergentes dans le secteur financier. En effet, il s'intéresse notamment à l'intégration de l'IA pour améliorer l'expérience client et l'optimisation des processus bancaires, ainsi qu'à la conception de stratégies de produits bancaires.

Tout au long de sa carrière, il a occupé des postes de direction dans des institutions mondiales telles que HSBC Kinetic, où il a travaillé en tant que Directeur de la Banque Mobile et Co-Directeur de la Banque d'Affaires, où il a dirigé des équipes dans le développement de HSBC Kinetic et des services mobiles pour la banque d'affaires au Royaume-Uni. En outre, sa gestion s'est concentrée sur la création de produits numériques innovants tels que des solutions de paiement, des cartes, des prêts et des outils de gestion financière. Il a également été Responsable de la Banque et de l'Au-delà de la Banque, où il a supervisé des projets qui ont transformé les services bancaires aux PME grâce à des produits numériques.

Au niveau international, Erdi Karaca a été reconnu pour sa capacité à diriger des équipes complexes et à élaborer des stratégies qui ont favorisé l'innovation dans le domaine de la banque numérique. Il a dirigé des programmes mondiaux qui ont favorisé l'intégration des services bancaires intelligents et des technologies sur divers marchés. Son travail a été déterminant dans la mise en œuvre de solutions bancaires intelligentes alimentées par l'IA et dans la gestion de produits financiers pour les entreprises clientes à l'échelle mondiale. Il a également contribué à la recherche de multiples produits pour le secteur financier, en publiant des articles sur la mise en œuvre de l'IA dans le secteur bancaire et en présentant ses travaux lors de conférences internationales.



## M. Karaca, Erdi

---

- Directeur de la Banque Mobile chez HSBC Kinetic, Londres, Royaume-Uni
- Co-responsable de la Banque d'Entreprise chez HSBC Kinetic
- Responsable de la Banque et de l'Au-delà de la Banque chez HSBC Kinetic
- *Chief Data Officer* de la Banque Commerciale Mondiale chez HSBC Kinetic
- Responsable de l'Innovation, de la Stratégie et de l'Innovation dans la Banque Commerciale chez NatWest Group
- Responsable de la Stratégie Numérique et du Développement de Produits au sein du Groupe NatWest
- Master en Commerce de l'Université d'Oxford
- Cours sur l'Intelligence Artificielle : Implications pour la Stratégie Commerciale de la MIT Sloan School of Management
- Master en Politique Internationale de l'Université de Surrey
- Licence en Sciences Sociales de l'Université Technique d'Oxford

“

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

## Direction



### Dr Domingo Folgado, Javier

- ♦ *Founding Director de Relianze*
- ♦ Chef du Département d'analyse chez Aznar Patrimonio
- ♦ *Founding Partner à Finance Business School*
- ♦ Directeur de la Banque Privée chez *Degroof Petercam*
- ♦ Doctorat en Mathématiques Avancées Appliquées à l'Économie de l'UNED
- ♦ Licence en Sciences Économiques et Commerciales de l'Université de Valence
- ♦ Master en Gestion de Portefeuilles de l' *Institute of Advanced Finance*



### Dr Pérez Estébanez, Raquel

- ♦ Chercheuse en Sciences Économiques et Commerciales
- ♦ Chercheuse de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Doctorat en Sciences Économiques de l'Université Complutense de Madrid

## Professeurs

### Mme Bolinaga, Sara

- ◆ Spécialiste de l'Audit et de la Comptabilité
- ◆ Technicienne Comptable à Conservas V. Jalón
- ◆ Technicienne des Marchés Internationaux au Bureau Économique et Commercial de l'Ambassade d'Espagne à Varsovie
- ◆ Avocate en Matière de Conformité chez Deloitte
- ◆ Chercheuse avec des publications sur les études de marché
- ◆ Double Licence en Droit et en Administration des Affaires de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Master en Gestion Économique Financière de l'Université à Distance de Madrid

### M. Campuzano Vallés, Manuel

- ◆ Conseiller d'Entreprise dans le Domaine Financier
- ◆ Collaborateur Externe dans le Domaine de la Consultation et de la Formation de l'IECE
- ◆ Conseiller dans des Départements Financiers tels que Mobil Oil SA, Amstrad España SA, Frinat SA, IECE SA
- ◆ Licence en Économie et en Études commerciales de l'Université Autonome de Madrid
- ◆ Expert-Comptable et membre de la ROAC
- ◆ Enseignant dans le Domaine Financier à l'EAE Business School
- ◆ Professeur associé de Comptabilité Analytique et de Comptabilité Financière à l'Université Complutense de Madrid

### Dr López Domínguez, Ignacio

- ◆ Chercheur Spécialisé dans l'Administration Financière et la Comptabilité
- ◆ Enseignant dans le cadre d'études universitaires sur la Gestion Financière et la Comptabilité
- ◆ Auteur et co-auteur de nombreuses publications dans sa spécialité.
- ◆ Collaborateur régulier de divers médias
- ◆ Intervenant régulier lors de conférences sur les questions financières
- ◆ Doctorat et Licence en Sciences Économiques et en Administration des Affaires de l'Université Autonome de Madrid

### Mme Vico Román, Noelia

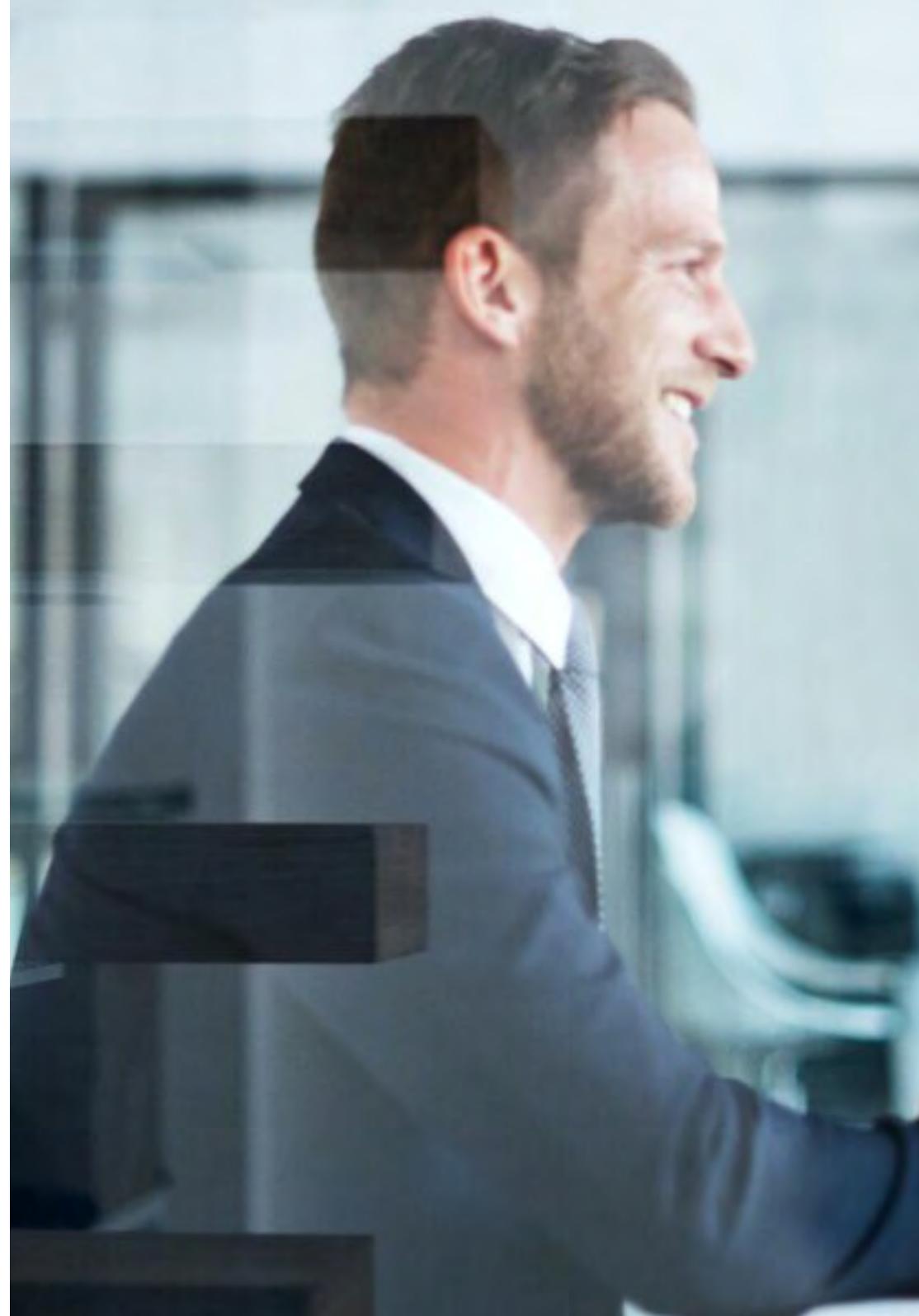
- ◆ Spécialiste de l'Économie et de l'Entreprise
- ◆ Enseignante dans des cycles de formation de niveau intermédiaire et supérieur en Gestion d'Entreprise dans la Communauté de Madrid
- ◆ Enseignante associée au Département d'Économie de l'Université CEU San Pablo
- ◆ Licence en Administration des Entreprises, Spécialisée en Comptabilité et Audit de l'Université Rey Juan Carlos, Madrid
- ◆ Diplôme en Administration des Affaires, Spécialisation en Comptabilité et Analyse Financière de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Master en Formation des Enseignants de l'Enseignement Secondaire de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Master en Intelligence Émotionnelle dans les différentes étapes de l'éducation
- ◆ Spécialiste Technique en Administration

**Dr López Gómez, Miguel Ángel**

- ♦ Expert en Conseil Financier
- ♦ PDG de la société de conseil Emacal. Alicante
- ♦ Consultant Financier pour Banco Santander, Intermoney, Citigroup, TechRules et SIAG
- ♦ Directeur Adjoint du Colegio Mayor et de la Residencia Antonio Machado de l'Université Carlos III de Madrid
- ♦ Enseignant dans le cadre de Cours de Formation pour la Banque Sabadell, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Banco Cooperativo, Banco Pastor, etc
- ♦ Doctorat en Économie de l'Université Carlos III de Madrid
- ♦ Doctorat en Gestion d'Entreprise de l'Université Autonome de Madrid
- ♦ Licence en Sciences Économiques et en Administration des Entreprises de l'Université d'Alicante

**Dr Martínez Laguna, Luis**

- ♦ Spécialiste en Sciences Économiques et Commerciales, et Recherche Commerciale
- ♦ Enseignant Spécialisé en Sciences Économiques et Commerciales
- ♦ Licence en Sciences Économiques et en Études Commerciales
- ♦ Doctorat en Comptabilité et Audits





**Dr Martínez de Silva, Alberto**

- ♦ Spécialiste en Sciences Économiques et Commerciales
- ♦ Directeur du Contrôle de Gestion chez Telefónica Espagne
- ♦ Directeur du Commerce de Gros chez Telefónica Internacional
- ♦ Doctorat en Sciences Économiques et Administration des Entreprises de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Licence en Sciences Économiques et en Administration des Entreprises de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Diplôme d'Études Supérieures en Développement de la Gestion de l'Université de Navarre

# 08 Diplôme

Le Mastère Avancé en Haute Direction Financière, Expert Comptable garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès  
et obtenez votre diplôme universitaire  
sans avoir à vous déplacer ou à passer  
par des procédures fastidieuses”*

Ce **Mastère Avancé en Haute Direction Financière, Expert Comptable** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé en Haute Direction Financière, Expert Comptable**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**



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



## **Mastère Avancé** Haute Direction Financière, Expert Comptable

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Mastère Avancé

Haute Direction Financière,  
Expert Comptable