

# Mastère Avancé

## Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise



## Mastère Avancé Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: 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-gestion-projets-technologiques-entreprise](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-gestion-projets-technologiques-entreprise)

# Sommaire

01

Présentation du programme

---

*page 4*

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

*page 8*

03

Programme d'études

---

*page 12*

04

Objectifs pédagogiques

---

*page 36*

05

Opportunités de carrière

---

*page 44*

06

Méthodologie d'étude

---

*page 48*

07

Corps Enseignant

---

*page 58*

08

Diplôme

---

*page 80*

# 01

# Présentation du programme

La transformation numérique a redéfini le mode de fonctionnement des organisations, entraînant une plus grande dépendance à l'égard des initiatives technologiques pour atteindre leurs objectifs stratégiques. Dans ce cadre, la Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise représente un défi important pour les professionnels. En effet, ils doivent posséder à la fois des compétences techniques, un esprit d'initiative et une connaissance approfondie des processus d'entreprise. C'est dans cette optique que TECH présente un programme universitaire en ligne innovant, axé sur ce domaine, qui fournira aux professionnels les stratégies les plus pointues pour garantir le succès de leurs Projets Technologiques et la durabilité de leurs entreprises.





“

*Grâce à ce programme 100% en ligne, vous gérerez des Projets Technologiques de manière globale et veillerez à ce que les objectifs soient atteints de manière efficace”*

Avec l'évolution rapide des technologies, les entreprises doivent être en mesure d'adapter et de transformer leurs processus pour rester pertinentes. En ce sens, la Gestion des Projets Technologiques est essentielle pour s'assurer que les initiatives technologiques sont mises en œuvre efficacement, en respectant les délais, les budgets et les objectifs de l'organisation. Il est donc essentiel que les professionnels acquièrent les compétences nécessaires pour diriger des Projets Technologiques au sein des institutions, en abordant des aspects clés tels que la gestion des risques, l'innovation et l'impact des technologies émergentes sur les résultats de l'entreprise.

Dans ce cadre, TECH lance un programme de pointe sur la Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise. Le programme, qui a été élaboré par des experts de premier plan dans ce domaine, couvrira des questions allant des principes fondamentaux du *management* exécutif et de la gestion financière à l'utilisation d'outils technologiques de pointe pour accroître la précision et la qualité des initiatives. Ainsi, les diplômés seront en mesure de gérer des Projets Technologiques de manière globale, de la planification à l'exécution, en veillant à ce que les objectifs soient atteints en termes de délais, de coûts et de qualité.

Pour consolider tous ces contenus didactiques, TECH utilise la méthode avant-gardiste du *Relearning*, qui consiste à réitérer progressivement les concepts clés pour qu'ils soient correctement assimilés. En outre, le diplôme universitaire fournit aux diplômés une variété d'études de cas réels, permettant aux professionnels de s'exercer dans des environnements simulés pour se rapprocher de la réalité des situations d'urgence. En ce sens, pour accéder aux ressources éducatives, les spécialistes n'auront besoin que d'un appareil électronique capable de se connecter à l'internet. En outre, un Directeur Invité International de renom donnera des cours de *Masterclass* perturbants qui permettront aux étudiants d'acquérir des compétences avancées.

Ce **Mastère Avancé en Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- Le développement d'études de cas pratiques présentées par des experts en Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise
- Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- L'accent mis sur les méthodologies innovantes dans la pratique des affaires
- 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 prestigieux Directeur Invité International proposera des Masterclasses exclusives pour approfondir les dernières tendances en matière de Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise”*

“

*Vous mettez en œuvre des normes de qualité dans tous les aspects des initiatives, en veillant à ce que les produits livrés répondent aux attentes des clients et aux exigences techniques”*

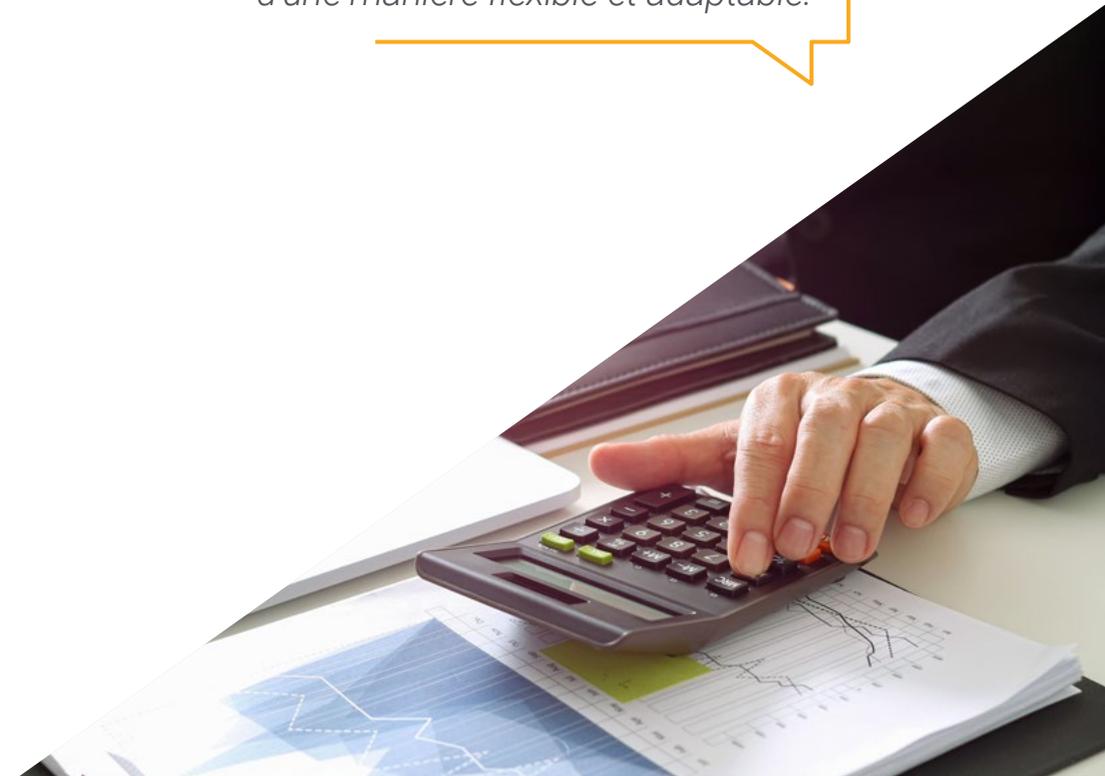
Son corps enseignant comprend des professionnels appartenant au domaine de la Gestion des Projets Technologiques en Entreprise, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus d'entreprises de premier plan et d'universités prestigieuses.

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.

*Avec le système Relearning de TECH, vous n'aurez pas à investir beaucoup d'heures d'étude et vous vous concentrerez sur les concepts les plus pertinents.*

*Vous maîtriserez les Méthodologies Agiles pour gérer les Projets Technologiques d'une manière flexible et adaptable.*



02

# Pourquoi étudier à TECH?

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



“

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

### La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

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

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

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

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

### Le meilleur personnel enseignant top international

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

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

La metodología  
más eficaz

### Une méthode d'apprentissage unique

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

### La plus grande université numérique du monde

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

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

### Leaders en matière d'employabilité

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



### Google Partner Premier

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



### L'université la mieux évaluée par ses étudiants

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



# 03

# Programme d'études

Grâce à ce programme très complet, les professionnels auront une connaissance approfondie de la Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise. Le parcours académique approfondira des domaines allant des fondamentaux du *management* exécutif ou du contrôle économique des initiatives à la mise en œuvre de méthodologies agiles telles que Lean pour améliorer significativement l'efficacité opérationnelle des organisations. Ainsi, les diplômés acquerront des compétences avancées en matière de leadership pour diriger des équipes pluridisciplinaires et relever tous les défis technologiques, garantissant ainsi le succès durable des organisations.





“

*Vous vous plongerez dans les méthodologies les plus sophistiquées afin de vous assurer que les Projets Technologiques se distinguent par leur haute qualité”*

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

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
  - 1.1.1. Gouvernance et Gouvernement 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 l'entreprise
  - 1.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise
- 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 moralité
  - 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. Entreprises durables
- 1.7. Responsabilité Sociale des entreprises
  - 1.7.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
  - 1.7.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
  - 1.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

- 1.8. Systèmes et outils de gestion responsables
  - 1.8.1. RSC: Mise en la 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 de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 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 *gouvernance d'entreprise*
  - 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 design organisationnelles
  - 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. Conception des organisations: typologies
- 2.2. Stratégie d'Entreprise
  - 2.2.1. Stratégie d'entreprise compétitive
  - 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 planification stratégique
- 2.4. Réflexion stratégique
  - 2.4.1. L'entreprise comme système
  - 2.4.2. Le 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. Modèles stratégiques: Les cinq P de la stratégie
- 2.8. Stratégie concurrentielle
  - 2.8.1. 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. Le concept de 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* Exécutif
  - 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
  - 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion de l'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 d'équipes
  - 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 3.3. La direction stratégique des personnes
  - 3.3.1. Direction 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 gérer et diriger les personnes
  - 3.4.3. Direction stratégique des Ressources Humaines
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement Ressources Humaines
  - 3.5.1. Approche du recrutement et de la 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* des professionnels des Ressources Humaines
- 3.13. Développer des équipes performantes
  - 3.13.1. Équipes performantes: équipes autogérées
  - 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 3.14. Développement des compétences managériales
  - 3.14.1. Qu'est-ce que les compétences managériales?
  - 3.14.2. Éléments des compétences
  - 3.14.3. Connaissances
  - 3.14.4. Compétences en matière 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. Clarté des objectifs
- 3.16. Gestion du changement
  - 3.16.1. Gestion du changement
  - 3.16.2. Types de processus de gestion des changements
  - 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 des Conflits
  - 3.17.3. Gestion de Crise
- 3.18. La communication managériale
  - 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
  - 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 équipes de Prévention des Risques Professionnels
  - 3.19.1. Gestion des Ressources Humaines et gestion d'équipe
  - 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 de rétention des talents
- 3.21. Rémunération monétaire ou non monétaire
  - 3.21.1. Rémunération monétaire ou 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. De nouveaux défis pour le 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. 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. Le passif de l'entreprise
  - 4.3.4. La Valeur Nette de l'entreprise
  - 4.3.5. Le compte de résultat
- 4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
  - 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
  - 4.4.2. Dépenses en général et comptabilité 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 de capital
  - 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. *Gestion du crédit*
- 4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
  - 4.8.1. Concepts fiscaux de base
  - 4.8.2. L'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. Direction Financière
  - 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
  - 4.10.2. Département financier
  - 4.10.3. Les excédents de trésorerie
  - 4.10.4. Les 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. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
  - 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
  - 4.11.4. Le schéma *Cash Flow*
  - 4.11.5. Le tableau des fonds de roulement
- 4.12. Stratégie financière de l'entreprise
  - 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
  - 4.12.2. Produits de financement des entreprises
- 4.13. Contexte Macroéconomique
  - 4.13.1. Contexte Macroéconomique
  - 4.13.2. Indicateurs économiques pertinents
  - 4.13.3. Mécanismes de suivi des amplitudes macroéconomiques
  - 4.13.4. 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. Marché des titres à Revenu Fixe
  - 4.15.3. Le marché des actions
  - 4.15.4. Le marché des changes
  - 4.15.5. Marchés des produits dérivés
- 4.16. Analyse et planification financières
  - 4.16.1. Analyse du bilan
  - 4.16.2. Analyse du compte de résultat
  - 4.16.3. Analyse de la rentabilité
- 4.17. Analyses et résolution de problèmes
  - 4.17.1. Informations financières d'Industria de Diseño y Textil, 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 des opérations
  - 5.1.4. Gestion des opérations
- 5.2. Organisation industrielle et logistique
  - 5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle
  - 5.2.2. Département Logistique
- 5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)
  - 5.3.1. Systèmes 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 efficace des achats d'une entreprise
  - 5.4.5. Étapes du processus de 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 vs. dépenses réelles
  - 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire
- 5.6. Contrôle des opérations de stockage
  - 5.6.1. Contrôle des stocks
  - 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. Typologies des chaînes d'approvisionnement
    - 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
    - 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
    - 5.9.3. Modèles de demande
    - 5.9.4. Stratégie opérationnelle et changement
  - 5.10. Interactions de la GCA avec tous les domaines
    - 5.10.1. Interaction avec la chaîne d'approvisionnement
    - 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
    - 5.10.3. Questions relatives à l'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 des chaînes logistiques
    - 5.12.3. Indicateurs 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: cartographie des processus
    - 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus
  - 5.14. Logistique de distribution et de transport
    - 5.14.1. Distribution dans la chaîne d'approvisionnement
    - 5.14.2. La logistique du Transport
    - 5.14.3. Les systèmes d'Information Géographique comme support à 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, prévision et réapprovisionnement participatifs
  - 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 opérations 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 avantage concurrentiel
  - 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. Gouvernement d'Entreprise en matière de technologie et de systèmes d'information
  - 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
  - 6.4.3. Experts en gestion 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 communications
  - 6.7.3. Système opérationnel: modèles de données standardisés
  - 6.7.4. Système stratégique: OLAP, modèle multidimensionnel et *dashboards* graphiques
  - 6.7.5. Analyse stratégique du BBDD et composition du rapport
- 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. La cybersécurité dans la BI et Data Science
- 6.9. Nouveau concept commercial
  - 6.9.1. Pourquoi 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 de Projets 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 de gestion d'entreprise
  - 6.12.2. Applications de 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, avantages et inconvénients
  - 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises
- 6.14. Technologies et tendances
  - 6.14.1. Principales tendances technologiques qui modifient les modèles d'entreprise
  - 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Cadre conceptuel *d'externalisation*
  - 6.15.2. *Outsourcing* des TI et son impact sur les entreprises
  - 6.15.3. Les clés de la mise en œuvre des projets *d'outsourcing* de TI dans l'entreprise

## 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 commerciales
  - 7.1.3. Le rôle des responsables 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 du commerce électronique
  - 7.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
  - 7.4.3. Commerce électronique Contexte général
  - 7.4.4. Catégories de commerce électronique
  - 7.4.5. Avantages et inconvénients d'*E-commerce* par rapport 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 digitaux
  - 7.5.3. Analyse du ROI sur un plan de marketing digital
- 7.6. Marketing numérique pour renforcer la marque
  - 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Stratégie de Marketing Numérique
  - 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique
  - 7.7.2. Outils de stratégie de 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 dans les 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 de l'élaboration d'un plan de Marketing en Ligne
  - 7.10.3. Avantages d'un plan de Marketing en Ligne
- 7.11. *Blended marketing*
  - 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Différences entre le Marketing en Ligne et le Marketing Hors Ligne
  - 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 matière de *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Bénéfices du *Blender 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 dans l'organisation
  - 7.13.3. Type de 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. Scénarios de 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* online

## Module 8. Études de marché, publicité et gestion du marketing

- 8.1. Investigation du marché
  - 8.1.1. Études de marché: origine historique
  - 8.1.2. Analyse et évolution du cadre conceptuel de l'étude de marché
  - 8.1.3. Éléments clés et valeur ajoutée des études de marché
- 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. Les études 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 de recherche
- 8.6. Études de marché internationales
  - 8.6.1. Études de marché Internationales
  - 8.6.2. Processus d'étude de marché international
  - 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les études de marché internationales
- 8.7. Études de faisabilité
  - 8.7.1. Concept et utilité
  - 8.7.2. Schéma d'une étude de faisabilité
  - 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité
- 8.8. Publicité
  - 8.8.1. Contexte historique de la Publicité
  - 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité ; principes, concept de *briefing* et positionnement
  - 8.8.3. Agences de publicité, agences médias et professionnels 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 de marketing stratégique
  - 8.9.4. Décisions de marketing opérationnel
- 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. Planification des 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 de l'entreprise/ du 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. Questions psychologiques dans 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. Analyse et outils d'aide à la décision
  - 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 pour les réseaux de vente propres et externes
  - 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des représentants commerciaux sur la base d'informations
- 8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
  - 8.16.1. Recrutement de représentants et d'agents commerciaux propres
  - 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
  - 8.16.3. Code de déontologie pour le personnel commercial
  - 8.16.4. Le respect de la réglementation
  - 8.16.5. Les normes de conduite commerciale 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. Le seuil de rentabilité
  - 8.18.2. Le budget des ventes. Le contrôle de gestion et le plan de vente annuel
  - 8.18.3. L'impact financier des décisions commerciales stratégiques
  - 8.18.4. Gestion des cycles, rotations, rentabilité et liquidité
  - 8.18.5. Compte de résultat

## Module 9. Innovation et Gestion de Projet

- 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. Stratégie de l'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 *startup*
  - 9.3.2. Philosophie du *Lean Startup*
  - 9.3.3. Les étapes du développement d'une *startup*
  - 9.3.4. Le rôle d'un chef de projet dans une *startup*
- 9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise
  - 9.4.1. Cadre conceptuel d'un modèle d'entreprise
  - 9.4.2. Conception et validation du modèle d'entreprise
- 9.5. Direction et Gestion des projets
  - 9.5.1. Direction et Gestion de projet: identification des opportunités de développement de projets d'innovation d'entreprise
  - 9.5.2. Principales étapes ou phases de la direction et de la gestion d'un projet 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. 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 de la communication
  - 9.7.3. Tendances émergentes
  - 9.7.4. Adaptations à l'équipement
  - 9.7.5. Planification de la gestion des communications
  - 9.7.6. Gestion des communications
  - 9.7.7. Suivi des communications
- 9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes
  - 9.8.1. Méthodologies innovantes
  - 9.8.2. Principes de base de Scrum
  - 9.8.3. Différences entre les principaux aspects de 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 10 principales raisons de l'échec des *start-ups*
  - 9.9.4. Aspect juridique
- 9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets
  - 9.10.1. Planification des risques
  - 9.10.2. Éléments pour l'élaboration d'un plan de gestion des risques
  - 9.10.3. Outils pour la création d'un plan de gestion des risques
  - 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

## Module 10. *Management Exécutif*

- 10.1. *General Management*
  - 10.1.1. Concept *General Management*
  - 10.1.2. L'action du Directeur 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 communication interpersonnelle
  - 10.5.3. La communication dans l'organisation
  - 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: contenu et calendrier
- 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 marque personnelle
  - 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 des Leaders
  - 10.10.3. Gestion des Processus de Changement
  - 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

### Module 11. Portée et planning du projet

- 11.1. Gestion de programmes et portefeuilles de projets
- 11.2. Gestion de la portée du projet
- 11.3. Conditions requises et définition de la portée
- 11.4. Décomposition en activités de l'objectif du projet
- 11.5. Validation et contrôle de la portée
- 11.6. Planification stratégique du temps dans la gestion de projets
- 11.7. Cycles de vie d'un projet
- 11.8. Planification efficace du temps et des horaires
- 11.9. Outils d'estimation des tâches
- 11.10. Exécution et contrôle du planning

### Module 12. Gestion Économique du projet

- 12.1. Plan financier
- 12.2. Modèle financier
- 12.3. Analyse de la faisabilité du projet
- 12.4. Gestion de la sensibilité du projet
- 12.5. Gestion du coût du projet
- 12.6. Estimation du coût du projet
- 12.7. Contrôler le coût du projet - EVM
- 12.8. Analyse économique des décisions
- 12.9. Outils MsProject
- 12.10. Outils et systèmes numériques pour la gestion de projet

### Module 13. Contrats et Qualité du projet

- 13.1. Planification des recrues
- 13.2. Planification de la recherche de fournisseurs
- 13.3. Gestion de la relation avec le fournisseur
- 13.4. Aspects légaux du recrutement
- 13.5. Gestion et administration du contrat
- 13.6. Gestion de la vente du projet
- 13.7. Lean management
- 13.8. Techniques d'amélioration du processus
- 13.9. Gestion de la qualité totale et gestion avancée des projets
- 13.10. Outils Lean pour la gestion de projet

### Module 14. Organisation et projets innovants

- 14.1. Gestion du changement organisationnel
- 14.2. La communication dans les organisations
- 14.3. Pensée créative: innovation
- 14.4. Ingénierie des processus et des produits
- 14.5. Intelligence stratégique de l'innovation
- 14.6. *Entrepreneurship & innovation*
- 14.7. Lancement et industrialisation de nouveaux produits
- 14.8. Systèmes de gestion RDI
- 14.9. Direction et *management* de projets de RDI
- 14.10. Project Management pour les *startups*

### Module 15. Méthodologies Agiles

- 15.1. Introduction aux méthodologies Agiles
- 15.2. Cycles de vie itératifs, adaptatifs, prédictifs et hybrides
- 15.3. Introduction à Scrum
- 15.4. Gestion des équipes Agiles
- 15.5. Événements de Scrum
- 15.6. Artefacts dans Scrum
- 15.7. Estimation et planification Agile
- 15.8. Métriques
- 15.9. Outils collaboratifs
- 15.10. Agilité organisationnelle

### Module 16. PMO

- 16.1. Introduction au Project Management Office
- 16.2. Fonctions du Project Management Office
- 16.3. Créer les conditions du changement Diriger le changement organisationnel
- 16.4. Vision et stratégie du PMO
- 16.5. Conception du modèle de PMO
- 16.6. Plan de ressources du PMO
- 16.7. Mise en place du PMO
- 16.8. Opération et outils du PMO
- 16.9. Culture du Project Management et gestion des connaissances dans l'organisation
- 16.10. PMO agile

**Module 17. Gestion des risques du projet**

- 17.1. Introduction à la Gestion des Risques
- 17.2. Planification de la gestion des risques dans les projets
- 17.3. Identification des risques
- 17.4. Analyse qualitative des risques
- 17.5. Hiérarchisation des risques
- 17.6. Analyse quantitative des risques
- 17.7. Analyse de scénarios et plans de réponse aux risques
- 17.8. Mise en place des réponses aux risques
- 17.9. Suivi et contrôle des risques
- 17.10. Enseignements tirés et gestion des connaissances

**Module 18. Introduction au financement de projets**

- 18.1. Introduction à la finance corporative
- 18.2. États financiers et flux de trésorerie
- 18.3. Valeur temporelle de l'argent et réduction des flux de trésorerie
- 18.4. Revenu fixe et son évaluation
- 18.5. Revenu variable et son estimation
- 18.6. Critères d'investissement financier le budget d'investissement
- 18.7. Analyse de projets
- 18.8. Risque et rentabilité: le coût du capital
- 18.9. Structure passive
- 18.10. Trésorerie et finances internationales

**Module 19. Introduction à la conception et à la gestion des projets technologiques et gestion de l'intégration des projets technologiques**

- 19.1. Introduction à la Direction de Projets Technologiques
  - 19.1.1. Le rôle du directeur de projet
  - 19.1.2. Définition du projet
  - 19.1.3. Structure de l'organisation
- 19.2. Gestion de Projet, gestion de programme et gestion de portefeuille
  - 19.2.1. Portefeuilles, programmes et projets
  - 19.2.2. Direction stratégique

- 19.3. Normes et meilleures pratiques pour la Gestion des Projets Technologiques
  - 19.3.1. Prince 2
  - 19.3.2. PMP
  - 19.3.3. ISO 21500:2012
- 19.4. Influences organisationnelles sur la conception et la gestion des projets technologiques
  - 19.4.1. Facteurs environnementaux d'une entreprise
  - 19.4.2. Les atouts des processus d'une organisation
- 19.5. Processus de gestion des projets technologiques
  - 19.5.1. Cycle de vie des projets technologiques
  - 19.5.2. Les groupes de processus
  - 19.5.3. Dynamique des groupes de processus
- 19.6. Élaboration de l'acte d'incorporation des projets technologiques
  - 19.6.1. Définition de l'acte de constitution des projets technologiques
  - 19.6.2. Outils et techniques
- 19.7. Développement du plan pour la conception et la gestion des projets technologiques
  - 19.7.1. Définition du plan de conception et de gestion des projets technologiques
  - 19.7.2. Outils et Techniques
- 19.8. Gérer des connaissances des projets technologiques
  - 19.8.1. Importance de la gestion des connaissances dans les projets technologiques
  - 19.8.2. Outils et techniques
- 19.9. Suivi des travaux des projets technologiques
  - 19.9.1. Suivi et contrôle des travaux
  - 19.9.2. Rapports de suivi des projets technologiques
  - 19.9.3. Outils et techniques
- 19.10. Contrôle intégré des changements dans les projets technologiques
  - 19.10.1. Objectifs et avantages du contrôle des changements dans les projets
  - 19.10.2. Le CCB (*Change Control Board*)
  - 19.10.3. Outils et techniques
- 19.11. Livraison et clôture de projets technologiques
  - 19.11.1. Objectifs et avantages de la clôture de projet
  - 19.11.2. Outils et techniques

## Module 20. Gestion de la portée du projet Technologiques

- 20.1. Introduction à la gestion de la portée
  - 20.1.1. Portée du projet
  - 20.1.2. Portée du produit
- 20.2. Principes de base de la gestion du champ d'application
  - 20.2.1. Concepts de base
  - 20.2.2. Ligne de base du champ d'application
- 20.3. Bénéfices de la gestion de la portée
  - 20.3.1. Gestion des attentes des partenaires
  - 20.3.2. *Scoop Creep* et *Gold Plating*
- 20.4. Considérations relatives aux environnements adaptatifs
  - 20.4.1. Types de Projets d'adaptation
  - 20.4.2. Définition de la portée dans les Projets adaptatifs
- 20.5. Planification de la gestion de la portée
  - 20.5.1. Plan de gestion de la portée
  - 20.5.2. Plan de gestion des exigences
  - 20.5.3. Outils et techniques
- 20.6. Recueillir les besoins
  - 20.6.1. Collecte et négociation des besoins
  - 20.6.2. Outils et techniques
- 20.7. Définition du champ d'application
  - 20.7.1. Déclaration sur la portée du Projet
  - 20.7.2. Outils et techniques
- 20.8. Création de la structure de répartition du travail
  - 20.8.1. Structure de Répartition du Travail (SRT)
  - 20.8.2. Types de SRT
  - 20.8.3. *Rolling Wave*
  - 20.8.2. Outils et techniques
- 20.9. Validation de la portée
  - 20.9.1. Qualité vs validation
  - 20.9.2. Outils et techniques
- 20.10. Contrôle de la portée
  - 20.10.1. Données et informations sur la gestion de projet
  - 20.10.2. Types de rapports sur l'exécution du travail
  - 20.10.3. Outils et techniques

## Module 21. Gestion de la portée du projet Technologiques

- 21.1. Durée estimée des tâches du projet
  - 21.1.1. Estimation par trois valeurs
    - 21.1.1.1. Plus probable (tM)
    - 21.1.1.2. Optimiste (tO)
    - 21.1.1.3. Pessimiste
  - 21.1.2. Estimation analogique
  - 21.1.3. Estimation paramétrique
  - 21.1.4. Estimation ascendante
  - 21.1.5. Prise de décision
  - 21.1.6. Jugement d'expert
- 21.2. Définition des activités et décomposition du travail du projet
  - 21.2.1. Décomposition
  - 21.2.2. Définir les activités
  - 21.2.3. Décomposition des travaux du projet
  - 21.2.4. Attributs de l'activité
  - 21.2.5. Liste des jalons
- 21.3. Séquence des activités
  - 21.3.1. Liste des activités
  - 21.3.2. Attributs des activités
  - 21.3.3. Méthode de diagramme des sources
  - 21.3.4. Détermination et intégration des dépendances
  - 21.3.5. Avances et retards
  - 21.3.6. Diagramme de réseau du calendrier du projet
- 21.4. Estimation de les ressources de les activités
  - 21.4.1. Registre des hypothèses
  - 21.4.2. Liste des activités
  - 21.4.3. Attributs des activités
  - 21.4.4. Registre des hypothèses
  - 21.4.5. Registre des enseignements tirés
  - 21.4.6. Affectation des équipes de projet
  - 21.4.7. Structure de répartition des ressources

- 21.5. Estimation de la durée des activités
  - 21.5.1. La loi des rendements décroissants
  - 21.5.2. Nombre de ressources
  - 21.5.3. Développements technologiques
  - 21.5.4. Motivation du personnel
  - 21.5.5. Documentation du projet
- 21.6. Développement des horaires
  - 21.6.1. Analyse de réseau de l'horaire
  - 21.6.2. Méthode du chemin critique
  - 21.6.3. Optimisation des ressources
    - 21.6.3.1. Nivellement des ressources
    - 21.6.3.2. Stabilisation des ressources
  - 21.6.4. Avances et retards
  - 21.6.5. Compression des horaires
    - 21.6.5.1. Intensification
    - 21.6.5.2. Exécution rapide
  - 21.6.6. Calendrier de base
  - 21.6.7. Calendrier du projet
  - 21.6.8. Données d'horaires
  - 21.6.9. Calendrier des projets
- 21.7. Types de relations et types de dépendances entre toutes les activités du projet
  - 21.7.1. Dépendances obligatoires
  - 21.7.2. Dépendances discrétionnaires
    - 21.7.2.1. Logique privilégiée
    - 21.7.2.2. Logique préférentielle
    - 21.7.2.3. Logique souple
  - 21.7.3. Dépendances externes
  - 21.7.4. Dépendances internes

- 21.8. Software de gestion des connaissances dans les projets technologiques
  - 21.8.1. Analyse des différents softwares
  - 21.8.2. Types de softwares
  - 21.8.3. Fonctionnalités et couverture
  - 21.8.4. Utilités et avantages
- 21.9. Contrôle des horaires
  - 21.9.1. Informations sur les performances professionnelles
  - 21.9.2. Prévisions d'horaires
  - 21.9.3. Demandes de changement
  - 21.9.4. Mise à jour du plan de gestion du temps
  - 21.9.4. Mises à jour des documents du projet
- 21.10. Recalcul du temps
  - 21.10.1. Chemin critique
  - 21.10.2. Calcul des temps minimum et maximum
  - 21.10.3. Autorisations de projet
    - 21.10.3.1. Qu'est-ce que c'est?
    - 21.10.3.2. Comment l'utiliser?
  - 21.10.4. Espace total
  - 21.10.5. Espace Libre

## Module 22. Gestion des coûts du Projet Technologique

- 22.1. Qu'est-ce qu'un plan de gestion des coûts?
  - 22.1.1. Outils et techniques de planification
  - 22.1.2. Résultats de la planification des coûts
- 22.2. Estimation des coûts. Types d'estimations. Analyse des réserves
  - 22.2.1. Informations utiles pour l'estimation des coûts
  - 22.2.2. Outils et techniques d'estimation des coûts
  - 22.2.3. Résultats de la budgétisation des coûts
- 22.3. Types de coûts de projet
  - 22.3.1. Coûts directs et indirects
  - 22.3.2. Coûts fixes et variables
- 22.4. Évaluation et sélection des projets
  - 22.4.1. Dimensions financières d'un projet
  - 22.4.2. VAN
  - 22.4.3. TIR et RRN
  - 22.4.4. Période de remboursement ou *payback*

- 22.5. Déterminer le budget
  - 22.5.1. Informations utiles pour la préparation du budget du projet
  - 22.5.2. Outils et techniques de budgétisation des coûts
  - 22.5.3. Résultats de la préparation du budget du projet
- 22.6. Projections des coûts
  - 22.6.1. Données et informations sur la gestion des coûts
  - 22.6.2. Types de rapports sur la performance des coûts
- 22.7. La technique de la valeur acquise (EVM)
  - 22.7.1. Variables de Base et Variables d'État
  - 22.7.2. Prévisions
  - 22.7.3. Techniques et pratiques émergentes
- 22.8. Flux de trésorerie du projet
  - 22.8.1. Types de flux de trésorerie
  - 22.8.2. Estimation des flux de trésorerie nets associés à un projet
  - 22.8.3. Flux de trésorerie actualisés
  - 22.8.4. Application du risque aux flux de trésorerie
- 22.9. Contrôle des coûts
  - 22.9.1. Objectifs et avantages du contrôle des coûts
  - 22.9.2. Outils et Techniques

## Module 23. Gestion de la Qualité Projets Technologiques

- 23.1. Importance de la gestion de la qualité dans les Projets
  - 23.1.2. Concepts clés
  - 23.1.3. Différence entre qualité et grade
  - 23.1.4. Précision
  - 23.1.5. Précision
  - 23.1.6. Métriques
- 23.2. Théoriciens de la qualité
  - 23.2.1. Edwards Deming
    - 23.2.1.1. Cycle de *Shewart- Deming (Plan Do-Check- Act)*
  - 23.2.2. Amélioration continue
  - 23.2.3. Joseph Juran. Le principe de Pareto
    - 23.2.3.1. La théorie de l'aptitude à l'emploi

- 23.2.4. La théorie de la gestion de la qualité totale
- 23.2.5. Kaoru Ishikawa (arête de poisson)
- 23.2.6. Philip Crosby (coût de la mauvaise qualité)
- 23.3. Règlementation: ISO 21500
  - 23.3.1. Introduction
  - 23.3.2. Contexte et histoire
  - 23.3.3. Objectifs et caractéristiques
  - 23.3.4. Groupe de processus - Groupe de sujets
  - 23.3.5. ISO 21500 vs. PMBok
  - 23.3.6. L'avenir de la norme
- 23.4. Tendances et pratiques émergentes en matière de gestion de la qualité
  - 23.4.1. Conformité aux politiques et audit
  - 23.4.2. Normes et conformité
  - 23.4.3. Amélioration continue
  - 23.4.4. Participation des *Stakeholders* (personnes intéressées)
  - 23.4.5. Rétrospectives récurrentes
  - 23.4.6. Rétrospectives ultérieures
- 23.5. Planification de la gestion de la qualité
  - 23.5.1. Analyse coûts-avantages
  - 23.5.2. Analyse de décision multicritères
  - 23.5.3. Planification des essais et des inspections
  - 23.5.4. Diagrammes de flux
  - 23.5.5. Modèle logique des données
  - 23.5.6. Diagramme matriciel
  - 23.5.7. Diagrammes d'interrelations
- 23.6. Coûts de conformité et de non-conformité de la qualité
  - 23.6.1. Coûts de conformité
  - 23.6.2. Coûts de la non-conformité ou de la non-conformité
  - 23.6.3. Coûts de prévention
  - 23.6.4. Coûts d'évaluation
  - 23.6.5. Défaillances internes
  - 23.6.6. Défaillances externes
  - 23.6.7. Coût marginal de la qualité
  - 23.6.8. Qualité optimale

- 23.7. Gestion de la qualité
  - 23.7.1. Listes de contrôle
  - 23.7.2. Analyse des alternatives
  - 23.7.3. Analyse des documents
  - 23.7.4. Analyse des processus
  - 23.7.5. Analyse des causes profondes
  - 23.7.6. Diagrammes de cause à effet
  - 23.7.7. Histogrammes
  - 23.7.8. Diagrammes de dispersion
  - 23.7.9. Conception pour X
  - 23.7.10. Méthodes d'amélioration de la qualité
- 23.8. Audits de qualité
  - 23.8.1. Qu'est-ce qu'un audit interne de qualité
  - 23.8.2. Les différents types d'audits
  - 23.8.3. Objectifs d'un audit interne
  - 23.8.4. Avantages des audits internes
  - 23.8.5. Acteurs impliqués dans l'audit interne
  - 23.8.6. Procédure d'audit interne
- 23.9. Contrôle de la qualité
  - 23.9.1. Feuilles de contrôle
  - 23.9.2. Échantillonnage statistique
  - 23.9.3. Questionnaires et enquêtes
  - 23.9.4. Examens des performances
  - 23.9.5. Inspection
  - 23.9.6. Test/évaluation des produits
  - 23.9.7. Rétrospectives et leçons apprises

## Module 24. Gestion des ressources du Projet Technologiques

- 24.1. Responsabilités et rôle des Ressources Humaines du Projet
  - 24.1.1. Chef de projet
  - 24.1.2. Sponsor
  - 24.1.3. Responsable fonctionnel
  - 24.1.4. Directeur fonctionnel
  - 24.1.5. Gestionnaire de portefeuille
  - 24.1.6. Membres de l'équipe
- 24.2. Gestion des ressources Technologiques
  - 24.2.1. Que sont les ressources Technologiques?
  - 24.2.2. Optimisation
  - 24.2.3. Valorisation
  - 24.2.4. Protection
- 24.3. Planification de la gestion des Ressources Humaines et estimation des ressources pour les activités
  - 24.3.1. Plan de gestion des ressources
    - 24.3.1.1. Représentation des données
    - 24.3.1.2. Théorie des organisations
  - 24.3.2. Ressources nécessaires
  - 24.3.3. Base des Estimations
  - 24.3.4. Structure de répartition des ressources
  - 24.3.5. Mises à jour des documents de référence
- 24.4. Les différents pouvoirs du chef de projet
  - 24.4.1. Pouvoir et influence
  - 24.4.2. Le pouvoir de récompense
  - 24.4.3. Le pouvoir punitif
  - 24.4.4. Le pouvoir des experts
  - 24.4.5. Le pouvoir de référence
  - 24.4.6. Le pouvoir officiel
  - 24.4.7. Exercices pratiques sur la manière d'utiliser les différents pouvoirs du chef de projet

- 24.5. Acquérir la bonne équipe de projet pour le projet
  - 24.5.1. Qu'est-ce que l'approvisionnement en équipe?
  - 24.5.2. Les moyens d'acquisition des équipements
    - 24.5.2.1. Recrutement
    - 24.5.2.2. Sous-traitance
  - 24.5.3. Prise de décision
    - 24.5.3.1. Disponibilité
    - 24.5.3.2. Coûts
    - 24.5.3.3. Expérience
    - 24.5.3.4. Habilités
    - 24.5.3.5. Connaissances
    - 24.5.3.6. Capacités
    - 24.5.3.7. Attitude
    - 24.5.3.8. Facteurs internationaux
  - 24.5.4. Pré-affectation
  - 24.5.5. Équipes virtuelles
- 24.6. Développement des compétences interpersonnelles (soft skills):
  - 24.6.1. Leadership
  - 24.6.2. Motivation
  - 24.6.3. Communication
  - 24.6.4. Influence
  - 24.6.5. Facilitation de groupe
  - 24.6.6. Créativité
  - 24.6.7. Intelligence émotionnelle
  - 24.6.8. Prise de décision
- 24.7. Développement de l'Équipe Projet
  - 24.7.1. Reconnaissance et récompenses
    - 24.7.1.2. Conditions préalables à remplir pour l'appliquer
    - 24.7.1.3. Créer un système de reconnaissance et de récompense
  - 24.7.2. Formation
  - 24.7.3. *Co-location* (Tight-matrix)
  - 24.7.4. Technologie de la communication
  - 24.7.5. Activités de renforcement de l'esprit d'équipe (*Team Bulding*)
- 24.8. Gestion de l'équipe de projet. Évaluation des performances, gestion des équipes de projet
  - 24.8.1. Planification
  - 24.8.2. Types d'évaluations
    - 24.8.2.1. Évaluations personnelles Evaluations à 360
    - 24.8.2.2. Évaluations d'équipe
  - 24.8.3. Définition des variables
  - 24.8.4. Conception du système d'évaluation des performances
  - 24.8.5. Mise en œuvre et formation des évaluateurs
- 24.9. Techniques de gestion et de résolution des conflits
  - 24.9.1. Quels sont les conflits dans un projet? Types
  - 24.9.2. Collaborer/résoudre des problèmes(*Collaborate/Problem Solve*)
  - 24.9.3. Compromis/Consentement (*Compromise/Reconcile*)
  - 24.9.4. Retirer/éviter (*Withdraw/Avoid*)
  - 24.9.5. Douceur/accommodation (*Smooth/Accommodate*)
  - 24.9.6. Forcer/Diriger (*Force/Direct*)
  - 24.9.7. Exercices pratiques sur le moment où il convient d'utiliser chaque technique de résolution des conflits
- 24.10. Tendances et pratiques émergentes dans la gestion utilisation des ressources de Projets Technologiques
  - 24.10.1. Méthodes de gestion des ressources
  - 24.10.2. Intelligence émotionnelle (IE)
  - 24.10.3. Équipes auto-organisées
  - 24.10.4. Équipes virtuelles/Équipes distribuées
  - 24.10.5. Considérations relatives à l'adaptation
  - 24.10.6. Considérations pour les environnements agiles/adaptatifs

## Module 25. Gestion des communications et des parties prenantes (Stakeholders) des Projets Technologiques

- 25.1. Communication et gestion des parties prenantes des projets technologiques
  - 25.1.1. Pourquoi un plan de gestion des communications est-il important?
  - 25.1.2. Introduction à la gestion des communications
  - 25.1.3. Analyse et besoins en matière de communications
  - 25.1.4. Dimensions des communications
  - 25.1.4.1. Techniques et outils
- 25.2. Compétences en communication
  - 25.2.1. Émission consciente
  - 25.2.2. Écoute active
  - 25.2.3. Empathie
  - 25.2.4. Éviter les mauvais gestes
  - 25.2.5. Lecture et écriture
  - 25.2.6. Respect
  - 25.2.7. Persuasion
  - 25.2.8. Crédibilité
- 25.3. Communication efficace et efficiente et types de communication
  - 25.3.1. Définition
  - 25.3.2. Communication efficace
  - 25.3.3. Une communication efficace
  - 25.3.4. Communication formelle
  - 25.3.5. Communication informelle
  - 25.3.6. Communication écrite
  - 25.3.7. Communication verbale
  - 25.3.8. Exercices pratiques sur l'utilisation des types de communication dans un projet
- 25.4. Gestion et contrôle des communications
  - 25.4.1. Gestion de la communication des projets
  - 25.4.2. Modèles de communication
  - 25.4.3. Méthodes de communication
  - 25.4.4. Les canaux de communication dans les projets
- 25.5. Tendances et pratiques émergentes en matière de communication
  - 25.5.1. Évaluation des styles de communication
  - 25.5.2. Sensibilisation politique
  - 25.5.3. Sensibilisation culturelle
  - 25.5.4. Technologie des communications
- 25.6. Identification et analyse des parties prenantes (*stakeholders*)
  - 25.6.1. Pourquoi est-il important de gérer les *stakeholders*?
  - 25.6.2. Analyse et enregistrement des *stakeholders*
  - 25.6.3. Intérêts et préoccupations des *stakeholders*
  - 25.6.4. Considérations pour les environnements agiles et adaptatifs
- 25.7. Planification de gestion des communication (*stakeholders*)
  - 25.7.1. Stratégies de gestion appropriées
  - 25.7.2. Outils et techniques
- 25.8. Gestion de l'engagement des parties prenantes (*Stakeholders*). La stratégie de gestion
  - 25.8.1. Méthodes pour augmenter le soutien et minimiser la résistance
  - 25.8.2. Outils et techniques
- 25.9. Surveillance de l'engagement des parties prenantes (*stakeholders*)
  - 25.9.1. Rapport sur la performance des *stakeholders*
  - 25.9.2. Outils et techniques

## Module 26. Gestion des ressources du Projet Technologiques

- 26.1. Introduction à la Gestion des marchés publics
  - 26.1.1. Définition du contrat
  - 26.1.2. Cadre juridique de la passation de marchés
- 26.2. Concepts de base
  - 26.2.1. Définition du contrat
  - 26.2.2. Le gestionnaire de projet et le contrat
  - 26.2.3. Activités principales
  - 26.2.4. Contrats centralisés et décentralisés
- 26.3. Gestion des marchés publics: Bénéfices
  - 26.3.1. Définition de la stratégie d'achat
  - 26.3.2. Types de stratégies
- 26.4. Les marchés publics dans les environnements adaptatifs
- 26.5. Types de Contrats
  - 26.5.1. Contrats à prix fixe
  - 26.5.2. Contrats à frais remboursables
  - 26.5.3. Contrats temps et matériaux
- 26.6. Documentation relative aux achats
  - 26.6.1. Types de documents de passation de marchés
  - 26.6.2. Flux de documents dans la gestion des achats
- 26.7. Négociation avec les fournisseurs
  - 26.7.1. Objectifs de la négociation avec les fournisseurs
  - 26.7.2. Techniques de négociation avec les fournisseurs
- 26.8. Planification de la gestion des achats
  - 26.8.1. Plan de gestion des marchés publics
  - 26.8.2. Outils et techniques
- 26.9. Approvisionnement
  - 26.9.1. Recherche, sélection et évaluation des offres
  - 26.9.2. Outils et Techniques
  - 26.9.3. Matrice de pondération des offres
- 26.10. Suivi et contrôle des marchés publics
  - 26.10.1. Points de suivi et de contrôle des marchés publics selon le type de contrat
  - 26.10.2. Outils et techniques

## Module 27. Certification PMP® ou CAPM® et code d'éthique. Tendances et pratiques émergentes dans la Gestion et la direction de Projets Technologiques

- 27.1. Qu'est-ce que le PMP®, le CAPM® et le PMI®?
  - 27.1.1. Qu'est-ce que le PMP®?
  - 27.1.2. CAPM
  - 27.1.3. PMI®
  - 27.1.4. PMBok
- 27.2. Avantages et bénéfices de l'obtention d'une certification PMP® et CAPM®
  - 27.2.1. Techniques et astuces pour réussir l'examen de certification PMP® et CAPM® dès la première tentative
  - 27.2.2. PMI-ismes
- 27.3. Déclaration de l'expérience professionnelle auprès du PMI® (Project Management Technology Institute)
  - 27.3.1. Inscription en tant que membre du PMI®
  - 27.3.2. Conditions d'admission aux examens de certification PMP® et CAPM®
  - 27.3.3. Analyse de l'expérience professionnelle du stagiaire
  - 27.3.4. Modèle d'aide pour le rapport d'expérience professionnelle de l'apprenant
  - 27.3.5. Rapport d'expérience dans le software PMI
- 27.4. Examen de certification PMP® ou CAPM®
  - 27.4.1. À quoi ressemble l'examen de certification PMP® ou CAPM®?
  - 27.4.2. Nombre de questions notées et non notées
  - 27.4.3. Durée de l'examen
  - 27.4.4. Seuil de la note de passage
  - 27.4.5. Nombre de questions par groupe de processus
  - 27.4.6. Méthodologie d'évaluation

- 27.5. Méthodologies agiles
  - 27.5.1. Agile
  - 27.5.2. SCRUM
  - 27.5.3. Kanban
  - 27.5.4. LEAN
  - 27.5.5. Comparaison avec les certifications du PMI®
- 27.6. Développement de *logiciels* dans les méthodologies agiles
  - 27.6.1. Analyse des différents *softwares* sur le marché
  - 27.6.2. Avantages et bénéfices
- 27.7. Avantages et limites de la mise en œuvre des méthodologies agiles dans vos projets technologiques
  - 27.7.1. Avantages
  - 27.7.2. Limites
  - 27.7.3. Méthodologies agiles et outils traditionnels
- 27.8. Code d'éthique dans la gestion de vos projets
  - 27.8.1. Responsabilité
  - 27.8.2. Respect
  - 27.8.3. Impartialité



*Le matériel didactique de ce diplôme, élaboré par ces spécialistes, a un contenu tout à fait applicable à votre expérience professionnelle”*

04

# Objectifs pédagogiques

Grâce à ce programme de TECH unique, les experts auront une solide compréhension de la Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise. Ils acquerront également un large éventail de compétences pour la création de propositions, depuis leur conception jusqu'à leur processus de mise en œuvre. Les professionnels disposeront ainsi des ressources nécessaires pour franchir une nouvelle étape dans leur carrière et passer au niveau supérieur.



“

*Vous contrôlerez de manière optimale le budget des initiatives, en veillant à l'utilisation efficace des ressources financières disponibles”*



## 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
- ♦ Encourager la création de stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour devenir plus compétitive et atteindre ses propres objectifs
- ♦ Travailler de manière plus efficace, plus agile et plus en phase avec les nouvelles technologies et les nouveaux outils actuels
- ♦ Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- ♦ Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté
- ♦ Clarifier l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements
- ♦ Appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise
- ♦ Mettre en œuvre la stratégie de marketing qui permet de faire connaître le produit aux clients potentiels et de générer une image adéquate de l'entreprise
- ♦ Établir des lignes directrices appropriées pour l'adaptation de l'entreprise à l'évolution de la société
- ♦ Proposer un modèle d'entreprise dynamique qui appuie sa croissance sur des ressources immatérielles
- ♦ Augmenter l'employabilité du professionnel qui étudie ce programme
- ♦ Améliorer le niveau de rémunération dont les professionnels disposent au moment de l'obtention de ce diplôme
- ♦ Savoir gérer les entreprises, le travail et les personnes dans des environnements très incertains
- ♦ Savoir travailler de manière plus efficace, plus agile et plus alignée avec les nouvelles technologies et les outils actuels
- ♦ Apprendre les principaux aspects juridiques lors de la rédaction d'un contrat de projet
- ♦ Connaître les meilleures pratiques pour que votre équipe soit non seulement impliquée mais aussi engagée dans le projet
- ♦ Comprendre l'importance de la responsabilité sociale de l'entreprise en tant que partie essentielle de tout projet
- ♦ Savoir comment hiérarchiser et retarder les projets et les idées au sein d'une organisation



## Objectifs spécifiques

---

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

- ◆ Développer des compétences de leadership éthique qui intègrent la responsabilité sociale et les pratiques de développement durable dans la stratégie de l'entreprise
- ◆ Prendre des décisions qui favorisent le bien-être social, le respect de l'environnement et la création de valeur à long terme pour toutes les parties prenantes

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

- ◆ Former à la formulation et à la mise en œuvre de stratégies commerciales qui garantissent une croissance durable et la compétitivité sur des marchés dynamiques
- ◆ Acquérir des compétences en matière de gestion d'équipes de direction, en menant la transformation de l'organisation pour s'adapter aux défis de l'environnement mondial

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

- ◆ Fournir des outils pour la gestion des talents humains, depuis l'attraction jusqu'à la rétention des meilleurs professionnels
- ◆ Concevoir des stratégies de ressources humaines qui alignent les compétences du personnel sur les objectifs stratégiques de l'entreprise

### Module 4. Gestion économique et financière

- ◆ Approfondir la prise de décision financière stratégique afin de maximiser la rentabilité et de minimiser les risques dans l'entreprise
- ◆ Développer des compétences en matière de planification financière, de contrôle budgétaire et de gestion des investissements au niveau de l'organisation

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

- ◆ Approfondir la gestion efficace des opérations et de la logistique, en optimisant la chaîne d'approvisionnement afin de réduire les coûts et d'améliorer la productivité
- ◆ Formation à la mise en œuvre de processus opérationnels qui alignent la stratégie de l'entreprise sur la demande du marché

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

- ♦ Approfondir l'intégration et la gestion des systèmes d'information au sein de l'entreprise, en améliorant l'efficacité opérationnelle et la prise de décision fondée sur les données
- ♦ Développer des compétences pour appliquer des solutions technologiques afin d'optimiser les processus et de garantir la compétitivité sur le marché

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

- ♦ Approfondir la création de stratégies marketing et commerciales qui augmentent la visibilité de la marque et optimisent les relations avec les clients
- ♦ Examiner la gestion de la communication d'entreprise afin de renforcer l'identité et la réputation de l'entreprise sur le marché

### **Module 8. Études de marché, publicité et gestion du marketing**

- ♦ Maîtriser les techniques d'étude de marché pour identifier les opportunités commerciales et développer des stratégies publicitaires efficaces
- ♦ Obtenir des compétences pour gérer l'activité commerciale, optimiser les campagnes publicitaires et assurer la réalisation des objectifs

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

- ♦ Développer des compétences en matière de gestion de projets innovants, de gestion du changement et d'adaptation continue aux nouvelles tendances et technologies
- ♦ Former à la planification, à l'exécution et à l'évaluation de projets d'innovation qui génèrent une valeur à long terme pour l'organisation

### **Module 10. Management Exécutif**

- ♦ Formation au développement des compétences de gestion pour diriger des équipes, prendre des décisions stratégiques et gérer les performances de l'organisation
- ♦ Être capable de créer une culture de l'innovation, de la responsabilité et de l'engagement qui optimise les résultats de l'entreprise

### **Module 11. Portée et planning du projet**

- ♦ Approfondir la définition de la portée du projet, en veillant à ce que tous les aspects soient couverts sans écarts de temps ou de ressources
- ♦ Développer des compétences pour gérer et contrôler les calendriers des projets, en veillant au respect des délais fixés

### **Module 12. Gestion Économique du projet**

- ♦ Approfondir la gestion économique des projets, y compris la budgétisation, la gestion des coûts et l'affectation des ressources financières
- ♦ Prendre des décisions financières dans le cadre de projets afin d'optimiser l'utilisation des ressources et de maximiser le retour sur investissement

### **Module 13. Contrats et Qualité du projet**

- ♦ S'enquérir de la gestion des contrats et des relations avec les fournisseurs et les clients, en veillant à ce que les normes de qualité soient respectées dans le cadre des projets
- ♦ Acquérir des compétences pour mettre en œuvre des contrôles de qualité efficaces pendant toutes les phases du projet

**Module 14. Organisation et projets innovants**

- ♦ Approfondir la structuration et l'organisation de projets innovants qui stimulent la compétitivité et l'efficacité organisationnelle
- ♦ dans la structuration et l'organisation de projets innovants qui renforcent la compétitivité et l'efficacité de l'organisation

**Module 15. Méthodologies Agiles**

- ♦ Manipuler des méthodologies agiles, telles que Scrum et Kanban, pour gérer des projets de manière efficace et flexible
- ♦ Acquérir des compétences pour mettre en œuvre des méthodes agiles afin d'améliorer la productivité et l'adaptabilité des équipes de travail

**Module 16. PMO**

- ♦ Analyser la gestion et la supervision d'un bureau de gestion de projets, en veillant à l'alignement des projets sur les objectifs stratégiques de l'entreprise
- ♦ Mettre en œuvre les meilleures pratiques en matière de gestion de projets, en normalisant les processus et en améliorant les performances de l'organisation

**Module 17. Gestion des risques du projet**

- ♦ Développer des compétences en matière d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques dans le cadre des projets
- ♦ Permettre la mise en œuvre de stratégies de gestion des risques afin de garantir la réussite et la continuité du projet

**Module 18. Introduction au financement de projets**

- ♦ Approfondir les principes financiers fondamentaux appliqués aux projets, y compris l'évaluation de la faisabilité et la gestion des ressources financières
- ♦ Être capable de calculer la rentabilité des projets et de s'assurer de leur viabilité économique

**Module 19. Introduction à la conception et à la gestion des projets technologiques et gestion de l'intégration des projets technologiques**

- ♦ Approfondir la gestion des projets technologiques, de la planification à l'intégration des nouvelles technologies dans les processus existants
- ♦ Concevoir et diriger des projets technologiques en les alignant sur les objectifs stratégiques de l'organisation

**Module 20. Gestion de la portée du projet Technologiques**

- ♦ Analyser la définition et la gestion de la portée des projets technologiques, en veillant à ce que les objectifs fixés soient atteints sans déviation
- ♦ Développer des compétences pour gérer les attentes des *stakeholders* et les ressources du projet

**Module 21. Gestion de la portée du projet Technologiques**

- ♦ Approfondir la gestion efficace du temps dans les projets technologiques, y compris la planification des activités et l'optimisation des délais
- ♦ Être capable d'identifier les goulets d'étranglement et de mettre en œuvre des solutions pour garantir la livraison des projets dans les délais impartis

### Module 22. Gestion des coûts du Projet Technologique

- ♦ Former à la planification et au contrôle des coûts des projets technologiques, en veillant au respect du budget alloué
- ♦ Suivi optimal des coûts et prise de décision pour maintenir le projet dans les limites financières fixées

### Module 23. Gestion de la Qualité Projets Technologiques

- ♦ Approfondir la mise en œuvre des contrôles de qualité dans les projets technologiques, en veillant à ce que les produits livrés respectent les normes établies
- ♦ Approfondir la mesure et l'évaluation de la qualité dans toutes les phases du projet

### Module 24. Gestion des ressources du projet Technologiques

- ♦ Examiner l'affectation et la gestion efficaces des ressources humaines, matérielles et financières dans les projets technologiques
- ♦ Optimiser l'utilisation des ressources et assurer le succès à long terme du projet

### Module 25. Gestion des communications et des parties prenantes (Stakeholders) des Projets Technologiques

- ♦ Développer des compétences pour gérer les communications au sein du projet, en veillant à ce que toutes les parties prenantes reçoivent les informations nécessaires
- ♦ Formation à la gestion des attentes des *stakeholders*, en alignant leurs intérêts sur les objectifs du projet

### Module 26. Gestion des ressources du Projet Technologiques

- ♦ Approfondir la gestion des achats dans les projets technologiques, en veillant à ce que les bons fournisseurs soient sélectionnés et que les contrats soient gérés efficacement
- ♦ Explorer la négociation d'accords qui favorisent la réussite du projet





### Module 27. Certification PMP® ou CAPM® et code d'éthique Tendances et pratiques émergentes dans la Gestion et la direction de Projets Technologiques

- ♦ Approfondir la préparation à la certification PMP® ou CAPM®, et la mise en œuvre de pratiques éthiques et durables dans la gestion de projets technologiques
- ♦ Développer des compétences dans l'adoption des tendances émergentes et des meilleures pratiques qui améliorent la gestion des projets technologiques

“

*Vous disposez d'un large éventail de ressources d'apprentissage, accessibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7”*

05

# Opportunités de carrière

À l'issue de ce programme en Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise, les professionnels acquerront une solide compréhension des méthodologies et des outils essentiels à la planification, à l'exécution et au suivi de projets technologiques complexes. En outre, les diplômés concevront et mettront en œuvre des stratégies qui optimisent les ressources et garantissent le succès des initiatives technologiques dans les organisations. De cette manière, les experts amélioreront leurs perspectives de carrière et occuperont des postes spécialisés tels que celui de Gestionnaire des Projets Technologiques.



“

*Vous dirigerez les processus de Transformation Numérique dans les entreprises, en intégrant les technologies émergentes pour optimiser les processus opérationnels”*

### Profil des diplômés

Le diplômé du programme en Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise est un professionnel hautement qualifié pour planifier, exécuter et superviser des projets technologiques complexes. Il possède une connaissance approfondie des méthodologies agiles, des outils numériques et des stratégies de gestion qui optimisent les ressources et garantissent le succès des initiatives technologiques. En outre, il est prêt à diriger des équipes pluridisciplinaires, à collaborer avec différents services et à faire le lien entre la technologie et les objectifs de l'entreprise, en promouvant l'innovation et l'efficacité organisationnelle.

*Vous veillerez à la sécurité et à la conformité réglementaire des Projets Technologiques, en protégeant de manière significative les actifs numériques.*

- ♦ **Gestion des Projets et du Temps:** Une compétence essentielle est la capacité à planifier, organiser et gérer efficacement des projets technologiques, y compris la gestion du temps, l'affectation des ressources et la coordination d'équipes pluridisciplinaires pour respecter les délais et les objectifs.
- ♦ **Pensée Critique et Résolution de Problèmes:** Les professionnels développent la capacité d'analyser des situations complexes, d'identifier les défis technologiques et commerciaux et de générer des solutions innovantes et efficaces qui optimisent les processus et garantissent la réussite des projets.
- ♦ **Compétence Numérique Avancée:** Dans le contexte actuel, il est essentiel pour les professionnels de maîtriser les outils numériques et les technologies émergentes, des logiciels de gestion de projet aux plateformes d'analyse de données, afin d'optimiser l'exécution et le suivi des projets technologiques.
- ♦ **Réflexion Stratégique:** Développer la capacité à aligner les projets technologiques sur les objectifs stratégiques de l'entreprise, en identifiant les possibilités d'innovation et en veillant à ce que les initiatives contribuent à la croissance et à la durabilité de l'organisation.





Après avoir obtenu le titre de Mastère Avancé, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences dans les postes suivants:

- 1. Directeur des Projets Technologiques:** Expert en gestion et direction de projets technologiques au sein de l'entreprise, assurant l'alignement sur les objectifs stratégiques et garantissant une livraison réussie dans le respect des délais et du budget
- 2. Gestionnaire de l'Innovation:** Professionnel chargé de diriger les initiatives d'innovation technologique, de développer et d'appliquer de nouvelles solutions pour améliorer les processus, les produits et les services de l'organisation
- 3. Coordinateur de l'Implémentation Technologique:** Spécialiste de la coordination de la mise en œuvre de nouvelles technologies et de nouveaux systèmes, assurant leur intégration efficace dans l'infrastructure existante et la fonctionnalité opérationnelle
- 4. Consultant en Gestion des Projets Technologiques:** Conseille les entreprises sur la planification, l'exécution et l'optimisation de leurs projets technologiques, en améliorant l'efficacité, en réduisant les coûts et en garantissant la conformité avec les objectifs fixés
- 5. Analyste de Projets Technologiques:** Responsable de l'évaluation et de l'analyse des performances des projets technologiques, de l'identification des domaines d'amélioration et de la formulation de recommandations visant à optimiser les ressources et les résultats
- 6. Spécialiste des Méthodologies Agiles:** Expert dans l'application des méthodologies agiles pour la gestion de projets, facilitant l'adaptabilité, la collaboration et l'efficacité dans des environnements dynamiques et changeants
- 7. Gestionnaire des Technologies de l'Information:** Responsable de la supervision et de la direction des opérations IT, de l'alignement des initiatives technologiques sur les besoins de l'entreprise et de la garantie de la continuité opérationnelle
- 8. Directeur de la Transformation Numérique:** Professionnel qui dirige les processus de transformation numérique dans l'entreprise, en intégrant les technologies émergentes pour optimiser les processus, améliorer la compétitivité et favoriser l'innovation
- 9. Coordinateur de la Sécurité des Projets Technologiques:** Responsable de la sécurité et de la conformité réglementaire des projets technologiques, de la protection des actifs numériques et de la minimisation des risques de cybersécurité
- 10. Responsable du Développement de Software:** Spécialiste de la direction d'équipes de développement de logiciels, assurant la fourniture de produits de haute qualité répondant aux besoins des entreprises et aux attentes des clients

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”*

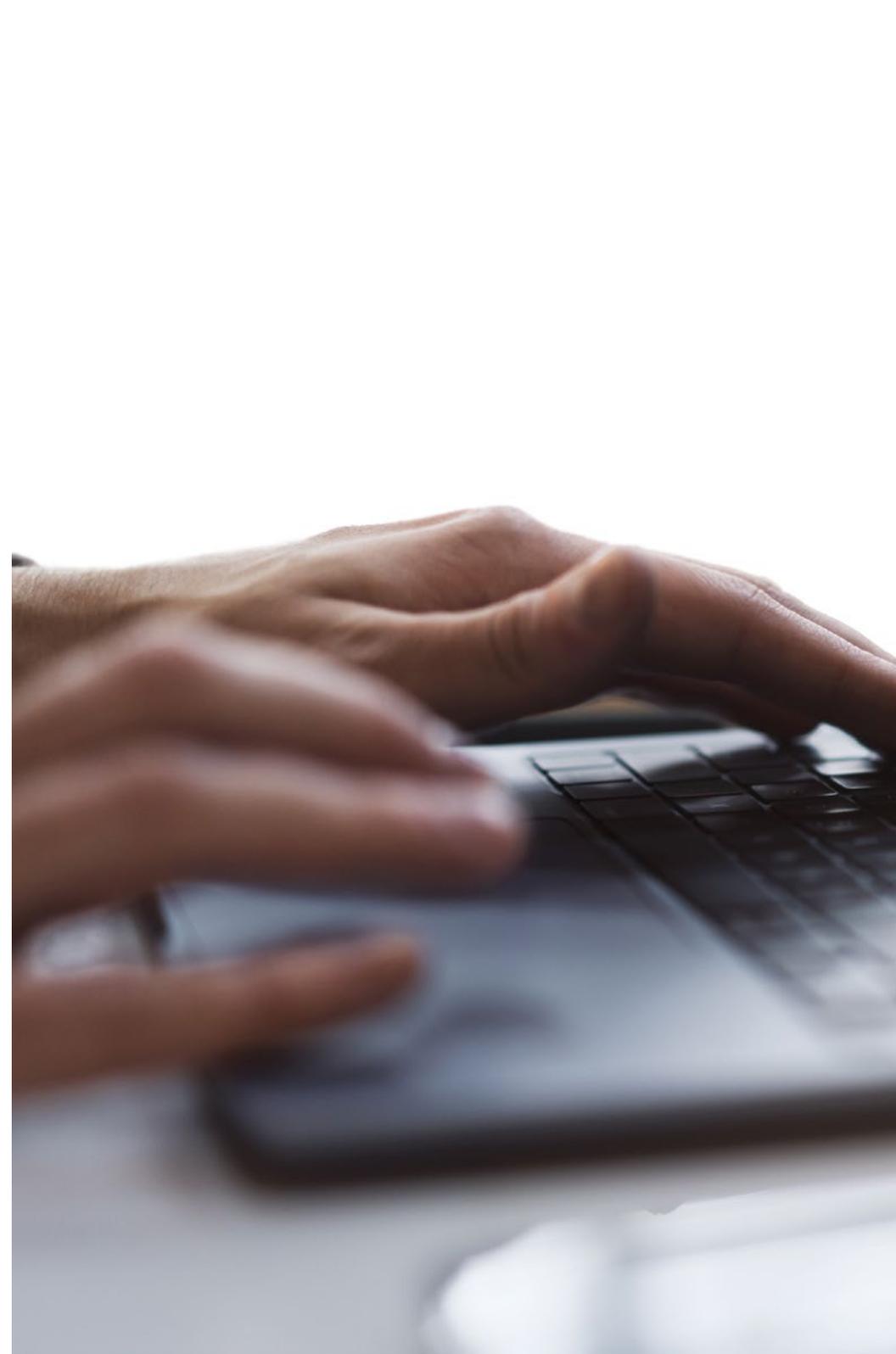
## L'étudiant: la priorité de tous les programmes de TECH

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 et des objectifs des cours est excellente. Sans surprise, l'institution est devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants sur la plateforme d'évaluation Global Score, avec 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.

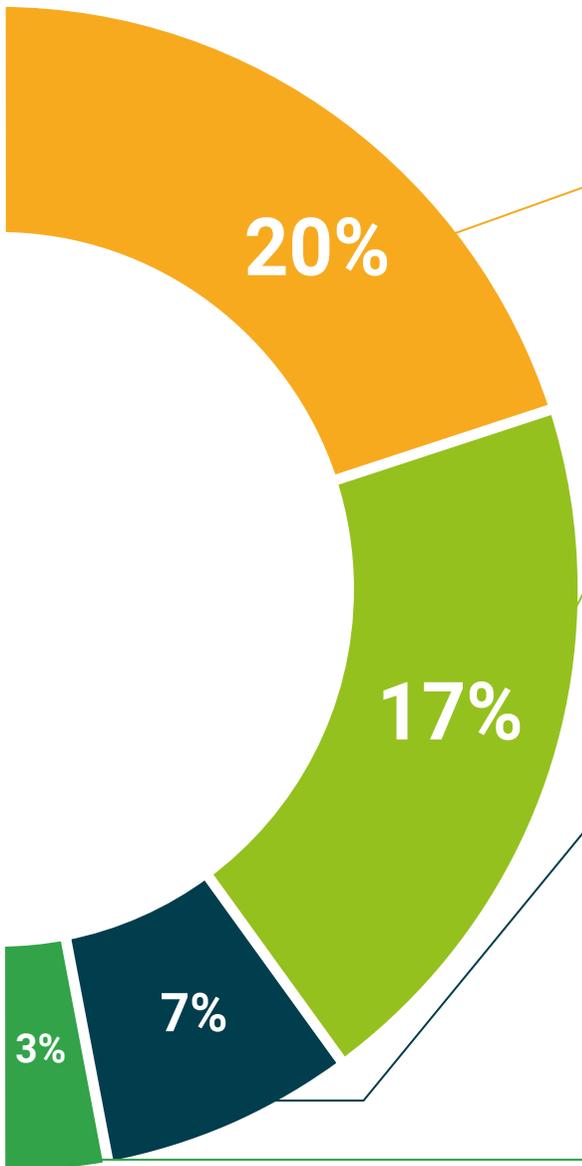
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



#### 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

Fidèle à sa philosophie de fournir les diplômes universitaires les plus récents et les plus complets sur la scène académique, TECH a soigneusement sélectionné ses différents enseignants. Pour ce programme, elle a réuni les experts les plus remarquables dans le domaine de la Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise. Ces professionnels possèdent une vaste expérience professionnelle, au cours de laquelle ils ont développé de multiples solutions innovantes pour aider les institutions à améliorer leurs processus opérationnels et à assurer leur durabilité à long terme. Ainsi, les étudiants bénéficieront d'une expérience immersive qui leur permettra de faire un saut qualitatif significatif dans leur carrière.





“

*Vous bénéficierez du soutien de l'équipe pédagogique, composée de véritables spécialistes de la Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise”*

## Directeur Invité International

Après une longue carrière dans l'enseignement supérieur, J. Michael DeAngelis a travaillé comme **diffuseur, scénariste et acteur**. Après avoir occupé divers postes académiques à l'Université de Pennsylvanie, il a été nommé **Directeur Associé de la Communication et de la Technologie** à l'Université de Pennsylvanie. Il y est chargé de la production et de la présentation du podcast hebdomadaire d'informations **CS Radio**. En outre, il est co-créateur du podcast humoristique *Mission: Rejected*, qu'il dirige, écrit et produit.

Tout au long de sa carrière, il a travaillé pour des chaînes de télévision éducatives locales et des **stations de radio** dans les sections d'information. En outre, après avoir obtenu un diplôme en **Arts du Spectacle** au Muhlenberg College, il a occupé le poste de directeur de **The Porch Room**, une société de production de podcasts, de films et de pièces de théâtre. Il a ainsi eu l'occasion d'exercer diverses fonctions dans le domaine de la **Communication** et du **Spectacle**. Ainsi, il a effectué des tâches devant et derrière les micros dans le domaine de l'information et du divertissement.

En particulier, avec l'émergence des **podcasts** et leur croissance continue, cet expert s'est spécialisé dans la création et la production de ce type de contenu audio. À travers eux, et grâce à son expérience d'acteur, il parvient à transmettre aux auditeurs non seulement des informations et des histoires, mais aussi des émotions à travers sa voix.

D'autre part, DeAngelis a été reconnu à plusieurs reprises pour son travail théâtral, sa pièce *Drop* a été primée au **Festival Samuel French Off-Off Broadway Short Play** en 2009. La même année, il a remporté le **Prix Perry de l'Association des Théâtres Communautaires du New Jersey (NJACT)** pour la meilleure production d'une pièce originale pour *Accidents Happen*. Parallèlement, sa carrière exceptionnelle l'a conduit à devenir membre de la **Dramatist Guild of America**.



## M. DeAngelis, J. Michael

---

- ♦ Directeur de la Communication et de la Technologie à l'Université de Pennsylvanie, États-Unis
- ♦ Directeur de la société de production The Porch Room
- ♦ Animateur du podcast hebdomadaire d'informations CS Radio
- ♦ Diffuseur et *Podcaster*
- ♦ Prix Perry du NJACT
- ♦ Licence en Arts du Spectacle du Muhlenberg College
- ♦ Diplôme de Performance et de Critique Théâtrale au Goldsmiths College, Université de Londres
- ♦ Membre de: Dramatists Guild of America

“

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

## Directeur invité international

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

“

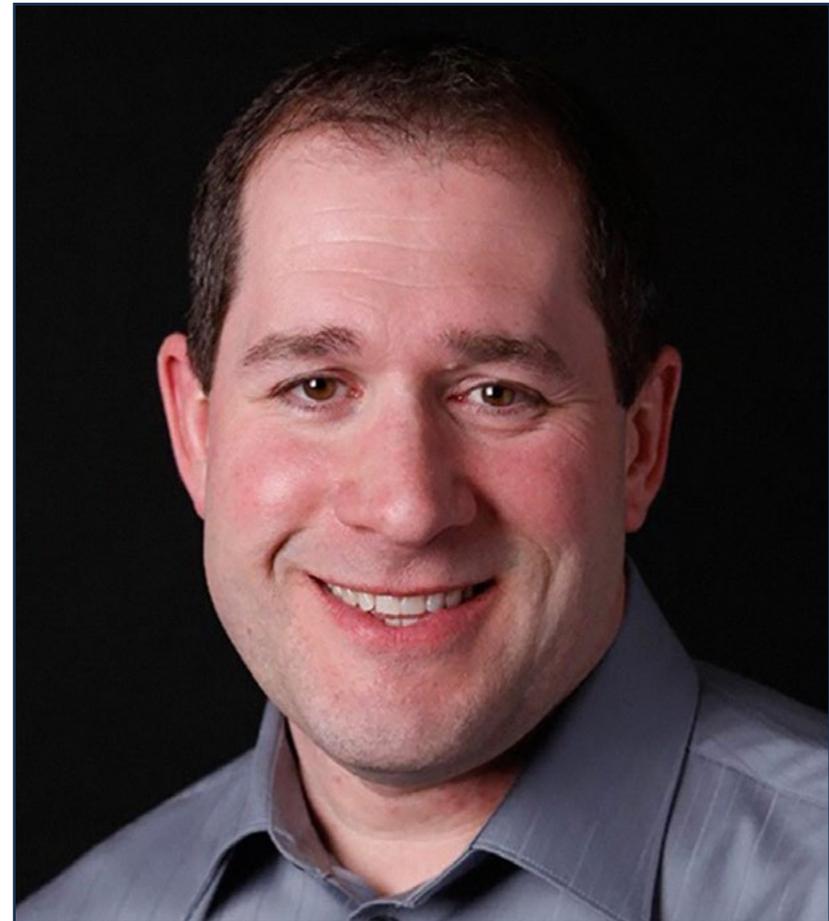
*Une expérience éducative unique,  
clé et décisive pour stimuler votre  
développement professionnel”*

## Directeur invité international

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 invité international

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

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

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

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



## M. Arman, Romi

---

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

“

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

## Directeur invité international

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les **misés 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



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

## Directeur invité international

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

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

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

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

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



## M. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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

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



## M. Gram, Mick

---

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



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

## Directeur invité international

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

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

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

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



## M. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Directeur invité international

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 Lovénia, 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 l'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!”*

## Direction



### Dr Romero Mariño, Brunil Dalila

- ♦ Doctorat en Technologies de l'Information et de la Communication
- ♦ Doctorat en Technologies de l'Information et de la Communication de l'Université de Grenade (UGR), Espagne
- ♦ Administratrice de Base de Données à l'Association OCREM, Grenade
- ♦ Consultante en Projets de *Logiciels* et Architecture Technologique pour différentes entreprises au Venezuela
- ♦ Professeure Universitaire d'Informatique au Département des Processus et Systèmes de l'Université Simón Bolívar (USB), Venezuela
- ♦ Chercheur en Ingénierie du *Software* et domaines connexes au Département des Processus et Systèmes à l'USB, Venezuela
- ♦ Tutrice en Stage à l'USB, Venezuela
- ♦ Professeure Universitaire d'Informatique à l'École d'Ingénierie des Systèmes de l'Université Bicentenaire d'Aragua (UBA), Venezuela
- ♦ Directrice de l'École d'Électronique et Coordinatrice de la Commission des Projets de Diplôme Spécial de l'Institut Universitaire de Technologie Antonio José de Sucre (UTS), Venezuela
- ♦ Ingénieure Systèmes de l'UBA, Venezuela
- ♦ Experte en Communications et Réseaux de Communication de Données, Université Central de Venezuela (UCV)
- ♦ Master en Ingénierie des Systèmes, USB, Venezuela
- ♦ Membre Évaluateur des projets de doctorat de l'Université Américaine d'Europe (UNADE)



### **M. Pampliega, Carlos**

- ♦ Responsable du Bureau de Gestion des Projets et des Risques, Consultant et Formateur dans différentes Universités et Écoles de Commerce
- ♦ Directeur du Cours de Gestion de Projet CEU Castilla y León Business School
- ♦ Directeur de PMI Castilla y León Branch
- ♦ Membre actif de PMI - Madrid Spain Chapter
- ♦ Membre du comité de rédaction de la revue scientifique Building & Management
- ♦ Membre du Comité des Juges PMO de PMO Global Alliance Awards
- ♦ Architecte spécialisé dans la Gestion des Projets et des Risques
- ♦ Certified Associate in Risk Management par la George Washington University
- ♦ Certification Project Management Professional (PMP)
- ♦ Professionnel Scrum Master certifié par Scrum.org

## **Professeurs**

### **Dr Roji Ferrari, Salvador**

- ♦ spécialiste en Comptabilité et Finances
- ♦ Auteur de plusieurs ouvrages sur la Finance et l'Économie en Entreprise
- ♦ Docteur en Comptabilité et Finances de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Licence de Journalisme de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Master en Sciences Financières de l'Université du Maryland et de Baltimore
- ♦ Master en Administration des Affaires (MBA) de l'Université du Maryland & Baltimore

# 08 Diplôme

Le Mastère Avancé en Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise 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 recevez votre diplôme sans avoir à  
vous soucier des déplacements ou des  
formalités administratives”*

Ce **Mastère Avancé en Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise** 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 Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise**

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** Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise

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

# Mastère Avancé

## Gestion des Projets Technologiques dans l'Entreprise

