

# Mastère Avancé

## MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception

**G M M B A I A D**



## Mastère Avancé

### MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception

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

Accès au site web: [www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-intelligence-artificielle-conception](http://www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-intelligence-artificielle-conception)

# Sommaire

01

Présentation

---

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

Page 6

03

Pourquoi notre programme?

---

Page 10

04

Objectifs

---

Page 14

05

Compétences

---

Page 22

06

Structure et contenu

---

Page 30

07

Méthodologie

---

Page 64

08

Profil de nos étudiants

---

Page 72

09

Direction de la formation

---

Page 76

10

Impact sur votre carrière

---

Page 96

11

Bénéfices pour votre entreprise

---

Page 100

12

Diplôme

---

Page 104

# 01 Présentation

Le domaine de la Conception Graphique connaît une véritable révolution grâce aux progrès de l'Intelligence Artificielle. Ses outils peuvent être utilisés pour une variété d'applications, allant de la génération automatique de contenu à la personnalisation des produits en fonction des besoins individuels des utilisateurs. Compte tenu de ses multiples avantages, de plus en plus de professionnels décident de mettre à jour leurs connaissances dans ce domaine afin d'intégrer dans leur pratique quotidienne les techniques les plus innovantes dans des domaines tels que les Réseaux Neuronaux Profonds, le Deep Learning ou l'Informatique Bio-inspirée. Pour les aider dans cette tâche, TECH a développé un diplôme universitaire qui leur permettra d'obtenir les stratégies les plus efficaces pour mettre en œuvre l'Intelligence Artificielle dans leurs processus de conception. En outre, il est enseigné dans un format pratique 100% en ligne.



MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception  
TECH Université Technologique



“

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

02

# Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande école de commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

*TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise"*

## À TECH Université Technologique



### Innovation

L'université propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



### Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

**95 %**

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



### Networking

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

**+100 000**

dirigeants formés chaque année

**+200**

nationalités différentes



### Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

**+500**

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



### Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de mettre en avant leurs intérêts et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



### Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous apprendrez à connaître la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



### Analyse

---

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



### Excellence académique

---

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de Cas. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



### Économie d'échelle

---

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10 000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



### Apprenez avec les meilleurs

---

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



*Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique"*

03

# Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre la porte à un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

*Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"*

Ce programme apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

### Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur carrière en peu de temps.

*70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.*

02

### Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

*Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.*

03

### Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

*Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.*

04

### Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

*À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.*

05

### Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

*Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.*

06

### Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

*20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.*

07

### Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

*Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.*

08

### Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde : la communauté de TECH Université Technologique.

*Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.*

# 04 Objectifs

Ce diplôme universitaire fournira aux diplômés une approche complète de l'utilisation de l'Intelligence Artificielle dans la Conception. De leur côté, les étudiants acquerront des compétences pour maîtriser des outils tels que la Vision par Ordinateur, le *Deep Learning* ou le Traitement du Langage Naturel. Grâce à cela, les experts utiliseront ces systèmes intelligents dans leurs projets pour optimiser les processus de conception. De cette manière, les spécialistes augmenteront leur créativité et renforceront leur compétitivité sur le marché.



“

*Vous manipulerez des outils avancés de l'Intelligence Artificielle pour mieux comprendre les utilisateurs, identifier les tendances et prendre des décisions éclairées en matière de conception”*

**TECH considère les objectifs de ses étudiants comme les siens  
Ils collaborent pour les atteindre**

Le Mastère Avancé en **MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception** permettra à l'étudiant de:

01

Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs

04

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable

02

Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité

03

Approfondir les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'entreprise

05

Encourager la création de stratégies d'entreprise qui définissent le scénario à suivre par l'entreprise pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs



06

Différencier les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité de l'entreprise

08

Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale

09

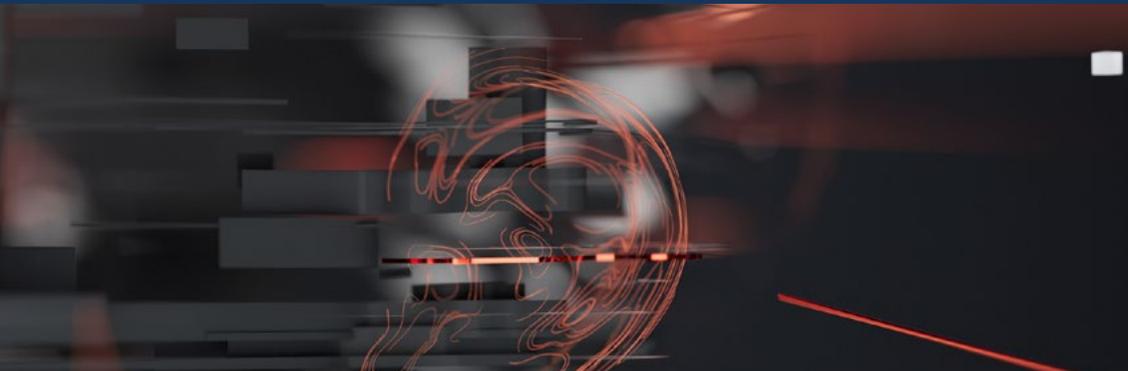
Définir la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, afin d'obtenir une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéficiaires de l'entreprise

07

Travailler de manière plus efficace, plus agile et plus alignée avec les nouvelles technologies et les outils actuels

10

Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté



11

Clarifier l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements

14

Traiter les mécanismes de partage de la charge de travail des ressources partagées entre plusieurs projets

12

Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise



13

Appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise

15

Créer des stratégies innovantes en accord avec les différents projets

16

Établir des lignes directrices appropriées pour l'adaptation de l'entreprise à l'évolution de la société

18

Comprendre les fondements théoriques de l'Intelligence Artificielle

19

Étudier les différents types de données et comprendre le cycle de vie des données

17

Proposer un modèle d'entreprise dynamique qui appuie sa croissance sur des ressources immatérielles

20

Évaluer le rôle crucial des données dans le développement et la mise en œuvre de solutions d'Intelligence Artificielle

21

Approfondir la compréhension des algorithmes et de leur complexité pour résoudre des problèmes spécifiques

22

Explorer les fondements théoriques des réseaux neuronaux pour le développement du *Deep Learning*

23

Analyser l'informatique bio-inspirée et sa pertinence dans le développement de systèmes intelligents

24

Analyser les stratégies actuelles d'Intelligence Artificielle dans divers domaines, en identifiant les opportunités et les défis

25

Développer des compétences pour mettre en œuvre des outils d'Intelligence Artificielle dans des projets de conception, couvrant la génération automatique de contenu, l'optimisation de la conception et la reconnaissance des formes



26

Appliquer des outils de collaboration, en tirant parti de l'Intelligence Artificielle pour améliorer la communication et l'efficacité au sein des équipes de conception

28

Développer des compétences en matière de conception adaptative, en tenant compte du comportement de l'utilisateur et en appliquant des outils d'Intelligence Artificielle avancés

29

Analyser de manière critique les défis et les opportunités liés à la mise en œuvre de la conception personnalisée dans l'industrie à l'aide de l'Intelligence Artificielle

27

Comprendre la symbiose entre la conception interactive et l'Intelligence Artificielle pour optimiser l'expérience de l'utilisateur

30

Comprendre le rôle transformateur de l'Intelligence Artificielle dans l'innovation des processus de conception et de fabrication

# 05

# Compétences

Grâce à ce Mastère Avancé, les diplômés développeront des compétences pratiques dans l'utilisation des outils d'Intelligence Artificielle, y compris les algorithmes de l'Apprentissage Automatique. Ainsi, les professionnels intégreront avec succès ces instruments dans le processus de conception et amélioreront la qualité de la conception des biens ou des services. Dans le même ordre d'idées, les étudiants acquerront des compétences en matière d'analyse de données, afin d'extraire des informations précieuses et de les utiliser pour prendre des décisions plus éclairées.



“

*Un programme 100% en ligne qui enrichira votre cursus professionnel d'un double diplôme universitaire, si vous remplissez les conditions officielles d'admission"*

01

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

02

Appliquer les méthodologies de gestion Lean

03

Effectuer une gestion correcte de l'équipe pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise

04

Effectuer le contrôle économique et financier de l'entreprise

05

Gérer des outils et des méthodes pour la manipulation et une meilleure utilisation des données, afin de fournir des résultats compréhensibles pour le destinataire final



06

Contrôler les processus logistiques, ainsi que les activités de l'entreprise et les processus d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise

08

Comprendre les clés d'une gestion réussie de la RDI au sein d'une organisation

09

Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

Développer et diriger des plans de marketing



11

Développer des mesures de réalisation des objectifs associés à une stratégie de marketing numérique et les analyser dans des tableaux de bord numériques

14

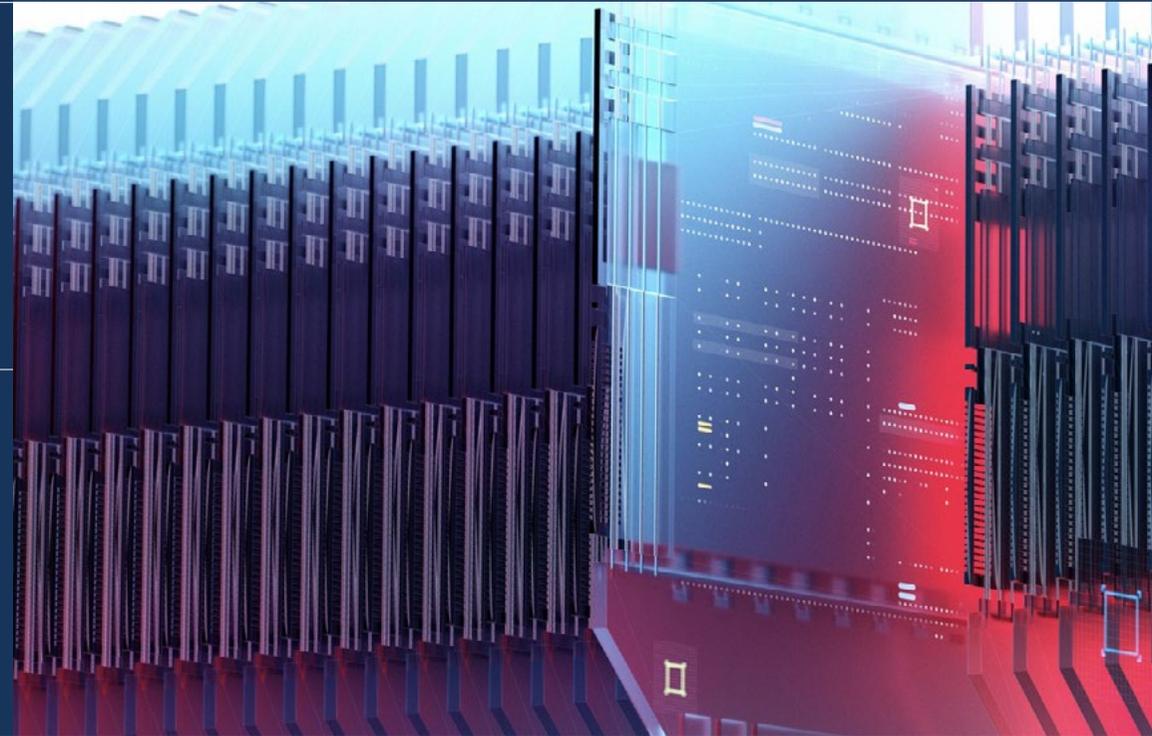
Engagement en faveur du développement durable de l'entreprise, en évitant les impacts environnementaux

12

Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise

13

Diriger les différents projets de l'entreprise, en définissant quand donner la priorité et quand retarder leur développement au sein d'une organisation



15

Maîtriser les techniques d'exploration de données, y compris la sélection, le prétraitement et la transformation de données complexes

16

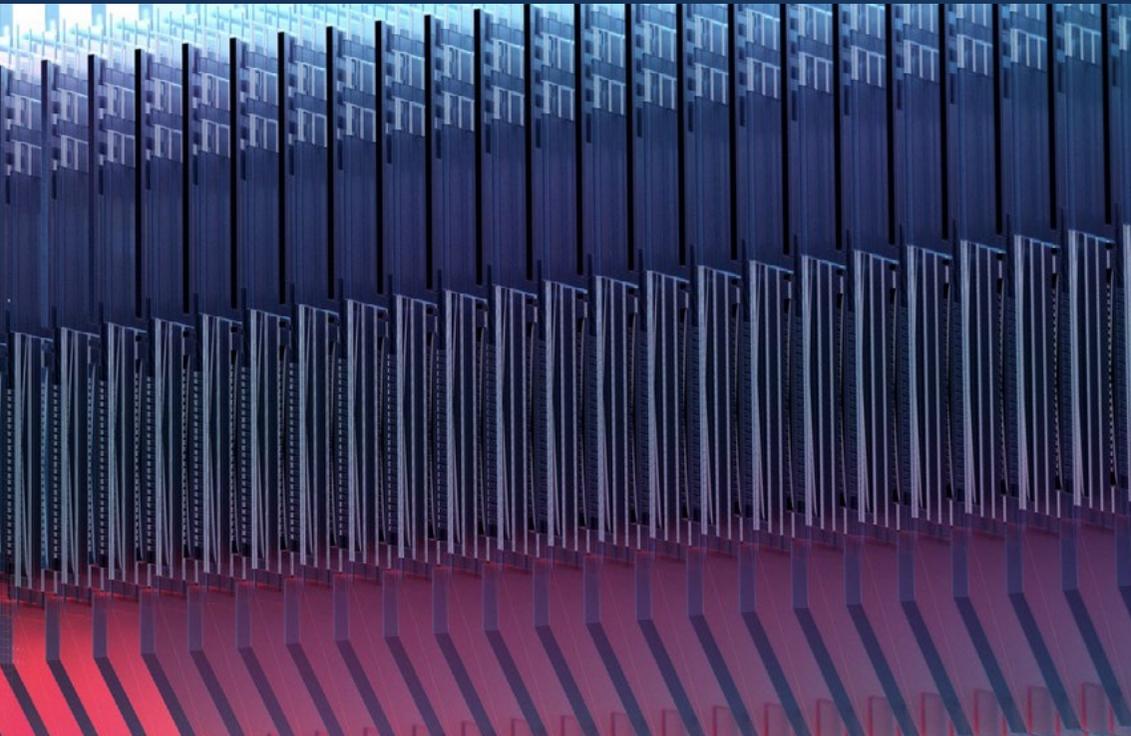
Concevoir et développer des systèmes intelligents capables d'apprendre et de s'adapter à des environnements changeants

17

Maîtriser les outils d'apprentissage automatique et leur application à l'exploration de données pour la prise de décision

18

Employer des *Autoencodeurs*, des *GANs* et des Modèles de Diffusion pour résoudre des défis spécifiques en matière d'Intelligence Artificielle



19

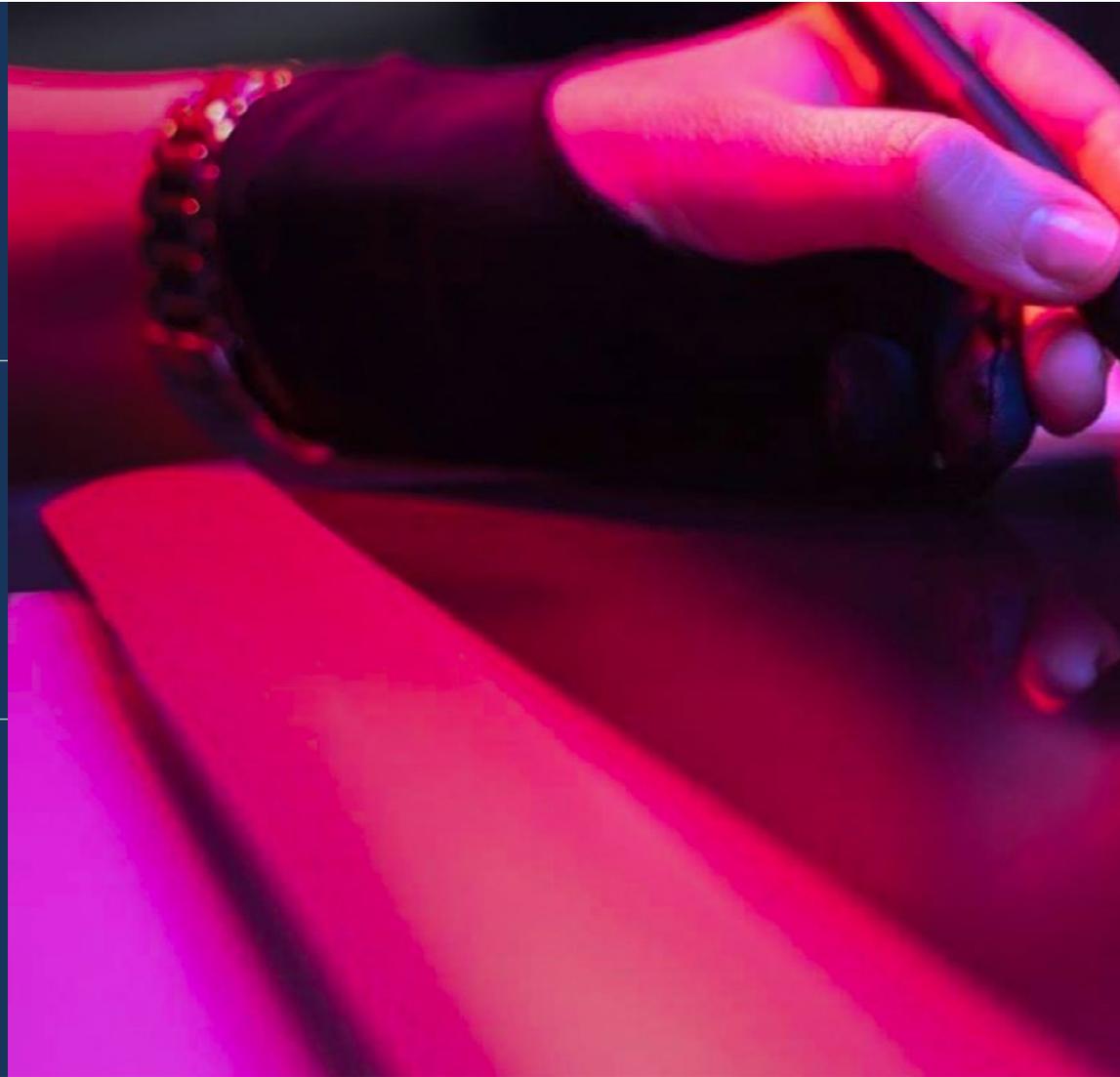
Mettre en œuvre un réseau encodeur-décodeur pour la traduction automatique neuronale

20

Appliquer les principes fondamentaux des réseaux neuronaux pour résoudre des problèmes spécifiques

21

Utiliser des outils, des plateformes et des techniques d'IA, de l'analyse des données à l'application des réseaux neuronaux et à la modélisation prédictive





22

Concevoir et mettre en œuvre des projets utilisant des techniques génératives, en comprenant leur application dans des environnements industriels et artistiques

23

Utiliser des algorithmes d'Intelligence Artificielle prédictive pour anticiper les interactions avec les utilisateurs, ce qui permet d'apporter des réponses proactives et efficaces en matière de conception

24

Appliquer des techniques d'Intelligence Artificielle pour minimiser les déchets dans le processus de conception, contribuant ainsi à des pratiques plus durables

# 06

## Structure et contenu

À travers 30 modules, les diplômés acquerront les compétences nécessaires pour intégrer efficacement l'Intelligence Artificielle à toutes les étapes du processus de conception. Le programme d'études examinera des questions allant de la Science des Données ou de l'Algorithmique à l'Apprentissage Automatique. Le programme se penchera également sur la construction de Réseaux Neuronaux, qui aideront les diplômés à résoudre des problèmes complexes en matière d'analyse de données ou de traitement d'images. En outre, le matériel pédagogique abordera l'Informatique Bio-inspirée, offrant aux étudiants des techniques innovantes telles que les Algorithmes Génériques ou les Colonies de Fourmis.



“

*Un programme de haut niveau qui couvre les derniers postulats scientifiques en matière d'Entraînement des Réseaux Neuronaux Profonds"*

## Plan d'études

Le Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau international. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours des 3.600 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, obtenant ainsi un apprentissage approfondi que vous pourrez mettre en pratique dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur les principaux domaines de l'Intelligence Artificielle et est conçu pour que les concepteurs comprennent ses applications d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la Conception. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un cloître exceptionnel, qui vous donnera des compétences pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

<b>Module 1</b>	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
<b>Module 2</b>	Gestion stratégique et <i>Management</i> Directif
<b>Module 3</b>	Gestion des personnes et des talents
<b>Module 4</b>	Gestion économique et financière
<b>Module 5</b>	Gestion des opérations et de la logistique
<b>Module 6</b>	Gestion des systèmes d'information
<b>Module 7</b>	Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise
<b>Module 8</b>	Rechercher du marché, publicité et gestion commerciale
<b>Module 9</b>	Innovation et Gestion de Projets
<b>Module 10</b>	<i>Management</i> Directif
<b>Module 11</b>	Principes fondamentaux de l'Intelligence Artificielle
<b>Module 12</b>	Types et cycle de vie des données
<b>Module 13</b>	Les données de l'Intelligence Artificielle
<b>Module 14</b>	Extraction de données. Sélection, prétraitement et transformation
<b>Module 15</b>	Algorithme et complexité en Intelligence Artificielle

<b>Module 16</b>	Systemes Intelligents
<b>Module 17</b>	Apprentissage automatique et exploration des données
<b>Module 18</b>	Les Réseaux Neuronaux, la base du <i>Deep Learning</i>
<b>Module 19</b>	Entraînement de réseaux neuronaux profonds
<b>Module 20</b>	Personnaliser les Modèles et l'entraînement avec <i>TensorFlow</i>
<b>Module 21</b>	<i>Deep Computer Vision</i> avec les Réseaux Neuronaux Convolutifs
<b>Module 22</b>	Traitement du langage naturel (TNL) avec les Réseaux Récurrents Naturels (RRN) et l'Attention
<b>Module 23</b>	<i>Autoencodeurs, GANs</i> et modèles de diffusion
<b>Module 24</b>	Informatique Bio-inspirée
<b>Module 25</b>	Intelligence Artificielle: stratégies et applications
<b>Module 26</b>	Applications Pratique en Intelligence Artificielle en Conception
<b>Module 27</b>	Interaction Conception-Utilisateur et IA
<b>Module 28</b>	Innovation dans les processus de Conception et l'IA
<b>Module 29</b>	Technologies appliquées à la Conception et IA
<b>Module 30</b>	Éthique et environnement dans la Conception et IA

## Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception entièrement en ligne. Pendant les 24 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

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

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

### 1.1. Mondialisation et Gouvernance

- 1.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
- 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 1.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

### 1.2. Leadership

- 1.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
- 1.2.2. Leadership dans les entreprises
- 1.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises

### 1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
- 1.3.3. Gestion de la Diversité

### 1.4. Développement de la gestion et le leadership

- 1.4.1. Concept de Développement de la Gestion
- 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 de l'entreprise

- 1.5.1. Éthique et Moralité
- 1.5.2. Éthique des Affaires
- 1.5.3. Leadership et éthique dans les entreprises

### 1.6. Durabilité

- 1.6.1. Durabilité et développement durable
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Les entreprises durables

### 1.7. Responsabilité Sociale des Entreprises

- 1.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 1.7.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 1.7.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

### 1.8. Systèmes et outils de Gestion responsable

- 1.8.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
- 1.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 1.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 1.8.4. Outils et normes en matière de la RSE

### 1.9. Multinationales et droits de l'homme

- 1.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 1.9.2. Entreprises multinationales et droit international
- 1.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme

### 1.10. Environnement juridique et Corporate Governance

- 1.10.1. Règlementation internationale des importations et exportations
- 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 1.10.3. Droit International du Travail

**Module 2.** Gestion stratégique et Management Directif**2.1. Analyse et conception organisationnelle**

- 2.1.1. Cadre Conceptuel
- 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
- 2.1.3. Modèles de base des organisations
- 2.1.4. Conception des organisations: typologies

**2.2. Stratégie d'Entreprise**

- 2.2.1. Stratégie d'entreprise concurrentielle
- 2.2.2. Stratégies de Croissance: typologies
- 2.2.3. Cadre conceptuel

**2.3. Planification et Formulation Stratégique**

- 2.3.1. Cadre Conceptuel
- 2.3.2. Éléments de la Planification Stratégique
- 2.3.3. Formulation Stratégique: Processus de la Planification Stratégique

**2.4. Réflexion stratégique**

- 2.4.1. L'entreprise comme système
- 2.4.2. Concept d'organisation

**2.5. Diagnostic Financier**

- 2.5.1. Concept de Diagnostic Financier
- 2.5.2. 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's de la Stratégie

**2.8. Stratégie Concurrentielle**

- 2.8.1. L'Avantage Concurrentiel
- 2.8.2. Choix d'une Stratégia 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. Gestion 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. Systèmes d'Indicateurs et Approche par Processus
- 2.10.2. Carte Stratégique
- 2.10.3. Alignement Stratégique

**2.11. Direction Générale**

- 2.11.1. Cadre conceptuel du Management Directif
- 2.11.2. Management Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion d'entreprise

**2.12. Communication Stratégique**

- 2.12.1. Communication interpersonnelle
- 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence
- 2.12.3. Communication interne
- 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

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

**3.1. Comportement Organisationnel**

- 3.1.1. Comportement Organisationnel. Cadre Conceptuel
- 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel

**3.2. Les personnes dans les organisations**

- 3.2.1. Qualité de la vie professionnelle et bien-être psychologique
- 3.2.2. Travail en équipe et conduite de réunions
- 3.2.3. Coaching et gestion d'équipes
- 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité

**3.3. Gestion 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 des Ressources Humaines
- 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
- 3.4.3. Gestion stratégique des RH

**3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des RH**

- 3.5.1. Approche en matière de recrutement et de sélection
- 3.5.2. Le recrutement
- 3.5.3. Le processus de sélection

**3.6. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences**

- 3.6.1. Analyse du potentiel
- 3.6.2. Politique de rémunération
- 3.6.3. Plans de carrière/succession

**3.7. Évaluation et gestion des performances**

- 3.7.1. Gestion des performances
- 3.7.2. La 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* en RH
- 3.12.2. *Personal Branding* pour les professionnels en RH

**3.13. Développer des équipes performantes**

- 3.13.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
- 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

**3.14. Développement des compétences managériales**

- 3.14.1. Que sont les compétences de gestion?
- 3.14.2. Éléments des compétences
- 3.14.3. Connaissances
- 3.14.4. Compétences de gestion
- 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
- 3.14.6. Compétences en matière de gestion

**3.15. Gestion du temps**

- 3.15.1. Bénéfices
- 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps?
- 3.15.3. Temps
- 3.15.4. Les illusions du temps
- 3.15.5. Attention et mémoire
- 3.15.6. État mental
- 3.15.7. Gestion du temps
- 3.15.8. Proactivité
- 3.15.9. Avoir un objectif clair
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification

**3.16. Gestion du changement**

- 3.16.1. Gestion du changement
- 3.16.2. Type de processus de gestion du changement
- 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement

**3.17. Négociation et gestion des conflits**

- 3.17.1. Négociation
- 3.17.2. Gestion des Conflits
- 3.17.3. Gestion des Crises

**3.18. La communication managériale**

- 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
- 3.18.2. Département de Communication
- 3.18.3. Le responsable de communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

**3.19. Gestion des Ressources Humaines et Gestion d'Équipe**

- 3.19.1. Gestion des ressources humaines et des équipes
- 3.19.2. Prévention des risques professionnels

**3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents**

- 3.20.1. Productivité
- 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

**3.21. Compensation monétaire vs. Non-monétaire**

- 3.21.1. Compensation monétaire vs. non-monétaire
- 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
- 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires
- 3.21.4. Modèle de travail
- 3.21.5. Communauté d'entreprises
- 3.21.6. Image de l'entreprise
- 3.21.7. Rémunération émotionnelle

**3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes II**

- 3.22.1. Innovation dans les Organisations
- 3.22.2. Nouveaux défis du département des Ressources Humaines
- 3.22.3. Gestion de l'Innovation
- 3.22.4. Outils pour l'Innovation

**3.23. Gestion des connaissances et des talents**

- 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent
- 3.23.2. Mise en œuvre de la gestion des connaissances

**3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique**

- 3.24.1. Le contexte socio-économique
- 3.24.2. Les nouvelles formes d'organisation des entreprises
- 3.24.3. Nouvelles méthodes

**Module 4. Gestion économique et financière**
**4.1. Environnement Économique**

- 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
- 4.1.2. Institutions financières
- 4.1.3. Marchés financiers
- 4.1.4. Actifs financiers
- 4.1.5. Autres entités du secteur financier

**4.2. Le financement de l'entreprise**

- 4.2.1. Sources de financement
- 4.2.2. Types de coûts de financement

**4.3. Comptabilité de Gestion**

- 4.3.1. Concepts de base
- 4.3.2. Actif de l'entreprise
- 4.3.3. Passif de l'entreprise
- 4.3.4. Le Patrimoine Net de l'entreprise
- 4.3.5. Le Compte de Profits et Pertes

**4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique**

- 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
- 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique
- 4.4.3. Classification des coûts

**4.5. Systèmes d'information et Business Intelligence**

- 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
- 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
- 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet

**4.6. Budget et Contrôle de Gestion**

- 4.6.1. Le modèle budgétaire
- 4.6.2. Le Budget d'Investissement
- 4.6.3. Le Budget de Fonctionnement
- 4.6.5. Le Budget de Trésorerie
- 4.6.6. Le Suivi Budgétaire

**4.7. Gestion de la trésorerie**

- 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
- 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
- 4.7.3. *Gestion du crédit*

**4.8. Responsabilité fiscale des entreprises**

- 4.8.1. Concepts fiscaux de base
- 4.8.2. Impôt sur les sociétés
- 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
- 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
- 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État

#### 4.9. Systèmes de contrôle des entreprises

- 4.9.1. Analyse des états financiers
- 4.9.2. Le Bilan de l'entreprise
- 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
- 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
- 4.9.5. L'Analyse des Ratios

#### 4.10. Gestion Financière

- 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 4.10.2. Le service financier
- 4.10.3. Excédents de trésorerie
- 4.10.4. Risques liés à la gestion financière
- 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

#### 4.11. Planification Financière

- 4.11.1. Définition de la planification financière
- 4.11.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 4.11.4. Le tableau des *Cash Flow*
- 4.11.5. Le tableau du fonds de roulement

#### 4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise

- 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
- 4.12.2. Produits financiers de l'entreprise

#### 4.13. Contexte Macroéconomique

- 4.13.1. Contexte macroéconomique
- 4.13.2. Indicateurs économiques
- 4.13.3. Mécanismes de contrôle des amplitudes macroéconomiques
- 4.13.4. Les cycles économiques

#### 4.14. Financement Stratégique

- 4.14.1. Autofinancement
- 4.14.2. Augmentation des fonds propres
- 4.14.3. Ressources Hybrides
- 4.14.4. Financement par des intermédiaires

#### 4.15. Marchés monétaires et des capitaux

- 4.15.1. Le Marché Monétaire
- 4.15.2. Le Marché des titres à Revenu Fixe
- 4.15.3. Le Marché des Actions
- 4.15.4. Le Marché des Changes
- 4.15.5. Le Marché des Dérivés

#### 4.16. Analyse et planification financières

- 4.16.1. Analyse du Bilan de la Situation
- 4.16.2. Analyse du Compte des Résultats
- 4.16.3. Analyse de la Rentabilité

#### 4.17. Analyses et résolution de cas/ problèmes

- 4.17.1. Informations financières d'Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

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

#### 5.1. Direction et Gestion des Opérations

- 5.1.1. Le rôle des opérations
- 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
- 5.1.3. Introduction à la stratégie Opérationnelle
- 5.1.4. La 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, etc.)

- 5.3.1. Système de production
- 5.3.2. Stratégie de production
- 5.3.3. Système de gestion des stocks
- 5.3.4. Indicateurs de production

#### 5.4. Structure et types d'approvisionnement

- 5.4.1. Fonction de l'approvisionnement
- 5.4.2. Gestion de l'approvisionnement
- 5.4.3. Types d'achats
- 5.4.4. Gestion des achats d'une entreprise de manière efficace
- 5.4.5. Étapes du processus de la décision d'achat

#### 5.5. Contrôle économique des achats

- 5.5.1. Influence économique des achats
- 5.5.2. Centres de coûts
- 5.5.3. La budgétisation
- 5.5.4. Budgétisation et dépenses réelles
- 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire

#### 5.6. Contrôle des opérations de stockage

- 5.6.1. Contrôle de l'inventaire
- 5.6.2. Système de localisation
- 5.6.3. Techniques de gestion des stocks
- 5.6.4. Systèmes de stockage

#### 5.7. Gestion stratégique des achats

- 5.7.1. Stratégie d'entreprise
- 5.7.2. Planification stratégique
- 5.7.3. Stratégie d'achat

#### 5.8. Typologie de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)

- 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
- 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne approvisionnement
- 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement

<p><b>5.9. Supply Chain management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)</li> <li>5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations</li> <li>5.9.3. Modèles de Demande</li> <li>5.9.4. La stratégie opérationnelle et le changement</li> </ul>	<p><b>5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement</li> <li>5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties</li> <li>5.10.3. Problèmes d'intégration de la chaîne d'approvisionnement</li> <li>5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0</li> </ul>	<p><b>5.11. Coûts logistiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.11.1. Coûts logistiques</li> <li>5.11.2. Problèmes de coûts logistiques</li> <li>5.11.3. Optimisation des coûts logistiques</li> </ul>	<p><b>5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.12.1. Chaîne logistique</li> <li>5.12.2. Rentabilité et efficacité de la chaîne logistique</li> <li>5.12.3. Indicateurs de rentabilité et efficacité des chaînes logistiques</li> </ul>
<p><b>5.13. Gestion des processus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.13.1. Gestion du processus</li> <li>5.13.2. Approche basée sur les processus: carte des processus</li> <li>5.13.3. Amélioration de la gestion des processus</li> </ul>	<p><b>5.14. Distribution et logistique des transports</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.14.1. Distribution de la chaîne d'approvisionnement</li> <li>5.14.2. Logistique des Transports</li> <li>5.14.3. Systèmes d'Information Géographique au service de la Logistique</li> </ul>	<p><b>5.15. Logistique et clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.15.1. Analyse de la Demande</li> <li>5.15.2. Prévion de la Demande et Ventes</li> <li>5.15.3. Planification des Ventes et des Opérations</li> <li>5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)</li> </ul>	<p><b>5.16. Logistique internationale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.16.1. Processus d'exportation et d'importation</li> <li>5.16.2. Douanes</li> <li>5.16.3. Formes et Moyens de Paiement Internationaux</li> <li>5.16.4. Plateformes logistiques internationales</li> </ul>
<p><b>5.17. Outsourcing des opérations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.17.1. Gestion des Opération et <i>Outsourcing</i></li> <li>5.17.2. Mise en œuvre de l'outsourcing dans les environnements logistiques</li> </ul>	<p><b>5.18. Compétitivité des opérations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.18.1. Gestion des Opérations</li> <li>5.18.2. Compétitivité opérationnelle</li> <li>5.18.3. Stratégie Opérationnelle et avantages concurrentiels</li> </ul>	<p><b>5.19. Gestion de la qualité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.19.1. Clients internes et externes</li> <li>5.19.2. coûts de la qualité</li> <li>5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de <i>Deming</i></li> </ul>	

## 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. Technologie et stratégie numérique

### 6.4. Gestion des Systèmes d'Information

- 6.4.1. Gouvernance d'Entreprise en matière de technologies et de systèmes d'information
- 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
- 6.4.3. Responsables des systèmes d'information: rôles et fonctions

### 6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information

- 6.5.1. Systèmes d'information et stratégie d'entreprise
- 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
- 6.5.3. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information

### 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif

### 6.7. Explorer l'information

- 6.7.1. SQL: bases de données relationnelles. Concepts de base
- 6.7.2. Réseaux et communication
- 6.7.3. Système opérationnel: modèles de données standardisés
- 6.7.4. Système stratégique: OLAP, modèle multidimensionnel et *dashboards* graphiques
- 6.7.5. Analyse stratégique du BBDD et composition des rapports

### 6.8. L'intelligence économique dans l'entreprise

- 6.8.1. Le monde des données
- 6.8.2. Concepts pertinents
- 6.8.3. Caractéristiques principales
- 6.8.4. Solutions actuelles du marché
- 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
- 6.8.6. Cybersécurité dans la BI et Data Science

### 6.9. Nouveau concept commercial

- 6.9.1. Pourquoi la BI?
- 6.9.2. Obtenir l'information
- 6.9.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
- 6.9.4. Raisons d'investir dans la BI

### 6.10. Outils et solutions de BI

- 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

### 6.11. Planification et gestion Projet BI

- 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
- 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
- 6.11.3. Exigences et objectifs

### 6.12. Applications de gestion d'entreprise

- 6.12.1. Systèmes d'information et gestion d'entreprise
- 6.12.2. Applications pour la gestion d'entreprise
- 6.12.3. Systèmes *Enterprise Resource Planning* ou ERP

### 6.13. Transformation Numérique

- 6.13.1. Cadre conceptuel de la transformation numérique
- 6.13.2. Transformation numérique; éléments clés, bénéfices et inconvénients
- 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises

### 6.14. Technologies et tendances

- 6.14.1. Principales tendances dans le domaine de la technologie qui changent les modèles commerciaux
- 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes

### 6.15. Outsourcing de TI

- 6.15.1. Cadre conceptuel du *outsourcing*
- 6.15.2. Outsourcing de TI et son impact dans les affaires
- 6.15.3. Clés pour la mise en place de projets d'entreprise de *outsourcing* de TI

**Module 7. Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise****7.1. Gestion commerciale**

- 7.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
- 7.1.2. Stratégie et planification commerciale
- 7.1.3. Le rôle des directeurs commerciaux

**7.2. Marketing**

- 7.2.1. Concept de Marketing
- 7.2.2. Éléments de base du marketing
- 7.2.3. Activités de marketing de l'entreprise

**7.3. Gestion Stratégique du Marketing**

- 7.3.1. Concept de Marketing stratégique
- 7.3.2. Concept de planification stratégique du marketing
- 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du marketing

**7.4. Marketing numérique et e-commerce**

- 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et e-commerce
- 7.4.2. Marketing Numérique et moyen qu'il utilise
- 7.4.3. Commerce électronique. Contexte général
- 7.4.4. Catégories du commerce électronique
- 7.4.5. Avantages et inconvénients du *Ecommerce* face au commerce traditionnel

**7.5. Managing digital business**

- 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
- 7.5.2. Conception et création d'un plan de Marketing Numérique
- 7.5.3. Analyse du ROI dans un plan de Marketing Numérique

**7.6. Marketing numérique pour renforcer la marque**

- 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de la marque
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

**7.7. Stratégie de Marketing Numérique**

- 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique
- 7.7.2. Outil de stratégie du Marketing Numérique

**7.8. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients**

- 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hyper-segmentation

**7.9. Gestion des campagnes numériques**

- 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
- 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
- 7.9.3. Erreurs 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 pour créer un plan de Marketing en Ligne
- 7.10.3. Avantages de disposer d'un plan de Marketing en Ligne

**7.11. Blended marketing**

- 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Différence entre le Marketing en Ligne et Offline
- 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recommandations en *Blended Marketing*
- 7.11.6. Bénéfices du *Blended Marketing*

**7.12. Stratégie de vente**

- 7.12.1. Stratégie de vente
- 7.12.2. Méthodes de vente

**7.13. Communication d'Entreprise**

- 7.13.1. Concept
- 7.13.2. Importance de la communication dans l'organisation
- 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation
- 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 7.13.5. Éléments de communication
- 7.13.6. Problèmes de communication
- 7.13.7. Scénario de la communication

**7.14. Stratégie de Communication d'Entreprise**

- 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
- 7.14.2. Instruments et supports de communication interne
- 7.14.3. Le plan de communication interne

**7.15. Communication et réputation numérique**

- 7.15.1. Réputation en ligne
- 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique?
- 7.15.3. Outils de réputation en ligne
- 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne
- 7.15.5. Branding en ligne

**Module 8.** Rechercher du marché, publicité et gestion commerciale

**8.1. Étude de Marchés**

- 8.1.1. Étude de marchés: origine historique
- 8.1.2. Analyse du cadre conceptuel des études de marchés
- 8.1.3. Éléments clés et contribution de valeur de l'étude de marchés

**8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative**

- 8.2.1. Taille de l'échantillon
- 8.2.2. Échantillonnage
- 8.2.3. Types de Techniques Quantitatives

**8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative**

- 8.3.1. Types de Recherche Qualitative
- 8.3.2. Techniques de Recherche Qualitative

**8.4. Segmentation du marché**

- 8.4.1. Concept de la segmentation du marché
- 8.4.2. Utilité et exigences de la segmentation
- 8.4.3. Segmentation des marchés de consommation
- 8.4.4. Segmentation des marchés industriels
- 8.4.5. Stratégies de segmentation
- 8.4.6. Segmentation sur la base des critères du marketing - mix
- 8.4.7. Méthodologie de la segmentation du marché

**8.5. Gestion de projets de recherche**

- 8.5.1. Les études de Marché comme un processus
- 8.5.2. Étapes de la Planification d'une Étude de Marchés
- 8.5.3. Les étapes de l'Exécution d'une Étude de Marchés
- 8.5.4. Gestion d'un Projet de Recherche

**8.6. L'investigation des marchés internationaux**

- 8.6.1. Étude des Marchés Internationaux
- 8.6.2. Processus d'Étude des Marchés Internationaux
- 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les études de Marchés Internationaux

**8.7. Études de faisabilité**

- 8.7.1. Concept et utilité
- 8.7.2. Schéma d'études de faisabilité
- 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité

**8.8. Publicité**

- 8.8.1. Antécédents historiques de la Publicité
- 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité ; principes, concept de briefing et de positionnement
- 8.8.3. Agences de publicité, agences de 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. Plan de médias

**8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises**

- 8.12.1. Le rôle de la Gestion Commerciale
- 8.12.2. Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale entreprise/ marché
- 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
- 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles

**8.13. Négociation commerciale**

- 8.13.1. Négociation commerciale
- 8.13.2. Les enjeux psychologiques de la négociation
- 8.13.3. Principales méthodes de négociation
- 8.13.4. Le processus de négociation

**8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale**

- 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
- 8.14.2. Modèles de prise de décision
- 8.14.3. Outils décisionnels et analytiques
- 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision

**8.15. Direction et gestion du réseau de vente**

- 8.15.1. Sales Management. Gestion des ventes
- 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
- 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
- 8.15.4. Systèmes de rémunération des réseaux commerciaux propres et externes
- 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des commerciaux en se basant sur l'information

**8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale**

- 8.16.1. Recrutement de ses propres représentants commerciaux et d'agents commerciaux
- 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
- 8.16.3. Le code de déontologie du personnel commercial
- 8.16.4. Conformité:
- 8.16.5. Normes commerciales de conduite généralement acceptées

**8.17. Gestion des comptes clés**

- 8.17.1. Concept de Gestion de Comptes Clés
- 8.17.2. Le *Key Account Manager*
- 8.17.3. Stratégie de Gestion des Comptes Clés

**8.18. Gestion financière et budgétaire**

- 8.18.1. Seuil de rentabilité
- 8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de gestion et du plan de vente annuel
- 8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques commerciales
- 8.18.4. Gestion du cycle, des rotations, de la rentabilité et des liquidités
- 8.18.5. Compte de résultat

**Module 9. Innovation et Gestion de Projets****9.1. Innovation**

- 9.1.1. Introduction à l'innovation
- 9.1.2. L'innovation dans l'écosystème entrepreneurial
- 9.1.3. Instruments et outils pour le processus d'innovation des entreprises

**9.2. 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 *Lean Startup*
- 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
- 9.3.4. Le rôle d'un gestionnaire de projets dans une *startup*

**9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise**

- 9.4.1. conceptuelle d'un un modèle d'entreprise
- 9.4.2. Conception validation de modèle économique

**9.5. Direction et Gestion des Projets**

- 9.5.1. Gestion de projet: identification des opportunités de développer des projets d'innovation au sein de l'entreprise
- 9.5.2. Principales étapes ou phases de la conduite et de la gestion des projets d'innovation

**9.6. Gestion du changement dans les projets: gestion de la formation**

- 9.6.1. Concept de Gestion du Changement
- 9.6.2. Le Processus de Gestion du Changement
- 9.6.3. La mise en œuvre du changement

**9.7. Gestion de la communication de projets**

- 9.7.1. Gestion de la communication des projets
- 9.7.2. Concepts clés pour la gestion des communications
- 9.7.3. Tendances émergentes
- 9.7.4. Adaptation à l'équipe
- 9.7.5. Planification de la gestion des communications
- 9.7.6. Gestion des communications
- 9.7.7. Surveiller les communications

**9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes**

- 9.8.1. Méthodologies d'innovation
- 9.8.2. Principes de base du Scrum
- 9.8.3. Différences entre les aspectsw principaux du Scrum et les méthodologies traditionnelles

**9.9. Création d'une *start-up***

- 9.9.1. Création d'une *start-up*
- 9.9.2. Organisation et culture
- 9.9.3. Les dix principaux motifs pour lesquels échouent les *start-ups*

**9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets**

- 9.10.1. Planification des risques
- 9.10.2. Éléments de création d'un plan de gestion des risques
- 9.10.3. Outils de création d'un plan de gestion des risques
- 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

## Module 10. Management Exécutif

### 10.1. General Management

- 10.1.1. Concept *General Management*
- 10.1.2. L'action du *Manager* Général
- 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 10.1.4. Transformation du travail de la direction

### 10.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

- 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

### 10.3. Direction des opérations

- 10.3.1. Importance de la gestion
- 10.3.2. La chaîne de valeur
- 10.3.3. Gestion de qualité

### 10.4. Discours et formation de porte-parole

- 10.4.1. Communication interpersonnelle
- 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
- 10.4.3. Obstacles à la communication

### 10.5. Outils de communication personnels et organisationnels

- 10.5.1. Communication interpersonnelle
- 10.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
- 10.5.3. La communication dans les organisations
- 10.5.4. Outils dans l'organisation

### 10.6. 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 la marque personnelle
- 10.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 10.9.3. Outils de construction de la marque personnelle

### 10.10. Leadership et gestion d'équipes

- 10.10.1. Leadership et styles de leadership
- 10.10.2. Capacités et défis du Leader
- 10.10.3. Gestion des Processus de Changement
- 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

**Module 11.** Principes fondamentaux de l'Intelligence Artificielle**11.1. Histoire de l'Intelligence artificielle**

- 11.1.1. Quand avons-nous commencé à parler d'Intelligence Artificielle?
- 11.1.2. Références dans le cinéma
- 11.1.3. Importance de l'intelligence artificielle
- 11.1.4. Technologies habilitantes et de soutien pour l'Intelligence Artificielle

**11.2. L'Intelligence Artificielle dans les jeux**

- 11.2.1. La théorie des Jeux
- 11.2.2. *Minimax* et Alpha-Beta
- 11.2.3. Simulation: Monte Carlo

**11.3. Réseaux neuronaux**

- 11.3.1. Fondements biologiques
- 11.3.2. Modèle informatique
- 11.3.3. Réseaux neuronaux supervisés et non supervisés
- 11.3.4. Perceptron simple
- 11.3.5. Perceptron multicouche

**11.4. Algorithmes génétiques**

- 11.4.1. Histoire
- 11.4.2. Base biologique
- 11.4.3. Codification des problèmes
- 11.4.4. Génération de la population initiale
- 11.4.5. Algorithme principal et opérateurs génétiques
- 11.4.6. Évaluation des individus: Fitness

**11.5. Thésaurus, vocabulaires, taxonomies**

- 11.5.1. Vocabulaires
- 11.5.2. Taxonomies
- 11.5.3. Thésaurus
- 11.5.4. Ontologies
- 11.5.5. Représentation de la connaissance: Web sémantique

**11.6. Web sémantique**

- 11.6.1. Spécifications: RDF, RDFS et OWL
- 11.6.2. Inférence/raisonnement
- 11.6.3. *Linked Data*

**11.7. Systèmes experts et DSS**

- 11.7.1. Systèmes experts
- 11.7.2. Systèmes d'aide à la décision

**11.8. Chatbots et assistants virtuels**

- 11.8.1. Types d'assistants: Assistants vocaux et textuels
- 11.8.2. Éléments fondamentaux pour le développement d'un assistant: Intents, entités et flux de dialogue
- 11.8.3. Intégration: Web, *Slack*, Whatsapp, Facebook
- 11.8.4. Outils d'aide au développement d'un assistant: *Dialog Flow*, *Watson Assistant*

**11.9. Stratégie de mise en œuvre de l'IA****11.10. L'avenir de l'intelligence artificielle**

- 11.10.1. Nous comprenons comment détecter les émotions grâce aux algorithmes
- 11.10.2. Création de la marque personnelle: Langue, expressions et contenu
- 11.10.3. Tendances en matière d'intelligence artificielle
- 11.10.4. Réflexion

## Module 12. Types et cycle de vie des données

### 12.1. Statistiques

- 12.1.1. Statistiques: Statistiques descriptives, statistiques inférentielles
- 12.1.2. Population, échantillon, individu
- 12.1.3. Variables: Définition, échelles de mesure

### 12.2. Types de données statistiques

- 12.2.1. Selon le type
  - 12.2.1.1. Quantitatifs: Données Continues Et données discrètes
  - 12.2.1.2. Qualitatifs: Données binomiales, données nominales et données ordinales
- 12.2.2. Selon la forme
  - 12.2.2.1. Numérique
  - 12.2.2.2. Texte
  - 12.2.2.3. Logique
- 12.2.3. Selon la source
  - 12.2.3.1. Primaire
  - 12.2.3.2. Secondaire

### 12.3. Cycle de vie des données

- 12.3.1. Étape de cycle
- 12.3.2. Les étapes du cycle
- 12.3.3. Les principes du FAIR

### 12.4. Les premières étapes du cycle

- 12.4.1. Définition des objectifs
- 12.4.2. Détermination des besoins en ressources
- 12.4.3. Diagramme de Gantt
- 12.4.4. Structure des données

### 12.5. Collecte des données

- 12.5.1. Méthodologie de collecte
- 12.5.2. Outils de collecte
- 12.5.3. Canaux de collecte

### 12.6. Nettoyage des données

- 12.6.1. Phases du nettoyage des données
- 12.6.2. Qualité des données
- 12.6.3. Manipulation des données (avec R)

### 12.7. Analyse des données, interprétation et évaluation des résultats

- 12.7.1. Mesures statistiques
- 12.7.2. Indices de ratios
- 12.7.3. Extraction de données

### 12.8. Entrepôt de données (Datawarehouse)

- 12.8.1. Les éléments qui le composent
- 12.8.2. Conception
- 12.8.3. Aspects à prendre en compte

### 12.9. Disponibilité des données

- 12.9.1. Accès
- 12.9.2. Utilité
- 12.9.3. Sécurité

### 12.10. Aspects Réglementaires

- 12.10.1. Loi de protection des données
- 12.10.2. Bonnes pratiques
- 12.10.3. Autres aspects réglementaires

**Module 13.** Les données de l'Intelligence Artificielle**13.1. Science des données**

- 13.1.1. La science des données
- 13.1.2. Outils avancés pour le scientifique des données

**13.2. Données, informations et connaissances**

- 13.2.1. Données, informations et connaissances
- 13.2.2. Types de données
- 13.2.3. Sources des données

**13.3. Des données aux informations**

- 13.3.1. Analyse des données
- 13.3.2. Types d'analyse
- 13.3.3. Extraction d'informations d'un *Dataset*

**13.4. Extraction d'informations par la visualisation**

- 13.4.1. La visualisation comme outil d'analyse
- 13.4.2. Méthodes de visualisation
- 13.4.3. Visualisation d'un ensemble de données

**13.5. Qualité des données**

- 13.5.1. Données de qualités
- 13.5.2. Nettoyage des données
- 13.5.3. Prétraitement de base des données

**13.6. Dataset**

- 13.6.1. Enrichissement du *Dataset*
- 13.6.2. La malédiction de la dimensionnalité
- 13.6.3. Modification d'un ensemble de données

**13.7. Déséquilibre**

- 13.7.1. Déséquilibre des classes
- 13.7.2. Techniques d'atténuation du déséquilibre
- 13.7.3. Équilibrer un *Dataset*

**13.8. Modèles non supervisé**

- 13.8.1. Modèles non supervisé
- 13.8.2. Méthodes
- 13.8.3. Classifications avec modèles non supervisé

**13.9. Modèles supervisés**

- 13.9.1. Modèles supervisé
- 13.9.2. Méthodes
- 13.9.3. Classifications avec modèles supervisés

**13.10. Outils et bonnes pratiques**

- 13.10.1. Bonnes pratiques pour un scientifique des données
- 13.10.2. Le meilleur modèle
- 13.10.3. Outils utiles

**Module 14.** Extraction de données. Sélection, prétraitement et transformation**14.1. Inférence statistique**

- 14.1.1. Statistiques descriptives Inférence statistique
- 14.1.2. Procédures paramétriques
- 14.1.3. Procédures non paramétriques

**14.2. Analyse exploratoire**

- 14.2.1. Analyse descriptive
- 14.2.2. Visualisation
- 14.2.3. Préparations des données

**14.3. Préparations des données**

- 14.3.1. Intégration et nettoyage des données
- 14.3.2. Normalisation des données
- 14.3.3. Transformer les attributs

**14.4. Valeurs manquantes**

- 14.4.1. Traitement des valeurs manquantes
- 14.4.2. Méthodes d'imputation par maximum de vraisemblance
- 14.4.3. Imputation des valeurs manquantes à l'aide de l'apprentissage automatique

**14.5. Bruit dans les données**

- 14.5.1. Classes et attributs de bruit
- 14.5.2. Filtrage du bruit
- 14.5.3. L'effet du bruit

**14.6. La malédiction de la dimensionnalité**

- 14.6.1. *Oversampling*
- 14.6.2. *Undersampling*
- 14.6.3. Réduction des données multidimensionnelles

**14.7. Des attributs continus aux attributs discrets**

- 14.7.1. Données continues ou discrètes
- 14.7.2. Processus de discrétisation

**14.8. Les données**

- 14.8.1. Sélection des données
- 14.8.2. Perspectives et critères de sélections
- 14.8.3. Méthodes de sélection

**14.9. Sélection des instances**

- 14.9.1. Méthodes de sélection des instances
- 14.9.2. Sélection des prototypes
- 14.9.3. Méthodes avancées de sélection des instances

**14.10. Prétraitement des données dans les environnements *Big Data***

## Module 15. Algorithme et complexité en Intelligence Artificielle

### 15.1. Introduction aux stratégies de conception d'algorithmes

- 15.1.1. Récursion
- 15.1.2. Diviser pour mieux régner
- 15.1.3. Autres stratégies

### 15.2. Efficacité et analyse des algorithmes

- 15.2.1. Mesures d'efficacité
- 15.2.2. Taille de l'entrée de mesure
- 15.2.3. Mesure du temps d'exécution
- 15.2.4. Pire, meilleur et moyen cas
- 15.2.5. Notation asymptotique
- 15.2.6. Critères d'analyse mathématique des algorithmes non récursifs
- 15.2.7. Analyse mathématique des algorithmes récursifs
- 15.2.8. Analyse empirique des algorithmes

### 15.3. Algorithmes de tri

- 15.3.1. Concept de tri
- 15.3.2. Triage des bulles
- 15.3.3. Tri par sélection
- 15.3.4. Triage par insertion
- 15.3.5. Tri fusion (*Merge\_Sort*)
- 15.3.6. Tri rapide (*Quick\_Sort*)

### 15.4. Algorithmes avec arbres

- 15.4.1. Concept d'arbre
- 15.4.2. Arbres binaires
- 15.4.3. Allées d'arbres
- 15.4.4. Représentation des expressions
- 15.4.5. Arbres binaires ordonnés
- 15.4.6. Arbres binaires équilibrés

### 15.5. Algorithmes avec *Heaps*

- 15.5.1. Les *Heaps*
- 15.5.2. L'algorithme *Heapsort*
- 15.5.3. Files d'attente prioritaires

### 15.6. Algorithmes graphiques

- 15.6.1. Représentation
- 15.6.2. Voyage en largeur
- 15.6.3. Profondeur de déplacement
- 15.6.4. Disposition topologique

### 15.7. Algorithmes *Greedy*

- 15.7.1. La stratégie *Greedy*
- 15.7.2. Éléments de la stratégie *Greedy*
- 15.7.3. Change de devises
- 15.7.4. Le problème du voyageur
- 15.7.5. Problème de sac à dos

### 15.8. Recherche de chemins minimaux

- 15.8.1. Le problème du chemin minimal
- 15.8.2. Arcs et cycles négatifs
- 15.8.3. Algorithme de Dijkstra

### 15.9. Algorithmes *Greedy* sur graphiques

- 15.9.1. L'arbre à chevauchement minimal
- 15.9.2. L'algorithme de Prim
- 15.9.3. L'algorithme de Kruskal
- 15.9.4. Analyse de la complexité

### 15.10. *Backtracking*

- 15.10.1. Le *Backtracking*
- 15.10.2. Techniques alternatives

**Module 16. Systèmes intelligents****16.1. Théorie des agents**

- 16.1.1. Histoire du concept
- 16.1.2. Définition de l'agent
- 16.1.3. Les agents en Intelligence Artificielle
- 16.1.4. Les agents en génie de software

**16.2. Architectures des agents**

- 16.2.1. Le processus de raisonnement d'un agent
- 16.2.2. Agents réactifs
- 16.2.3. Agents déductifs
- 16.2.4. Agents hybrides
- 16.2.5. Comparaison

**16.3. Information et connaissance**

- 16.3.1. Distinction entre données, information et connaissance
- 16.3.2. Évaluation de la qualité des données
- 16.3.3. Méthodes de capture des données
- 16.3.4. Méthodes d'acquisition de l'information
- 16.3.5. Méthodes d'acquisition des connaissances

**16.4. Représentation de la connaissance**

- 16.4.1. L'importance de la représentation de la connaissance
- 16.4.2. Définition de la représentation de la connaissance à travers ses rôles
- 16.4.3. Caractéristiques d'une représentation de la connaissance

**16.5. Ontologies**

- 16.5.1. Introduction aux métadonnées
- 16.5.2. Concept philosophique d'ontologie
- 16.5.3. Concept informatique d'ontologie
- 16.5.4. Ontologies de domaine et ontologies de niveau supérieur
- 16.5.5. Comment construire une ontologie?

**16.6. Langages des ontologies et software pour la création des ontologies**

- 16.6.1. Triplés RDF, *Turtle* et N
- 16.6.2. RDF *Schema*
- 16.6.3. OWL
- 16.6.4. SPARQL
- 16.6.5. Introduction aux différents outils de création d'ontologies
- 16.6.6. Installation et utilisation du *Protégé*

**16.7. Le web sémantique**

- 16.7.1. L'état actuel et futur du web sémantique
- 16.7.2. Applications du web sémantique

**16.8. Autres modèles de représentation de la connaissance**

- 16.8.1. Vocabulaires
- 16.8.2. Vision globale
- 16.8.3. Taxonomies
- 16.8.4. Thésaurus
- 16.8.5. Folksonomies
- 16.8.6. Comparaison
- 16.8.7. Cartes mentales

**16.9. Évaluation et intégration des représentations de la connaissance**

- 16.9.1. Logique d'ordre zéro
- 16.9.2. Logique de premier ordre
- 16.9.3. Logique descriptive
- 16.9.4. Relations entre les différents types de logique
- 16.9.5. *Prologue*: Programmation basée sur la logique de premier ordre

**16.10. Raisonners sémantiques, systèmes basés sur la connaissance et Systèmes Experts**

- 16.10.1. Concept de raisonneur
- 16.10.2. Application d'un raisonneur
- 16.10.3. Systèmes basés sur la connaissance
- 16.10.4. MYCIN, histoire des Systèmes Experts
- 16.10.5. Éléments et Architecture des Systèmes Experts
- 16.10.6. Création de Systèmes Experts

## Module 17. Apprentissage automatique et exploration des données

### 17.1. Introduction aux processus de découverte de la connaissance et concepts de base de l'apprentissage automatique

- 17.1.1. Concepts clés des processus de découverte de la connaissance
- 17.1.2. Perspective historique des processus de découverte de la connaissance
- 17.1.3. Étapes du processus de découverte de connaissances
- 17.1.4. Techniques utilisées dans les processus de découverte de la connaissance
- 17.1.5. Caractéristiques des bons modèles d'apprentissage automatique
- 17.1.6. Types d'informations sur l'apprentissage automatique
- 17.1.7. Concepts de base de l'apprentissage
- 17.1.8. Concepts de base de l'apprentissage non supervisé

### 17.2. Exploration et prétraitement des données

- 17.2.1. Traitement des données
- 17.2.2. Traitement des données dans le flux d'analyse des données
- 17.2.3. Types de données
- 17.2.4. Transformations de données
- 17.2.5. Affichage et exploration des variables continues
- 17.2.6. Visualisation et exploration des variables catégorielles
- 17.2.7. Mesures de corrélation
- 17.2.8. Représentations graphiques les plus courantes
- 17.2.9. Introduction à l'analyse multivariée et à la réduction des dimensions

### 17.3. Arbres de décision

- 17.3.1. Algorithme ID
- 17.3.2. Algorithme C
- 17.3.3. Surentraînement et taillage
- 17.3.4. Analyse des résultats

### 17.4. Évaluation des classificateurs

- 17.4.1. Matrices de confusion
- 17.4.2. Matrices d'évaluation numérique
- 17.4.3. Statistique de Kappa
- 17.4.4. La courbe ROC

### 17.5. Règles de classification

- 17.5.1. Mesures d'évaluation des règles
- 17.5.2. Introduction à la représentation graphique
- 17.5.3. Algorithme de superposition séquentielle

### 17.6. Réseaux neuronaux

- 17.6.1. Concepts de base
- 17.6.2. Réseaux neuronaux simples
- 17.6.3. Algorithme de *Backpropagation*
- 17.6.4. Introduction aux réseaux neuronaux récurrents

### 17.7. Méthodes bayésiennes

- 17.7.1. Concepts de base des probabilités
- 17.7.2. Théorème de Bayes
- 17.7.3. Naive Bayes
- 17.7.4. Introduction aux réseaux bayésiens

### 17.8. Modèles de régression et de réponse continue

- 17.8.1. Régression linéaire simple
- 17.8.2. Régression linéaire multiple
- 17.8.3. Régression logistique
- 17.8.4. Arbres de régression
- 17.8.5. Introduction aux machines à vecteurs de support (SVM)
- 17.8.6. Mesures de qualité de l'ajustement

### 17.9. Clustering

- 17.9.1. Concepts de base
- 17.9.2. *Clustering* hiérarché
- 17.9.3. Méthodes probabilistes
- 17.9.4. Algorithme EM
- 17.9.5. Méthode *B-Cubed*
- 17.9.6. Méthodes implicites

### 17.10. Exploration de textes et traitement du langage naturel (NLP)

- 17.10.1. Concepts de base
- 17.10.2. Création du corpus
- 17.10.3. Analyse descriptive
- 17.10.4. Introduction à l'analyse des sentiments

**Module 18.** Les Réseaux Neuronaux, la base du *Deep Learning***18.1. Apprentissage profond**

- 18.1.1. Types d'apprentissage profond
- 18.1.2. Applications de l'apprentissage profond
- 18.1.3. Avantages et Inconvénients de l'apprentissage profond

**18.2. Opérations**

- 18.2.1. Somme
- 18.2.2. Produit
- 18.2.3. Transfert

**18.3. Couches**

- 18.3.1. Couche d'entrée
- 18.3.2. Couche cachée
- 18.3.3. Couche de sortie

**18.4. Liaison des couches et opérations**

- 18.4.1. Conception des architectures
- 18.4.2. Connexion entre les couches
- 18.4.3. Propagation vers l'avant

**18.5. Construction du premier réseau neuronal**

- 18.5.1. Conception du réseau
- 18.5.2. Établissement des poids
- 18.5.3. Entraînement du réseau

**18.6. Entraîneur et optimiseur**

- 18.6.1. Sélection de l'optimiseur
- 18.6.2. Établissement d'une fonction de perte
- 18.6.3. Établissement d'une métrique

**18.7. Application des Principes des Réseaux Neuronaux**

- 18.7.1. Fonctions d'Activation
- 18.7.2. Propagation à rebours
- 18.7.3. Paramétrage

**18.8. Des neurones biologiques aux neurones artificiels**

- 18.8.1. Fonctionnement d'un neurone biologique
- 18.8.2. Transfert de la connaissance aux neurones artificiels
- 18.8.3. Établissement de relations entre les deux

**18.9. Mise en œuvre du MLP (Perceptron Multicouche) avec Keras**

- 18.9.1. Définition de la structure du réseau
- 18.9.2. Compilation du modèle
- 18.9.3. Formation au modèle

**18.10. Hyperparamètres de *Fine tuning* des Réseaux Neuronaux**

- 18.10.1. Sélection de la fonction d'activation
- 18.10.2. Réglage du *Learning rate*
- 18.10.3. Réglage des poids

## Module 19. Entraînement de réseaux neuronaux profonds

### 19.1. Problèmes de gradient

- 19.1.1. Techniques d'optimisation du gradient
- 19.1.2. Gradients Stochastiques
- 19.1.3. Techniques d'initialisation des poids

### 19.2. Réutilisation des couches pré-entraînées

- 19.2.1. Entraînement de transfert d'apprentissage
- 19.2.2. Extraction de caractéristiques
- 19.2.3. Apprentissage profond

### 19.3. Optimiseurs

- 19.3.1. Optimiseurs à descente de gradient stochastique
- 19.3.2. Optimiseurs Adam et *RMSprop*
- 19.3.3. Optimiseurs de moment

### 19.4. Programmation du taux d'apprentissage

- 19.4.1. Contrôle automatique du taux d'apprentissage
- 19.4.2. Cycles d'apprentissage
- 19.4.3. Termes de lissage

### 19.5. Surajustement

- 19.5.1. Validation croisée
- 19.5.2. Régularisation
- 19.5.3. Mesures d'évaluation

### 19.6. Lignes directrices pratiques

- 19.6.1. Conception de modèles
- 19.6.2. Sélection des métriques et des paramètres d'évaluation
- 19.6.3. Tests d'hypothèses

### 19.7. *Transfer Learning*

- 19.7.1. Entraînement de transfert d'apprentissage
- 19.7.2. Extraction de caractéristiques
- 19.7.3. Apprentissage profond

### 19.8. *Data Augmentation*

- 19.8.1. Transformations d'image
- 19.8.2. Génération de données synthétiques
- 19.8.3. Transformation de texte

### 19.9. Application Pratique du *Transfer Learning*

- 19.9.1. Entraînement de transfert d'apprentissage
- 19.9.2. Extraction de caractéristiques
- 19.9.3. Apprentissage profond

### 19.10. Régularisation

- 19.10.1. L et L
- 19.10.2. Régularisation par entropie maximale
- 19.10.3. *Dropout*

**Module 20.** Personnaliser les modèles et l'entraînement avec *TensorFlow***20.1. TensorFlow**

- 20.1.1. Utilisation de la bibliothèque *TensorFlow*
- 20.1.2. Entraînement des modèles avec *TensorFlow*
- 20.1.3. Opérations avec les graphes dans *TensorFlow*

**20.2. TensorFlow et NumPy**

- 20.2.1. Environnement informatique NumPy pour *TensorFlow*
- 20.2.2. Utilisation des tableaux NumPy avec *TensorFlow*
- 20.2.3. Opérations NumPy pour les graphiques de *TensorFlow*

**20.3. Personnalisation des modèles et des algorithmes d'entraînement**

- 20.3.1. Construire des modèles personnalisés avec *TensorFlow*
- 20.3.2. Gestion des paramètres d'entraînement
- 20.3.3. Utilisation de techniques d'optimisation pour l'entraînement

**20.4. Fonctions et graphiques de TensorFlow**

- 20.4.1. Fonctions avec *TensorFlow*
- 20.4.2. Utilisation des graphiques pour l'entraînement des modèles
- 20.4.3. Optimisation des graphiques avec les opérations de *TensorFlow*

**20.5. Chargement des données et prétraitement avec TensorFlow**

- 20.5.1. Chargement des données d'ensembles avec *TensorFlow*
- 20.5.2. Prétraitement des données avec *TensorFlow*
- 20.5.3. Utilisation des outils *TensorFlow* pour la manipulation des données

**20.6. L'API tfdata**

- 20.6.1. Utilisation de l'API *tfdata* pour le traitement des données
- 20.6.2. Construction des flux de données avec *tfdata*
- 20.6.3. Utilisation de l'API *tfdata* pour l'entraînement des modèles

**20.7. Le format TFRecord**

- 20.7.1. Utilisation de l'API *TFRecord* pour la sérialisation des données
- 20.7.2. Chargement de fichiers *TFRecord* avec *TensorFlow*
- 20.7.3. Utilisation des fichiers *TFRecord* pour l'entraînement des modèles

**20.8. Couches de prétraitement de Keras**

- 20.8.1. Utilisation de l'API de prétraitement de Keras
- 20.8.2. Construire des *pipelines* de prétraitement avec Keras
- 20.8.3. Utilisation de l'API de prétraitement de Keras pour l'entraînement des modèles

**20.9. Le projet TensorFlow Datasets**

- 20.9.1. Utilisation de *TensorFlow Datasets* pour le chargement des données
- 20.9.2. Prétraitement des données avec *TensorFlow Datasets*
- 20.9.3. Utilisation de *TensorFlow Datasets* pour l'entraînement des modèles

**20.10. Construire une Application de Deep Learning avec TensorFlow**

- 20.10.1. Application pratique
- 20.10.2. Construire une application de *Deep Learning* avec *TensorFlow*
- 20.10.3. Entraînement d'un modèle avec *TensorFlow*
- 20.10.4. Utilisation de l'application pour la prédiction des résultats

**Module 21.** *Deep Computer Vision* avec les Réseaux Neuronaux Convolutifs

**21.1. L'Architecture *Visual Cortex***

- 21.1.1. Fonctions du cortex visuel
- 21.1.2. Théories de la vision informatique
- 21.1.3. Modèles de traitement des images

**21.2. Couches convolutives**

- 21.2.1 Réutilisation des poids dans la convolution
- 21.2.2. Convolution D
- 21.2.3. Fonctions d'Activation

**21.3. Couches de regroupement et mise en œuvre des couches de regroupement avec Keras**

- 21.3.1. *Pooling* et *Striding*
- 21.3.2. *Flattening*
- 21.3.3. Types de *Pooling*

**21.4. Architecture du CNN**

- 21.4.1. Architecture du VGG
- 21.4.2. Architecture *AlexNet*
- 21.4.3. Architecture *ResNet*

**21.5. Mise en œuvre d'un CNN *ResNet* à l'aide de Keras**

- 21.5.1. Initialisation des poids
- 21.5.2. Définition de la couche d'entrée
- 21.5.3. Définition de la sortie

**21.6. Utilisation de modèles pré-entraînés de Keras**

- 21.6.1. Caractéristiques des modèles pré-entraînés
- 21.6.2. Utilisations des modèles pré-entraînés
- 21.6.3. Avantages des modèles pré-entraînés

**21.7. Modèles pré-entraînés pour l'apprentissage par transfert**

- 21.7.1. Apprentissage par transfert
- 21.7.2. Processus d'apprentissage par transfert
- 21.7.3. Avantages de l'apprentissage par transfert

**21.8. Classification et localisation dans *Deep Computer Vision***

- 21.8.1. Classification des images
- 21.8.2. Localisation d'objets dans les images
- 21.8.3. Détection d'objets

**21.9. Détection et suivi d'objets**

- 21.9.1. Méthodes de détection d'objets
- 21.9.2. Algorithmes de suivi d'objets
- 21.9.3. Techniques de suivi et de localisation

**21.10. Segmentation sémantique**

- 21.10.1. Apprentissage profond pour la segmentation sémantique
- 21.10.1. Détection des bords
- 21.10.1. Méthodes de segmentation basées sur des règles

**Module 22.** Traitement du langage naturel (TNL) avec les Réseaux Récurrents Naturels (RRN) et l'Attention**22.1. Génération de texte à l'aide de RRN**

- 22.1.1. Formation d'un RRN pour la génération de texte
- 22.1.2. Génération de langage naturel avec RRN
- 22.1.3. Applications de génération de texte avec RRN

**22.2. Création de l'ensemble de données d'entraînement**

- 22.2.1. Préparation des données pour l'entraînement d'un RRN
- 22.2.2. Stockage de l'ensemble de données d'entraînement
- 22.2.3. Nettoyage et transformation des données
- 22.2.4. Analyse des Sentiments

**22.3. Classement des opinions avec RRN**

- 22.3.1. Détection des problèmes dans les commentaires
- 22.3.2. Analyse des sentiments à l'aide d'algorithmes d'apprentissage profond

**22.4. Réseau encodeur-décodeur pour la traduction automatique neuronale**

- 22.4.1. Entraînement d'un RRN pour la traduction automatique
- 22.4.2. Utilisation d'un réseau *encoder-decoder* pour la traduction automatique
- 22.4.3. Améliorer la précision de la traduction automatique avec les RRN

**22.5. Mécanismes d'attention**

- 22.5.1. Application de mécanismes d'attention dans les RRN
- 22.5.2. Utilisation de mécanismes d'attention pour améliorer la précision des modèles
- 22.5.3. Avantages des mécanismes d'attention dans les réseaux neuronaux

**22.6. Modèles *Transformers***

- 22.6.1. Utilisation des modèles *Transformers* pour le traitement du langage naturel
- 22.6.2. Application des modèles *Transformers* pour la vision
- 22.6.3. Avantages des modèles *Transformers*

**22.7. *Transformers* pour la vision**

- 22.7.1. Utilisation des modèles *Transformers* pour la vision
- 22.7.2. Prétraitement des données d'imagerie
- 22.7.3. Entraînement de modèle *Transformers* pour la vision

**22.8. Bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face***

- 22.8.1. Utilisation de la bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*
- 22.8.2. Application de la bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*
- 22.8.3. Avantages de la bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*

**22.9. Autres bibliothèques de *Transformers*. Comparaison**

- 22.9.1. Comparaison entre les bibliothèques de *Transformers*
- 22.9.2. Utilisation de bibliothèques de *Transformers*
- 22.9.3. Avantages des autres bibliothèques de *Transformers*

**22.10. Développement d'une Application NLP avec RRN et Atención  
Application pratique**

- 22.10.1. Développer une application de traitement du langage naturel et d'attention à l'aide de RRN
- 22.10.2. Utilisation des RNN, des mécanismes d'attention et des modèles *Transformers* dans l'application
- 22.10.3. Évaluation de l'application pratique

**Module 23. Autoencodeurs, GANs et modèles de diffusion**

**23.1. Représentation des données efficaces**

- 23.1.1. Réduction de la dimensionnalité
- 23.1.2. Apprentissage profond
- 23.1.3. Représentations compactes

**23.2. Réalisation de PCA avec un codeur automatique linéaire incomplet**

- 23.2.1. Processus d'apprentissage
- 23.2.2. Implémentation Python
- 23.2.3. Utilisation des données de test

**23.3. Codeurs automatiques empilés**

- 23.3.1. Réseaux neuronaux profonds
- 23.3.2. Construction d'architectures de codage
- 23.3.3. Utilisation de la régularisation

**23.4. Auto-encodeurs convolutifs**

- 23.4.1. Conception du modèle convolutionnels
- 23.4.2. Entraînement de modèles convolutionnels
- 23.4.3. Évaluation des résultats

**23.5. Suppression du bruit des codeurs automatiques**

- 23.5.1. Application de filtres
- 23.5.2. Conception de modèles de codage
- 23.5.3. Utilisation de techniques de régularisation

**23.6. Codeurs automatiques dispersés**

- 23.6.1. Augmentation de l'efficacité du codage
- 23.6.2. Minimiser le nombre de paramètres
- 23.6.3. Utiliser des techniques de régularisation

**23.7. Codeurs automatiques variationnels**

- 23.7.1. Utilisation de l'optimisation variationnelle
- 23.7.2. Apprentissage profond non supervisé
- 23.7.3. Représentations latentes profondes

**23.8. Génération d'images MNIST à la mode**

- 23.8.1. Reconnaissance des formes
- 23.8.2. Génération d'images
- 23.8.3. Entraînement de réseaux neuronaux profonds

**23.9. Réseaux adversaires génératifs et modèles de diffusion**

- 23.9.1. Génération de contenu à partir d'images
- 23.9.2. Modélisation des distributions de données
- 23.9.3. Utilisation de réseaux contradictoires

**23.10. Mise en œuvre des Modèles**

- 23.10.1. Application Pratique
- 23.10.2. Implémentation des modèles
- 23.10.3. Utilisation de données réelles
- 23.10.4. Évaluation des résultats

**Module 24.** Traitement du langage naturel (TNL) avec les Réseaux Récurrents Naturels (RRN) et l'Attention**24.1. Introduction à l'informatique bio-inspirée**

24.1.1. Introduction à l'informatique bio-inspirée

**24.2. Algorithmes d'adaptation sociale**

- 24.2.1. Informatique bio-inspirée basée sur des colonies de fourmis
- 24.2.2. Variantes des algorithmes des colonies de fourmis
- 24.2.3. Informatique basée sur des nuages de particules

**24.3. Algorithmes génétiques**

- 24.3.1. Structure générale
- 24.3.2. Implantations des principaux opérateurs

**24.4. Stratégies d'exploration-exploitation de l'espace pour les algorithmes génétiques**

- 24.4.1. Algorithme CHC
- 24.4.2. Problèmes multimodaux

**24.5. Modèles de calcul évolutif (I)**

- 24.5.1. Stratégies évolutives
- 24.5.2. Programmation évolutive
- 24.5.3. Algorithmes basés sur l'évolution différentielle

**24.6. Modèles de calcul évolutif (II)**

- 24.6.1. Modèles d'évolution basés sur l'estimation des distributions (EDA)
- 24.6.2. Programmation génétique

**24.7. Programmation évolutive appliquée aux problèmes d'apprentissage**

- 24.7.1. Apprentissage basé sur des règles
- 24.7.2. Méthodes évolutives dans les problèmes de sélection des instances

**24.8. Problèmes multi-objectifs**

- 24.8.1. Concept de dominance
- 24.8.2. Application des algorithmes évolutifs aux problèmes multi-objectifs

**24.9. Réseaux neuronaux (I)**

- 24.9.1. Introduction aux réseaux neuronaux
- 24.9.2. Exemple pratique avec les réseaux neuronaux

**24.10. Réseaux neuronaux (II)**

- 24.10.1. Cas d'utilisation des réseaux neuronaux dans la recherche médicale
- 24.10.2. Cas d'utilisation des réseaux neuronaux dans l'économie
- 24.10.3. Cas d'utilisation des réseaux neuronaux dans la vision artificielle

## Module 25. Intelligence Artificielle: Stratégies et applications

### 25.1. Services financiers

- 25.1.1. Les implications de l'intelligence artificielle (IA) dans les services financiers. Opportunités et défis
- 25.1.2. Cas d'utilisation
- 25.1.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.1.4. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.2. Implications de l'intelligence artificielle dans les services de santé

- 25.2.1. Implications de l'IA dans le secteur de la santé. Opportunités et défis
- 25.2.2. Cas d'utilisation

### 25.3. Risques Liés à l'utilisation de l'IA dans les services de santé

- 25.3.1. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.3.2. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.4. Retail

- 25.4.1. Implications de l'IA dans le commerce de détail.. Opportunités et défis
- 25.4.2. Cas d'utilisation
- 25.4.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.4.4. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.5. Industrie

- 25.5.1. Implications de l'IA dans l'Industrie. Opportunités et défis
- 25.5.2. Cas d'utilisation

### 25.6. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA dans l'Industrie

- 25.6.1. Cas d'utilisation
- 25.6.2. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.6.3. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.7. Administration publique

- 25.7.1. Implications de l'IA dans l'Administration Publique. Opportunités et défis
- 25.7.2. Cas d'utilisation
- 25.7.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.7.4. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.8. Éducation

- 25.8.1. Implications de l'IA dans l'éducation. Opportunités et défis
- 25.8.2. Cas d'utilisation
- 25.8.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.8.4. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.9. Sylviculture et agriculture

- 25.9.1. Implications de l'IA pour la foresterie et l'agriculture. Opportunités et défis
- 25.9.2. Cas d'utilisation
- 25.9.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.9.4. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

### 25.10. Ressources Humaines

- 25.10.1. Implications de l'IA pour les ressources humaines. Opportunités et défis
- 25.10.2. Cas d'utilisation
- 25.10.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.10.4. Potentiels de développements / d'utilisations futurs de l'IA

**Module 26.** Applications Pratique en Intelligence Artificielle en Conception**26.1. Génération automatique d'images dans la conception graphique avec Wall-e, Adobe Firefly et Stable Difussion**

- 26.1.1. Concepts fondamentaux de la génération d'images
- 26.1.2. Outils et frameworks pour la génération de graphiques automatiques
- 26.1.3. Impact social et culturel de la conception générative
- 26.1.4. Tendances actuelles dans le domaine et développements et applications futurs

**26.2. Personnalisation dynamique des interfaces utilisateur à l'aide de l'IA**

- 26.2.1. Principes de personnalisation UI/UX
- 26.2.2. Algorithmes de recommandation dans la personnalisation de l'interface utilisateur
- 26.2.3. Expérience de l'utilisateur et retour d'information continu
- 26.2.4. Mise en œuvre pratique dans des applications réelles

**26.3. Conception générative: Applications dans l'industrie et l'art**

- 26.3.1. Principes fondamentaux de la conception générative
- 26.3.2. Conception générative dans l'industrie
- 26.3.3. Conception générative dans l'art contemporain
- 26.3.4. Défis et développements futurs en matière de conception générative

**26.4. Création automatique de Layouts éditoriaux à l'aide d'algorithmes**

- 26.4.1. Principes du Layout éditorial automatique
- 26.4.2. Algorithmes de distribution de contenu
- 26.4.3. Optimisation des espaces et des proportions dans la conception éditoriale
- 26.4.4. Automatisation du processus de révision et d'ajustement

**26.5. Génération procédurale de contenu dans les jeux vidéo avec PCG**

- 26.5.1. Introduction à la génération procédurale dans les jeux vidéo
- 26.5.2. Algorithmes de création automatique de niveaux et d'environnements
- 26.5.3. Narration procédurale et embranchements dans les jeux vidéo
- 26.5.4. Impact de la génération procédurale sur l'expérience du joueur

**26.6. Reconnaissance de formes dans les logos avec Machine Learning à l'aide de Cogniac**

- 26.6.1. Fondamentaux de la reconnaissance des formes dans la conception graphique
- 26.6.2. Mise en œuvre de modèles de *Machine Learning* pour l'identification de logos
- 26.6.3. Applications pratiques dans la conception graphique
- 26.6.4. Considérations juridiques et éthiques relatives à la reconnaissance des logos

**26.7. Optimisation des couleurs et des compositions avec l'IA**

- 26.7.1. Psychologie des couleurs et composition visuelle
- 26.7.2. Algorithmes d'optimisation des couleurs dans la conception graphique avec Adobe Color Wheel et Colors
- 26.7.3. Composition automatique d'éléments visuels à l'aide de Framer, Canva et RunwayML
- 26.7.4. Évaluation de l'impact de l'optimisation automatique sur la perception de l'utilisateur

**26.8. Analyse prédictive des tendances visuelles en matière de conception**

- 26.8.1. Collecte de données et tendances actuelles
- 26.8.2. Modèles de *Machine Learning* pour la prédiction des tendances
- 26.8.3. Mise en œuvre de stratégies proactives dans la conception
- 26.8.4. Principes d'utilisation des données et des prévisions dans la conception

**26.9. Collaboration assistée par l'IA dans les équipes de conception**

- 26.9.1. Collaboration entre l'homme et l'IA dans les projets de conception
- 26.9.2. Plateformes et outils pour la collaboration assistée par l'IA (Adobe Creative Cloud et Sketch2React)
- 26.9.3. Meilleures pratiques en matière d'intégration des technologies assistées par l'IA
- 26.9.4. Perspectives d'avenir pour la collaboration entre l'homme et l'IA dans le domaine de la conception

**26.10. Stratégies pour une intégration réussie de l'IA dans la conception**

- 26.10.1. Identification des besoins de conception pouvant être résolus par l'IA
- 26.10.2. Évaluation des plateformes et outils disponibles
- 26.10.3. Intégration efficace dans les projets de conception
- 26.10.4. Optimisation et adaptabilité continues

**Module 27.** Interaction Conception-Utilisateur et IA

**27.1. Suggestions de conception comportementale contextuelle**

- 27.1.1. Comprendre le comportement de l'utilisateur dans la conception
- 27.1.2. Systèmes de suggestions contextuelles basés sur l'IA
- 27.1.3. Stratégies visant à garantir la transparence et le consentement de l'utilisateur
- 27.1.4. Tendances et améliorations possibles en matière de personnalisation comportementale

**27.2. Analyse prédictive des interactions avec les utilisateurs**

- 27.2.1. Importance de l'analyse prédictive dans les interactions entre l'utilisateur et le concepteur
- 27.2.2. Modèles de *Machine Learning* pour la prédiction des comportements de l'utilisateur
- 27.2.3. Intégrer l'analyse prédictive dans la conception de l'interface utilisateur
- 27.2.4. Défis et dilemmes de l'analyse prédictive

**27.3. Conception adaptative à différents appareils grâce à l'IA**

- 27.3.1. Principes de la conception adaptative des appareils
- 27.3.2. Algorithmes d'adaptation du contenu
- 27.3.3. Optimisation de l'interface pour les expériences mobiles et de bureau
- 27.3.4. Développements futurs de la conception adaptative avec les technologies émergentes

**27.4. Génération automatique de personnages et d'ennemis dans les jeux vidéo**

- 27.4.1. Nécessité de la génération automatique dans le développement des jeux vidéo
- 27.4.2. Algorithmes de génération de personnages et d'ennemis
- 27.4.3. Personnalisation et adaptabilité des personnages générés automatiquement
- 27.4.4. Expériences de développement: Défis et leçons apprises

**27.5. Améliorer l'IA dans les personnages du jeu**

- 27.5.1. Importance de l'intelligence artificielle dans les personnages de jeux vidéo
- 27.5.2. Algorithmes pour améliorer le comportement des personnages
- 27.5.3. Adaptation continue et apprentissage de l'IA dans les jeux
- 27.5.4. Défis techniques et créatifs liés à l'amélioration de l'IA des personnages

**27.6. Conception personnalisée dans l'industrie: Défis et opportunités**

- 27.6.1. Transformer la conception industrielle grâce à la personnalisation
- 27.6.2. Technologies habilitantes pour la conception personnalisée
- 27.6.3. Défis liés à la mise en œuvre de la conception personnalisée à grande échelle
- 27.6.4. Possibilités d'innovation et de différenciation concurrentielle

**27.7. Conception durable grâce à l'IA**

- 27.7.1. Analyse du cycle de vie et traçabilité grâce à l'intelligence artificielle
- 27.7.2. Optimisation des matériaux recyclables
- 27.7.3. Amélioration des processus durables
- 27.7.4. Développement de stratégies et de projets pratiques

**27.8. Intégration d'assistants virtuels dans les interfaces de conception avec Adobe Sensei, Figma et AutoCAD**

- 27.8.1. Rôle des assistants virtuels dans la conception interactive
- 27.8.2. Développement d'assistants virtuels spécialisés dans la conception
- 27.8.3. Interaction naturelle avec les assistants virtuels dans les projets de conception
- 27.8.4. Défis de la mise en œuvre et améliorations continues

**27.9. Analyse continue de l'expérience utilisateur en vue d'une amélioration**

- 27.9.1. Cycle d'amélioration continue dans la conception des interactions
- 27.9.2. Outils et mesures pour l'analyse continue
- 27.9.3. Itération et adaptation dans l'expérience utilisateur
- 27.9.4. Garantir le respect de la vie privée et la transparence dans le traitement des données sensibles

**27.10. Application des techniques d'IA pour l'amélioration de l'utilisabilité**

- 27.10.1. Croisement de l'IA et de la facilité d'utilisation
- 27.10.2. Analyse des sentiments et expérience utilisateur (UX)
- 27.10.3. Personnalisation dynamique de l'interface
- 27.10.4. Optimisation du flux de travail et de la navigation

**Module 28.** Innovation dans les processus de Conception et l'IA**28.1. Optimisation des processus de fabrication à l'aide de simulations d'IA**

- 28.1.1. Introduction à l'optimisation des processus de fabrication
- 28.1.2. Simulations d'IA pour l'optimisation de la production
- 28.1.3. Défis techniques et opérationnels dans la mise en œuvre des simulations d'IA
- 28.1.4. Perspectives d'avenir: Progrès dans l'optimisation des processus avec l'IA

**28.2. Création de prototypes virtuels: Défis et avantages**

- 28.2.1. Importance du prototypage virtuel dans la conception
- 28.2.2. Outils et technologies pour le prototypage virtuel
- 28.2.3. Défis du prototypage virtuel et stratégies d'adaptation
- 28.2.4. Impact sur l'innovation et l'agilité en matière de conception

**28.3. Conception générative: Applications dans l'industrie et la création artistique**

- 28.3.1. Architecture et urbanisme
- 28.3.2. Design de mode et textile
- 28.3.3. Conception de matériaux et de textures
- 28.3.4. Automatisation dans la conception graphique

**28.4. Analyse des matériaux et des performances à l'aide de l'intelligence artificielle**

- 28.4.1. Importance de l'analyse des matériaux et des performances dans la conception
- 28.4.2. Algorithmes d'intelligence artificielle pour l'analyse des matériaux
- 28.4.3. Impact sur l'efficacité et la durabilité de la conception
- 28.4.4. Défis liés à la mise en œuvre et applications futures

**28.5. Personnalisation de masse dans la production industrielle**

- 28.5.1. Transformer la production par la personnalisation de masse
- 28.5.2. Technologies habilitantes pour la personnalisation de masse
- 28.5.3. Défis logistiques et d'échelle dans la personnalisation de masse
- 28.5.4. Impact économique et possibilités d'innovation

**28.6. Outils de conception assistée par intelligence artificielle (Deep Dream Generator, Fotor et Snappa)**

- 28.6.1. Conception assistée par génération gan (réseaux adversaires génératifs)
- 28.6.2. Génération collective d'idées
- 28.6.3. Génération tenant compte du contexte
- 28.6.4. Explorer des dimensions créatives non linéaires

**28.7. Conception collaborative homme-robot dans les projets innovants**

- 28.7.1. Intégration des robots dans les projets de conception innovante
- 28.7.2. Outils et plateformes pour la collaboration homme-robot (ROS, OpenAI Gym et Azure Robotics)
- 28.7.3. Défis liés à l'intégration des robots dans les projets créatifs
- 28.7.4. Perspectives d'avenir dans la conception collaborative avec les technologies émergentes

**28.8. Maintenance prédictive des produits: Approche IA**

- 28.8.1. Importance de la maintenance prédictive pour prolonger la durée de vie des produits
- 28.8.2. Modèles de *Machine Learning* pour la maintenance prédictive
- 28.8.3. Mise en œuvre pratique dans diverses industries
- 28.8.4. Évaluation de la précision et de l'efficacité de ces modèles dans des environnements industriels

**28.9. Génération automatique de caractères et de styles visuels**

- 28.9.1. Principes fondamentaux de la génération automatique dans la conception de caractères
- 28.9.2. Applications pratiques dans la conception graphique et la communication visuelle
- 28.9.3. Conception collaborative assistée par l'IA dans la création de caractères typographiques
- 28.9.4. Exploration des styles et tendances automatiques

**28.10. Intégration de l'IdO pour la surveillance des produits en temps réel**

- 28.10.1. Transformation avec l'intégration de l'IdO dans la conception des produits
- 28.10.2. Capteurs et dispositifs IdO pour la surveillance en temps réel
- 28.10.3. Analyse des données et prise de décision basée sur l'IdO
- 28.10.4. Défis de la mise en œuvre et applications futures de l'IdO dans la conception

**Module 29.** Technologies appliquées à la Conception et IA

**29.1. Intégration d'assistants virtuels dans les interfaces de conception avec Dialogflow, Microsoft Bot Framework y Rasa**

- 29.1.1. Rôle des assistants virtuels dans la conception interactive
- 29.1.2. Développement d'assistants virtuels spécialisés dans la conception
- 29.1.3. Interaction naturelle avec les assistants virtuels dans les projets de conception
- 29.1.4. Défis de la mise en œuvre et amélioration continue

**29.2. Détection et correction automatiques des erreurs visuelles avec l'IA**

- 29.2.1. Importance de la détection et de la correction automatiques des erreurs visuelles
- 29.2.2. Algorithmes et modèles de détection des erreurs visuelles
- 29.2.3. Outils de correction automatique dans la conception visuelle
- 29.2.4. Défis en matière de détection et de correction automatiques et stratégies pour les surmonter

**29.3. Outils d'IA pour l'évaluation de la convivialité des conceptions d'interface (EyeQuant, Lookback et Mouseflow)**

- 29.3.1. Analyse des données d'interaction avec des modèles d'apprentissage automatique
- 29.3.2. Génération de rapports automatisés et recommandations
- 29.3.3. Simulations d'utilisateurs virtuels pour les tests d'utilisabilité via Bootpress, Botium et Rasa
- 29.3.4. Interface conversationnelle pour le retour d'information des utilisateurs

**29.4. Optimisation des flux éditoriaux à l'aide d'algorithmes utilisant Chat GPT, Bing, WriteSonic et Jasper**

- 29.4.1. Importance de l'optimisation des flux éditoriaux
- 29.4.2. Algorithmes pour l'automatisation et l'optimisation de la rédaction
- 29.4.3. Outils et technologies pour l'optimisation éditoriale
- 29.4.4. Défis liés à la mise en œuvre et à l'amélioration continue des flux de travail éditoriaux

**29.5. Simulations réalistes dans la conception de jeux vidéo avec TextureLab et Leonardo**

- 29.5.1. Importance des simulations réalistes dans l'industrie du jeu vidéo
- 29.5.2. Modélisation et simulation d'éléments réalistes dans les jeux vidéo
- 29.5.3. Technologies et outils pour les simulations réalistes dans les jeux vidéo
- 29.5.4. Défis techniques et créatifs des simulations réalistes dans les jeux vidéo

**29.6. Génération automatique de contenu multimédia dans la conception éditoriale**

- 29.6.1. Transformation avec génération automatique de contenu multimédia
- 29.6.2. Algorithmes et modèles pour la génération automatique de contenu multimédia
- 29.6.3. Applications pratiques dans les projets d'édition
- 29.6.4. Défis et tendances futures dans la génération automatique de contenu multimédia

**29.7. Conception adaptative et prédictive basée sur les données de l'utilisateur**

- 29.7.1. Importance de la conception adaptative et prédictive dans l'expérience de l'utilisateur
- 29.7.2. Collecte et analyse des données de l'utilisateur pour la conception adaptative
- 29.7.3. Algorithmes pour la conception adaptative et prédictive
- 29.7.4. Intégration de la conception adaptative dans les plateformes et les applications

**29.8. Intégration d'algorithmes dans l'amélioration de la facilité d'utilisation**

- 29.8.1. Segmentation et modèles de comportement
- 29.8.2. Détection des problèmes d'utilisabilité
- 29.8.3. Adaptabilité aux changements de préférences des utilisateurs
- 29.8.4. Tests a/b automatisés et analyse des résultats

**29.9. Analyse continue de l'expérience utilisateur en vue d'améliorations itératives**

- 29.9.1. Importance d'un retour d'information continu dans l'évolution des produits et services
- 29.9.2. Outils et mesures pour l'analyse continue
- 29.9.3. Études de cas démontrant les améliorations substantielles obtenues grâce à cette approche
- 29.9.4. Traitement des données sensibles

**29.10. Collaboration assistée par l'IA dans les équipes éditoriales**

- 29.10.1. Transformer la collaboration assistée par l'IA dans les équipes rédactionnelles
- 29.10.2. Outils et plateformes de collaboration assistée par l'IA (Grammarly, Yoast SEO et Quillionz)
- 29.10.3. Développement d'assistants virtuels spécialisés dans la rédaction
- 29.10.4. Défis liés à la mise en œuvre et aux applications futures de la collaboration assistée par l'IA

**Module 30. Éthique et environnement dans la Conception et IA**
**30.1. L'impact environnemental dans la conception industrielle: Approche éthique**

- 30.1.1. Sensibilisation à l'environnement dans la conception industrielle
- 30.1.2. Analyse du cycle de vie et conception durable
- 30.1.3. Défis éthiques dans les décisions de conception ayant un impact sur l'environnement
- 30.1.4. Innovations durables et tendances futures

**30.2. Améliorer l'accessibilité visuelle dans la conception graphique réactive**

- 30.2.1. L'accessibilité visuelle en tant que priorité éthique dans la conception graphique
- 30.2.2. Outils et pratiques pour améliorer l'accessibilité visuelle (Google LightHouse et Microsoft Accessibility Insights)
- 30.2.3. Défis éthiques dans la mise en œuvre de l'accessibilité visuelle
- 30.2.4. Responsabilité professionnelle et améliorations futures de l'accessibilité visuelle

**30.3. Réduction des déchets dans le processus de conception: Défis durables**

- 30.3.1. Importance de la réduction des déchets dans la conception
- 30.3.2. Stratégies de réduction des déchets aux différents stades de la conception
- 30.3.3. Défis éthiques dans la mise en œuvre des pratiques de réduction des déchets
- 30.3.4. Engagements des entreprises et certifications durables

**30.4. Analyse des sentiments dans la création de contenu éditorial: Considérations éthiques**

- 30.4.1. Analyse de sentiments et éthique dans le contenu éditorial
- 30.4.2. Algorithmes d'analyse des sentiments et décisions éthiques
- 30.4.3. Impact sur l'opinion publique
- 30.4.4. Défis en matière d'analyse des sentiments et implications futures

**30.5. Intégration de la reconnaissance des émotions pour des expériences immersives**

- 30.5.1. Éthique de l'Intégration de la Reconnaissance des Émotions dans les Expériences Immersives
- 30.5.2. Technologies de Reconnaissance des Émotions
- 30.5.3. Défis Éthiques dans la Création d'Expériences Immersives Conscientes des Émotions
- 30.5.4. Perspectives d'Avenir et Éthique dans le Développement d'Expériences Immersives

**30.6. Éthique dans la Conception de jeux vidéo: Implications et décisions**

- 30.6.1. Éthique et Responsabilité dans la Conception de Jeux Vidéo
- 30.6.2. Inclusion et Diversité dans les Jeux Vidéo: Décisions Éthiques
- 30.6.3. Microtransactions et Monétisation Éthique dans les Jeux Vidéo
- 30.6.4. Défis Éthiques dans le Développement des Narratives et des Personnages dans les Jeux Vidéo

**30.7. Conception responsable: Considérations éthiques et environnementales dans l'industrie**

- 30.7.1. Approche Éthique de la Conception Responsable
- 30.7.2. Outils et Méthodes pour la Conception Responsable
- 30.7.3. Défis Éthiques et Environnementaux dans l'Industrie de la Conception
- 30.7.4. Engagements des Entreprises et Certifications en matière de Conception Responsable

**30.8. Éthique dans l'intégration de l'IA dans les interfaces utilisateurs**

- 30.8.1. Explorer comment l'intelligence artificielle dans les interfaces utilisateurs soulève des défis éthiques
- 30.8.2. Transparence et Explicabilité des Systèmes d'IA dans les Interfaces Utilisateurs
- 30.8.3. Défis Éthiques liés à la Collecte et à l'Utilisation des Données de l'Interface Utilisateur
- 30.8.4. Perspectives d'Avenir sur l'Éthique de l'IA dans les Interfaces Utilisateur

**30.9. Durabilité dans l'innovation du processus de Conception**

- 30.9.1. Reconnaissance de l'importance de la durabilité dans l'innovation du processus de conception
- 30.9.2. Développement de Processus Durables et Prise de Décision Éthique
- 30.9.3. Défis Éthiques dans l'Adoption de Technologies Innovantes
- 30.9.4. Engagements Commerciaux et Certifications de Durabilité dans les Processus de Conception

**30.10. Aspects éthiques de l'application des technologies à la Conception**

- 30.10.1. Décisions Éthiques dans la Sélection et l'Application des Technologies de Conception
- 30.10.2. Éthique dans la Conception d'Expériences d'Utilisateurs avec des Technologies Avancées
- 30.10.3. Intersections de l'éthique et des technologies dans la conception
- 30.10.4. Tendances émergentes et rôle de l'éthique dans l'orientation future de la conception avec des technologies avancées

07

# Méthodologie

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

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





“

*Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”*

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

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

“

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



*Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.*



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

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.

**“** *Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels”*

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

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

## Relearning Methodology

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

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

*Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.*

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

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



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

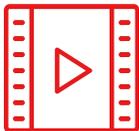
*Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.*

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

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



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



#### Support d'étude

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

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



#### Cours magistraux

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

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



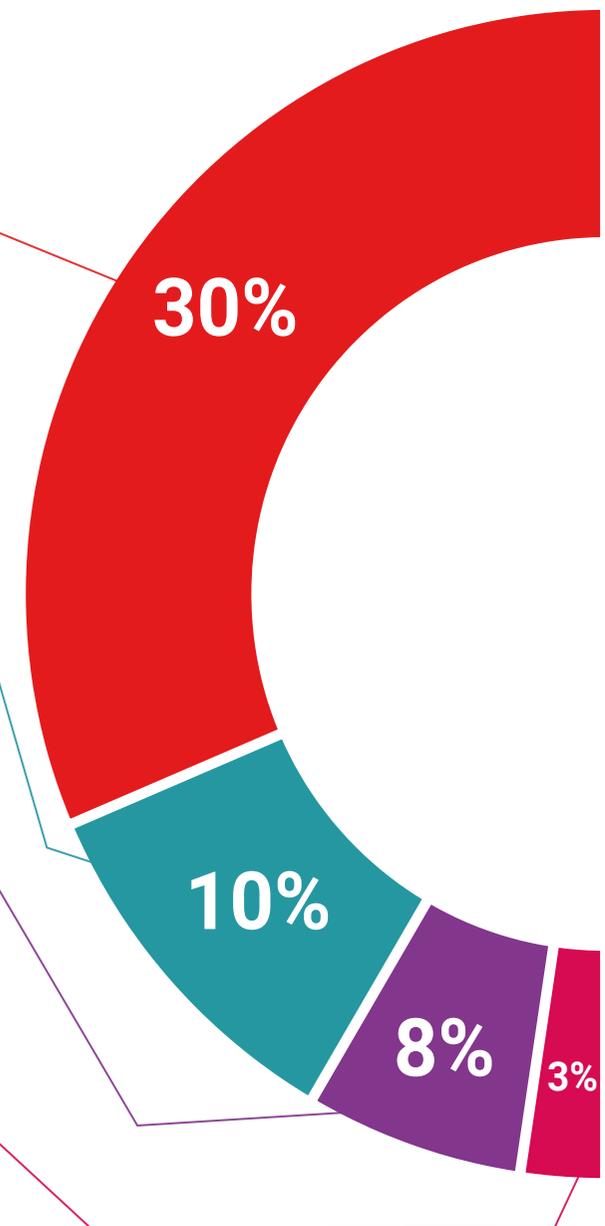
#### Stages en compétences de gestion

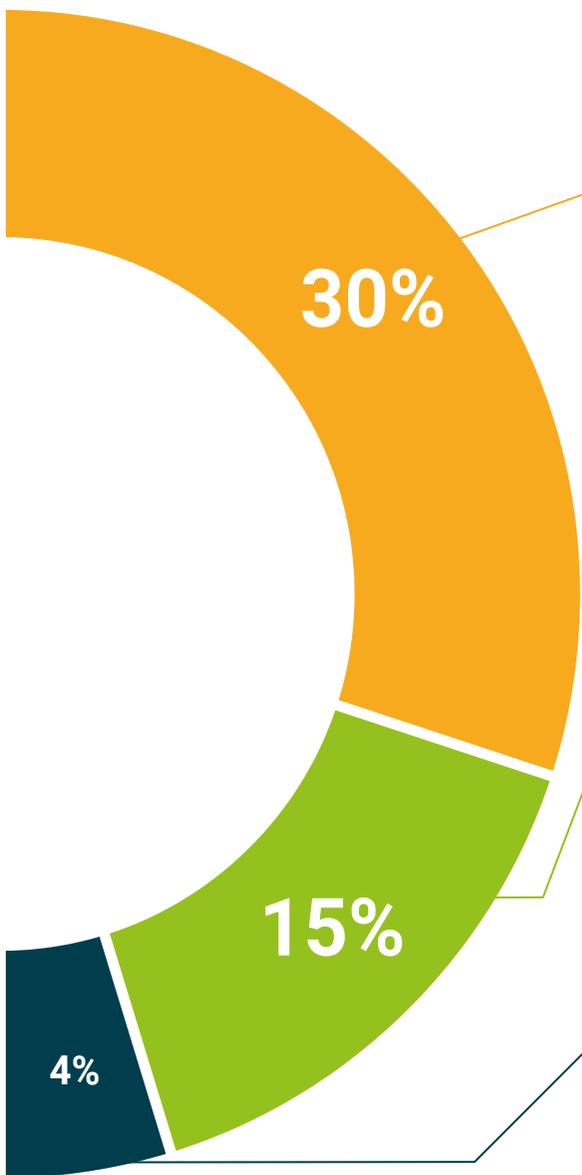
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



#### Lectures complémentaires

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





#### Case studies

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



#### Résumés interactifs

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



#### Testing & Retesting

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



08

# Profil de nos étudiants

Le profil des étudiants qui choisissent de suivre ce diplôme universitaire est varié. Il s'agit toutefois de professionnels possédant une combinaison de compétences en matière de conception, de technologie et d'affaires. Ces étudiants sont également unis par une passion pour l'innovation et souhaitent donc intégrer les outils les plus sophistiqués de l'Intelligence Artificielle dans leur pratique afin de développer des projets d'avant-garde.





“

*Ce programme s'adresse aux professionnels qui souhaitent explorer de nouvelles façons de combiner la Conception et l'Intelligence Artificielle pour créer des projets hautement innovants”*

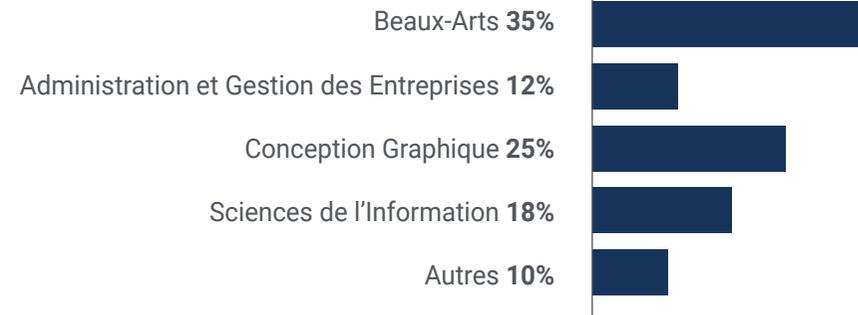
## Âge moyen

Entre **35** et **45** ans

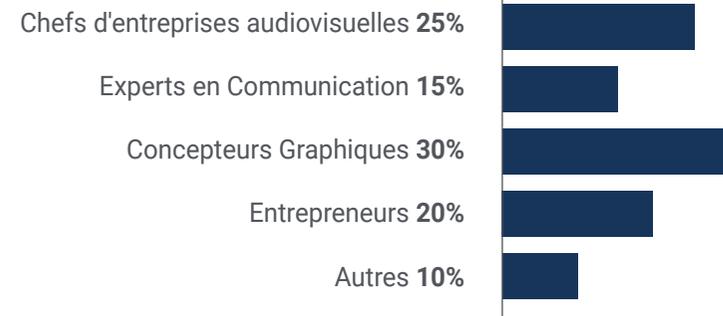
## Années d'expérience



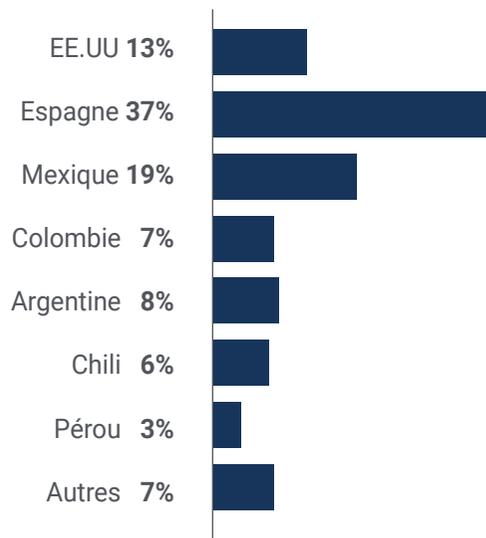
## Formation



## Profil académique



## Distribution géographique



## Carlos Rodríguez

Concepteur

*"Ce programme a été une expérience véritablement transformatrice qui m'a permis de mieux comprendre comment l'intelligence artificielle peut être appliquée efficacement à la conception de produits et de services innovants. Je tiens à exprimer mes sincères remerciements à tous les professeurs et membres du personnel impliqués dans ce programme, dont l'engagement et le dévouement ont été déterminants pour ma réussite professionnelle."*

09

# Direction de la formation

Conformément à sa philosophie consistant à offrir des expériences éducatives de premier ordre, TECH a réuni les meilleurs experts en Intelligence Artificielle pour ce Mastère Avancé. Ainsi, ces professionnels apportent au matériel pédagogique à la fois leurs connaissances approfondies du sujet et leurs années d'expérience professionnelle dans ce secteur. Ainsi, les étudiants bénéficieront d'une expérience d'apprentissage immersive qui leur permettra de faire un bond qualitatif dans leur carrière professionnelle en tant que Concepteur.



“

*Les enseignants de ce programme vous fourniront les techniques les plus innovantes pour la Détection et la Correction Automatique des erreurs visuelles avec l'Intelligence Artificielle”*

## 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 en recrutement et en stratégie technologique. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes de direction dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement Fortune 50, notamment NBCUniversal et Comcast. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance.

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

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

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



## Mme Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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



## M. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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

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



## M. Arman, Romi

---

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



*Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances grâce à une formation de la plus haute qualité? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"*

## Directeur 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 mises à jour des données des fournisseurs et la hiérarchisation des données des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

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

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

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



## M. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Directeur 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 les plus qualifiés et les plus expérimentés au niveau international 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 ce MBA, vous aurez accès à une vaste bibliothèque de ressources multimédias, élaborées par des professeurs de renommée internationale"*

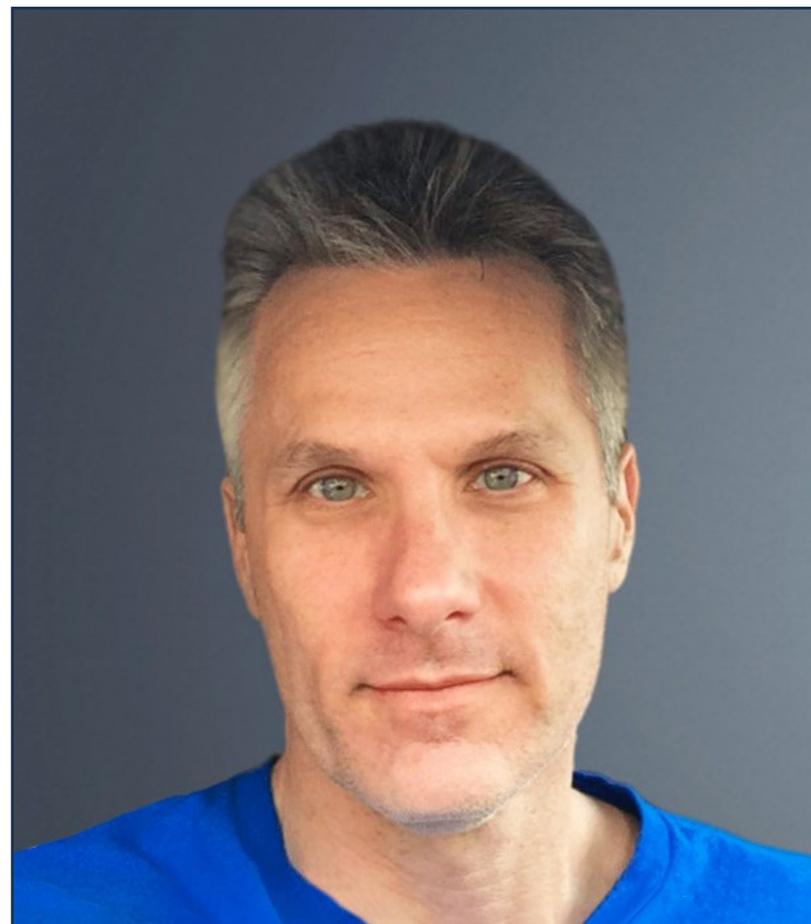
## Directeur invité international

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. Stevenson, Scott

---

- ♦ 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



*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

Le Docteur Eric Nyquist est un grand professionnel du **sport international**, qui s'est construit une carrière impressionnante, reconnue pour son **leadership stratégique** et sa capacité à conduire le changement et l'**innovation** dans des **organisations sportives** de classe mondiale.

En fait, il a occupé des postes de haut niveau, notamment celui de **Directeur de la Communication et de l'Impact** à la **NASCAR**, basée en **Floride, aux États-Unis**. Fort de ses nombreuses années d'expérience, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de premier **Vice-président du Développement Stratégique** et de **Directeur Général des Affaires Commerciales**, gérant plus d'une douzaine de disciplines allant du **développement stratégique** au **Marketing du divertissement**.

Nyquist a également laissé une marque importante sur les principales **franchises sportives** de Chicago. En tant que **Vice-président Exécutif** des **Bulls de Chicago** et des **White Sox de Chicago**, il a démontré sa capacité à mener à bien des **affaires** et des **stratégies** dans le monde du **sport professionnel**.

Enfin, il a commencé sa carrière dans le sport en travaillant à New York en tant qu'**analyste stratégique principal** pour Roger Goodell au sein de la **National Football League (NFL)** et, avant cela, en tant que **Stagiaire Juridique** auprès de la **Fédération de Football des États-Unis**.



## Dr Nyquist, Eric

---

- Directeur de la Communication et de l'Impact, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Senior du Développement Stratégique, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président de la Planification stratégique, NASCAR
- Directeur Senior des Affaires Commerciales à NASCAR
- Vice-président Exécutif, Franchises Chicago White Sox
- Vice-président Exécutif, Franchises des Bulls de Chicago
- Responsable de la Planification des Affaires à la National Football League (NFL)
- Stagiaire en Affaires Commerciales et Juridiques à la Fédération Américaine de Football
- Docteur en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires (MBA) de L'Université de Chicago (Booth School of Business)
- Licence en Économie Internationale du Carleton College

“

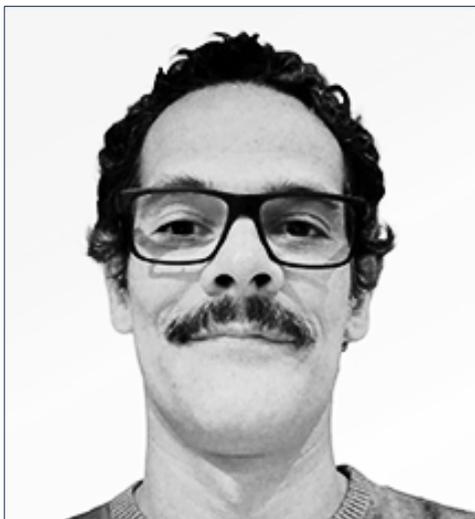
*Grâce à ce diplôme universitaire 100% en ligne, vous pourrez combiner vos études avec vos obligations quotidiennes, avec l'aide des meilleurs experts internationaux dans le domaine qui vous intéresse. Inscrivez-vous dès maintenant!"*

## Direction



### Dr Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO et CTO de Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO chez Korporate Technologies
- ♦ CTO de AI Shepherds GmbH
- ♦ Consultant et Conseiller Stratégique auprès d'Alliance Medical
- ♦ Directeur de la Conception et du Développement chez DocPath
- ♦ Doctorat en Ingénierie Informatique de l'Université de Castille-La Manche
- ♦ Doctorat en Économie, Commerce et Finances de l'Université Camilo José Cela
- ♦ Doctorat en Psychologie de l'Université de Castille -La Manche
- ♦ Master en Executive MBA de l'Université Isabel I
- ♦ Master en Gestion Commerciale et Marketing de l'Université Isabel I
- ♦ Master en Big Data par Formation Hadoop
- ♦ Master en Technologies Avancées de l'Information de l' Université de Castille La Manche
- ♦ Membre: Groupe de Recherche SMILE



### **M. Maldonado Pardo, Chema**

- ♦ Concepteur Graphique chez DocPath Document Solutions S.L
- ♦ Associé Fondateur et Chef du Département de Conception et Publicité de D.C.M. Difusión Integral de Ideas, C.B
- ♦ Responsable du Département de Conception et d'Impression Numérique de Ofipaper, La Mancha S.L
- ♦ Concepteur Graphique à Ático, Studio Graphique
- ♦ Concepteur Graphique et Artisan Imprimeur à Lozano Artes Gráficas
- ♦ Maquettiste et Concepteur Graphique chez Gráficas Lozano
- ♦ ETSI Télécommunications à l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ ETS Informatique des Systèmes à l'Université de Castille-La Manche

## **Professeurs**

### **Mme Parreño Rodríguez, Adelaida**

- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer dans les projets PHOENIX et FLEXUM*
- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer à l'Université de Murcie*
- ♦ *Manager in Research & Innovation in European Projects à l'Université de Murcie*
- ♦ Créatrice de contenu dans le cadre du Global UC3M Challenge
- ♦ Prix Ginés Huertas Martínez (2023)
- ♦ Master en Énergies Renouvelables de l'Université Polytechnique de Carthagène
- ♦ Diplôme en Génie Électrique (bilingue) de l'Université Carlos III de Madrid

# 10

# Impact sur votre carrière

Ce programme de TECH permettra aux étudiants d'intégrer efficacement l'Intelligence Artificielle dans le processus de conception des produits et des services. Ainsi, les diplômés maîtriseront des systèmes tels que les algorithmes visant à la personnalisation, créant ainsi des expériences plus satisfaisantes pour l'utilisateur. De leur côté, les étudiants acquerront des compétences en matière d'analyse de données pour extraire des informations précieuses qui les aideront à prendre des décisions éclairées et à identifier les tendances. Tout cela permettra d'élever les horizons professionnels des experts à un niveau supérieur.





“

*Vous manipulerez des algorithmes d'Apprentissage Automatique afin d'optimiser vos conceptions pour une plus grande efficacité”*

*Cette formation vous donne l'occasion de mettre à jour vos connaissances dans un scénario réel, avec la rigueur scientifique maximale d'une institution à la pointe de la technologie.*

### Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau international. Son principal objectif est de favoriser leur épanouissement personnel et professionnel. Vous aidant à réussir.

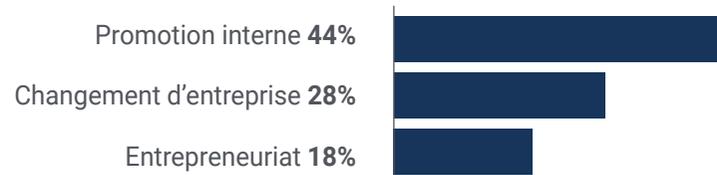
Ceux qui veulent s'améliorer, apporter un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs trouveront leur place chez TECH.

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

#### Heure du changement



#### Type de changement



## Amélioration salariale

---

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants.



11

# Bénéfices pour votre entreprise

Si ce programme universitaire vise avant tout à mettre à jour les connaissances des étudiants, il se concentre également sur les aspects que les diplômés apporteront à leurs institutions. Les professionnels intégreront l'Intelligence Artificielle dans leurs processus de conception de biens ou de services, en développant des projets innovants et technologiquement avancés qui se démarqueront sur le marché. De cette manière, les entreprises obtiendront un avantage concurrentiel en offrant des produits plus personnalisés qui répondent aux besoins des clients.



“

*Vous fournirez aux entreprises les compétences nécessaires pour développer des produits qui intègrent des technologies émergentes telles que la Réalité Virtuelle et assurer leur compétitivité sur le marché”*

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

### Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

---

02

### Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

### Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

---

04

### Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

### Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel, ou développer de nouveaux projets, dans le domaine de la R+D ou le Business Development de son entreprise.

---

06

### Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



# 12 Diplôme

Le Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception** 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 MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception**

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** MBA en Intelligence Artificielle dans la Conception

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

Mastère Avancé

MBA en Intelligence Artificielle  
dans la Conception