

Executive Mastère

Executive MBA (PDG, Directeur Général)

M B A P D G



Executive Mastère Executive MBA (PDG, Directeur Général)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: **Diplômés de l'université, les Titulaires de Diplômes qui ont précédemment obtenu un diplôme dans le domaine des Sciences Administratives et Commerciales**

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/executive-mba-pdg-directeur-general

Sommaire

01

Sommaire

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 20

06

Structure et contenu

page 26

07

Méthodologie

page 42

08

Profil de nos étudiants

page 50

09

Direction de la formation

page 54

10

Impact sur votre carrière

page 58

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 62

12

Diplôme

page 66

01 Sommaire

Le PDG représente le gouvernail d'une entreprise, la force motrice de la vision, de la stratégie et du succès de l'organisation. L'importance de ces postes de direction réside dans leur capacité à équilibrer la stabilité à court terme et la vision à long terme, en s'adaptant à des environnements commerciaux changeants et en remettant constamment en question le statu quo, afin d'atteindre de nouveaux horizons de développement et de réussite durable. Ce programme TECH fournira une perspective complète et actualisée sur les stratégies d'entreprise, la gestion du leadership et les compétences en matière de prise de décision. En outre, il permettra aux cadres d'acquérir les outils nécessaires pour relever des défis commerciaux complexes et favoriser l'innovation au sein de leur organisation.



Executive Mastère en Executive MBA (PDG, Directeur Général)
TECH Université Technologique



“

Ce programme permettra au PDG de diriger avec vision, adaptabilité et une approche stratégique dans un environnement commercial dynamique et compétitif”

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

L'objectif principal de cette formation universitaire est de fournir une formation complète en gestion d'entreprise, permettant aux dirigeants de développer des compétences stratégiques avancées. Il cherchera à élargir leur compréhension des défis contemporains auxquels sont confrontées les organisations. Dans le même temps, ils disposeront d'outils de pointe pour prendre des décisions fondées sur des données, diriger efficacement et gérer des équipes pluridisciplinaires. En outre, la vision globale et la capacité à gérer la complexité des affaires seront encouragées, préparant le PDG à naviguer dans un environnement concurrentiel avec confiance, adaptabilité et innovation. Consolider le Leadership.



“

Grâce à TECH, vous développerez les compétences essentielles pour diriger stratégiquement votre propre entreprise”

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

Le **Executive Mastère en Executive MBA (PDG, Directeur Général)** permettra aux étudiants 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'affaires

05

Encourager la création de stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour devenir plus compétitive et atteindre ses propres objectifs



06

Différencier les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

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 bénéfices de l'entreprise

07

Travailler de manière plus efficace, plus agile et plus en phase avec les nouvelles technologies et les nouveaux 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

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

12

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



13

Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin de développer une gestion adéquate de celles-ci

15

Mettre en œuvre la stratégie de marketing qui permet de faire connaître le produit aux clients potentiels et de générer une image adéquate de l'entreprise

16

Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: conception, plan de faisabilité, exécution, suivi

18

Créer des stratégies innovantes en fonction des différents projets

19

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

17

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

20

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



05

Compétences

Ce programme universitaire dotera le PDG, ou l'aspirant PDG, d'une gamme variée de compétences clés nécessaires pour diriger avec succès dans le monde des affaires actuel. Ces compétences théoriques et pratiques vont des aptitudes au leadership stratégique, à la gestion financière avancée, à l'analyse de données et à la prise de décision fondée sur des données probantes, en passant par la capacité à comprendre et à s'adapter à des environnements commerciaux mondiaux complexes. En outre, vous acquerrez de solides méthodologies interpersonnelles, telles qu'une communication efficace, la négociation et la constitution d'équipes, et vous développerez un état d'esprit novateur pour aborder les défis avec créativité et vision à long terme.



“

Vous perfectionnerez les compétences nécessaires pour diriger, innover et prendre des décisions stratégiques qui stimulent la croissance et le succès durable de vos organisations”

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 les outils et les méthodes pour la manipulation et la meilleure
utilisation des données, afin de fournir des résultats compréhensibles
pour l'utilisateur 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

Mettre en œuvre les clés d'une gestion réussie de la RDI au sein des organisations

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

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

14

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

06

Structure et contenu

L'Executive MBA (PDG, Directeur Général) est un programme unique qui se déroule entièrement en ligne. Cela vous permet de choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre emploi du temps, à votre disponibilité et à vos centres d'intérêt. Ce programme, qui se déroule sur 12 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui offre les bases de votre réussite professionnelle.



“

Vous serez en mesure de mettre en œuvre les stratégies d'entreprise les plus récentes, telles que Driving Corporate Strategy, Pacing Corporate Strategy et Framing Corporate Strategy”

Plan d'études

Ce programme d'études offre une structure solide et diversifiée, couvrant dix modules de base pour le développement des cadres. En outre, au cours des 1 500 heures de formation, le diplômé analysera une multitude d'études de cas par le biais d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Tout d'abord, le rôle crucial du leadership éthique et de la responsabilité d'entreprise dans la prise de décision stratégique sera analysé, suivi de la formulation et de la mise en œuvre de stratégies commerciales efficaces pour maintenir la compétitivité et la croissance durable. L'importance de diriger des équipes, d'encourager la motivation et de renforcer le capital humain en tant que moteur clé de la réussite organisationnelle sera également étudiée en profondeur.

Les étudiants recevront également des outils et des connaissances pour une gestion efficace des ressources financières, en examinant l'optimisation des processus et de la chaîne d'approvisionnement. Les

étudiants seront également immergés dans la gestion technologique, la stratégie commerciale, le marketing, la communication d'entreprise et les études de marché. Enfin, il renforcera l'approche du Management Directif, en synthétisant les compétences en matière de prise de décision stratégique dans des environnements commerciaux difficiles et dynamiques.

Il s'agit d'un programme sur mesure conçu pour répondre aux objectifs professionnels des étudiants, orienté vers le développement et la formation pour exceller dans le domaine de l'administration et de la gestion des entreprises. Le programme sera adapté aux besoins des entrepreneurs et de leurs entreprises, offrant un contenu innovant basé sur les dernières tendances, soutenu par une méthodologie éducative de premier ordre, Relearning, et un corps enseignant exceptionnel.

Ce Executive MBA se développe sur 12 mois et se divise en 10 modules:

Module 1 Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

Module 2 Orientation stratégique et *Management* Directif

Module 3 Gestion des personnes et des talents

Module 4 Gestion économique et financière

Module 5 Gestion des opérations et de la logistique

Module 6 Gestion des systèmes d'information

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

Module 8 Études de marché, publicité et gestion du marketing

Module 9 Innovation et Gestion de Projet

Module 10 *Management* exécutif

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Executive MBA (PDG, Directeur Général) entièrement en ligne. Pendant les 12 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 Gouvernement d'Entreprise
- 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 1.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

1.2. Leadership

- 1.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
- 1.2.2. Leadership dans l'entreprise
- 1.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise

1.3. Cross Cultural Management

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

1.4. Développement de la gestion et le leadership

- 1.4.1. Concept de développement 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 des affaires

- 1.5.1. Éthique et Morale
- 1.5.2. Éthique des Affaires
- 1.5.3. Leadership et éthique dans les affaires

1.6. Durabilité

- 1.6.1. Durabilité et développement durable
- 1.6.2. Entreprises durables

1.7. Responsabilité Sociale des Entreprises

- 1.7.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 1.7.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 1.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

1.8. Systèmes et outils de Gestion Responsable

- 1.8.1. RSC: 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 RSE

1.9. Multinationales et Droits de l'homme

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

1.10. Environnement juridique et Corporate Governance

- 1.10.1. Importation et exportation
- 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 1.10.3. Droit international du travail

Module 2. Orientation stratégique et *Management* Directif**2.1. Analyse et design organisationnelles**

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

2.2. Stratégie d'Entreprise

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

2.3. Planification et formulation stratégiques

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

2.4. Réflexion stratégique

- 2.4.1. L'entreprise comme système
- 2.4.2. Le concept d'organisation

2.5. Diagnostic Financier

- 2.5.1. Concept de Diagnostic Financier
- 2.5.2. Étapes du Diagnostic Financier
- 2.5.3. Méthodes d'Évaluation du Diagnostic Financier

2.6. Planification et Stratégie

- 2.6.1. Le plan d'une Stratégie
- 2.6.2. Positionnement Stratégique
- 2.6.3. La stratégie dans l'Entreprise

2.7. Modèles et motifs stratégiques

- 2.7.1. Cadre Conceptuel
- 2.7.2. Modèles Stratégiques
- 2.7.3. Modèles Stratégiques: Les Cinq P de la stratégie

2.8. Stratégie concurrentielle

- 2.8.1. Avantage Concurrentiel
- 2.8.2. Choix d'une Stratégie Concurrentielle
- 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
- 2.8.4. Types de Stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel

2.9. Direction Stratégique

- 2.9.1. Le concept de Stratégie
- 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
- 2.9.3. Approches de la gestion stratégique

2.10. Mise en œuvre de la Stratégie

- 2.10.1. Approche des Systèmes et Processus d'Indicateurs
- 2.10.2. Carte Stratégique
- 2.10.3. Alignement Stratégique

2.11. Management Directif

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

2.12. Communication Stratégique

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

Module 3. Gestion des personnes et des talents

3.1. Comportement Organisationnel

- 3.1.1. 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. La Direction Stratégique des personnes

- 3.3.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
- 3.3.2. La direction stratégique des personnes

**3.4. Évolution des Ressources
Une vision intégrée**

- 3.4.1. L'Importance de RH
- 3.4.2. Un nouvel environnement pour gérer et diriger les personnes
- 3.4.3. Gestion stratégique des RH

3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement de RRHH

- 3.5.1. Approche du recrutement et de la sélection
- 3.5.2. Le recrutement
- 3.5.3. Le processus de sélection

3.6. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

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

3.7. Évaluation et gestion des performances

- 3.7.1. Gestion des performances
- 3.7.2. Gestion des performances: objectifs et processus

3.8. Gestion de la formation

- 3.8.1. Théories de l'apprentissage
- 3.8.2. Détection et rétention des talents
- 3.8.3. Gamification et gestion des talents
- 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle

3.9. Gestion des talents

- 3.9.1. Les clés d'un management positif
- 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
- 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
- 3.9.4. Coût et valeur ajoutée

3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
- 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
- 3.10.3. Fidélisation et rétention
- 3.10.4. Proactivité et innovation

3.11. Motivation

- 3.11.1. La nature de la motivation
- 3.11.2. La théorie de l'espérance
- 3.11.3. Théories des besoins
- 3.11.4. Motivation et compensation économique

3.12. *Employer Branding*

- 3.12.1. *Employer Branding* en RH
- 3.12.2. *Personal Branding* pour les professionnels en RH

3.13. Coaching

- 3.13.1. Utilisation du *Coaching* dans le développement des personnes
- 3.13.2. Modèles et domaines de *Coaching*
- 3.13.3. Écoles de *Coaching*
- 3.13.4. Action et limites du *Coaching* exécutif

3.14. Développement des compétences managériales

- 3.14.1. Qu'est-ce que les compétences managériales?
- 3.14.2. Éléments des compétences
- 3.14.3. Connaissances
- 3.14.4. Compétences en matière de gestion
- 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
- 3.14.6. Compétences en matière de gestion

3.15. Gestion du temps

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

3.16. Gestion du changement

- 3.16.1. Gestion du changement
- 3.16.2. Types de processus de gestion des changements
- 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement

3.17. Négociation et gestion des conflits

- 3.17.1. Négociation
- 3.17.2. Gestion des Conflits
- 3.17.3. Gestion de Crise

3.18. La communication managériale

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

3.19. Gestion des Ressources Humaines et Gestion d'Équipe

- 3.19.1. Ressources humaines et gestion 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 de rétention des talents

3.21. Compensation monétaire vs. Non-monétaire

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

3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 3.22.1. L'innovation dans les Organisations
- 3.22.2. Nouveaux défis pour le département des Ressources Humaines
- 3.22.3. Gestion de l'Innovation
- 3.22.4. Les outils de 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. Nouvelles formes d'organisation des entreprises
- 3.24.3. Nouvelles méthodes

Module 4. Gestion économique et financière

4.1. Environnement Économique

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

4.2. Le financement de l'entreprise

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

4.3. Comptabilité de Gestion

- 4.3.1. Concepts de base
- 4.3.2. Les Actifs de l'entreprise
- 4.3.3. Le Passif de l'entreprise
- 4.3.4. La Valeur Nette de l'entreprise
- 4.3.5. Le Compte de Résultat

4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique

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

4.5. Systèmes d'information et Business Intelligence

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

4.6. Budget et Contrôle de Gestion

- 4.6.1. Le modèle budgétaire
- 4.6.2. 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. L'impôt sur les sociétés
- 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
- 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
- 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État

4.9. Systèmes de contrôle des entreprises

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

4.10. Direction Financière

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

4.11. Planification Financière

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

4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise

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

4.13. Contexte Macroéconomique

- 4.13.1. Contexte Macroéconomique
- 4.13.2. Indicateurs économiques pertinents
- 4.13.3. Mécanismes de suivi des amplitudes macroéconomiques
- 4.13.4. Cycles économiques

4.14. Financement Stratégique

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

4.15. Marchés monétaires et des capitaux

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

4.16. Analyse et planification financières

- 4.16.1. Analyse du Bilan
- 4.16.2. Analyse du Compte de Résultat
- 4.16.3. Analyse de la Rentabilité

4.17. Analyses et résolution de problèmes

- 4.17.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique**5.1. Direction et Gestion des Opérations**

- 5.1.1. Le rôle des opérations
- 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
- 5.1.3. Introduction à la stratégie des Opérations
- 5.1.4. Gestion des Opérations

5.2. Organisation industrielle et logistique

- 5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle
- 5.2.2. Département Logistique

5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO, etc)

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

5.4. Structure et types d'approvisionnement

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

5.5. Contrôle économique des achats

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

5.6. Contrôle des opérations de stockage

- 5.6.1. Contrôle des stocks
- 5.6.2. Système d'entreposage
- 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 d'approvisionnement
- 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement

5.9. Supply Chain Management

- 5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (GCA)
- 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 5.9.3. Modèles de Demande
- 5.9.4. Stratégie opérationnelle et changement

5.10. Interactions de la GCA avec tous les domaines

- 5.10.1. Interaction avec la chaîne d'approvisionnement
- 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
- 5.10.3. Questions relatives à l'intégration de la chaîne d'approvisionnement
- 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0

5.11. Coûts logistiques

- 5.11.1. Coûts logistiques
- 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques
- 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques

5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs

- 5.12.1. Chaîne logistique
- 5.12.2. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques
- 5.12.3. Indicateurs rentabilité et efficacité des chaînes logistiques

5.13. Gestion des processus

- 5.13.1. Gestion du processus
- 5.13.2. Approche basée sur les processus: cartographie des processus
- 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus

5.14. Logistique de distribution et de transport

- 5.14.1. Distribution dans la chaîne d'approvisionnement
- 5.14.2. La logistique du Transport
- 5.14.3. Les systèmes d'Information Géographique comme support à la Logistique

5.15. Logistique et clients

- 5.15.1. Analyse de la Demande
- 5.15.2. Prévission de la Demande et des Ventes
- 5.15.3. Planification des Ventes et des Opérations
- 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)

5.16. Logistique internationale

- 5.16.1. Processus d'exportation et d'importation
- 5.16.2. Douanes
- 5.16.3. Formes et Moyens de Paiement Internationaux
- 5.16.4. Plateformes logistiques internationales

5.17. Outsourcing des opérations

- 5.17.1. Gestion des opérations et *Outsourcing*
- 5.17.2. Mise en œuvre de l'externalisation dans les environnements logistiques

5.18. Compétitivité des opérations

- 5.18.1. Gestion des Opérations
- 5.18.2. Compétitivité opérationnelle
- 5.18.3. Stratégie Opérationnelle et avantage concurrentiel

5.19. Gestion de la qualité

- 5.19.1. Clients internes et externes
- 5.19.2. coûts de la qualité
- 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de *Deming*

Module 6. Gestion des systèmes d'information

6.1. Environnements technologiques

- 6.1.1. Technologie et mondialisation
- 6.1.2. Environnement économique et technologie
- 6.1.3. L'environnement technologique et son impact sur les entreprises

6.2. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise

- 6.2.1. Évolution du modèle informatique
- 6.2.2. Organisation et département IT
- 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique

6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique

- 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
- 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
- 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique

6.4. Gestion des Systèmes d'Information

- 6.4.1. Gouvernement d'Entreprise en matière de technologie et de systèmes d'information
- 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
- 6.4.3. Experts en gestion des systèmes d'information: rôles et fonctions

6.5. Planification stratégique des Systèmes d'Information

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

6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC ou tableau de bord prospectif

6.7. Explorer l'information

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

6.8. L'intelligence économique dans l'entreprise

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

6.9. Nouveau concept commercial

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

6.10. Outils et solutions de BI

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

6.11. Planification et gestion de Projets BI

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

6.12. Applications de gestion d'entreprise

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

6.13. Transformation Numérique

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

6.14. Technologies et tendances

- 6.14.1. Principales tendances technologiques qui modifient les modèles d'entreprise
- 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes

6.15. Outsourcing de TI

- 6.15.1. Cadre conceptuel d'externalisation
- 6.15.2. *Outsourcing* des TI et son impact sur les entreprises
- 6.15.3. Les clés de la mise en œuvre des projets *d'outsourcing* de TI dans l'entreprise

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

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

7.2. Marketing

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

7.3. Gestion Stratégique du Marketing

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

7.4. Marketing Numérique et e-commerce

- 7.4.1. Objectifs du Marketing numérique et du commerce électronique
- 7.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
- 7.4.3. Commerce électronique Contexte général
- 7.4.4. Catégories de commerce électronique
- 7.4.5. Avantages et inconvénients d'E-commerce par rapport au commerce traditionnel

7.5. Managing digital business

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

7.6. Le Marketing Numérique pour renforcer la marque

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

7.7. Stratégie de Marketing Digital

- 7.7.1. Définir la stratégie de marketing numérique
- 7.7.2. Outils de stratégie de Marketing Numérique

7.8. Marketing digital 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. Gestion des campagnes numériques
- 7.9.2. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
- 7.9.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique

7.10. Plan de marketing en ligne

- 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en Ligne?
- 7.10.2. Étapes de l'élaboration d'un plan de Marketing en Ligne
- 7.10.3. Avantages d'un plan de Marketing en Ligne

7.11. Blended marketing

- 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Différences entre le Marketing en Ligne et le Marketing Hors Ligne
- 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recommandations en matière de *Blended Marketing*
- 7.11.6. Bénéfices du *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 communication dans l'organisation
- 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 7.13.5. Éléments de communication
- 7.13.6. Problèmes de communication
- 7.13.7. Scénarios de communication

7.14. Stratégie de la Communication d'entreprise

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

7.15. Communication et réputation digitale

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

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

8.1. Étude de Marché

- 8.1.1. Études de marché: origine historique
- 8.1.2. Analyse et évolution du cadre conceptuel de l'étude de marché
- 8.1.3. Éléments clés et valeur ajoutée des études de marché

8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative

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

8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative

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

8.4. Segmentation du marché

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

8.5. Gestion de projets de recherche

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

8.6. Études de marché internationales

- 8.6.1. Études de Marché Internationales
- 8.6.2. Processus d'Études de Marché Internationales
- 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les Études de Marché Internationales

8.7. Études de faisabilité

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

8.8. Publicité

- 8.8.1. Contexte historique de la Publicité
- 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité; principes, concept de briefing et positionnement
- 8.8.3. Agences de publicité, agences médias et professionnels de la publicité
- 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
- 8.8.5. Tendances et défis en matière de publicité

8.9. Développement du plan de Marketing

- 8.9.1. Concept du Plan de Marketing
- 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
- 8.9.3. Décisions de marketing stratégique
- 8.9.4. Décisions de marketing opérationnel

8.10. Stratégies de promotion et Merchandising

- 8.10.1. Communication Marketing Intégrée
- 8.10.2. Plan de Communication Publicitaire
- 8.10.3. Le *Merchandising* comme technique de communication

8.11. Planification des médias

- 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
- 8.11.2. Moyens de communication
- 8.11.3. Planification des médias

8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises

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

8.13. Négociation commerciale

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

8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale

- 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
- 8.14.2. Modèles de prise de décision
- 8.14.3. Outils de prise de décision et analyse
- 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 fournisseurs
- 8.15.4. Systèmes de rémunération pour les réseaux de vente propres et externes
- 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des représentants commerciaux sur la base d'informations

8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale

- 8.16.1. Recrutement de représentants et d'agents commerciaux propres
- 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
- 8.16.3. Code de déontologie pour le personnel commercial
- 8.16.4. Le respect de la réglementation
- 8.16.5. Les normes de conduite commerciale généralement acceptées

8.17. Gestion des comptes clés

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

8.18. Gestion financière et budgétaire

- 8.18.1. Le seuil de rentabilité
- 8.18.2. Le budget des ventes. Le contrôle de gestion et le plan de vente annuel
- 8.18.3. L'impact financier des décisions commerciales stratégiques
- 8.18.4. Gestion des cycles, rotations, rentabilité et liquidité
- 8.18.5. Compte de résultat

Module 9. Innovation et Gestion de Projet

9.1. Innovation

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

9.2. Stratégie de l'Innovation

- 9.2.1. Intelligence stratégique et innovation
- 9.2.2. Stratégies d'innovation

9.3. Project Management pour startups

- 9.3.1. Concept de *startup*
- 9.3.2. Philosophie du *Lean Startup*
- 9.3.3. Les étapes du développement d'une *startup*
- 9.3.4. Le rôle d'un chef de projet dans une *startup*

9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise

- 9.4.1. Cadre conceptuel d'un modèle d'entreprise
- 9.4.2. Conception et validation du modèle d'entreprise

9.5. Direction et Gestion des projets

- 9.5.1. Direction et Gestion de projet: identification des opportunités de développement de projets d'innovation d'entreprise
- 9.5.2. Principales étapes ou phases de la direction et de la gestion d'un projet d'innovation

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

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

9.7. Gestion de la communication de projets

- 9.7.1. Gestion de la communication des projets
- 9.7.2. Concepts clés pour la gestion de la communication
- 9.7.3. Tendances émergentes
- 9.7.4. Adaptations à l'équipement
- 9.7.5. Planification de la gestion des communications
- 9.7.6. Gestion des communications
- 9.7.7. Suivi des communications

9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes

- 9.8.1. Méthodologies innovantes
- 9.8.2. Principes de base de Scrum
- 9.8.3. Différences entre les principaux aspects de Scrum et les méthodologies traditionnelles

9.9. Création d'une *start-up*

- 9.3.1. Création d'une *start-up*
- 9.3.2. Organisation et culture
- 9.3.3. Les 10 principales raisons de l'échec des *start-ups*
- 9.3.4. Aspect juridique

9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets

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

Module 10. Management exécutif**10.1. General Management**

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

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

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

10.3. Direction des opérations

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

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

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

**10.5. Outils de communication
personnels et organisationnels**

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

**10.6. 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. Personal Branding

- 10.9.1. Stratégies d'image de Branding Personal
- 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 des Leaders
- 10.10.3. Gestion des Processus de Changement
- 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

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

L'Executive MBA (PDG, Directeur Général) s'adresse aux Diplômés universitaires, aux Diplômés et aux Personnes ayant déjà obtenu l'un des diplômes suivants dans le domaine des Sciences administratives et économiques.

La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.

Les professionnels titulaires d'un diplôme universitaire dans n'importe quel domaine et ayant deux ans d'expérience professionnelle dans le domaine de la Direction Générale sont également éligibles à ce programme.



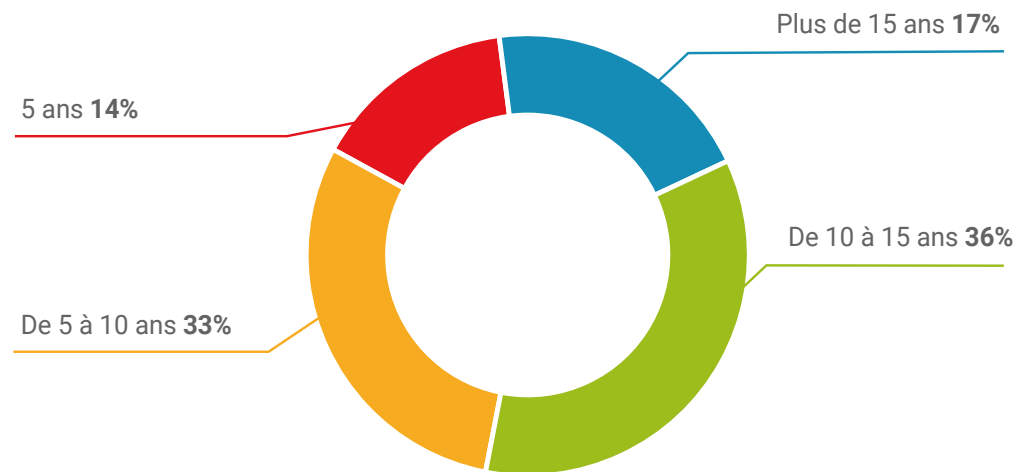
“

Si vous avez de l'expérience en tant que Directeur Général et que vous cherchez à améliorer votre carrière professionnelle, ce programme est fait pour vous”

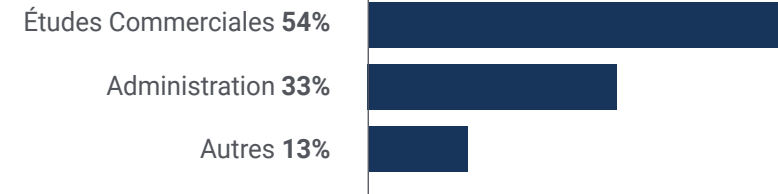
Âge moyen

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

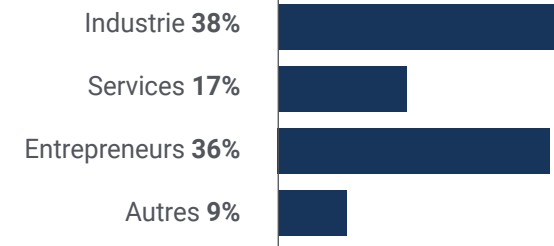
Années d'expérience



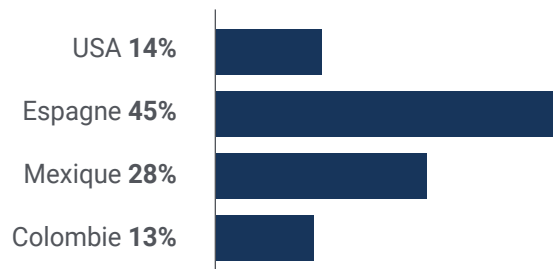
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Ignacio Fernández

CEO

“Mon expérience dans le cadre de cet Executive MBA a été transformatrice. Avant de rejoindre le programme, j’occupais un poste de direction dans mon entreprise, mais je sentais qu’il me manquait quelque chose pour faire passer ma vision au niveau supérieur. Le programme m’a permis d’approfondir mes connaissances dans des domaines essentiels de l’entreprise, tels que la stratégie, la finance et le leadership. En outre, l’accès à des ressources uniques s’est avéré inestimable. Aujourd’hui, en tant que PDG, je peux dire que le MBA a non seulement stimulé ma carrière, mais qu’il a également eu un impact positif sur notre entreprise. Je recommanderais ce programme à tous ceux qui aspirent à une croissance professionnelle significative”

09

Direction de la formation

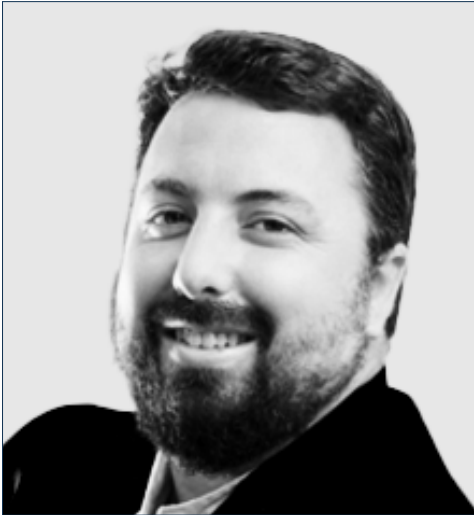
Le corps professoral de cet Executive MBA (PDG, Directeur Général) est composé de professionnels hautement qualifiés et expérimentés dans divers domaines d'activité. Les membres du corps enseignant disposent non seulement d'une solide formation académique, mais aussi d'une vaste expérience pratique dans le monde des affaires, souvent acquise dans le cadre de fonctions exécutives ou de conseil en entreprise. De plus, leur approche n'est pas seulement basée sur la théorie, mais aussi sur l'application pratique des concepts commerciaux, offrant aux étudiants une formation complète qui est directement applicable à l'environnement commercial d'aujourd'hui.



“

S'appuyer sur un corps enseignant ayant une expérience de la haute direction, avec des sujets consacrés aux stratégies commerciales, aux tendances mondiales, à l'innovation et à un leadership efficace”

Direction



M. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ Expert en Commerce International et Conseil Juridique aux Entreprises
- ♦ Chef du Département International de Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Conseiller Juridique chez Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Legal Manager chez AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ Formateur dans le cadre de cours sur la Protection des Données
- ♦ Doctorat en Développement Régional de l'Université de La Laguna
- ♦ Licence en Droit de l'Université de La Laguna
- ♦ Diplôme en Gestion de Projet à l'Université Rey Juan Carlos
- ♦ MBA Master en Administration et Gestion des entreprises à l'Université européenne des Canaries



Professeurs

M. González Peña, Alexis José

- ◆ Directeur du secteur financier de CajaSiete Caja Rural
- ◆ Auditeur interne senior à Bankia
- ◆ Auditeur interne senior à Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Expérience d'auditeur senior chez Deloitte
- ◆ Licence en Gestion et Administration des Entreprises de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Master en Fiscalité et Conseil Fiscal du Centre d'Études Financières
- ◆ Master Exécutif en Gestion Financière et Finance Avancée de l'Institut Supérieur des Techniques et Pratiques
- ◆ Expert en Planification Financière et Contrôle de Gestion dans le Secteur Bancaire par Analistas Financieros Internacionales
- ◆ Expert en Développement Exécutif dans la Gestion de Portefeuille par les Analystes Financiers Internationaux

10

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important.

Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle.





“

Générer un changement positif dans votre carrière professionnelle, tel est notre défi. Nous nous engageons pleinement à vous aider à y parvenir”

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

L'Executive MBA (PDG, Directeur Général) de TECH est un programme intensif qui vous prépare à relever les défis et à prendre les décisions qui s'imposent au niveau de la direction d'une entreprise. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

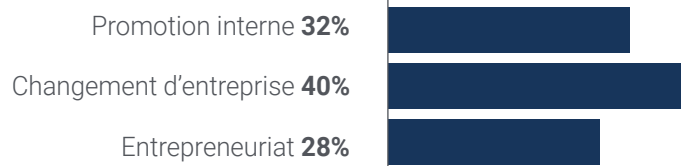
Ne manquez pas cette opportunité unique et inscrivez-vous dès maintenant à cet Executive MBA (PDG, Directeur Général) et boostez votre carrière professionnelle.

Vous aurez à votre disposition une vaste bibliothèque avec les ressources multimédias les plus innovantes! Chez TECH, tu trouveras tout ce que tu cherches pour t'améliorer.

Heure du changement

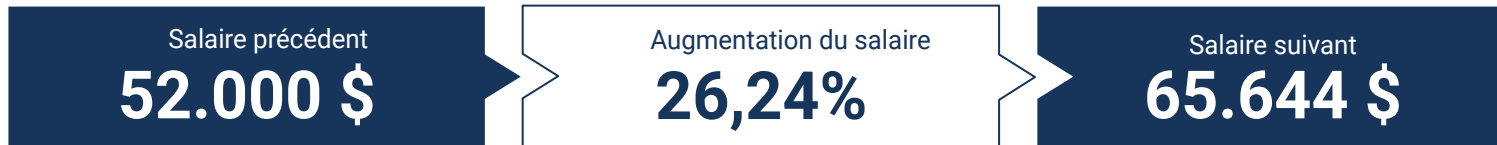


Type de changement



Amélioration salariale

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **26,24%** pour nos étudiants.



11

Bénéfices pour votre entreprise

Ce programme contribue à élever le talent de l'organisation à son potentiel maximal grâce à la formation de dirigeants de haut niveau.

En outre, la participation à cette option universitaire est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

À l'ère du numérique, les managers doivent intégrer de nouveaux processus et de nouvelles stratégies qui entraînent des changements importants et un développement organisationnel. Cela n'est possible que par une formation universitaire et une actualisation des connaissances”

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 Executive Mastère en Executive MBA (PDG, Directeur Général) garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Executive Mastère en Executive MBA (PDG, Directeur Général)** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

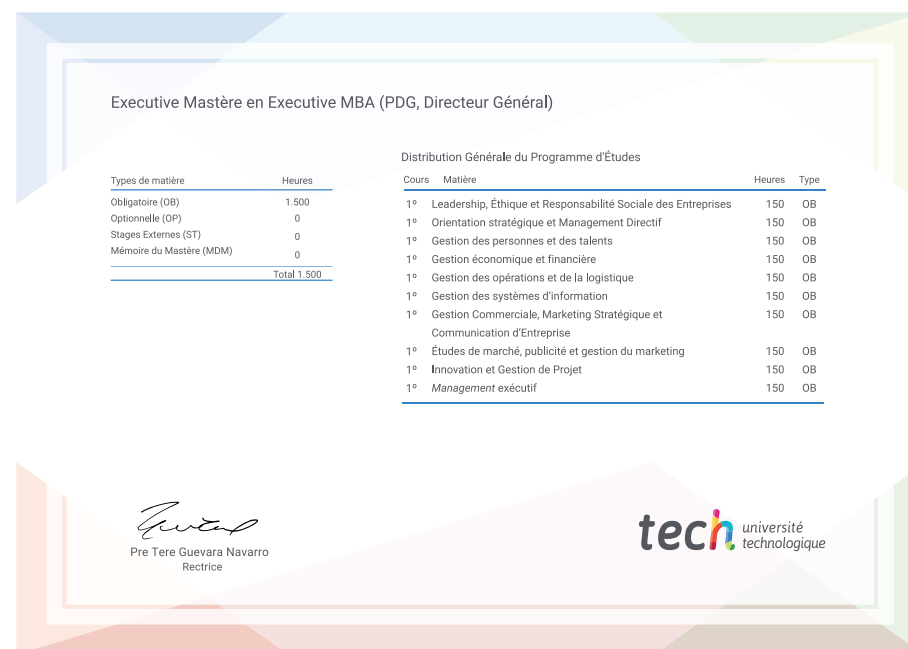
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Executive Mastère** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Executive Mastère en Executive MBA (PDG, Directeur Général)**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



*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.



Executive Mastère Executive MBA (PDG, Directeur Général)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Executive Mastère

Executive MBA (PDG, Directeur Général)

M B A P D G