

Executive Mastère

MBA en Direction d'Entreprises Créatives

M B A D E C



Executive Mastère MBA en Direction d'Entreprises Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: Diplômés de l'université, titulaires d'un certificat et Licenciés de l'université ayant précédemment obtenu l'un des diplômes dans le domaine de la gestion d'entreprise, le marketing, la communication ou le design

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-direction-entreprises-creatives

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 20

06

Structure et contenu

Page 26

07

Méthodologie

Page 40

08

Profil de nos étudiants

Page 48

09

Direction de la formation

Page 52

10

Impact sur votre carrière

Page 76

11

Bénéfices pour votre entreprise

Page 80

12

Diplôme

Page 84

01 Présentation

Bien que la discipline de la gestion des industries créatives commence à peine à voir le jour, de plus en plus d'entreprises adoptent sa méthodologie pour favoriser la réussite de leurs processus. Son développement nécessite des professionnels hautement qualifiés, capables de transformer la valeur de la créativité en un atout économique pour l'entreprise. C'est pourquoi TECH a conçu ce programme dans lequel des professionnels de différentes branches apprendront à gérer le processus d'idéation et de mise en œuvre de propositions créatives de manière efficace et en promouvant la croissance financière et monétaire de l'organisation. Un programme développé sur 12 mois qui sera un avant et un après dans la carrière professionnelle de l'étudiant et dont le Directeur Invité jouit du plus grand prestige international.



Executive Mastère en MBA en Direction d'Entreprises Créatives
TECH Université Technologique



“

Devenez un leader dans le domaine des Entreprises Créatives grâce aux 10 Masterclasses complètes qu'un expert international de renom a contribué à ce diplôme universitaire"

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

TECH a conçu ce programme de MBA en Direction d'Entreprises Créatives avec l'objectif fondamental d'aider les étudiants à acquérir les compétences, les outils et les connaissances qui leur permettront de travailler dans des entreprises de cette nature, en promouvant la génération et la mise en œuvre d'idées novatrices. Pour ce faire, nous avons prévu un programme complet qui permet de faire un tour à 360° de toutes les singularités de la profession, enseigné par un corps professoral d'excellence.



“

L'objectif final que TECH s'est fixé avec ce MBA en Direction d'Entreprises Créatives est de diplômer les professionnels les plus compétents et les mieux préparés du marché"

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

Le Executive Mastère en MBA en Direction d'Entreprises Créatives permettra de:

01

Acquérir et comprendre les connaissances utiles à la formation des étudiants, en leur fournissant les compétences nécessaires au développement et à l'application d'idées originales dans leur travail personnel et professionnel

02

Comprendre comment la créativité et l'innovation sont devenues les moteurs de l'économie

03

Résoudre des problèmes dans des environnements nouveaux et des contextes interdisciplinaires dans le domaine de la gestion de la créativité

04

Intégrer ses propres connaissances à celles des autres, porter des jugements éclairés et raisonner sur la base des informations disponibles dans chaque cas



05

Savoir gérer le processus de création et de mise en œuvre d'idées nouvelles sur des sujets spécifiques

06

Acquérir des connaissances spécifiques pour la gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte des industries créatives

07

Mettre à niveau progressivement et constamment dans des environnements de formation autonomes

08

Posséder les outils nécessaires pour analyser les réalités économiques, sociales et culturelles dans lesquelles les industries créatives se développent et se transforment aujourd'hui



09

Aider les étudiants à acquérir les compétences nécessaires pour développer et faire évoluer leur profil professionnel dans des environnements commerciaux et entrepreneuriaux

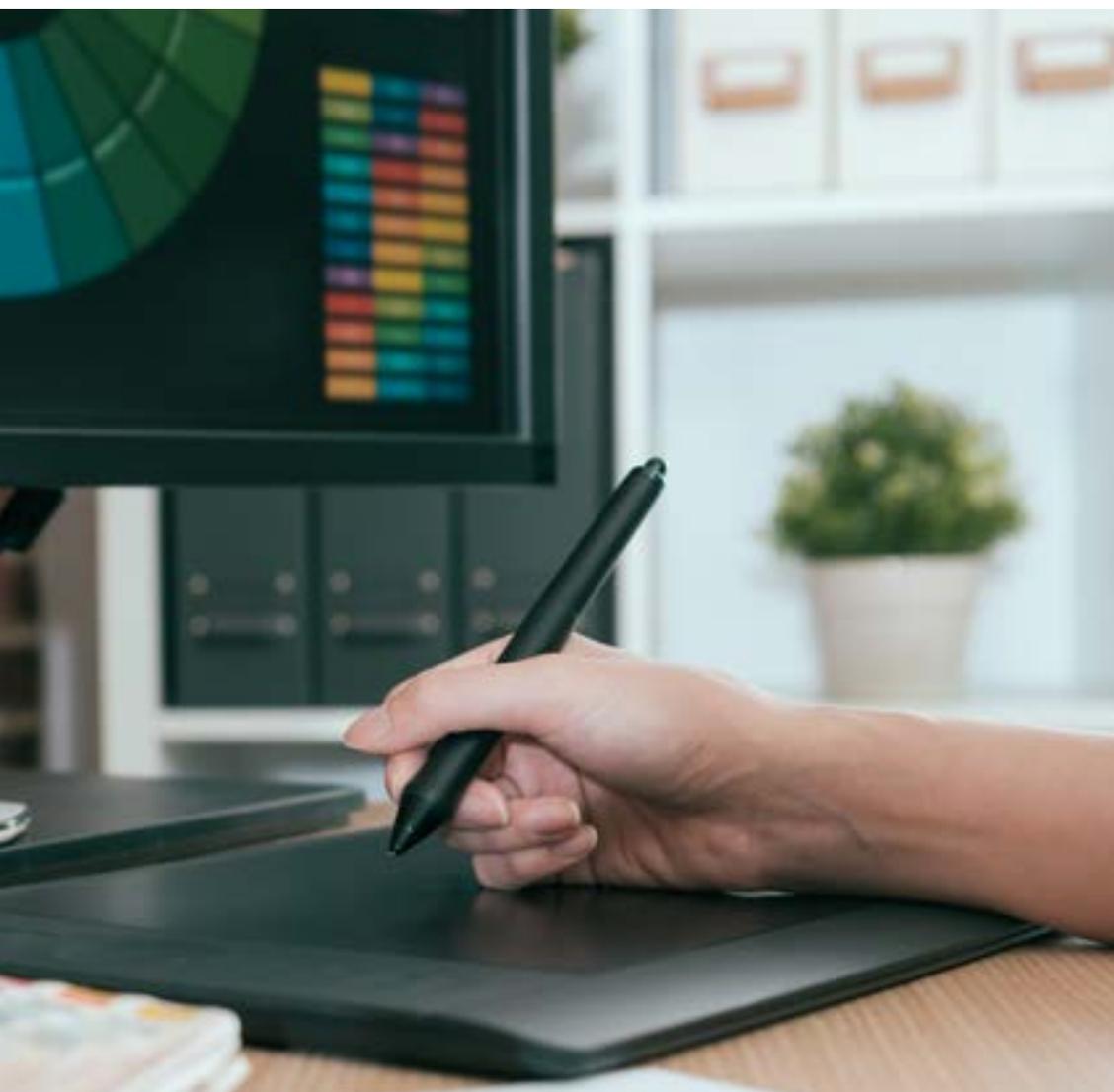
10

Acquérir des connaissances pour mener à bien une gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte des industries créatives

11

Organiser et planifier les tâches en utilisant les ressources disponibles pour les réaliser dans des délais précis





12

Utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication comme outils de formation et d'échange d'expériences dans le domaine d'étude

13

Développer des compétences en communication, tant écrite qu'orale, ainsi que la capacité à faire des présentations professionnelles efficaces dans la pratique quotidienne

14

Acquérir des compétences en matière d'études de marché, de vision stratégique, de méthodologies numériques et de co-création

05

Compétences

À l'issue de ce programme complet conçu par des professionnels de TECH, ils auront acquis une série de compétences et d'aptitudes qui leur permettront de travailler dans l'environnement de gestion des industries créatives avec un plus grand degré de réussite. Une expérience académique qui, étant enseignée dans un mode entièrement en ligne, permet au professionnel de continuer à développer sa carrière, sans négliger son travail et le reste de ses obligations quotidiennes. Par conséquent, ils auront seulement besoin d'un appareil électronique avec accès à Internet pour accéder à la banque de connaissances la plus complète et la plus efficace du marché.



A grayscale photograph of a hand pointing at a document. The document features a bar chart with three bars of increasing height and a pie chart with several segments. The text on the document is partially visible and appears to be 'Profit Trend' and '2011'. The image is overlaid on a dark blue diagonal background that transitions to white.

“

*Découvrez les particularités du MBA
en Direction d'Entreprises Créatives et
développez les compétences nécessaires
pour réussir dans ce domaine"*

01

Exercer dans des entreprises du secteur de la créativité en sachant les gérer avec succès

02

Connaître en profondeur le fonctionnement et le contexte global des nouvelles industries créatives

03

Avoir une connaissance approfondie de tout ce qui concerne la protection des produits créatifs, de la protection intellectuelle au droit publicitaire

04

Savoir gérer correctement l'économie et la gestion financière des entreprises dans l'industrie de la création



05

Savoir calculer les bénéfices, la rentabilité et les coûts au sein des projets pour l'industrie créative

06

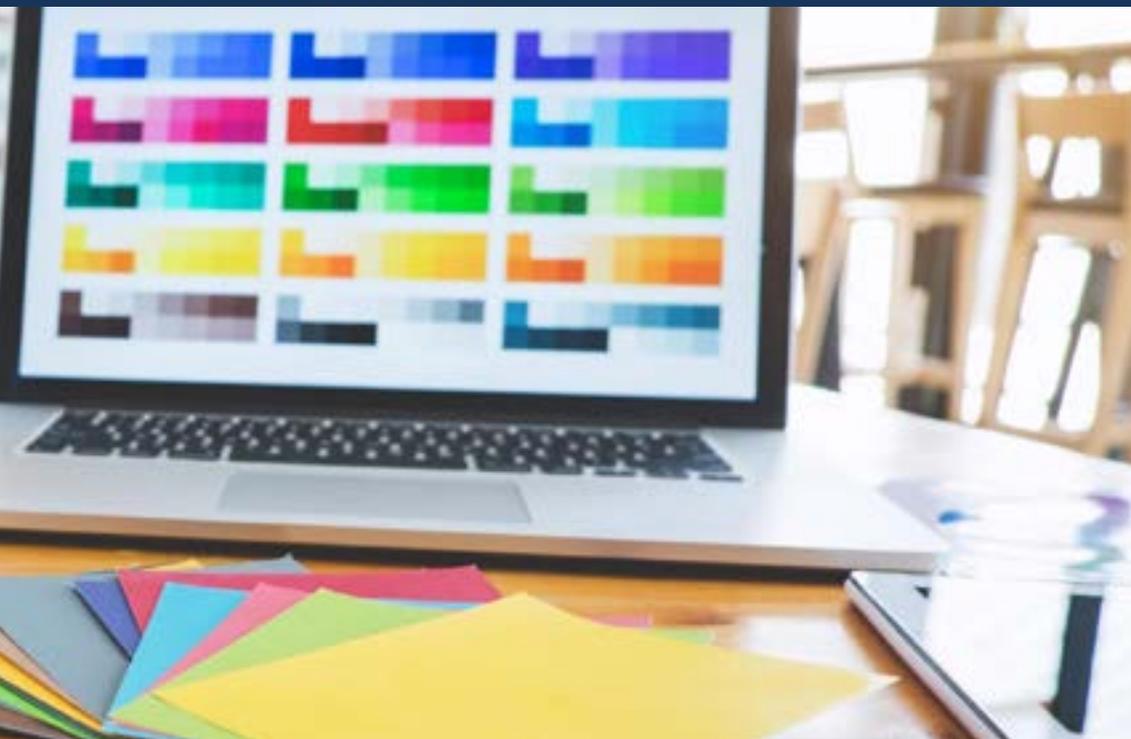
Posséder des compétences complètes dans méthodologie *Future Thinking* afin d'être en mesure d'en appliquer les avantages dans le travail quotidien

07

Gérer correctement les changements et prévoir l'avenir des entreprises du secteur de la création

08

Être capable de gérer efficacement les consommateurs des entreprises créatives



09

Savoir gérer la communication au niveau global pour les entreprises du secteur de la création

10

Pouvoir participer activement au processus de branding dans les entreprises créatives

11

Avoir des connaissances approfondies qui permettent au professionnel de gérer le processus de numérisation dans les industries créatives





12

Apprendre à mettre en œuvre de nouvelles stratégies de marketing numérique pour les entreprises créatives

13

Donner à l'élève des connaissances complètes qui lui permettent d'entreprendre dans l'industrie créative, en tirant le meilleur parti de son idée primaire

14

Aider le professionnel à acquérir des outils pour gérer le leadership au sein de ces industries

06

Structure et contenu

La structure et le contenu du MBA en Direction d'Entreprises Créatives ont été conçus par un groupe de professionnels très prestigieux dans ce domaine de connaissances, qui mettent l'expérience de leurs années de travail au service de ce programme de remise à niveau. Ainsi, le syllabus que TECH présente pour ce programme est conçu en format multimédia, afin d'aider l'étudiant à intérioriser les connaissances de la manière la plus simple et la plus confortable possible.



“

Ce que vous étudiez est très important. Les aptitudes et les compétences que vous acquérez sont les plus importantes. Vous ne trouverez pas de syllabus plus complet que celui-ci, croyez-nous"

Plan d'études

Traditionnellement, la créativité et la gestion ont été conçues comme des disciplines antagonistes. Cependant, de nos jours, la créativité et l'innovation sont devenues les principaux moteurs du progrès économique, aux côtés de la technologie. Cette réalité exige de nouveaux profils professionnels capables de développer harmonieusement et efficacement ces outils dans la gestion des industries dites créatives.

Grâce à ce programme complet, l'étudiant maîtrise toutes les matières nécessaires à la gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte des industries créatives. Le programme ne se concentre pas uniquement sur la gestion des arts, mais vise à fournir les outils nécessaires pour analyser les réalités économiques, sociales et culturelles dans lesquelles les industries créatives se développent et se transforment aujourd'hui.

De même, ce programme est conçu pour être étudié selon une méthodologie qui favorise l'acquisition de connaissances et de compétences dans le domaine des études de marché, de la vision stratégique, des outils numériques et de la co-création.

D'autre part, les emplois dans ce secteur sont en constante évolution. Par conséquent, le programme vise à permettre aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour développer et faire évoluer leur profil professionnel dans des environnements commerciaux et entrepreneuriaux.

Tout cela, condensé dans un programme académique divisé en dix modules d'enseignement dispensés sur 12 mois et destiné à devenir un tournant dans la carrière professionnelle de l'étudiant. De cette manière, et après avoir terminé le programme, l'étudiant pourra commencer à travailler dans des entreprises de l'industrie créative avec un taux de réussite plus élevé.

Ce programme se déroule sur 12 mois et est divisé en 14 modules:

Module 1	Nouvelles industries Créatives
Module 2	Protection des produits créatifs et intangibles sur le marché actuel
Module 3	Gestion économique et financière des entreprises créatives
Module 4	<i>Futures Thinking</i> : comment transformer aujourd'hui en demain
Module 5	Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives
Module 6	Creative Branding: Communication et gestion créative de la marque
Module 7	Leadership et innovation dans les industries créatives
Module 8	Transformation numérique dans l'industrie créative
Module 9	Nouvelles stratégies du Marketing Numérique
Module 10	L'entrepreneuriat dans les industries créatives
Module 11	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 12	Gestion des Personnes et des Talents
Module 13	Gestion Économique et Financière
Module 14	<i>Management Exécutif</i>



Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Executive Mastère en MBA en Direction d'Entreprises Créatives de manière totalement online. 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. Nouvelles industries créatives

1.1. Nouvelles industries créatives

- 1.1.1. De l'industrie culturelle à l'industrie créative
- 1.1.2. Les industries créatives d'aujourd'hui
- 1.1.3. Activités et secteurs composant les industries créatives

1.2. Le poids économique des industries créatives aujourd'hui

- 1.2.1. Contribution
- 1.2.2. Les moteurs de la croissance et du changement
- 1.2.3. Perspectives d'emploi dans les industries créatives

1.3. Nouveau contexte mondial des industries créatives

- 1.3.1. Radiographie des industries créatives dans le monde
- 1.3.2. Sources de financement des industries créatives dans chaque pays
- 1.3.3. Études de cas: modèles de gestion et politiques publiques

1.4. Patrimoine naturel et culturel

- 1.4.1. Patrimoine historique et culturel
- 1.4.2. Sous-produits et services des musées, sites archéologiques et historiques et paysages culturels
- 1.4.3. Patrimoine culturel immatériel

1.5. Arts visuels

- 1.5.1. Arts visuels
- 1.5.2. Photographie
- 1.5.3. Artisanat

1.6. Arts de la scène

- 1.6.1. Théâtre et danse
- 1.6.2. Musique et festivals
- 1.6.3. Fêtes et cirque

1.7. Médias audiovisuels

- 1.7.1. Film, télévision et contenu audiovisuel
- 1.7.2. Radio, podcasts et contenu audio
- 1.7.3. Jeux vidéo

1.8. La publicité aujourd'hui

- 1.8.1. Littérature, essais et poésie
- 1.8.2. Maisons d'édition
- 1.8.3. Presse

1.9. Services créatifs

- 1.9.1. Design et mode
- 1.9.2. Architecture et aménagement paysager
- 1.9.3. Publicité

1.10. Connexions de l'économie créative ou de l'économie orange

- 1.10.1. Modèle en cascade et cercles concentriques
- 1.10.2. *Spillovers* de créativité, de production et de connaissances
- 1.10.3. La culture au service de l'économie créative

Module 2. Protection des produits créatifs et intangibles sur le marché actuel

2.1. Protection juridique des actifs incorporels

2.2. Propriété intellectuelle I

2.3. Propriété intellectuelle II

2.4. Propriété intellectuelle III

2.5. Propriété industrielle I: marques

2.6. Propriété industrielle II: dessins et modèles industriels

2.7. Propriété industrielle III: brevets et modèles d'utilité

2.8. Propriété intellectuelle et industrielle: pratique

2.9. Droit publicitaire I

2.10. Droit publicitaire II

Module 3. Gestion économique et financière des entreprises créatives

3.1. La nécessité d'une durabilité économique 3.1.1. La structure financière d'une entreprise créative 3.1.2. La comptabilité dans une entreprise créative 3.1.3. Triple bilan	3.2. Revenus et dépenses d'une entreprise créative moderne 3.2.1. Comptabilité 3.2.2. Types de coûts 3.2.3. Répartition des coûts	3.3. Les types de bénéfices dans l'entreprise 3.3.1. Marge de contribution 3.3.2. Seuil de rentabilité 3.3.3. Évaluations alternatives	3.4. Investissement dans le secteur de la création 3.4.1. Investissement dans l'industrie créative 3.4.2. Valorisation d'un investissement 3.4.3. La méthode NPV: la valeur actuelle nette
3.5. La rentabilité dans l'industrie créative 3.5.1. Rentabilité économique 3.5.2. Rentabilité du temps 3.5.3. Comptabilité financière	3.6. Flux de trésorerie: liquidité et solvabilité 3.6.1. Flux de trésorerie 3.6.2. Bilan et compte de résultat 3.6.3. Liquidation et effet de levier	3.7. Formules de financement actuellement sur le marché de la création 3.7.1. Fonds de capital-risque 3.7.2. <i>Business angels</i> 3.7.3. Appels à propositions et subventions	3.8. La tarification des produits dans l'industrie créative 3.8.1. Fixation des prix 3.8.2. Profit vs. Compétences 3.8.3. Stratégie de fixation des prix
3.9. Stratégie de fixation des prix dans le secteur de la création 3.9.1. Types de stratégies de tarification 3.9.2. Avantages 3.9.3. Inconvénients	3.10. Budgets opérationnels 3.10.1. Outil de planification stratégique 3.10.2. Éléments inclus dans le budget opérationnel 3.10.3. Élaboration et mise en œuvre du budget opérationnel		

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

4.1. Méthodologie <i>Futures Thinking</i> 4.1.1. Le <i>Futures Thinking</i> 4.1.2. Avantages de l'utilisation de cette méthodologie 4.1.3. Le rôle du "futuriste" dans l'entreprise créative	4.2. Signes de changement 4.2.1. Le signal du changement 4.2.2. Identification des signaux de changement 4.2.3. Interprétation des signaux	4.3. Types de contrats à terme 4.3.1. Voyage dans le passé 4.3.2. Les quatre types de contrats à terme 4.3.3. Application de la méthodologie <i>futures thinking</i> au travail	4.4. <i>Future Forecasting</i> 4.4.1. Recherche de <i>Drivers</i> 4.4.2. Comment créer une prévision prospective? 4.4.3. Comment écrire un scénario futur?
4.5. Techniques de stimulation mentale 4.5.1. Passé, avenir et empathie 4.5.2. Les faits vs. Expérience 4.5.3. Voies alternatives	4.6. Prospective collaborative 4.6.1. L'avenir comme un jeu 4.6.2. <i>Roue du futur</i> 4.6.3. L'avenir selon différentes approches	4.7. Des victoires épiques 4.7.1. De la découverte à la proposition d'innovation 4.7.2. La victoire épique 4.7.3. L'équité dans le jeu de l'avenir	4.8. Futures préférées 4.8.1. Futures préférées 4.8.2. Techniques 4.8.3. Travailler à rebours à partir de l'avenir
4.9. De la prédiction à l'action 4.9.1. Images de l'avenir 4.9.2. Les artefacts du futur 4.9.3. Feuille de route	4.10. ODD. Une vision globale et multidisciplinaire de l'avenir 4.10.1. Le développement durable comme objectif mondial 4.10.2. La gestion de la nature par l'homme 4.10.3. Durabilité sociale		

Module 5. Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives

5.1. L'utilisateur dans le contexte actuel

- 5.1.1. L'évolution récente du consommateur
- 5.1.2. L'importance de la recherche
- 5.1.3. Analyse des tendances

5.2. Stratégie avec la personne au centre

- 5.2.1. La stratégie *human centric*
- 5.2.2. Clés et bénéfices d'être *human centric*
- 5.2.3. Les Success Stories

5.3. Les données dans la stratégie *human centric*

- 5.3.1. Les données dans la stratégie *human centric*
- 5.3.2. La valeur de la donnée
- 5.3.3. Vue à 360° du client

5.4. Implantation de la stratégie *human centric* dans l'industrie créative

- 5.4.1. Transformer des informations dispersées en connaissance du client
- 5.4.2. Analyse des opportunités
- 5.4.3. Stratégies et initiatives de maximisation

5.5. Méthodologie *human centric*

- 5.5.1. De la recherche au prototypage
- 5.5.2. Modèle du double diamant: processus et phases
- 5.5.3. Outils

5.6. *Design thinking*

- 5.6.1. Le *design thinking*
- 5.6.2. Méthodologie
- 5.6.3. Techniques et outils du *design thinking*

5.7. Le positionnement de la marque dans l'esprit de l'utilisateur

- 5.7.1. Analyse du positionnement
- 5.7.2. Typologie
- 5.7.3. Méthodologie et outils

5.8. *User insights* dans les entreprises créatives

- 5.8.1. Les *Insights* et leur importance
- 5.8.2. *Customer journey* et la pertinence du *journey map*
- 5.8.3. Techniques d'enquête

5.9. Profilage des utilisateurs (archétypes buyer persona)

- 5.9.1. Archétypes
- 5.9.2. Buyer persona
- 5.9.3. Méthodologie d'analyse

5.10. Ressources et techniques de recherche

- 5.10.1. Techniques en contexte
- 5.10.2. Techniques de visualisation et de création
- 5.10.3. Techniques de contraste vocal

Module 6. *Creative branding*: communication et gestion créative de la marque

6.1. *Brands and branding*

- 6.1.1. Les marques
- 6.1.2. Évolution du *branding*
- 6.1.3. Positionnement, personnalité de la marque, notoriété

6.2. Développement de la marque

- 6.2.1. Marketing mix
- 6.2.2. Architecture de la marque
- 6.2.3. Identité de la marque

6.3. Expression de la marque

- 6.3.1. Identité graphique
- 6.3.2. Expression visuelle
- 6.3.3. Autres éléments reflétant la marque

6.4. Communication

- 6.4.1. Approche
- 6.4.2. *Points de contact de la marque*
- 6.4.3. Techniques et outils de communication

6.5. Contenu de la marque

- 6.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
- 6.5.2. L'essor du contenu de marque
- 6.5.3. Communiquer avec le public grâce à une narration unique

6.6. *Récit visuel*

- 6.6.1. Analyse de la marque
- 6.6.2. Concepts publicitaires créatifs
- 6.6.3. Vente créative

6.7. *Expérience client*

- 6.7.1. *Customer Experience (CX)*
- 6.7.3. *Customer journey*
- 6.7.3. Alignement de la marque et CX

6.8. Planification stratégique

- 6.8.1. Objectifs
- 6.8.2. Identification des audiences et insights
- 6.8.3. Conception de la stratégie

6.9. Performance

- 6.9.1. Le *briefing*
- 6.9.2. Tactiques
- 6.9.3. Plan de production

6.10. Évaluation

- 6.10.1. Que faut-il évaluer?
- 6.10.2. Comment évaluer? (outils de mesure)
- 6.10.3. Communication des résultats

Module 7. Leadership et innovation dans les industries créatives

7.1. La créativité appliquée à l'industrie 7.1.1. Expression créative 7.1.2. Ressources créatives 7.1.3. Techniques créatives	7.2. La nouvelle culture de l'innovation 7.2.1. Le contexte de l'innovation 7.2.2. Pourquoi l'innovation échoue? 7.2.3. Théories académiques	7.3. Dimensions et leviers de l'innovation 7.3.1. Les plans ou dimensions de l'innovation 7.3.2. Attitudes à l'égard de l'innovation 7.3.3. Intrapreneuriat et technologie	7.4. Contraintes et obstacles à l'innovation dans l'industrie créative 7.4.1. Contraintes personnelles et de groupe 7.4.2. Contraintes sociales et organisationnelles 7.4.3. Contraintes industrielles et technologiques
7.5. Innovation fermée et innovation ouverte 7.5.1. De l'innovation fermée à l'innovation ouverte 7.5.2. Pratiques pour la mise en œuvre de l'innovation ouverte 7.5.3. Expériences d'innovation ouverte dans les entreprises	7.6. Modèles d'entreprise innovants dans les IICC 7.6.1. Tendances commerciales dans l'économie créative 7.6.2. Étude de cas 7.6.3. La révolution du secteur	7.7. Diriger et gérer une stratégie d'innovation 7.7.1. Favoriser l'adoption 7.7.2. Diriger le processus 7.7.3. Portfolio maps	7.8. Financer l'innovation 7.8.1. Directeur financier: investisseur en capital-risque 7.8.2. Financement dynamique 7.8.3. Relever les défis
7.9. Hybridation: innover dans l'économie créative 7.9.1. Intersection de secteurs 7.9.2. Générer des solutions disruptives 7.9.3. Effet Médecis	7.10. Nouveaux écosystèmes créatifs et innovants 7.10.1. Créer des environnements innovants 7.10.2. La créativité comme mode de vie 7.10.3. Éco-système		

Module 8. Transformation numérique dans l'industrie créative

8.1. L'avenir numérique de l'industrie créative 8.1.1. La transformation numérique 8.1.3. L'état du secteur et la comparaison avec d'autres secteurs 8.1.3. Défis futurs	8.2. Quatrième révolution industrielle 8.2.1. La révolution industrielle 8.2.2. Application 8.2.3. Impacts	8.3. Les catalyseurs numériques de la croissance 8.3.1. Efficacité, accélération et amélioration des opérations 8.3.2. Transformation numérique continue 8.3.3. Solutions et services pour les industries créatives	8.4. L'application du Big Data aux entreprises 8.4.1. Valeur des données 8.4.2. Les données dans la prise de décision 8.4.3. <i>Une entreprise axée sur les données</i>
8.5. Technologie cognitive 8.5.1. IA et interaction numérique 8.5.3. IoT et robotique 8.5.3. Autres pratiques numériques	8.6. Utilisations et applications de la technologie Blockchain 8.6.1. <i>Blockchain</i> 8.6.2. Valeur pour le secteur IICC 8.6.3. Polyvalence des transactions	8.7. Développement omnicanal et transmédia 8.7.1. Impact du secteur 8.7.2. Analyse du défi 8.7.3. Évolution	8.8. Écosystèmes entrepreneuriaux 8.8.1. Le rôle de l'innovation et du capital-risque 8.8.2. L'écosystème des <i>start-Up</i> et les acteurs qui le composent 8.8.3. Comment maximiser la relation entre l'agent créatif et les <i>start-up</i> ?
8.9. Nouveaux modèles commerciaux disruptifs 8.9.1. Basé sur le marketing (plateformes et <i>marketplaces</i>)	8.9.2. Basé sur la prestation de service (modèles <i>freemium</i> , <i>premium</i> ou souscription) 8.9.3. Basé sur la communauté (à travers le <i>crowdfunding</i> , redes sociales o blogs)	8.10. Méthodologies pour promouvoir la culture de l'innovation dans l'industrie créative 8.10.1. Stratégie d'innovation de l'océan bleu 8.10.2. Stratégie de l'Innovation de <i>lean star-up</i> 8.10.3. Stratégie d'innovation agile	

Module 9. Nouvelles stratégies de marketing numérique

9.1. Technologie et publics

- 9.1.1. La stratégie numérique et les différences entre les types d'utilisateurs
- 9.1.2. Publics cibles, facteurs d'exclusion et générations
- 9.1.3. L' *Ideal Customer Profile* (ICP) et la buyer personne

9.2. Analyse numérique pour le diagnostic

- 9.2.1. L'analyse en amont de la stratégie numérique
- 9.2.2. Moment 0
- 9.2.3. KPIs et métriques, typologies, classification selon les méthodologies

9.3. E-entertainment: l'impact du e-commerce dans l'industrie du divertissement

- 9.3.1. E-commerce, typologie et plateformes
- 9.3.2. L'importance de la conception de sites web: UX et UI
- 9.3.3. Optimisation de l'espace en ligne: besoins minimaux

9.4. Social media et Influencer Marketing

- 9.4.1. Impact et évolution du marketing de réseau
- 9.4.3. Persuasion, clés du contenu et actions virales
- 9.4.3. Planification de campagnes de marketing social et d' *Influencer Marketing*

9.5. Mobile marketing

- 9.5.1. Utilisateur mobile
- 9.5.3. Web mobile et Apps
- 9.5.3. Action de *mobile marketing*

9.6. La publicité dans les environnements en ligne

- 9.6.1. La publicité en RRSS et les objectifs des Social Ads
- 9.6.3. L'entonnoir de conversion ou *entonnoir d'achat*: catégories
- 9.6.3. Plateformes de Social Ads

9.7. La methodologie Inbound Marketing

- 9.7.1. *Social Selling*, piliers fondamentaux et stratégie
- 9.7.2. La plateforme CRM dans une stratégie numérique
- 9.7.3. L'Inbound Marketing ou marketing d'attraction: action et SEO

9.8. Automatisation du Marketing

- 9.8.1. *Email Marketing* et typologie d'emails
- 9.8.3. Automatisation de l' *Email Marketing*, applications, plateformes et avantages
- 9.8.3. L'émergence du Bot & *Chatbot Marketing*: typologie et plateformes

9.9. Outils de gestion des données

- 9.9.1. CRM en stratégie numérique, typologies et applications, plateformes et tendances-
- 9.9.2. Big Data: Big Data, *Business Analytics* et *Business Intelligence*
- 9.9.3. Big Data, la Inteligencia Artificial et le *Data Science*

9.10. Mesurer le rapport coût-efficacité

- 9.10.1. ROI: la définition du ROI et ROI vs. ROAS
- 9.10.2. Optimiser le retour sur investissement
- 9.10.3. Chiffres clés

Module 10. L'entrepreneuriat dans les industries créatives**10.1. Le projet entrepreneurial**

- 10.1.1. Entrepreneuriat, types et cycle de vie
- 10.1.2. Profil de l'entrepreneur
- 10.1.3. Sujets d'intérêt pour l'esprit d'entreprise

10.2. Leadership personnel

- 10.2.1. Connaissance de soi
- 10.2.2. Compétences entrepreneuriales
- 10.2.3. Développement des compétences et des capacités de leadership entrepreneurial

10.3. Identification des possibilités d'innovation et d'entrepreneuriat

- 10.3.1. Analyse des mégatendances et des forces concurrentielles
- 10.3.2. Comportement des consommateurs et estimation de la demande
- 10.3.3. Évaluation des opportunités commerciales
- 10.4.3. Développement de proposition de valeur

10.4. Prototypage et validation

- 10.4.1. Développement de prototypes
- 10.4.2. Validation
- 10.4.3. Ajustements du prototypage

10.5. Conception du modèle commercial

- 10.5.1. Modèle d'entreprise
- 10.5.2. Méthodologies pour la création de modèles d'entreprise
- 10.5.3. Conception du modèle commercial de l'idée proposée

10.6. Direction de l'équipe

- 10.6.1. Profils d'équipe en fonction des tempéraments et de la personnalité
- 10.6.2. Compétences de chef d'équipe
- 10.6.3. Méthodes de travail en équipe

10.7. Marchés culturels

- 10.7.1. Nature des marchés culturels
- 10.7.2. Types de marchés culturels
- 10.7.3. Identification des marchés culturels locaux

10.8. Plan marketing et *branding* personnel

- 10.8.1. Projection du projet personnel et entrepreneurial
- 10.8.2. Plan stratégique à moyen et court terme
- 10.8.3. Variables pour mesurer le succès

10.9. Argumentaire de vente

- 10.9.1. Présentation du projet aux investisseurs
- 10.9.2. Préparation de présentations attrayantes
- 10.9.3. Développer des compétences de communication efficaces

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

11.1. Mondialisation et Gouvernance

- 11.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
- 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 11.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

11.2. Leadership

- 11.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
- 11.2.2. Leadership dans les entreprises
- 11.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
- 11.3.3. Gestion de la Diversité

11.4. Développement de la gestion et le leadership

- 11.4.1. Concept de Développement de la Gestion
- 11.4.2. Le concept de Leadership
- 11.4.3. Théories du Leadership
- 11.4.4. Styles de Leadership
- 11.4.5. L'intelligence dans le Leadership
- 11.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui

11.5. Éthique des affaires

- 11.5.1. Éthique et Moralité
- 11.5.2. Éthique des Affaires
- 11.5.3. Leadership et éthique dans les entreprises

11.6. Durabilité

- 11.6.1. Durabilité et développement durable
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Les entreprises durables

11.7. Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

11.8. Systèmes et outils de Gestion responsable

- 11.8.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
- 11.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 11.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 11.8.4. Outils et normes en matière de la RSE

11.9. Multinationales et droits de l'homme

- 11.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 11.9.2. Entreprises multinationales et droit international
- 11.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme

11.10. Environnement juridique et Corporate Governance

- 11.10.1. Importation et exportation
- 11.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 11.10.3. Droit International du Travail

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

12.1. Gestion Stratégique des personnes

- 12.1.1. Direction Stratégique et ressources humaines
- 12.1.2. La direction stratégique des personnes

12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

- 12.2.1. Analyse du potentiel
- 12.2.2. Politique de rémunération
- 12.2.3. Plans de carrière/succession

12.3. Évaluation et gestion des performances

- 12.3.1. Gestion des performances
- 12.3.2. La gestion des performances: objectifs et processus

12.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 12.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
- 12.4.2. Identification, formation et développement des talents
- 12.4.3. Fidélisation et rétention
- 12.4.4. Proactivité et innovation

12.5. Motivation

- 12.5.1. La nature de la motivation
- 12.5.2. La théorie de l'espérance
- 12.5.3. Théories des besoins
- 12.5.4. Motivation et compensation économique

12.6. Développer des équipes performantes

- 12.6.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
- 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

12.7. Gestion du changement

- 12.7.1. Gestion du changement
- 12.7.2. Type de processus de gestion du changement
- 12.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement

12.8. Négociation et gestion des conflits

- 12.8.1. Négociation
- 12.8.2. Gestion des Conflits
- 12.8.3. Gestion de Crise

12.9. La communication managériale

- 12.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
- 12.9.2. Département de Communication
- 12.9.3. Le responsable de communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

12.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

- 12.10.1. Productivité
- 12.10.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

Module 13. Gestion Économique et Financière

13.1. Environnement Économique

- 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
- 13.1.2. Institutions financières
- 13.1.3. Marchés financiers
- 13.1.4. Actifs financiers
- 13.1.5. Autres entités du secteur financier

13.2. Comptabilité de Gestion

- 13.2.1. Concepts de base
- 13.2.2. Actif de l'entreprise
- 13.2.3. Passif de l'entreprise
- 13.2.4. Le Patrimoine Net de l'entreprise
- 13.2.5. Le Compte de Profits et Pertes

13.3. Systèmes d'information et *Business Intelligence*

- 13.3.1. Principes fondamentaux et classification
- 13.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
- 13.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet

13.4. Budget et Contrôle de Gestion

- 13.4.1. Le modèle budgétaire
- 13.4.2. Le budget d'investissement
- 13.4.3. Le budget de Fonctionnement
- 13.4.5. Le budget de Trésorerie
- 13.4.6. Le suivi Budgétaire

13.5. Gestion Financière

- 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 13.5.2. Le service financier
- 13.5.3. Excédents de trésorerie
- 13.5.4. Risques liés à la gestion financière
- 13.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

13.6. Planification Financière

- 13.6.1. Définition de la planification financière
- 13.6.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 13.6.4. Le tableau des *Cash Flow*
- 13.6.5. Le tableau du fonds de roulement

13.7. Stratégie Financière de l'Entreprise

- 13.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
- 13.7.2. Produits financiers de l'entreprise

13.8. Financement Stratégique

- 13.8.1. Autofinancement
- 13.8.2. Augmentation des fonds propres
- 13.8.3. Ressources Hybrides
- 13.8.4. Financement par des intermédiaires

13.9. Analyse et planification financières

- 13.9.1. Analyse du Bilan de la Situation
- 13.9.2. Analyse du Compte des Résultats
- 13.9.3. Analyse de la Rentabilité

13.10. Analyses et résolution de cas/ problèmes

- 13.10.1. Informations financières de Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

Module 14. Management Exécutif

14.1. General Management

- 14.1.1. Concept General Management
- 14.1.2. L'action du Manager Général
- 14.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 14.1.4. Transformation du travail de la Direction

14.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

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

14.3. Direction des opérations

- 14.3.1. Importance de la gestion
- 14.3.2. La chaîne de valeur
- 14.3.3. Gestion de qualité

14.4. Discours et formation de porte-parole

- 14.4.1. Communication interpersonnelle
- 14.4.2. Compétences communicatives et l'influence
- 14.4.3. Obstacles à la communication

14.5. Outils de communication personnels et organisationnels

- 14.5.1. Communication interpersonnelle
- 14.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
- 14.5.3. La communication dans les organisations
- 14.5.4. Outils dans l'organisation

14.6. La communication en situation de crise

- 14.6.1. Crise
- 14.6.2. Phases de la crise
- 14.6.3. Messages: contenu et calendrier

14.7. Préparer un plan de crise

- 14.7.1. Analyse des problèmes potentiels
- 14.7.2. Plan
- 14.7.3. Adéquation du personnel

14.8. Intelligence émotionnelle

- 14.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 14.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 14.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle

14.9. Branding Personnel

- 14.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 14.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 14.9.3. Outils de construction du Personal Branding

14.10. Leadership et gestion d'équipes

- 14.10.1. Leadership et styles de leadership
- 14.10.2. Capacités et défis du Leader
- 14.10.3. Gestion des Processus de Changement
- 14.10.4. 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

Le programme s'adresse aux diplômés, aux titulaires d'un diplôme et aux diplômés universitaires qui ont déjà obtenu l'un des diplômes suivants dans le domaine de l'administration d'entreprises, le Marketing, le design ou la communication.

La diversité des participants aux différents profils académiques et aux 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 d'entreprises créatives peuvent également suivre le programme.





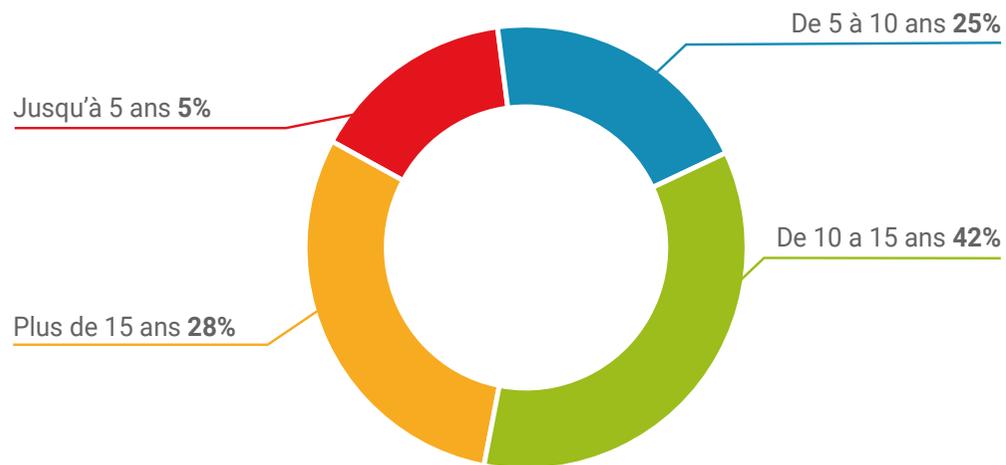
“

Si vous souhaitez faire partie de notre groupe restreint d'anciens élèves et multiplier vos opportunités professionnelles, ce programme est fait pour vous"

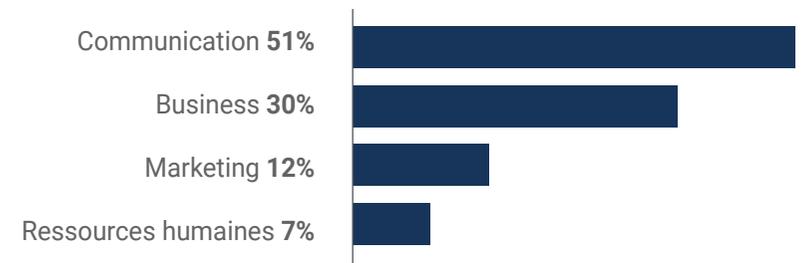
Âge moyen

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

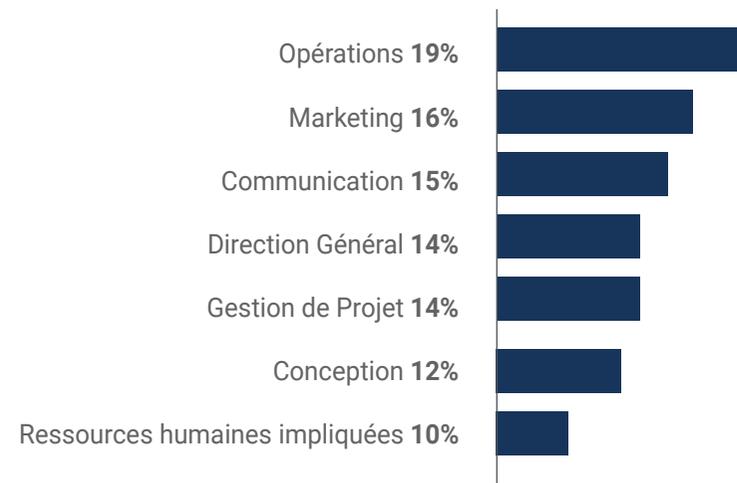
Années d'expérience



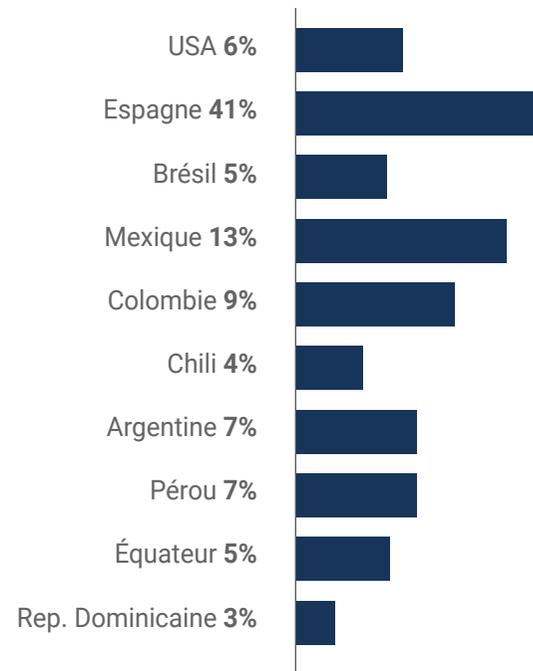
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Ariadna González Suárez

CEO en Entreprise Textile

"Sans aucun doute, étudier à TECH a été une grande découverte pour moi. Je cherchais un programme qui m'aiderait à stimuler la créativité dans mon entreprise et je l'ai trouvé grâce à ce programme. En outre, j'emporte avec moi un agenda d'excellents contacts que j'ai acquis au cours du programme"

09

Direction de la formation

Dans sa recherche d'un enseignement de qualité qui jette les bases de la croissance professionnelle de l'étudiant, Tech a réuni pour ce Executive Mastère le groupe le plus complet et le plus spécialisé de professionnels actifs sur la scène internationale. Ainsi, en mettant à jour ses connaissances dans cette Université, l'étudiant aura la certitude de disposer des connaissances les plus complètes et les plus efficaces du marché, ce qui lui permettra de travailler dans les industries du secteur créatif avec un taux de réussite plus élevé.



“

Nous disposons d'une équipe d'enseignants très expérimentés qui vous aideront à vous spécialiser dans ce secteur"

Directeur invité international

S. Mark Young est un expert de renommée internationale qui a concentré ses recherches sur l'**Industrie du Divertissement**. Ses conclusions ont été récompensées à de nombreuses reprises, notamment par le **Prix pour la Carrière en Comptabilité et Gestion** de 2020, décerné par l'Association Américaine de Comptabilité (American Accounting Association). Il a également reçu trois prix pour sa **contribution à la littérature académique** dans ces domaines.

L'une des étapes les plus marquantes de sa carrière a été la publication de l'étude **Narcissisme et Célébrités**, en collaboration avec le Docteur Drew Pinsky. Ce texte a compilé des **données directes** sur des **personnalités célèbres** du Cinéma et de la Télévision. En outre, dans cet article, qui deviendra plus tard un livre à succès, l'expert analyse les **comportements narcissiques** des stars du cinéma et la façon dont ils sont devenus normalisés dans les médias modernes. Dans le même temps, il s'est penché sur l'**impact de ces comportements sur les jeunes d'aujourd'hui**.

Tout au long de sa vie professionnelle, Young s'est également penché sur l'**organisation et l'orientation de l'industrie cinématographique**. Il a notamment étudié des modèles permettant de **prédire le succès des grands films au box-office**. Il a également contribué à la comptabilité par activités et à la conception de systèmes de contrôle. En particulier, son influence sur la mise en œuvre d'une **gestion efficace basée sur le Balanced Scorecard** est bien connue.

Le travail universitaire a également marqué sa vie professionnelle, et il a été élu à la **Chaire de Recherche George Bozanic et Holman G. Hurt en Commerce du Sport et du Divertissement**. Il a également enseigné et participé à des programmes d'études liés à la **Comptabilité**, au **Journalisme** et à la **Communication**. Parallèlement, ses études de premier et de deuxième cycle l'ont mené dans de prestigieuses universités américaines telles que Pittsburgh et l'Ohio.



Dr Young, S. Mark

- Titulaire de la Chaire George Bozanic et Holman G. Hurt à l'USC Marshall, Los Angeles, États-Unis
- Historien Officiel de l'Équipe Masculine de Tennis de l'Université de Californie du Sud
- Chercheur académique spécialisé dans le développement de modèles prédictifs pour l'industrie cinématographique
- Co-auteur du livre Narcissisme et Célébrités
- Doctorat en Sciences Comptables de l'Université de Pittsburgh
- Master en Comptabilité de la Ohio State University
- Licence en Sciences Économiques de l'Oberlin College
- Membre de: Centre pour l'Excellence de l'Enseignement

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur invité international

Leader dans le domaine de la technologie, Rick Gauthier a acquis des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, et s'est distingué dans le domaine des **services en nuage** et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un leader et un gestionnaire d'équipes très efficaces, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un niveau élevé d'engagement parmi ses employés.

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances 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

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

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

Directeur invité international

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 Velar Lera, Margarita

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

Professeurs

M. Sanjosé, Carlos

- ◆ Spécialiste du Marketing Numérique
- ◆ Responsable du Marketing Numérique chez Designable
- ◆ Responsable du Marketing Numérique chez MURPH
- ◆ Responsable du Marketing Numérique chez 25 Gramos
- ◆ Responsable du Contenu chez Unánime Creativos
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université CEU Cardenal Herrera

Mme Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ◆ Conseillère Juridique et Designer Spécialisée dans l'Industrie Créative
- ◆ Conseillère Juridique de l'Association pour l'Autorégulation de la Communication Commerciale
- ◆ Conseillère Juridique de la Direction de l'entreprise Eley Hawk
- ◆ Designer du National Geographic et El Mueble
- ◆ Enseignante en études universitaires de troisième cycle
- ◆ Licence en Droit de l'Université Pompeu Fabra
- ◆ Licence en Design de l'Université Pompeu Fabra
- ◆ Master Officiel en Propriété Intellectuelle de l'Université Pontificale Comillas
- ◆ Cours sur le Droit de la Publicité par l'Association pour l'Autorégulation de la Communication Commerciale

Dr San Miguel Arregui, Patricia

- ◆ Chercheuse Experte en Marketing Numérique
- ◆ Fondatrice et Directrice de Digital Fashion Brands
- ◆ Chercheuse et collaboratrice dans les études de marketing
- ◆ Auteure du livre *Influencer Marketing*
- ◆ Auteure de publications universitaires dans des revues prestigieuses
- ◆ Intervenante régulièrement dans des conférences et séminaires nationaux et internationaux sur la Communication et le Marketing
- ◆ Chargée de cours dans le cadre des études universitaires de premier et de troisième cycle
- ◆ Doctorat en Marketing Numérique pour les Entreprises de Mode de l'Université de Navarre
- ◆ Licence en Publicité et de Relations Publiques de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA en Executive Fashion de l'ISEM

Mme Gallego Martínez, Ana Belén

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

Dr Bravo Durán, Sandra

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

M. Justo Reyes, Rumen

- ◆ Producteur Audiovisuel et Expert en *Mentorat* pour les *Startups*
- ◆ Producteur de documentaires et de films
- ◆ Conseiller Financier et Juridique dans les Films
- ◆ Investisseur dans des *Startups* créatives
- ◆ Fondateur et directeur du Festival international du film indépendant et d'auteur des îles Canaries
- ◆ Conseiller en Entrepreneuriat à la CEOE Tenerife
- ◆ *Startup Mentor* à l'association Afedes
- ◆ *Startup Mentor* à *Bridge for Billions*
- ◆ Licence en Administration et Gestion d'Entreprise de l'Université de La Laguna
- ◆ Master en PRL par SGS
- ◆ Diplôme d'Études Supérieures en Surveillance Technologique
- ◆ Expert en Gestion des Ressources Humaines par l'Université de Vigo





Mme Arroyo Villoria, Cristina

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

Dr Paule Vianez, Jessica

- Spécialiste du Groupe de Recherche en Gestion et Économie des Entreprises de l'Université Rey Juan Carlos
- Conseillère Commerciale chez DKV Seguros y Reaseguros
- Assistante Administrative de la Fondation pour le Développement de la Gestion de Cáceres
- Doctorat en Sciences Sociales et Juridiques de l'Université Rey Juan Carlos
- Master en Traitement Statistique Informatique de l'Information de l'Université Complutense de Madrid
- Diplôme en Finances et Comptabilité de l'Université d'Estrémadure
- Diplôme d'Administration et de Gestion des Entreprises de l'Université d'Estrémadure
- Membre de l'Académie européenne de management et d'économie d'entreprise

10

Impact sur votre carrière

Nous TECH est 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.

Le Executive Mastère en MBA en Direction d'Entreprises Créatives de TECH est un programme intensif qui vous à relever des défis et prendre des décisions entrepreneuriales dans le domaine de la gestion d'idées, de projets et de travaux. Son principal objectif est d'encourager le développement personnel et professionnel des étudiants, en développant leur créativité et en les aidant à stimuler celle des autres. De cette manière, TECH motive le professionnel à aller vers le succès.

Si il veut se surpasser lui-même, obtenir un changement positif au niveau professionnel et se connecter avec les meilleurs, c'est son programme.

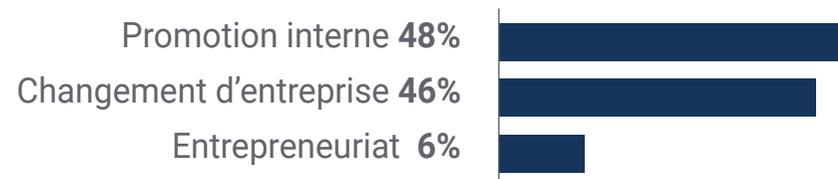
Obtenez les améliorations salariales que vous méritez en suivant ce programme complet avec TECH.

Dans un monde du travail compétitif, la spécialisation est le meilleur atout du professionnel pour se démarquer des autres.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le Executive Mastère en MBA en Direction d'Entreprises Créatives contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la formation de leaders de haut niveau.

Participer à ce programme est une occasion unique d'accéder à un réseau de contacts puissant où trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

À une époque de changements sociaux et technologiques continus, savoir gérer correctement la créativité devient un élément clé pour permettre à une organisation de se démarquer"

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 MBA en Gestion d'Entreprises Créatives garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Executive Mastère en Gestion du Personnel sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Executive Mastère en MBA en Direction d'Entreprises Créatives** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

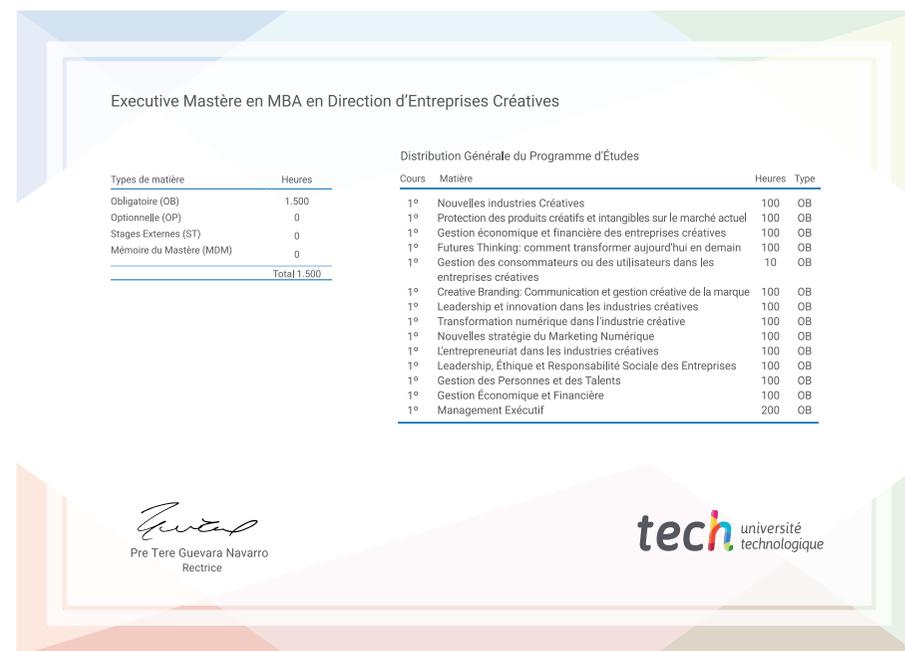
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, 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 MBA en Direction d'Entreprises Créatives**

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 MBA en Direction d'Entreprises Créatives

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

Executive Mastère

MBA en Direction d'Entreprises Créatives