

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Entités Sportives

Approbation/Adhésion



tech Euromed
University



Mastère Spécialisé MBA en Gestion des Entités Sportives

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 90 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Accès au site web : www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-gestion-entites-sportives

Sommaire

01

Présentation du programme

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 8

03

Programme d'études

page 12

04

Objectifs pédagogiques

page 20

05

Opportunités de Carrière

page 26

06

Méthodologie d'étude

page 30

07

Corps enseignant

page 40

08

Diplôme

page 68

01

Présentation du programme

Au cours des dernières décennies, le secteur du sport a connu une profonde transformation, passant d'un domaine essentiellement compétitif et récréatif à une industrie mondiale qui génère des milliards de dollars chaque année. Selon le rapport *PwC Sports Outlook*, le marché mondial du sport professionnel devrait dépasser les 600 milliards de dollars, sous l'impulsion de la numérisation, de l'internationalisation des marques sportives et de l'intérêt croissant des investisseurs institutionnels. Face à cette réalité, TECH a conçu ce programme de troisième cycle qui offrira une approche globale et actualisée, destinée à former des cadres capables de diriger avec succès des clubs, des fédérations, des ligues, des entreprises de services sportifs et des événements internationaux. Tout ceci est basé sur une méthodologie innovante et 100% en ligne.



“

Un programme complet et 100% en ligne, exclusif à TECH et avec une perspective internationale soutenue par notre affiliation à la Business Graduates Association"

L'industrie du sport a cessé d'être un domaine purement compétitif pour devenir l'une des économies les plus dynamiques au niveau mondial. Dans ce contexte, les entités sportives doivent être gérées avec une vision entrepreneuriale, une capacité stratégique et une compréhension approfondie de l'écosystème qui les entoure. C'est pourquoi la professionnalisation des clubs, fédérations et organisations sportives exige des dirigeants prêts à relever les nouveaux défis qui y sont liés.

C'est dans ce contexte que TECH propose une alternative académique rigoureuse, flexible et alignée sur les exigences du secteur. Ce MBA en Gestion des Entités Sportives se distingue par une approche globale qui couvre des domaines clés. Ainsi, les professionnels approfondiront leurs connaissances en matière de planification et de gestion de projets sportifs, de leadership managérial, de droit appliqué au sport, de contrôle économique et financier et de conception de stratégies de marketing et de communication institutionnelle. En outre, ils mettront l'accent sur la durabilité, le parrainage et la gestion d'événements, afin de préparer les entrepreneurs à diriger des organisations en constante transformation.

De plus, ce programme universitaire se déroulera entièrement en ligne, ce qui permettra aux étudiants de concilier leurs études avec leur vie professionnelle et personnelle sans contraintes horaires ou géographiques. Tous les contenus seront disponibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 depuis n'importe quel appareil connecté à Internet. Par ailleurs, la méthodologie *Relearning* sera mise en œuvre. Il s'agit d'un système d'apprentissage innovant basé sur la répétition intelligente des concepts clés, qui favorise une compréhension approfondie et durable, optimisant ainsi les résultats académiques et professionnels. Il convient de souligner que des Directeurs Internationaux Invités prestigieux dispenseront des *Masterclasses* exhaustives.

De plus, TECH étant membre de la **Business Graduates Association (BGA)**, les étudiants pourront accéder à des ressources exclusives et actualisées qui renforceront leur formation continue et leur développement professionnel, ainsi qu'à des réductions sur des événements professionnels qui faciliteront le contact avec des experts du secteur. En outre, vous pourrez élargir votre réseau professionnel, en vous connectant avec des spécialistes de différentes régions, ce qui favorisera l'échange de connaissances et de nouvelles opportunités d'emploi.

Ce **MBA en Gestion des Entités Sportives** contient le programme universitaire le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes :

- ♦ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Gestion des Entités Sportives
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ L'accent est mis sur les méthodologies innovantes dans le domaine de la Gestion des Entités Sportives
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Des Directeurs Internationaux Invités de renom dispenseront des Masterclasses rigoureuses qui approfondiront les stratégies les plus efficaces pour la Gestion des Entités Sportives”

“

Profitez des nombreuses ressources pratiques de ce programme universitaire pour consolider vos connaissances théoriques en gestion sportive et développer une vision stratégique du secteur”

Son corps enseignant comprend des professionnels issus du milieu des Entités Sportives, qui apportent à ce programme leur expérience professionnelle, ainsi que des spécialistes reconnus issus de sociétés de référence et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel l'étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

*Le système Relearning appliqué par TECH dans ce diplôme universitaire réduit les longues heures d'étude.
Qu'attendez-vous pour vous inscrire ?*

Vous approfondirez vos connaissances en matière de gestion des relations avec les sponsors, les partenaires et les médias afin d'améliorer la visibilité des institutions sportives.



02

Pourquoi étudier à TECH?

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



“

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

La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

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

Le meilleur personnel enseignant top international

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

La plus grande université numérique du monde

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



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

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

Une méthode d'apprentissage unique

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

L'université en ligne officielle de la NBA

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

Leaders en matière d'employabilité

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



Google Partner Premier

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



L'université la mieux évaluée par ses étudiants

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



03

Programme d'études

Les supports pédagogiques de ce parcours académique ont été conçus par des experts en gestion sportive, garantissant un apprentissage complet de la direction stratégique dans ce secteur. Ainsi, le programme couvrira les droits et devoirs professionnels, les conventions collectives, les cessions temporaires et la résiliation des contrats, ainsi que des aspects clés tels que la planification stratégique, la gestion des clubs, l'achat et la vente d'entités, les droits télévisuels et l'expansion internationale. Grâce à cette approche, les diplômés seront prêts à diriger des organisations sportives avec une vision innovante et globale.



“

Vous développerez des stratégies innovantes de marketing sportif, notamment la création de campagnes promotionnelles et la gestion des réseaux sociaux”

Module 1. Introduction au droit et à la gestion du sport

- 1.1. L'environnement sportif
 - 1.1.1. Historique du droit du sport
- 1.2. Réglementation relative aux installations sportives
- 1.3. Gestion et aspects juridiques liés à l'organisation d'événements sportifs : responsabilité civile et pénale
- 1.4. Retransmission d'événements sportifs. Aspects juridiques
- 1.5. Contrats sportifs : aperçu de la structure contractuelle du sport
- 1.6. Intermédiation sportive
- 1.7. La gouvernance dans les Entités Sportives

Module 2. Structure organisationnelle du sport international

- 2.1. Clubs sportifs et sociétés anonymes sportives
- 2.2. Fédérations
- 2.3. Liges
- 2.4. Conseil supérieur des sports
- 2.5. Organisation internationale du sport
- 2.6. Le sport dans l'Union Européenne
- 2.7. Autres organisations en marge de la pyramide fédérative : exemples dans le basket-ball et le padel
- 2.8. Formules de résolution des conflits dans la sphère internationale

Module 3. La planification stratégique dans les organisations sportives

- 3.1. Introduction à la planification et à l'analyse stratégiques dans le sport professionnel
- 3.2. Achat et vente d'entités sportives
- 3.3. Gestion des clubs de football
- 3.4. Structure et planification du sport
- 3.5. Développement commercial et exploitation du stade
- 3.6. Développement de la marque et droits commerciaux
- 3.7. Droits de TV
- 3.8. Internationalisation des entités sportives
- 3.9. Sociétés holding et fonds d'investissement
- 3.10. Modèles commerciaux pratiques

Module 5. Gestion financière et aspects fiscaux dans le sport

- 5.1. Introduction à la finance dans le sport
- 5.2. Interprétation des rapports financiers
- 5.3. Préparation et contrôle du budget Sources de revenus et réglementation
- 5.4. Évaluation des projets d'investissement. Élaboration et structure éventuelle d'un plan de faisabilité

Module 6. Marketing et communication dans le sport

- 6.1. Introduction au marketing sportif
- 6.2. Le plan de Marketing
- 6.3. Image de marque et développement de la marque
- 6.4. Parrainage sportif
- 6.5. *Ambush* marketing
- 6.6. Communication dans le sport
- 6.7. Marketing digital et le sport
- 6.8. Spécialisation dans le sport féminin
- 6.9. Marketing sportif et autres domaines
- 6.10. Tendances du marketing sportif

Module 8. Organisation d'événements sportifs

- 8.1. Introduction aux événements sportifs
- 8.2. Origine et histoire des événements sportifs
- 8.3. Gestion des événements sportifs
- 8.4. La planification comme facteur de réussite
- 8.5. Plan général de la manifestation sportive
- 8.6. Formes de revenus
- 8.7. Parrainage
- 8.8. Communication
- 8.9. Tourisme sportif et promotion locale
- 8.10. Histoires de réussite d'événements sportifs

Module 9. Nouvelles tendances dans le sport : *Big Data* & e-Sports

- 9.1. Introduction à l'utilisation du *Big Data* dans le sport. Liens et scénarios actuels
- 9.2. Méthodologie d'analyse des données Phases et stratégies
- 9.3. Fournisseurs et sources de données ouvertes
- 9.4. Fournisseurs et sources de données payantes
- 9.5. Rapports et infographies : l'importance vitale de l'échantillonnage
- 9.6. Outils de traitement des données
- 9.7. La communication appliquée au *Big Data*. Recherche de l'excellence du matériau et de son échantillon
- 9.8. Gestion des e-Sports

Module 10. Leadership et gestion des personnes dans le sport

- 10.1. Styles de leadership
- 10.2. Compétences en matière de gestion
- 10.3. Entrepreneuriat
- 10.4. RH et gestion des talents
- 10.5. Gestion des équipes
- 10.6. *Coaching* appliqué au sport
- 10.7. Négociation
- 10.8. Résolution des conflits
- 10.9. Compétences en matière de communication
- 10.10. Gestion de la pression

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 11.1.1. Gouvernance et Gouvernement 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. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 11.2.3. Gestion de la Diversité

- 11.3. Éthique des affaires
 - 11.3.1. Éthique et Morale
 - 11.3.2. Éthique des Affaires
 - 11.3.3. Leadership et éthique dans l'entreprise
- 11.4. Durabilité
 - 11.4.1. Durabilité et développement durable
 - 11.4.2. Agenda 2030
 - 11.4.3. Entreprises durables
- 11.5. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.5.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.5.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.5.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.6. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 11.6.1. RSE : Responsabilité sociale des entreprises
 - 11.6.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 11.6.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.6.4. Outils et normes en matière de RSE
- 11.7. Multinationales et droits de l'homme
 - 11.7.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.7.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 11.7.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 11.8. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Droit International du Travail

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

- 12.1. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 12.1.1. Analyse du potentiel
 - 12.1.2. Politique de rémunération
 - 12.1.3. Plans de carrière/succession
- 12.2. Évaluation et gestion des performances
 - 12.2.1. Gestion des performances
 - 12.2.2. Gestion des performances : objectifs et processus
- 12.3. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 12.3.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 12.3.2. Identification, formation et développement des talents
 - 12.3.3. Fidélisation et rétention
 - 12.3.4. Proactivité et innovation
- 12.4. Motivation
 - 12.4.1. La nature de la motivation
 - 12.4.2. La théorie de l'espérance
 - 12.4.3. Théories des besoins
 - 12.4.4. Motivation et compensation économique
- 12.5. Développer des équipes performantes
 - 12.5.1. Équipes performantes : équipes autogérées
 - 12.5.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.6. Gestion du changement
 - 12.6.1. Gestion du changement
 - 12.6.2. Types de processus de gestion des changements
 - 12.6.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 12.7. La communication managériale
 - 12.7.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 12.7.2. Département de Communication
 - 12.7.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.8. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.8.1. Productivité
 - 12.8.2. Leviers d'attraction et de 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. Les Actifs de l'entreprise
 - 13.2.3. Le Passif de l'entreprise
 - 13.2.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 13.2.5. Le Compte de Résultat
- 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. Direction Financière
 - 13.4.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 13.4.2. Département financier
 - 13.4.3. Les excédents de trésorerie
 - 13.4.4. Les risques liés à la gestion financière
 - 13.4.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 13.5. Planification Financière
 - 13.5.1. Définition de la planification financière
 - 13.5.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.5.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 13.5.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 13.5.5. Le tableau des fonds de roulement
- 13.6. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 13.6.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 13.6.2. Produits de financement des entreprises

- 13.7. Financement Stratégique
 - 13.7.1. Autofinancement
 - 13.7.2. Augmentation des fonds propres
 - 13.7.3. Ressources Hybrides
 - 13.7.4. Financement par des intermédiaires
- 13.8. Analyse et planification financières
 - 13.8.1. Analyse du Bilan
 - 13.8.2. Analyse du Compte de Résultat
 - 13.8.3. Analyse de la Rentabilité
- 13.9. Analyses et résolution de problèmes
 - 13.9.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 14. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- 14.1. Gestion commerciale
 - 14.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
 - 14.1.2. Stratégie et planification commerciales
 - 14.1.3. Le rôle des responsables commerciaux
- 14.2. Gestion Stratégique du Marketing
 - 14.2.1. Concept de Marketing stratégique
 - 14.2.2. Concept de planification stratégique du Marketing
 - 14.2.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing
- 14.3. Gestion des campagnes numériques
 - 14.3.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique ?
 - 14.3.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
 - 14.3.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 14.4. Stratégie de vente
 - 14.4.1. Stratégie de vente
 - 14.4.2. Méthodes de vente
- 14.5. Communication d'Entreprise
 - 14.5.1. Concept
 - 14.5.2. Importance de la communication dans l'organisation
 - 14.5.3. Types de communication dans l'organisation
 - 14.5.4. Fonctions de la communication dans l'organisation

- 14.5.5. Éléments de communication
- 14.5.6. Problèmes de communication
- 14.5.7. Scénarios de communication
- 14.6. Communication et réputation numérique
 - 14.6.1. Réputation en ligne
 - 14.6.2. Comment mesurer la réputation numérique ?
 - 14.6.3. Outils de réputation en ligne
 - 14.6.4. Rapport sur la réputation en ligne
 - 14.6.5. *Branding* online

Module 15. Management Exécutif

- 15.1. *General Management*
 - 15.1.1. Concept *General Management*
 - 15.1.2. L'action du *Directeur Général*
 - 15.1.3. Le *Directeur Général* et ses fonctions
 - 15.1.4. Transformation du travail de la direction
- 15.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 15.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 15.3. Direction des opérations
 - 15.3.1. Importance de la gestion
 - 15.3.2. La chaîne de valeur
 - 15.3.3. Gestion de qualité
- 15.4. Discours et formation de porte-parole
 - 15.4.1. Communication interpersonnelle
 - 15.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 15.4.3. Obstacles à la communication
- 15.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 15.5.1. Communication interpersonnelle
 - 15.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 15.5.3. La communication dans l'organisation
 - 15.5.4. Outils dans l'organisation

- 15.6. La communication en situation de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Phases de la crise
 - 15.6.3. Messages : contenu et calendrier
- 15.7. Préparer un plan de crise
 - 15.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 15.7.2. Planification
 - 15.7.3. Adéquation du personnel
- 15.8. Intelligence émotionnelle
 - 15.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 15.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 15.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 15.9. *Branding* Personnel
 - 15.9.1. Stratégies pour développer le personal branding
 - 15.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 15.9.3. Outils de construction du Personal Branding





“

*Vous serez parfaitement préparé pour
gérer des événements sportifs, de la
planification à la mise en œuvre”*

04

Objectifs pédagogiques

Ce programme universitaire de TECH est conçu pour fournir aux professionnels du sport les outils nécessaires pour gérer et optimiser les entités sportives dans un environnement mondial. Pour ce faire, la formation universitaire couvrira aussi bien la planification stratégique et la gestion financière que la gestion d'événements et le marketing, formant ainsi les étudiants à diriger des projets dans le secteur sportif. À partir de là, les diplômés développeront des compétences en gestion organisationnelle, en administration des ressources et en prise de décisions stratégiques dans le domaine du sport.



“

Vous encouragerez l'intégration de la responsabilité sociale et de la durabilité dans les Entités Sportives, en favorisant le développement de projets qui contribuent positivement à la communauté”



Objectifs généraux

- ♦ Comprendre le cadre juridique et organisationnel qui régit l'activité sportive au niveau international
- ♦ Analyser les structures de gestion et de gouvernance des entités sportives publiques et privées
- ♦ Concevoir des plans stratégiques axés sur la durabilité et la croissance des organisations sportives
- ♦ Appliquer des outils de marketing et de communication adaptés au milieu sportif
- ♦ Évaluer l'impact financier et fiscal des décisions en matière de gestion sportive
- ♦ Développer des compétences en matière de leadership et de gestion d'équipe dans le domaine sportif
- ♦ Planifier et organiser des événements sportifs selon des critères d'efficacité et de rentabilité
- ♦ Gérer les ressources humaines dans les entités sportives dans une perspective stratégique
- ♦ Mettre en œuvre des politiques de responsabilité sociale et d'éthique d'entreprise dans le sport
- ♦ Utiliser les technologies émergentes telles que le Big Data et les eSports pour innover dans la gestion sportive
- ♦ Identifier les opportunités d'internationalisation et d'expansion des entités sportives
- ♦ Résoudre les conflits juridiques et professionnels dans le cadre de la réglementation sportive en vigueur





Objectifs spécifiques

Module 1. Introduction au droit et à la gestion du sport

- ♦ Comprendre la réglementation juridique applicable au sport au niveau international, y compris les licences, le régime disciplinaire et la responsabilité juridique
- ♦ Étudier les contrats sportifs, leur structure et leurs implications juridiques dans l'intermédiation et la retransmission d'événements sportifs

Module 2. Structure organisationnelle du sport international

- ♦ Identifier les principales entités qui régissent le sport, des clubs et fédérations aux organismes tels que le Comité Olympique et la FIFA
- ♦ Analyser les formules de résolution des conflits dans le domaine sportif au niveau international

Module 3. La planification stratégique dans les organisations sportives

- ♦ Développer des stratégies de planification et de gestion dans les clubs et fédérations sportifs, en optimisant les ressources et les objectifs institutionnels
- ♦ Mettre en œuvre des stratégies d'internationalisation pour l'expansion mondiale des entités sportives et des marques

Module 4. Gestion financière et aspects fiscaux dans le sport

- ♦ Comprendre la structure financière des entités sportives, de l'élaboration des budgets à l'évaluation des actifs incorporels
- ♦ Analyser la fiscalité appliquée aux sportifs et aux entités sportives, y compris la planification patrimoniale et l'imposition des revenus

Module 5. Marketing et communication dans le sport

- ♦ Concevoir des plans de marketing sportif qui renforcent l'image des clubs, des fédérations et des événements sportifs
- ♦ Évaluer les stratégies de sponsoring et de développement de marque dans le sport, en optimisant les relations avec les sponsors et les médias

Module 6. Organisation d'événements sportifs

- ♦ Planifier et gérer des événements sportifs à différentes échelles, des compétitions locales aux tournois internationaux
- ♦ Comprendre l'importance du tourisme sportif et son impact sur le développement économique et social

Module 7. Nouvelles tendances dans le sport : Big Data & e-Sports

- ♦ Analyser l'impact des nouvelles technologies sur le sport, y compris l'utilisation du Big Data dans la prise de décisions stratégiques
- ♦ Évaluer l'industrie croissante des eSports et son intégration dans la gestion Sportive traditionnelle

Module 8. Leadership et gestion des personnes dans le sport

- ♦ Mettre en œuvre des stratégies de motivation et de *coaching* pour améliorer les performances et la cohésion des équipes sportives
- ♦ Évaluer les modèles de gestion des ressources humaines appliqués au secteur sportif

Module 9. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ♦ Comprendre l'importance de la gouvernance d'entreprise dans les entités sportives et son impact sur la transparence et la durabilité
- ♦ Évaluer la responsabilité sociale des entreprises dans le sport et leur contribution à la communauté

Module 10. Gestion des Personnes et des Talents

- ♦ Évaluer les systèmes de gestion des performances et du développement de carrière des sportifs et des professionnels du secteur
- ♦ Analyser les modèles de gestion des équipes de haut niveau appliqués au sport

Module 11. Gestion Économique et Financière

- ♦ Comprendre l'impact de l'environnement économique sur la gestion financière des entités sportives
- ♦ Analyser les marchés financiers et leur influence sur la viabilité économique des clubs sportifs

Module 12. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- ♦ Concevoir des stratégies de vente et de gestion commerciale dans l'industrie du sport
- ♦ Évaluer l'impact de la communication d'entreprise sur la réputation des entités sportives

Module 13. Management Exécutif

- ♦ Comprendre les fonctions du *General Manager* dans les clubs et organisations sportives
- ♦ Appliquer des outils de communication et de négociation pour la résolution des conflits dans l'industrie du sport



“

Vous saurez comment gérer la communication et l'image des institutions, en maximisant l'exposition des marques sportives sur différents canaux”

05

Opportunités de carrière

Ce programme universitaire offrira une opportunité unique aux professionnels du sport qui souhaitent perfectionner leurs compétences et maîtriser les stratégies clés de la gestion des entités sportives. Grâce à cet apprentissage avancé, les diplômés pourront accéder à de nouvelles opportunités professionnelles et assumer des rôles de leadership dans le secteur. Ainsi, les experts seront en mesure de mettre en œuvre des solutions innovantes pour améliorer l'efficacité opérationnelle, optimiser la gestion financière et renforcer la présence de l'entité sur le marché.



“

*Vous appliquerez des outils de
Gestion Sportive et jouerez un rôle
clé dans la direction stratégique
des organisations du secteur”*

Profil des diplômés

Le diplômé de ce programme sera un professionnel prêt à gérer et diriger des entités sportives avec une approche stratégique et innovante. Il aura également les compétences nécessaires pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer des plans d'affaires, optimiser la gestion financière et renforcer la commercialisation des marques sportives. De plus, il sera capable de relever des défis juridiques, de diriger des équipes et de promouvoir le développement de projets dans le domaine du sport. En définitive, cet expert sera prêt à se démarquer dans des postes de haute direction, de gestion de clubs et de fédérations, de conseil sportif et de développement de stratégies d'expansion internationale.

Vous souhaitez devenir Directeur des Entités Sportives ? Cette formation universitaire vous donnera les clés pour y parvenir.

- ♦ **Adaptation technologique dans la gestion sportive** : intégrer des technologies de pointe dans l'administration des Entités Sportives, en optimisant l'efficacité opérationnelle et la prise de décision stratégique
- ♦ **Résolution de problèmes dans la gestion sportive** : utiliser la pensée critique pour identifier et résoudre les défis organisationnels, en mettant en œuvre des stratégies innovantes qui améliorent les performances et la durabilité des Entités Sportives
- ♦ **Engagement éthique et réglementation dans le sport** : appliquer les principes éthiques et les réglementations légales, en garantissant le respect des réglementations en matière de travail, de fiscalité et de gouvernance dans le secteur sportif
- ♦ **Collaboration interdisciplinaire** : travailler efficacement avec les dirigeants, les entraîneurs, les sponsors et d'autres acteurs clés, en facilitant l'intégration de stratégies de développement et de croissance durable dans le domaine sportif





À l'issue de ce programme, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences dans les postes suivants :

- 1. Directeur des entités sportives** : chargé de la gestion et de la planification stratégique des clubs, fédérations et ligues.
- 2. Gestionnaire des talents et des relations professionnelles dans le sport** : responsable des contrats, des transferts et de la sécurité sociale des sportifs.
- 3. Consultant en planification stratégique sportive** : conseiller des organismes dans la prise de décision et l'optimisation des ressources.
- 4. Directeur du marketing et du développement de la marque dans le sport** : responsable des parrainages, de la commercialisation et du positionnement des clubs.
- 5. Gérant financier dans les organisations sportives** : responsable de la planification budgétaire et des stratégies de viabilité économique.
- 6. Coordinateur de l'expansion et de l'internationalisation du sport** : chargé de développer des projets pour la croissance mondiale des entités.
- 7. Gestionnaire d'événements sportifs** : organisateur de compétitions, de tournois et d'activités visant à renforcer le secteur.
- 8. Directeur des droits Télévisuels et de la commercialisation des contenus sportifs** : chargé de la négociation et de la distribution des retransmissions sportives.
- 9. Administrateur de stades et d'installations sportives** : responsable de l'optimisation et de la rentabilisation des installations sportives.

06

Méthodologie d'étude

TECH est la première université au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100 % en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

*TECH vous prépare à relever de nouveaux défis
dans des environnements incertains et à réussir
votre carrière”*

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

Dans la méthodologie d'étude de TECH, l'étudiant est le protagoniste absolu. Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

*À TECH, vous n'aurez PAS de cours en direct
(auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”*



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“

Le modèle de TECH est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez”

Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



Méthode Relearning

Chez TECH, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions : une équation directe vers le succès.



Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats: textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme universitaire.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH.

L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de 4,9 sur 5.

Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.

Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation: le Learning from an expert.

Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme :



Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Résumés interactifs

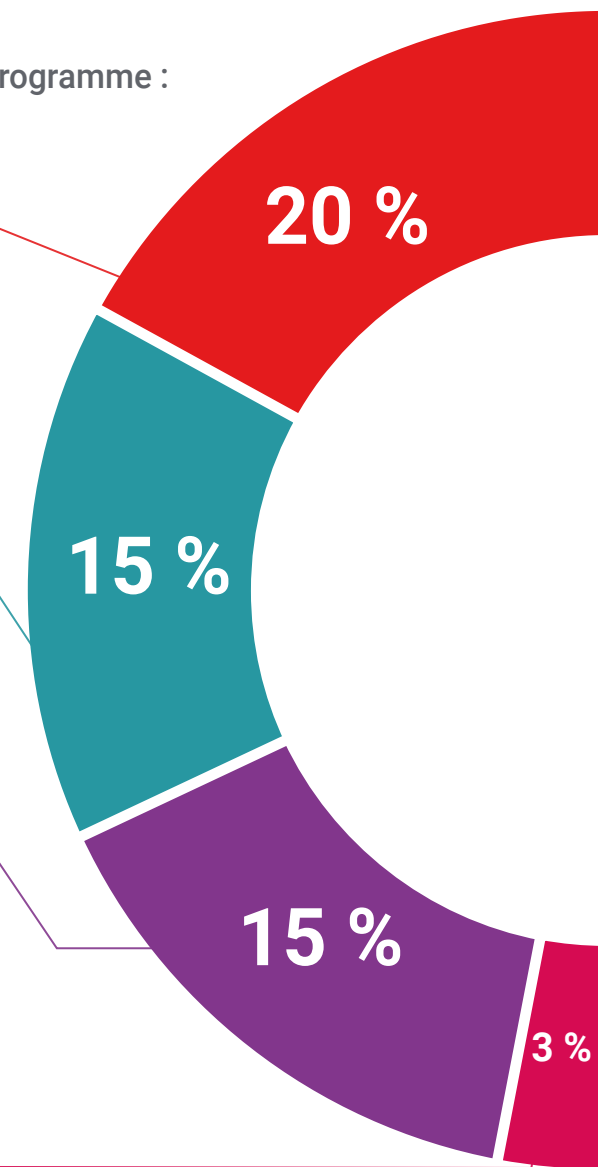
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

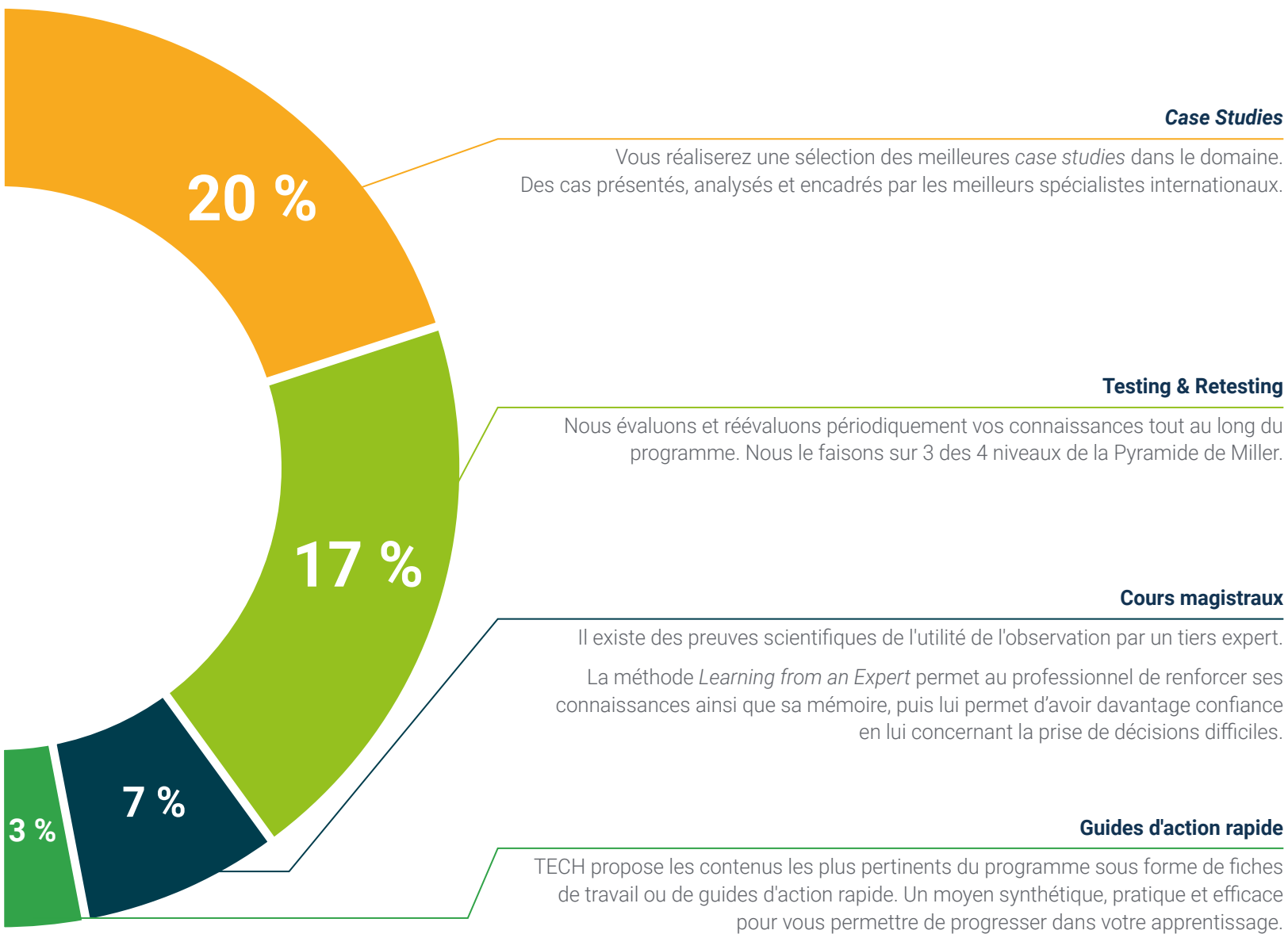
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





Case Studies



Testing & Retesting



Cours magistraux



Guides d'action rapide



07

Corps enseignant

L'une des principales valeurs ajoutées de ce programme est sans aucun doute l'excellence de son corps enseignant. Composée de professionnels en activité ayant une longue expérience dans le domaine de la gestion sportive, cette équipe académique apportera une vision réelle et actualisée du secteur, ce qui permettra aux diplômés d'acquérir des compétences en phase avec les exigences du marché. En outre, le corps enseignant est composé de directeurs de clubs de premier plan, de responsables du marketing sportif, de conseillers juridiques spécialisés dans le droit du sport et d'experts en innovation et en transformation numérique appliquée au sport.



“

Un groupe d'enseignants expérimentés, spécialisés dans la Gestion des Entités Sportives, vous guidera tout au long du processus d'apprentissage et répondra à toutes vos questions”

Directeur Invité International

Brad Burlingame est un professionnel exceptionnel dont la carrière est bien établie dans le domaine du **sport**, où il s'est illustré au niveau international. Avec plus de 15 ans d'expérience dans la **gestion de partenariats d'entreprise**, il s'est révélé être un leader exceptionnel dans la **génération de revenus** grâce à des stratégies innovantes et à la création d'**alliances stratégiques**.

À ce titre, il a été **Directeur des Ventes de Parrainage** pour le **Dallas Cowboys Football Club**, l'une des organisations sportives les plus prestigieuses au monde. Durant sa carrière, il a dirigé des équipes chargées de dépasser les **objectifs financiers**, faisant du club le leader incontesté des **recettes de sponsoring** de la **National Football League (NFL)**. En effet, sa capacité à tirer pleinement parti des droits de **propriété intellectuelle**, du vaste réseau de **télévision et de radio** de l'équipe, ainsi que des **plateformes numériques et sociales**, a joué un rôle déterminant dans le maintien de la position de leader du club sur le marché.

Il a également été **Directeur des Alliances avec les Entreprises** au sein de l'équipe de basket-ball **Miami Heat**, ainsi que **Directeur des Ventes** au **Palace Sports & Entertainment**, accumulant ainsi une vaste expérience dans l'industrie du **sport professionnel**. À cet égard, sa capacité à développer des idées novatrices qui stimulent les **activités des sponsors**, ainsi que son souci de **diriger des équipes** axées sur les résultats, l'ont positionné comme un personnage clé dans les **ventes mondiales de produits sportifs**.



M. Burlingame, Brad

- Directeur des Ventes de Sponsoring au Dallas Cowboys Football Club, Texas, États-Unis
- Directeur des Alliances avec les Entreprises au Miami Heat, Floride
- Directeur des Ventes chez Palace Sports & Entertainment, Michigan
- Licence en Marketing et Commerce de l'Eastern Michigan University

“

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

Directrice Invitée Internationale

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

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

Directeur Invité International

Manuel Arens est un professionnel expérimenté de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, il 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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

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

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



M. La Sala, Andrea

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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

“

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

Directeur Invité International

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

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de **stratégies de production** de

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

Directrice Invitée Internationale

Lauréate des "International Content Marketing Awards" pour sa créativité, son leadership et la qualité de son contenu informatif, Wendy Thole-Muir est une **Directrice de la Communication** reconnue et hautement spécialisée dans le domaine de la **Gestion de la Réputation**.

En ce sens, elle a développé une solide carrière professionnelle de plus de deux décennies dans ce domaine, qui l'a amenée à faire partie d'entités internationales de référence prestigieuses telles que **Coca-Cola**. Ce rôle implique la supervision et la gestion de la communication d'entreprise, ainsi que le contrôle de l'image de l'organisation. Ses principales contributions incluent la direction de la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne** Yammer. En conséquence, les employés ont renforcé leur engagement vis-à-vis de la marque et ont créé une communauté qui a considérablement amélioré la transmission des informations.

En outre, elle a été chargée de gérer la communication des **investissements stratégiques** de l'entreprise dans différents pays d'Afrique. Elle a géré des dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités à l'égard du développement économique et social du pays. Elle a reçu de nombreuses **récompenses** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi permis aux entreprises de conserver une bonne image et aux consommateurs de les associer à un haut niveau de qualité.

En outre, dans le cadre de son engagement ferme en faveur de l'excellence, elle a participé activement à des **Conférences** et à des **Symposiums** de renommée mondiale dans le but d'aider les professionnels de l'information à rester à la pointe des techniques les plus sophistiquées pour **élaborer des plans de communication** stratégique réussis. Elle a ainsi permis à de nombreux experts d'anticiper les situations de crise institutionnelle et de gérer efficacement les événements indésirables.



Mme Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Direction



Mme Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Conseillère auprès du Département du Football Professionnel de la FIFA
- ♦ Administratrice de la Fondation pour la Diversité
- ♦ Avocate Spécialisée dans le Sport et Fondatrice et Associée de Bellver Sports - Legal Boutique
- ♦ Fondatrice et Présidente Plateforme Leadership Woman Football
- ♦ Membre fondatrice et Présidente de l'Association de Droit Sportif de Madrid
- ♦ Coordinatrice de l'Association Internationale WISLaw - Women in Sports Law. Espagne
- ♦ Membre et Membre fondatrice de l'Association Espagnole pour la Qualité Éthique dans le Sport
- ♦ Master en Relations internationales de l'Université CEU San Pablo Madrid
- ♦ Master en Fiscalité des Entreprises par ICADE
- ♦ Master en Droit Sportif de l'Université de Lleida
- ♦ Licence en Droit avec Spécialité dans l'Union Européenne à l'Université CEU San Pablo Madrid
- ♦ Prix Miki Roqué "La paix par le Sport" pour son travail associatif, de formation et d'amélioration du Secteur Sportif, notamment sur les questions de genre et la défense des femmes dans le sport
- ♦ Certifié par la FIFA dans le cadre de son Programme de développement du Leadership Féminin de la FIFA
- ♦ Figurant dans la prestigieuse liste internationale Who's Who Legal (WWL : Sports & Entertainment), comme l'une des Avocates de premier plan dans le secteur du Droit du Sport

Professeurs

M. Barras García, Pedro J.

- ♦ Spécialiste en Droit du Sport
- ♦ Conseiller Fiscal senior chez Consultores Sayma Madrid
- ♦ Coordinateur des Campagnes de Promotion des Échecs avec le Conseil Municipal des Sports de la Mairie de Valladolid
- ♦ Moniteur National des Échecs de la FEDA et Moniteur Autonome de Football en Salle
- ♦ Auteur de diverses publications spécialisées dans la fiscalité et la comptabilité
- ♦ Licence en Droit de l'Université de Valladolid
- ♦ Master en Droit Sportif de l'Université de Lleida

Mme Díaz Marí, Montserrat

- ♦ Avocate Spécialisée en Droit Sport
- ♦ Avocate au sein du Cabinet de Conseil en Droit du Sport DíazMarí
- ♦ Secrétaire Adjointe de l'Association Espagnole de Droit du Sport (AEDD)
- ♦ Membre de l'Association des Anciens Élèves du Master Officiel en Droit du Sport (SLA)
- ♦ Avocate chez Samsung Electronics Iberia
- ♦ Collaboratrice du Comité Olympique Espagnol
- ♦ Entraîneuse de Basket-ball de niveau 2 à la FBPA
- ♦ Diplôme en Droit de l'Université d'Oviedo
- ♦ Master en Marchés et Industrie du Droit du Sport et du Divertissement par l'ISDE - Madrid
- ♦ Master Officiel en Droit du Sport par INEFC-Lérida
- ♦ Master Accès au Barreau et Droit des Affaires - Université San Pablo CEU - Madrid
- ♦ Diplôme en Droit du Sport de l'Université San Pablo CEU - Madrid

M. Novo San Miguel, Andrés

- ♦ Spécialiste en Gestion d'Événements Sportifs
- ♦ Responsable du Marketing Institutionnel et des Événements chez Diario AS
- ♦ Responsable de la Stratégie et du Développement de Produits chez RPM Sports
- ♦ Responsable de la Production d'Événements chez Innevento Sports
- ♦ Licence en Communication Audiovisuelle de l'Université du Pays Basque
- ♦ Diplôme en Publicité et Relations Publiques de l'Université du Pays Basque

Dr Valiño Arcos, Alejandro

- ♦ Expert en Droit du Sport
- ♦ Professeur à la Faculté de Droit de l'Université de Valence
- ♦ Président du Tribunal des Sports de la Communauté de Valence
- ♦ Président de la Commission des Compétitions de la Fédération de Tennis de la Région de Valence
- ♦ Directeur sportif du Sporting Club de Tennis
- ♦ Magistrat Suppléant de l'Audience Provinciale de Valence avec plus d'une centaine de Décisions en tant qu'Orateur
- ♦ Docteur en Droit de l'Université de Valence
- ♦ Licence en Droit de l'Université de Valence
- ♦ Auteur de livres, articles et recensions en matière juridique (Droit romain, Histoire Ancienne, Histoire et actualité du Droit régional valencien, Droit civil espagnol, Droit Sportif, Droit comparé et Droit privé européen)

M. González Graña, Carlos

- ♦ Avocat Spécialisé en Droit du Sport
- ♦ Associé et PDG de BHI Negocios e Inversiones
- ♦ Directeur de BHI Sport & Investment SUMMIT
- ♦ Fondateur et PDG de Callander Sport & Business
- ♦ Directeur Commercial du Secteur du Sport chez *Riskmedia Insurance Brokers*
- ♦ Conseiller juridique chez Sport Internacional S.L.
- ♦ Licence en Droit de l'Université de La Corogne

Mme Esperidião Hasenclever, Mônica

- ♦ Spécialiste du Marketing et de la Gestion des Sports
- ♦ Key Account & Women's Football Manager at World Football Summit
- ♦ Chief Marketing Officer et Directrice de la LWF Academy
- ♦ Co-fondatrice et PDG de Women Experience Sports
- ♦ Directrice Exécutive de LVN Sport
- ♦ Responsable du marketing sportif et des parrainages chez Telefónica Vivo
- ♦ Licence en Administration des Affaires de l'Université Presbytérienne de Mackenzie
- ♦ Master en Marketing Sportif de l'École Universitaire du Real Madrid de l'Université Européenne
- ♦ Diplôme de troisième cycle en Gestion du Sport de l'Université Anhembi Morumbi





Mme Carmona Ramos, Sara

- ♦ Rédactrice en chef des Données chez Relevo
- ♦ Présentatrice de la section Analyse et Big Data de l'émission "El Día Después" sur Movistar Plus
- ♦ Directrice Académique à l'Université Catholique San Antonio de Murcia
- ♦ Couverture sportive des matchs de La Liga pour le groupe Atresmedia
- ♦ Présentatrice de la section Statistiques Sportives et Big Data en direct de "Deportes Valladolid" sur Castilla y León TV
- ♦ Diplôme en Journalisme de l'Université de Valladolid
- ♦ Experte en Analyse de Données sportives et en Big Data, par l'Université de Valladolid

Mme Pascual, Mónica

- ♦ Directrice Générale de *Making Talent Happen* for High Performance programmes
- ♦ Consultante chez Swissport Handling Madrid UTE
- ♦ Directrice de Projet chez Inpropack
- ♦ Chroniqueuse du blog Mentalidad Imparable dans le Diario AS
- ♦ Chroniqueuse sportive pour El País, RTVE, La Liga Sports TV, Men's Health, Palco 23, La Razón, entre autres
- ♦ Master en Droit International des Brevets à l'École d'Organisation Industrielle
- ♦ Experte Universitaire en Médiation à l'Institut Supérieur de Droit et d'Économie

08 Diplôme

Le MBA en Gestion des Entités Sportives garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme d'Mastère Spécialisé délivré par TECH Global University.



“

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

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme propre de **MBA en Gestion des Entités Sportives** est le programme le plus complet sur la scène académique actuelle. Après avoir obtenu leur diplôme, les étudiants recevront un diplôme d'université délivré par TECH Global University et un autre par Université Euromed de Fès.

Ces diplômes de formation continue et d'actualisation professionnelle de TECH Global University et d'Université Euromed de Fès garantissent l'acquisition de compétences dans le domaine de la connaissance, en accordant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit les évaluations et accrédite le programme après l'avoir suivi dans son intégralité.

Ce double certificat, de la part de deux institutions universitaires de premier plan, représente une double récompense pour une formation complète et de qualité, assurant à l'étudiant l'obtention d'une certification reconnue au niveau national et international. Ce mérite académique vous positionnera comme un professionnel hautement qualifié, prêt à relever les défis et à répondre aux exigences de votre secteur professionnel.

Approbation/Adhésion

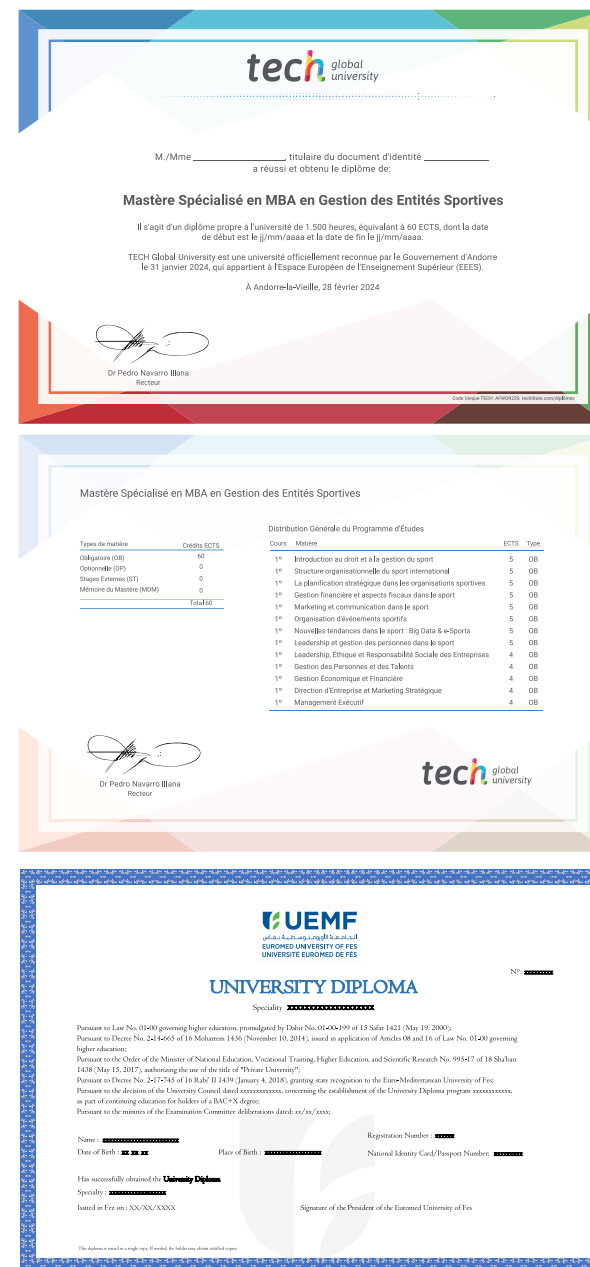


Diplôme : **Mastère Spécialisé MBA en Gestion des Entités Sportives**

Modalité : **en ligne**

Durée : **12 mois**

Accréditation : **90 ECTS**



*Apostille de La Haye. Dans le cas où l'étudiant demande que son diplôme sur papier soit obtenu avec l'Apostille de La Haye, TECH Global University prendra les mesures appropriées pour l'obtenir, moyennant un supplément.



Mastère Spécialisé MBA en Gestion des Entités Sportives

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 90 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Entités Sportives

Approbation/Adhésion



tech Euromed
University