

# Mastère Spécialisé

MBA en Stratégie (CSO,  
Chief Strategy Officer)

M B A E C S O



## Mastère Spécialisé MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Global University
- » Accréditation: 90 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: **Diplômés et professionnels avec une expérience avérée en en gestion et administration**

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-strategie-cso-chief-strategy-officer](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-strategie-cso-chief-strategy-officer)

# Sommaire

01	02	03	04
Présentation	Pourquoi étudier à TECH?	Pourquoi notre programme?	Objectifs
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>page 4</i>	<i>page 6</i>	<i>page 10</i>	<i>page 14</i>
	05	06	07
	Compétences	Structure et contenu	Méthodologie
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 20</i>	<i>page 24</i>	<i>page 36</i>
	08	09	10
	Profil de nos étudiants	Direction de la formation	Impact sur votre carrière
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 44</i>	<i>page 48</i>	<i>page 70</i>
		11	12
		Bénéfices pour votre entreprise	Diplôme
		<hr/>	<hr/>
		<i>page 74</i>	<i>page 76</i>

# 01 Présentation

L'intensification de la concurrence oblige à affiner les stratégies des entreprises et à les adapter à des situations incertaines. C'est la raison pour laquelle le *Chief Strategy Officer (CSO)* prend de plus en plus d'importance. Ce gestionnaire doit posséder des compétences étendues en matière de gestion stratégique, de comportement organisationnel, *business analytics* et planification. Dans ce programme, l'entrepreneur aura accès aux clés et aux compétences nécessaires pour se positionner en tant que CSO prestigieux, en accédant à du matériel didactique écrit par des leaders versés dans le domaine de l'analyse stratégique, avec une méthodologie 100% en ligne. En outre, vous aurez accès à une série exclusive de 10 *Masterclasses* complémentaires, conçues par un prestigieux spécialiste international de la Gestion, de la Stratégie et du Développement des Affaires.



?MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer).  
TECH Global University



“

*Grâce à cette qualification TECH innovante, vous pourrez accéder à un ensemble de 10 Masterclasses uniques et supplémentaires, développées par un expert international en Gestion, Stratégie et Développement des Affaires”*

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 Global University



### 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 Global University.

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

# 04 Objectifs

Ce programme a été conçu avec l'objectif clair de perfectionner les compétences du manager pour soutenir, avec force, sa proposition de valeur en tant que CSO. À cette fin, tous les sujets théoriques pertinents pour le développement et la création de stratégies d'entreprise seront couverts tout au long du programme, en les contextualisant de manière appropriée avec des cas réels et des exemples qui facilitent l'apprentissage.



“

*Vous aurez un accès complet à des lectures complémentaires spécifiquement sélectionnées par l'équipe pédagogique, vous permettant d'approfondir les questions stratégiques qui vous intéressent le plus"*

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

Le MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer) formera pour:

01

Définir les éléments de la stratégie comme le principal fondement de la gestion stratégique

04

Développer et mettre en œuvre la stratégie la plus appropriée pour atteindre les objectifs de l'entreprise

02

Comprendre les différents types de stratégie qui peuvent être mis en œuvre dans une entreprise



03

Analyser le comportement stratégique d'une organisation à différents niveaux

05

Décrire la logique du processus de gestion stratégique et l'importance de chacune de ses étapes

06

Définir les relations de base de l'entreprise avec son environnement

08

Identifier les différentes voies de croissance que les entreprises peuvent choisir

09

Appliquer les connaissances théoriques à des situations réelles par le biais d'études de cas

07

Analyser l'influence des *Stakeholders* ou les parties prenantes au sujet de l'entreprise

10

Encouragez une attitude entrepreneuriale et créative

11

Décrire les caractéristiques, les problèmes et les implications humaines, économiques, politico-juridiques et organisationnelles des différentes modalités du développement stratégique

12

Développer des stratégies et des méthodologies pour mener à bien les processus de prise de décision dans des situations critiques ou décisives

13

Appliquer les techniques appropriées pour la gestion des ressources humaines

14

Développer des compétences de leadership pour parvenir à la motivation de l'équipe



15

Appliquer des techniques de marketing qui favorisent la connaissance de l'entreprise

16

Mise en œuvre des politiques de prix



17

Gérer les achats et la chaîne d'approvisionnement de manière appropriée

18

Connaître l'environnement mondialisé dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies qui favorisent l'internationalisation de l'entreprise

# 05

# Compétences

Afin de garantir un développement complet et efficace des compétences essentielles au travail quotidien d'un *Chief Strategy Officer*, TECH a mis l'accent, tout au long du programme, sur l'acquisition et l'amélioration des compétences générales les plus demandées. Cela implique de mettre davantage l'accent sur des questions telles que la gestion des talents, la gestion des personnes et la gestion du temps et des efforts, qui sont toutes des compétences très prisées par les managers du XXI<sup>e</sup> siècle.





“

*Vous porterez votre carrière au plus haut niveau de la stratégie opérationnelle et commerciale, en acquérant le rôle de CSO avec compétence et efficacité”*

01

Explorer de nouvelles opportunités commerciales et se concentrer sur l'innovation et l'esprit d'entreprise

02

Assurer la gestion financière de l'entreprise

03

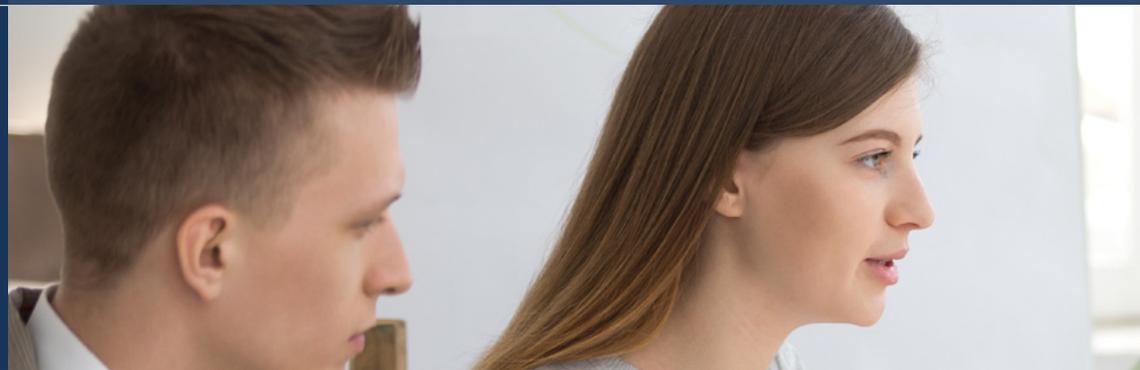
Concevoir et réaliser une planification stratégique qui réponde aux objectifs de l'entreprise et aux critères actuels de durabilité

04

Effectuer des analyses stratégiques internes et externes

05

Développer des stratégies de prévention et de contrôle des risques



06

Développer les compétences de gestion nécessaires pour gérer tous les départements de l'entreprise

08

Mettre en œuvre une stratégie internationale pour améliorer la rentabilité de l'entreprise



09

Concevoir une stratégie d'achat et d'approvisionnement pour améliorer la rentabilité de l'entreprise

07

Analyser les données de la stratégie de l'entreprise

10

Appliquer les techniques de coaching et d'intelligence émotionnelle pour gérer et promouvoir les performances des employés

# 06

## Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé en MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer) a été structuré selon la méthodologie d'enseignement de TECH, le *Relearning*, qui permet une flexibilité totale lorsqu'il s'agit d'assumer la charge d'enseignement. Une économie considérable est réalisée sur le nombre d'heures d'étude investies, car les concepts les plus importants en matière de stratégie et de gestion sont acquis naturellement, avec une répétition de ceux-ci tout au long du programme.



“

*Nous mettons toutes nos ressources à votre disposition afin que vous puissiez développer les compétences nécessaires pour réussir votre avenir professionnel”*

## Plan d'études

Le MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer) de TECH Global University est un programme intensif qui vous préparera à relever des défis et à prendre des décisions commerciales à un niveau de gestion stratégique et générale. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Le contenu de ce programme est conçu pour favoriser le développement de compétences de direction permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Tout au long de ce programme, vous analyserez une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel, réalisant un apprentissage approfondi qui vous permettra d'appliquer les connaissances acquises dans votre pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur de différents domaines de l'entreprise et est destiné à spécialiser des managers qui comprennent la gestion stratégique d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Ce Mastère Spécialisé est développé sur 12 mois et est divisé en 15 modules:

<b>Module 1</b>	Management and strategy
<b>Module 2</b>	Modalités du développement stratégique
<b>Module 3</b>	Planification stratégique et contrôle de la gestion financière
<b>Module 4</b>	Comportement organisationnel
<b>Module 5</b>	La direction stratégique des personnes
<b>Module 6</b>	Compétences en matière de gestion
<b>Module 7</b>	Strategy in Marketing Management
<b>Module 8</b>	Stratégie d'entreprise et stratégie opérationnelle
<b>Module 9</b>	Business & international strategy
<b>Module 10</b>	Business analytics and Big Data
<b>Module 11</b>	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
<b>Module 12</b>	Gestion des Personnes et des Talents
<b>Module 13</b>	Gestion Économique et Financière
<b>Module 14</b>	Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique
<b>Module 15</b>	Management Exécutif

## Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer) entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

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



## Module 1. Management and strategy

### 1.1. Réflexion stratégique

- 1.1.1. La stratégie et son objectif
- 1.1.2. *Strategic Thinking and Strategist Skills*
- 1.1.3. Pensée latérale et stratégie océan bleu
- 1.1.4. Les neurosciences appliquées à la stratégie

### 1.2. Décisions et décideurs stratégiques

- 1.2.1. Gouvernance d'entreprise
- 1.2.2. Équipes de direction
- 1.2.3. Création de valeur

### 1.3. Stratégie concurrentielle

- 1.3.1. Analyse du marché
- 1.3.2. Avantage concurrentiel durable
- 1.3.3. Retour sur investissement

### 1.4. Stratégie d'entreprise

- 1.4.1. *Driving Corporate Strategy*
- 1.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
- 1.4.3. *Framing Corporate Strategy*

### 1.5. Planification et stratégie

- 1.5.1. Pertinence de l'orientation stratégique dans le processus de contrôle de gestion
- 1.5.2. Analyse de l'environnement et de l'organisation

### 1.6. Mise en œuvre de la stratégie

- 1.6.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
- 1.6.2. Carte stratégique
- 1.6.3. Différenciation et alignement

### 1.7. Modèles d'analyse stratégique

- 1.7.1. Analyse interne
- 1.7.2. Analyse externe
- 1.7.3. Sources d'avantage concurrentiel dans le secteur
- 1.7.4. Avantages, inconvénients et efficacité de l'analyse stratégique

### 1.8. Gestion de la qualité totale et gestion avancée des projets

- 1.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 1.8.2. Six Sigma et *Six Sigma* en tant que système de gestion d'entreprise
- 1.8.3. Modèle EFQM

### 1.9. Lean Management

- 1.9.1. Principes de base du *Lean Management*
- 1.9.2. Groupes d'amélioration et résolution de problèmes
- 1.9.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité

### 1.10. Éthique et management stratégique

- 1.10.1. Intégrer l'éthique et la stratégie
- 1.10.2. Motivation humaine et éthique
- 1.10.3. Qualité éthique des organisations

## Module 2. Modalités du développement stratégique

### 2.1. Alliances stratégiques

- 2.1.1. *Entreprises communes*
- 2.1.2. Consortiums d'exportation
- 2.1.3. Centres d'achat
- 2.1.4. Autres types de coopération

### 2.2. Entrepreneuriat d'entreprise

- 2.2.1. Exploration de nouvelles opportunités commerciales
- 2.2.2. Prototypage et développement interne
- 2.2.3. Agents de changement internes
- 2.2.4. Projets émergents et perturbations

### 2.3. Innovation stratégique

- 2.3.1. Innovation ouverte et triple hélice
- 2.3.2. Facteurs de réussite et d'échec de l'innovation
- 2.3.3. Impact de la gestion de l'innovation sur les performances des entreprises
- 2.3.4. Pensée créative et *Design Thinking*

### 2.4. Politiques d'investissement

- 2.4.1. Méthodes d'évaluation des entreprises
- 2.4.2. Stratégie et contrôle des risques
- 2.4.3. Sources de financement

### 2.5. Développement interne

### 2.6. Fusions et acquisitions

- 2.6.1. Implications financières et organisationnelles des fusions et acquisitions
- 2.6.2. Analyse et évaluation des synergies
- 2.6.3. Techniques et approches de négociation

### 2.7. Stratégies de diversification

- 2.7.1. Spécialisation vs. Diversification
- 2.7.2. Choix du mode d'entrée dans la diversification
- 2.7.3. Diversification et performance des entreprises
- 2.7.4. Stratégies de restructuration du portefeuille d'activités

### 2.8. Développement de la stratégie

### 2.9. Critères de réussite

### 2.10. Défis et implications pour le développement de la stratégie

**Module 3. Planification stratégique et contrôle de la gestion financière**

<b>3.1. Contrôle de gestion</b> 3.1.1. Politique financière et croissance 3.1.2. L'information comme outil de contrôle de gestion 3.1.3. Le contrôle de gestion en tant que système de planification et de gestion 3.1.4. Fonctions du <i>contrôleur</i> 3.1.5. Champ d'application du contrôle de gestion	<b>3.2. Information financière et décisions de gestion</b> 3.2.1. Comptabilité financière et légale 3.2.2. Comptabilité analytique ou des coûts 3.2.3. Contrôle de la comptabilité	<b>3.3. Gestion de la trésorerie</b> 3.3.1. Fonds de roulement comptable et besoins en fonds de roulement 3.3.2. Calcul des besoins de trésorerie d'exploitation 3.3.3. <i>Credit Management</i> 3.3.4. Gestion de fonds, de patrimoine et de <i>family office</i>	<b>3.4. Cash management</b> 3.4.1. Financement bancaire du fonds de roulement 3.4.2. Organisation du service de la trésorerie 3.4.3. Gestion centralisée de la trésorerie
<b>3.5. Planification et contrôle des centres de responsabilité</b> 3.5.1. Conception d'un système de contrôle de gestion 3.5.2. Déviations dans le contrôle de gestion	<b>3.6. Le processus de formulation et de planification stratégiques</b> 3.6.1. Formulation et contenu du plan stratégique 3.6.2. <i>Balanced scorecard</i> 3.6.3. Terminologie et concepts de base	<b>3.7. Planification organisationnelle</b> 3.7.1. Unités commerciales et prix de transfert 3.7.2. Sites de fabrication, de production, d'assistance et de vente 3.7.3. Rôles et responsabilités de la gestion financière	<b>3.8. Les indicateurs comme outil de contrôle</b> 3.8.1. Tableau de bord 3.8.2. Nombre et format des indicateurs 3.8.3. Planification stratégique
<b>3.9. Gestion pour la création de valeur</b>	<b>3.10. Financement de la coordination du développement.</b>		

**Module 4. Comportement organisationnel**

<b>4.1. Comportement organisationnel</b> 4.1.1. Les organisations 4.1.2. Théorie des organisations 4.1.3. Organisations, personnes et société 4.1.4. Évolution historique du comportement organisationnel	<b>4.2. Culture organisationnelle</b> 4.2.1. Valeurs et culture organisationnelle 4.2.2. Éléments clés pour le changement des organisations 4.2.3. Évolution de la pensée scientifique et de l'organisation tant que système 4.2.4. Culture et transformation	<b>4.3. Gestion de l'organisation</b> 4.3.1. Niveaux et qualités managériales 4.3.2. Fonction de planification et d'organisation 4.3.3. Fonction de gestion et de contrôle 4.3.4. Le nouveau rôle du responsable RH	<b>4.4. Gestion des connaissances</b> 4.4.1. Intelligence collective vs. Gestion des connaissances 4.4.2. Perspectives et instruments pour la gestion des connaissances 4.4.3. Environnements collaboratifs et communautés d'apprentissage
<b>4.5. Les personnes dans les organisations</b> 4.5.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique 4.5.2. Groupes de travail et direction des réunions 4.5.3. <i>Coaching et gestion d'équipes</i>	<b>4.6. Structure organisationnelle</b> 4.6.1. Principaux mécanismes de coordination 4.6.2. Départements et organigrammes 4.6.3. Autorité et responsabilité 4.6.4. <i>Le empowerment</i>	<b>4.7. Types de structures</b>	<b>4.8. Processus</b>
<b>4.9. Relations</b>	<b>4.10. Configurations</b>		

## Module 5. La direction stratégique des personnes

### 5.1. Leadership stratégique pour l'économie immatérielle

- 5.1.1. Stratégies d'alignement culturel
- 5.1.2. Leadership entreprise et différenciation
- 5.1.3. Agent de changement et de transformation

### 5.2. Réflexion stratégique et système

- 5.2.1. L'entreprise comme système
- 5.2.2. La réflexion stratégique découle de la culture d'entreprise
- 5.2.3. La réflexion stratégique découlant de la gestion des personnes
- 5.2.4. Conception et mise en œuvre de politiques et de pratiques en matière de personnel

### 5.3. Conception stratégique de l'organisation

- 5.3.1. *Modèle de business partners*
- 5.3.2. *Share Services*
- 5.3.3. *Outsourcing*

### 5.4. HR analytics

- 5.4.1. *Big Data et Business Intelligence. (BI)*
- 5.4.2. Analyse et modélisation des données RH
- 5.4.3. Conception et développement des indicateurs RH.

### 5.5. Leadership stratégique

- 5.5.1. Modèles de leadership
- 5.5.2. *Coaching*
- 5.5.3. *Mentorat*
- 5.5.4. Leadership transformationnel

### 5.6. Audit et contrôle stratégique dans la gestion des personnes

- 5.6.1. Raisons de l'audit
- 5.6.2. Outils de collecte et d'analyse de l'information
- 5.6.3. Le rapport d'audit

### 5.7. Gestion des Ressources Humaines

### 5.8. Organisation du personnel

### 5.9. Personnel et comportement

### 5.10. Basé sur l'avantage concurrentiel sur la dotation en personnel

## Module 6. Compétences en matière de gestion

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

- 6.1.1. Communication interpersonnelle
- 6.1.2. Compétences communicatives et l'influence
- 6.1.3. Obstacles à la communication

### 6.2. Communication et leadership

- 6.2.1. Leadership et styles de leadership
- 6.2.2. Motivation
- 6.2.3. Capacités et compétences du dirigeant 2.0

### 6.3. Branding personnel

- 6.3.1. Stratégies pour développer le personal branding
- 6.3.2. Les lois de l'image de *Branding Personnel*
- 6.3.3. Outils de construction du personal branding

### 6.4. Gestion des équipes

- 6.4.1. Groupes de travail et direction des réunions
- 6.4.2. Gestion des processus de changement
- 6.4.3. Gestion d'équipes multiculturelles
- 6.4.4. *Coaching*

### 6.5. Négociation et résolution des conflits

- 6.5.1. Techniques de négociation efficaces
- 6.5.2. Conflits interpersonnels
- 6.5.3. Négociation interculturelle

### 6.6. Intelligence émotionnelle

- 6.6.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 6.6.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 6.6.3. Estime de soi et langage émotionnel

### 6.7. Capital relationnel: *coworking*

- 6.7.1. Gestion du capital humain
- 6.7.2. Analyse des performances
- 6.7.3. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 6.7.4. L'innovation dans la gestion des personnes

### 6.8. Gestion du temps

- 6.8.1. Planification, organisation et contrôle
- 6.8.2. Méthodologie de gestion du temps
- 6.8.3. Plans d'action
- 6.8.4. Outils pour une gestion efficace du temps

### 6.9. La théorie des jeux

### 6.10. Gestion du changements stratégique

**Module 7. Strategy in Marketing Management****7.1. Marketing Management**

- 7.1.1. *Positioning and Value Creation*
- 7.1.2. Orientation et positionnement de l'entreprise vis-à-vis du Marketing
- 7.1.3. Marketing stratégique vs. Marketing opérationnel
- 7.1.4. Objectifs de la gestion du Marketing
- 7.1.5. Communications Marketing intégrées

**7.2. Le rôle du Marketing stratégique**

- 7.2.1. Principales stratégies de Marketing
- 7.2.2. Segmentation, *Targeting* et positionnement
- 7.2.3. Gestion du Marketing stratégique

**7.3. Les dimensions de la stratégie Marketing**

- 7.3.1. Ressources et investissements nécessaires
- 7.3.2. Les fondements de l'avantage concurrentiel
- 7.3.3. Comportement concurrentiel de l'entreprise
- 7.3.4. *Focus Marketing*

**7.4. Stratégies de développement de nouveaux produits**

- 7.4.1. Créativité et innovation dans le Marketing
- 7.4.2. Génération et filtrage des idées
- 7.4.3. Analyse de la viabilité commerciale
- 7.4.4. Développement, test de marché et commercialisation

**7.5. Politiques de tarification**

- 7.5.1. Objectifs à court et à long terme
- 7.5.2. Types de tarification
- 7.5.3. Facteurs influençant la détermination du prix

**7.6. Stratégies de promotion et merchandising**

- 7.6.1. Gestion de la publicité
- 7.6.2. Plan de communication et moyens
- 7.6.3. Le *Merchandising* comme technique de marketing
- 7.6.4. *Visuel merchandising*

**7.7. Stratégies de distribution, d'expansion et d'intermédiation**

- 7.7.1. Externalisation de la force de vente et du service clientèle
- 7.7.2. La logistique commerciale dans la gestion des ventes de produits et de services
- 7.7.3. Gestion du cycle des ventes

**7.8. Développement du plan de Marketing**

- 7.8.1. Analyse et diagnostic
- 7.8.2. Décisions stratégiques
- 7.8.3. Décisions opérationnelles

**7.9. Nouveaux médias de marketing****7.10. Marketing international****Module 8. Stratégie d'entreprise et stratégie opérationnelle****8.1. Nouveaux scénarios en matière de gestion de la chaîne d'approvisionnement**

- 8.1.1. Management dans les environnements multiculturels
- 8.1.2. L'innovation dans la GCL
- 8.1.3. Orientation vers la demande grâce à des opérations flexibles
- 8.1.4. Philosophies et techniques utilisées au Japon

**8.2. Aperçu de la gestion de la Supply Chain Management**

- 8.2.1. Opportunités et menaces de SCM
- 8.2.2. Conception stratégique de la *Supply Chain*
- 8.2.3. Tendances

**8.3. Stratégie opérationnelle**

- 8.3.1. Introduction à la stratégie et aux niveaux stratégiques
- 8.3.2. Gestion des processus
- 8.3.3. Gestion des stocks

**8.4. Prise de décision en logistique**

- 8.4.1. Analyse des décisions
- 8.4.2. Gestion et planification des opérations mondiales
- 8.4.3. La gestion des risques dans la SC
- 8.4.4. Prise de décision *Hard and Soft*

**8.5. Lean Operations Strategy**

- 8.5.1. Synergies stratégiques avec les domaines fonctionnels
- 8.5.2. Opérateurs logistiques
- 8.5.3. Matrice processus-produit

**8.6. Gestion stratégique des achats**

- 8.6.1. Nouveaux défis en matière d'achats, de *Sourcing* et approvisionnements
- 8.6.2. Fonction d'achat dans l'entreprise et dans la chaîne d'approvisionnement
- 8.6.3. Fonction d'achat en tant que fournisseur de ressources
- 8.6.4. Aspects juridiques de la fonction achat

**8.7. Approvisionnement stratégique**

- 8.7.1. Sélection et développement des fournisseurs
- 8.7.2. Création de valeur à partir de l'approvisionnement stratégique
- 8.7.3. Opérateurs logistiques dans l'approvisionnement

**8.8. Conception de la stratégie d'achat**

- 8.8.1. Externalisation
- 8.8.2. Externalisation des processus
- 8.8.3. Mondialisation
- 8.8.4. Délocalisation

**8.9. Stratégie opérationnelle dans la fabrication****8.10. Stratégie opérationnelle dans les services**

### Module 9. Business & international strategy

#### 9.1. Business & international strategy

- 9.1.1. Internationalisation
- 9.1.2. Growth & development in emerging markets
- 9.1.3. Système monétaire international

#### 9.2. Gestion stratégique des affaires internationales

- 9.2.1. L'internationalisation dans le nouvel ordre mondial
- 9.2.2. L'influence de la culture sur le commerce international
- 9.2.3. Sélection des marchés et des pays
- 9.2.4. Délocalisation et Offshoring

#### 9.3. Stratégies d'internationalisation

- 9.3.1. Raisons et exigences de l'entrée sur les marchés étrangers
- 9.3.2. Les alliances stratégiques dans le processus d'expansion internationale
- 9.3.3. Les moyens de pénétrer de nouveaux marchés internationaux

#### 9.4. Décisions d'internationalisation

- 9.4.1. Études de marché et prise de décision
- 9.4.2. Choix du lieu et du mode d'exploitation
- 9.4.3. Choix de la forme juridique appropriée

#### 9.5. Les étapes du processus d'internationalisation

- 9.5.1. Analyse de la demande internationale
- 9.5.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
- 9.5.3. Planification de l'internationalisation
- 9.5.4. Les étapes de l'exportation

#### 9.6. L'internationalisation en fonction du type d'entreprise

- 9.6.1. Entreprises de produits et de services
- 9.6.2. Entreprises internationalisées et entreprises multinationales
- 9.6.3. Les PME et leur modèle d'internationalisation

#### 9.7. Obstacles à l'internationalisation

- 9.7.1. Restrictions légales
- 9.7.2. Obstacles logistiques, financiers et commerciaux
- 9.7.3. Obstacles à l'investissement direct

#### 9.8. Cross-cultural management

- 9.8.1. Dimension culturelle du management international
- 9.8.2. La mondialisation dans la gestion des entreprises
- 9.8.3. Leadership interculturel

#### 9.9. La diversité internationale et la performance

#### 9.10. Diversité des produits et des marchés

### Module 10. Business analytics and Big Data

#### 10.1. Gestion stratégique basée sur les données

#### 10.2. Intelligence client (CRM)

#### 10.3. Sources de données et informations

#### 10.4. Stockage et traitement

#### 10.5. Analyse du big data pour la stratégie

#### 10.6. Programmation scientifique et Python

#### 10.7. Analyse statistique avec R

#### 10.8. Apprentissage automatique pour l'analyse d'entreprise

#### 10.9. Extraction de texte et de langage naturel

#### 10.10. Intégration d'outils pour la stratégie

**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 les affaires

**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. RSC: 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. Importation et exportation internationales et Exportation
- 11.8.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 11.8.3. Droit international du travail

**Module 12. Gestion des Personnes et des Talents****12.1. La Direction 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. 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'esérance
- 12.5.3. Théories des besoins
- 12.5.4. Motivation et compensation économique

**12.6. Développer des équipes performantes**

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

**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. Budget et Contrôle de Gestion

- 13.4.1. Le modèle budgétaire
- 13.4.2. 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. Direction Financière

- 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 13.5.2. Département financier
- 13.5.3. Les excédents de trésorerie
- 13.5.4. Les 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. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
- 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 13.6.4. Le schéma *Cash Flow*
- 13.6.5. Le tableau des 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 de financement des entreprises

### 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
- 13.9.2. Analyse du Compte de Résultat
- 13.9.3. Analyse de la Rentabilité

### 13.10. Analyses et résolution de problèmes

- 13.10.1. 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. Marketing Numérique et e-commerce**

- 14.2.1. Objectifs du Marketing numérique et du commerce électronique
- 14.2.2. Marketing Numérique et médias utilisés
- 14.2.3. Commerce électronique Contexte général
- 14.2.4. Catégories de commerce électronique
- 14.2.5. Avantages et inconvénients d'E-commerce par rapport au commerce traditionnel

**14.3. Le Marketing Numérique pour renforcer la marque**

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

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

- 14.4.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 14.4.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.4.3. *Hyper-segmentation.*

**14.5. Gestion des campagnes numériques**

- 14.5.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
- 14.5.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
- 14.5.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique

**14.6. Stratégie de vente**

- 14.6.1. Stratégie de vente
- 14.6.2. Méthodes de vente

**14.7. Communication d'Entreprise**

- 14.7.1. Concept
- 14.7.2. Importance de la communication dans l'organisation
- 14.7.3. Type de communication dans l'organisation
- 14.7.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 14.7.5. Éléments de communication
- 14.7.6. Problèmes de communication
- 14.7.7. Scénarios de communication

**14.8. Communication et réputation digitale**

- 14.8.1. Réputation en ligne
- 14.8.2. Comment mesurer la réputation numérique?
- 14.8.3. Outils de réputation en ligne
- 14.8.4. Rapport sur la réputation en ligne
- 14.8.5. *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. Outils de communication personnels et organisationnels**

- 15.4.1. Communication interpersonnelle
- 15.4.2. Outils de communication interpersonnelle
- 15.4.3. La communication dans l'organisation
- 15.4.4. Outils dans l'organisation

**15.5. La communication en situation de crise**

- 15.5.1. Crise
- 15.5.2. Phases de la crise
- 15.5.3. Messages: contenu et calendrier

**15.6. Préparer un plan de crise**

- 15.6.1. Analyse des problèmes potentiels
- 15.6.2. Planification
- 15.6.3. Adéquation du personnel

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.

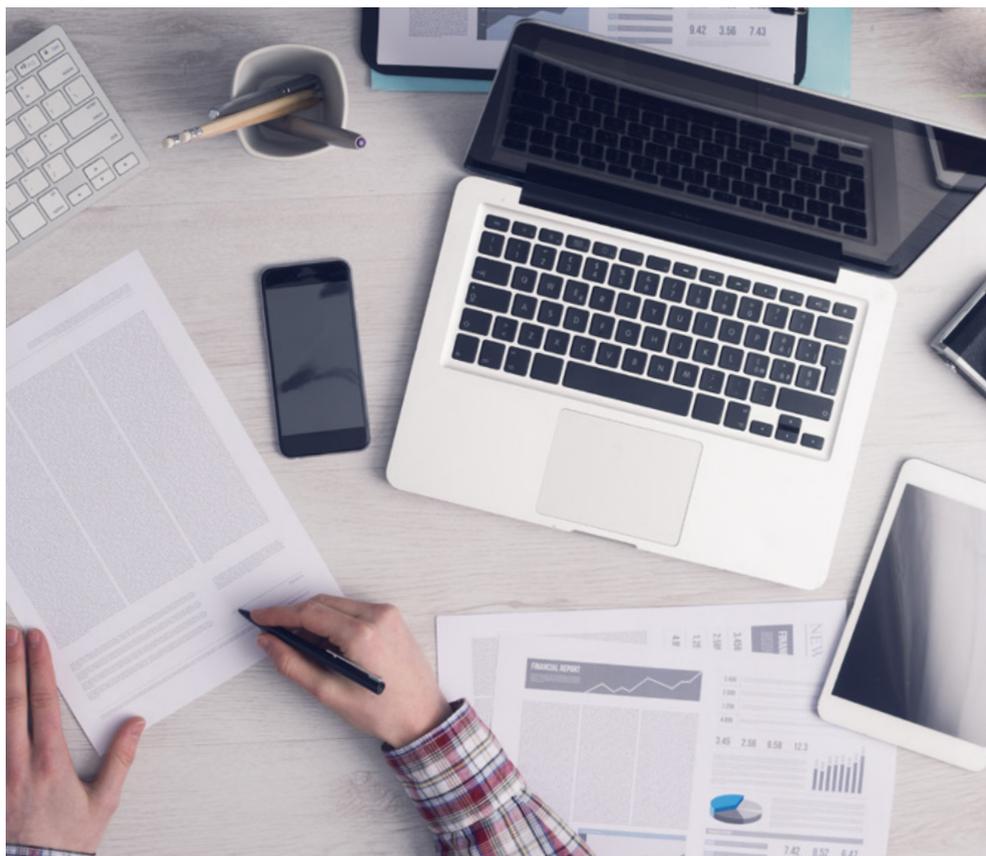
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

*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 MBA en Stratégie (CMO, Chief Strategy Officer) est un programme destiné aux professionnels du Secteurs qui souhaitent actualiser leurs connaissances, découvrir de nouvelles façons de mener à bien leur travail et faire progresser leur carrière. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





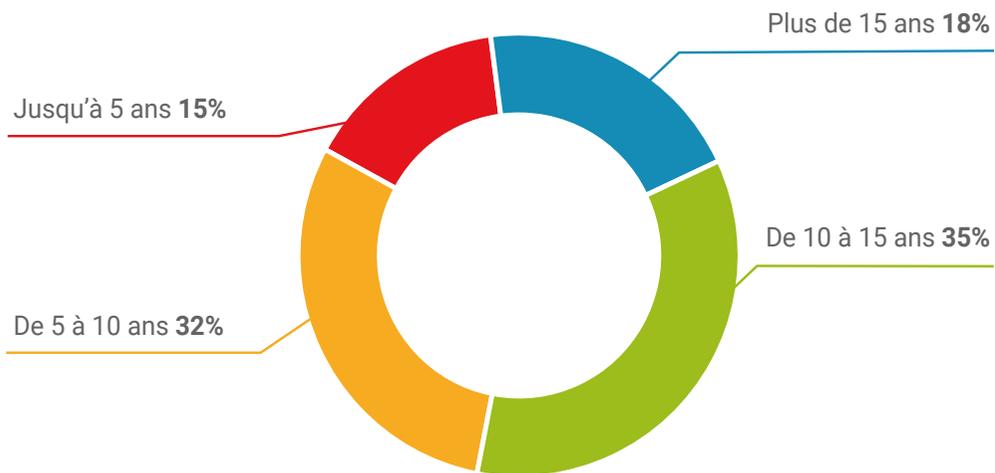
“

*Si vous avez de l'expérience dans le domaine du management, et que vous recherchez une amélioration intéressante de votre carrière tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous”*

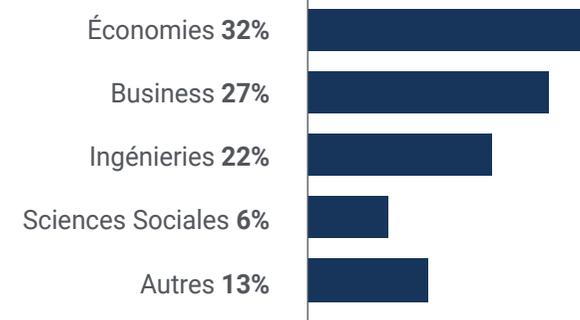
### Âge moyen

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

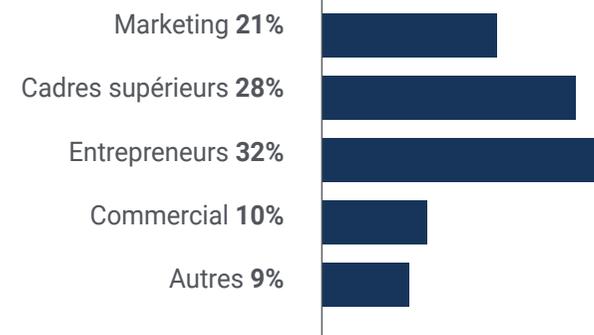
### Années d'expérience



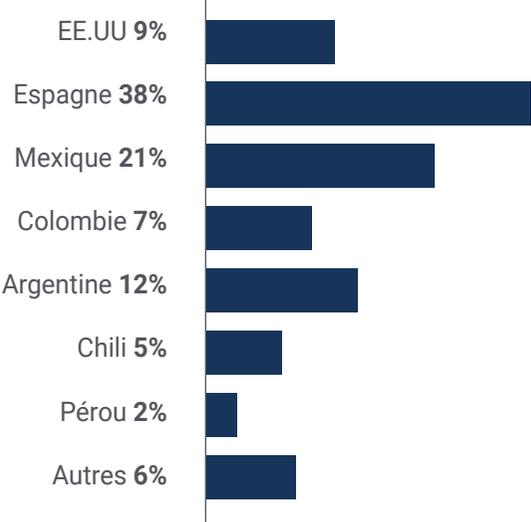
### Formation



### Profil académique



### Distribution géographique



## Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

*"Dans mon métier, il est essentiel de continuer à se spécialiser en permanence, car on voit constamment apparaître de nouvelles techniques et de nouveaux outils indispensables au bon développement de l'entreprise. C'est pourquoi j'ai cherché un programme qui me permette de me tenir à jour. Heureusement, j'ai trouvé chez TECH ce MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer), une formation clé pour évoluer professionnellement et personnellement".*

09

# Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan en gestion stratégique d'entreprise, qui apportent leurs années d'expérience au programme. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Certificat de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.



“

*Vous serez guidé tout au long de la formation par une équipe pédagogique hautement qualifiée en management stratégique des entreprises, avec un tutorat entièrement personnalisé”*

## Directeur Invité International

Ilias Jumadilov est un professionnel international de premier plan qui possède une vaste expérience en Europe, en Asie et aux Amériques. En fait, sa carrière s'est concentrée sur la Gestion, la Stratégie et le Développement des Affaires, avec des succès notables dans différentes régions.

Il a été Directeur de la Stratégie d'Entreprise chez Schneider Electric, où il a dirigé le processus et la plateforme de stratégie globale. L'entreprise a investi plus de 100 milliards d'euros dans de nouvelles opportunités de croissance et a joué un rôle déterminant dans l'élaboration de modèles de prévision, la fourniture d'informations stratégiques, ce qui a permis de renforcer la position concurrentielle de l'entreprise.

Il a également occupé le poste de Directeur des Opérations Commerciales Internationales et de l'Europe au sein de la même institution, où il a dirigé la transformation de l'entreprise dans plusieurs pays, en mettant en place des organisations d'excellence commerciale qui ont permis d'accroître considérablement l'efficacité et la productivité. Notamment, plus de 10 000 commerciaux dans le monde ont adopté sa capacité à mettre en œuvre des processus de vente clés et sa focalisation sur la segmentation du portefeuille clients, cimentant sa réputation de leader en matière de vente et de transformation numérique.

En plus de sa carrière chez Schneider Electric, Ilias Jumadilov a conseillé des startups sur des sujets clés tels que l'Intelligence Artificielle, le métaverse et le commerce international, apportant sa connaissance approfondie des applications commerciales de l'IA et sa capacité à orienter les stratégies concurrentielles. De même, son expertise en matière de Blockchain l'a amené à cofonder le Réseau Blockchain d'Asie Centrale et à contribuer de manière significative à la législation sur les monnaies numériques au Kirghizistan. En outre, ses travaux pour le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) et d'autres organisations ont été remarqués pour leur impact et leur pertinence dans les domaines technologique et économique.



## M. Jumadilov, Ilias

---

- Directeur de la Stratégie d'Entreprise chez Schneider Electric, Boston et Hong Kong
- Conseiller auprès de *startups* dans les domaines de l'Intelligence Artificielle, du métavers et des affaires internationales
- Directeur des Opérations Commerciales Internationales et Europe chez Schneider Electric, Barcelone et Almaty
- Chef de Produit et Marketing chez Schneider Electric, Grenoble
- Cofondateur de l'Association du Réseau *Blockchain* de l'Asie Centrale
- Master en Sciences Économiques de l'Université de Grenoble Alpes, France
- Cours Universitaire en Technologie de l'Entrepreneuriat à l'Université de Stanford, États-Unis
- Licence en Économie et Gestion de l'Université nationale d'État du Kirghizistan

“

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

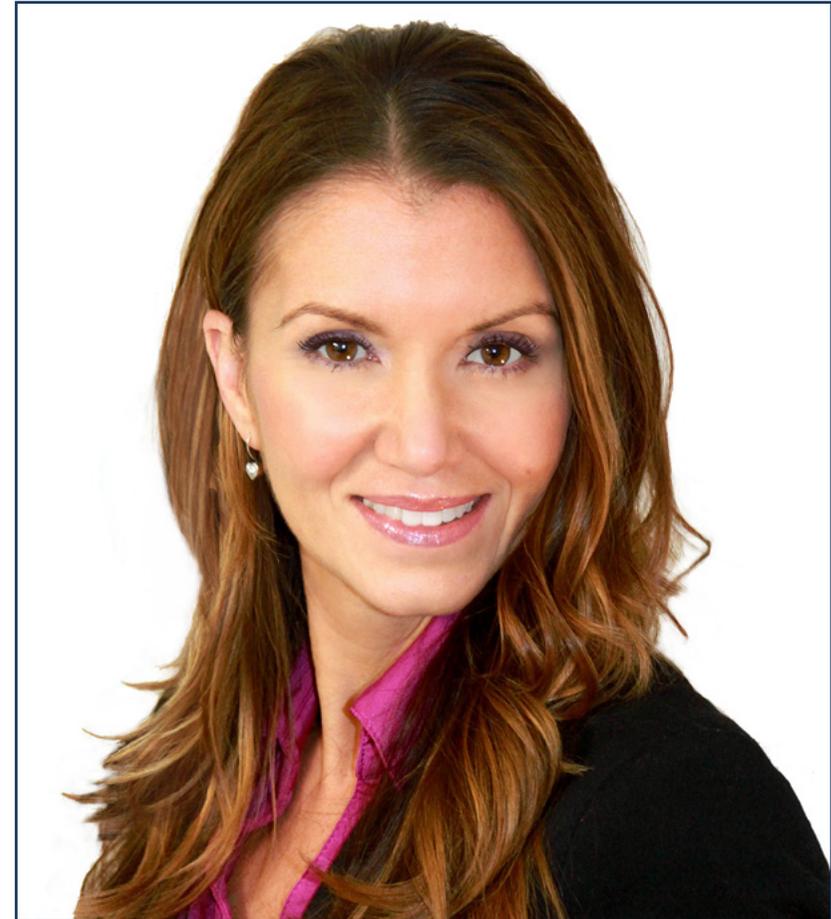
## Directrice Invitée Internationale

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 découvrir les dernières avancées dans ce domaine et les appliquer à votre pratique quotidienne”*

## Directeur Invité International

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

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

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

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



## M. Arman, Romi

---

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

“

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

## Directeur Invité International

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

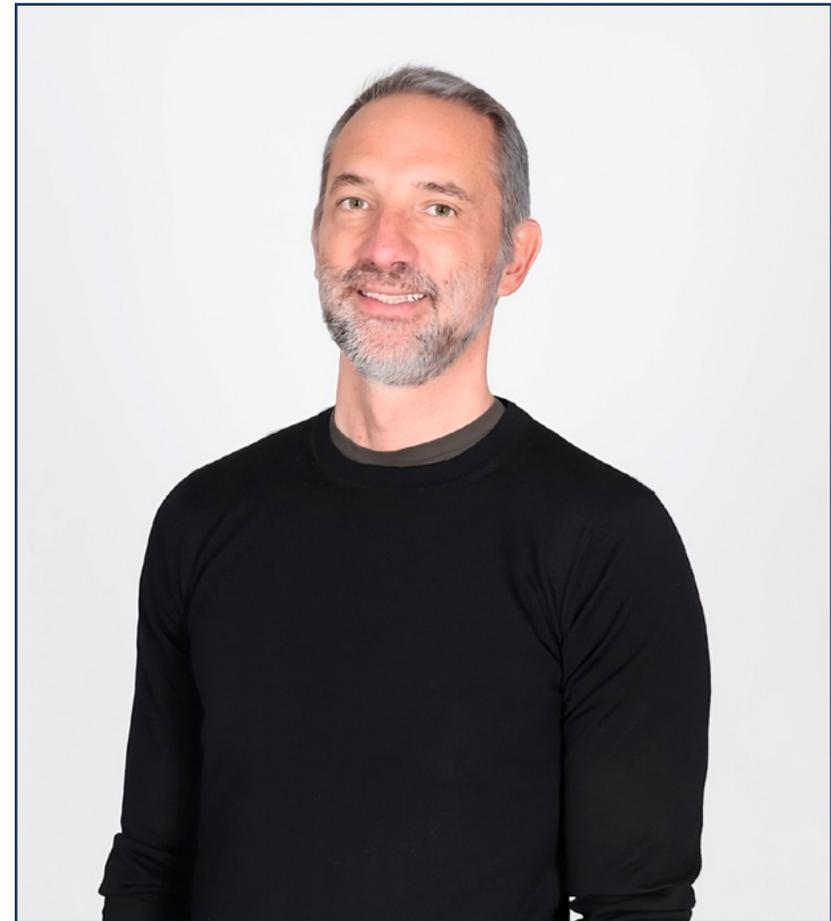
Andrea La Sala est un cadre expérimenté en **Marketing** dont les projets ont eu un impact **significatif** sur l'**environnement de la Mode**. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux **Produits**, au **Merchandising** et à la **Communication**. Tout cela, lié à des marques 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 **détaillants** et des **consommateurs**. Dans ce cadre, La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que **chef d'équipe** dans les **services de Design**, de **Communication** et de **Ventes**.

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

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



## M. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Directeur Invité International

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

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

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

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



## M. Gram, Mick

---

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

“

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

## Directeur Invité International

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

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

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

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



## M. Stevenson, Scott

---

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

“

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

- ♦ Chercheur à l'Observatoire du Centre International pour l'Innovation Continue
- ♦ Professeur de Philosophie et coordinateur du Département des Sciences Sociales au Collège St Gabriel
- ♦ Professeur à la Fondation HÔRREUM
- ♦ Doctorat en Philosophie de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Licence en Philosophie de l'Université de Barcelone
- ♦ Certificat d'Aptitude Pédagogique de l'Université de Barcelone
- ♦ Chercheur à l'UPV/EHU



# 10

# Impact sur votre carrière

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. C'est pourquoi, chez TECH, nous mettons toutes nos ressources à votre disposition pour que vous puissiez acquérir la spécialisation que vous recherchez en peu de temps, et ainsi réaliser un changement professionnel positif qui répond à vos attentes professionnelles.



“

*Nous nous engageons pleinement à vous aider à réaliser le changement professionnel que vous souhaitez”*

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

Le MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer) de TECH est un programme intensif qui vous préparera à relever des défis et à prendre des décisions commerciales à un niveau de gestion stratégique et générale. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel et de vous aider à réussir.

Si vous voulez vous surpasser vous-même, obtenir un changement positif au niveau professionnel et se connecter avec les meilleurs, c'est votre programme.

*TECH met toutes ses ressources à votre disposition pour vous donner les moyens de réussir.*

*Une spécialisation plus poussée vous permettra d'améliorer votre carrière.*

### Heure du changement



### Type de changement



## Amélioration salariale

---

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



11

# Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA en Stratégie (CSO, Directeur Général) contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, les participants à ce programme académique s'amélioreront non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en renforçant leur formation et en améliorant leurs compétences en matière de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

*Après avoir étudié avec nous,  
vous aurez une vision plus  
globale de l'entreprise qui vous  
permettra de marquer un avant  
et un après dans votre activité”*

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

01

### Accroître les talents et le capital intellectuel

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

---

02

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

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

03

### Former des agents du changement

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

---

04

### Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

### Développement de projets propres

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

---

06

### Accroître la compétitivité

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



# 12 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer) garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de 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 **Mastère Spécialisé en MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer)** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique du monde.

**TECH Global University** est une Université Européenne Officielle reconnue publiquement par le Gouvernement d'Andorre (*journal officiel*). L'Andorre fait partie de l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur (EEES) depuis 2003. L'EEES est une initiative promue par l'Union européenne qui vise à organiser le cadre international de formation et à harmoniser les systèmes d'enseignement supérieur des pays membres de cet espace. Le projet promeut des valeurs communes, la mise en œuvre d'outils communs et le renforcement de ses mécanismes d'assurance qualité afin d'améliorer la collaboration et la mobilité des étudiants, des chercheurs et des universitaires.

Ce diplôme propre de **TECH Global University** est un programme européen de formation continue et d'actualisation professionnelle qui garantit l'acquisition de compétences dans son domaine de connaissances, conférant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit le programme.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer)**

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 coût supplémentaire.



## **MastèreSpécialisé** MBA en Stratégie (CSO, Chief Strategy Officer)

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

# Mastère Spécialisé

MBA en Stratégie (CSO,  
Chief Strategy Officer)

