

Mastère Avancé

Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise





Mastère Avancé

Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 2 ans
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 120 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Accès au site web : www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-direction-generale-durabilite-entreprise

Sommaire

01

Présentation du
programme

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 8

03

Programme d'études

page 12

04

Objectifs pédagogiques

page 34

05

Opportunités de carrière

page 40

06

Méthodologie d'étude

page 44

07

Corps Enseignant

page 54

08

Diplôme

page 76

01

Présentation du programme

L'intégration de la Direction Générale de la Durabilité au sein d'une entreprise présente des avantages significatifs. Tout d'abord, cette pratique garantit que le développement durable devient un élément central de la stratégie commerciale, ce qui non seulement renforce la réputation de l'entreprise, mais contribue également à l'atténuation des risques et à l'accès à de nouveaux marchés et à de nouvelles opportunités. En outre, l'alignement des objectifs de l'entreprise sur les principes éthiques et environnementaux favorise un engagement plus fort. C'est pourquoi TECH a conçu ce programme 100 % en ligne, qui facilite considérablement le processus d'apprentissage.



“

Grâce à ce Mastère Avancé entièrement en ligne, vous gérerez des stratégies innovantes qui intègrent la Durabilité dans la vision et la mission de l'entreprise”

La Durabilité des entreprises est passée d'un concept secondaire à une priorité stratégique au sein de la direction des entreprises. Dans un monde où les consommateurs, les investisseurs et les régulateurs exigent de plus en plus de responsabilité sociale et environnementale, la Direction Générale de la Durabilité joue un rôle crucial dans la transformation des organisations. Par conséquent, les professionnels doivent gérer les meilleures pratiques pour créer une culture organisationnelle durable et les compétences nécessaires pour prendre des décisions responsables dans le contexte commercial actuel.

Dans ce contexte, TECH lance un Mastère Avancé dans le domaine de la Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise. Conçu par des références dans ce secteur, le programme d'études se penchera sur des questions allant de la gestion de l'énergie dans les entreprises ou du contrôle des déchets à la réalisation d'audits des systèmes de gestion. Grâce à cela, les étudiants développeront les compétences nécessaires pour mener la transition vers des modèles d'entreprise durables, en optimisant l'utilisation des ressources et en minimisant l'impact sur l'environnement.

En outre, le programme universitaire est basé sur la méthode Relearning, dont TECH est un pionnier, et qui garantit l'assimilation exhaustive de concepts complexes. Il convient de noter que la seule chose dont les professionnels ont besoin pour accéder à ce Campus Virtuel est un appareil avec accès à Internet (comme les téléphones portables, les tablettes ou les ordinateurs) et qu'il leur fournira une variété de ressources multimédias telles que des vidéos explicatives et des résumés interactifs. En outre, le programme prévoit la participation d'un expert international prestigieux en matière de Durabilité, qui donnera des Masterclasses exclusives et complémentaires.

Ce **Mastère Avancé en Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise** contient le programme éducatif le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes :

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise
- ♦ 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 en matière de Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise
- ♦ 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



Devenez un expert en durabilité avec TECH ! Vous aurez accès à un ensemble de Masterclasses, développées par un spécialiste de renommée internationale dans ce domaine”

“

Vous approfondirez la Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise de manière efficace, ainsi que le développement de stratégies de communication qui garantissent la transmission efficace du message de l'entreprise”

Son corps enseignant comprend des professionnels appartenant au domaine de la Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus d'entreprises de premier plan et d'universités prestigieuses.

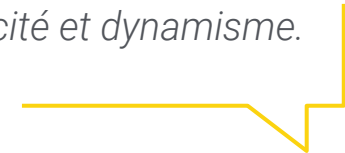
Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un apprentissage immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

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.

Vous prendrez des décisions stratégiques fondées sur la durabilité à long terme, en veillant à ce que les opérations soient rentables et respectueuses de l'environnement.



Un cursus basé sur la méthodologie révolutionnaire Relearning, qui vous permettra de consolider des concepts complexes avec efficacité et dynamisme.



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 Wistumba, 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.



Forbes
Meilleure université
en ligne du monde

Plan
d'études
le plus complet

Personnel enseignant
TOP
International

La méthodologie
la plus efficace

N°1
Mondial
La plus grande
université en ligne
du 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.

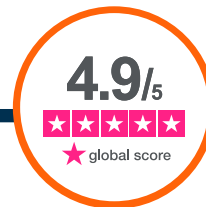
Leaders en matière d'employabilité

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.



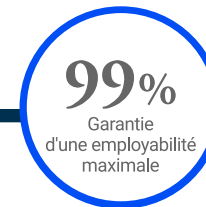
Google Partner Premier

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

Le programme d'études portera spécifiquement sur les aspects énergétiques et environnementaux, qui sont cruciaux pour les entreprises du futur. En ce sens, les entrepreneurs seront en mesure de gérer l'empreinte carbone et l'empreinte eau, de réaliser des audits énergétiques et de mettre en œuvre des politiques d'atténuation du changement climatique. Ils s'occuperont également des sources d'énergie utilisées à l'échelle mondiale, de la gestion de l'eau et des déchets, ainsi que de la mise en œuvre de systèmes de gestion de l'environnement conformes aux normes ISO. Vous développerez également un modèle d'entreprise dynamique basé sur des ressources immatérielles, permettant une croissance durable et responsable à long terme.



“

Vous acquerez des compétences en matière de planification économique et financière, de logistique, de Marketing et de développement d'idées commerciales, tout en mettant l'accent sur la durabilité et l'amélioration continue”

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 1.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'Entreprise
 - 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
 - 1.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 1.2. Leadership
 - 1.2.1. Leadership. Une approche conceptuelle
 - 1.2.2. Leadership dans l'entreprise
 - 1.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise
- 1.3. Cross Cultural Management
 - 1.3.1. Concept de Cross Cultural Management
 - 1.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 1.3.3. Gestion de la Diversité
- 1.4. Développement de la gestion et le leadership
 - 1.4.1. Concept de développement de la gestion
 - 1.4.2. Le concept de Leadership
 - 1.4.3. Théories du leadership
 - 1.4.4. Styles de leadership
 - 1.4.5. L'intelligence dans le leadership
 - 1.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 1.5. Éthique des affaires
 - 1.5.1. Éthique et Morale
 - 1.5.2. Éthique des Affaires
 - 1.5.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 1.6. Durabilité
 - 1.6.1. Durabilité et développement durable
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. Entreprises durables
- 1.7. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 1.7.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 1.7.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 1.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises



- 1.8. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 1.8.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
 - 1.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 1.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 1.8.4. Outils et normes en matière de RSE
- 1.9. Multinationales et droits de l'homme
 - 1.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 1.9.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 1.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 1.10. Environnement juridique et gouvernance d'entreprise
 - 1.10.1. Importation et exportation
 - 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 1.10.3. Droit international du travail

Module 2. Gestion stratégique et Management Exécutif

- 2.1. Analyse et design organisationnelles
 - 2.1.1. Cadre Conceptuel
 - 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
 - 2.1.3. Modèles de base des organisations
 - 2.1.4. Design organisationnel : Typologie
- 2.2. Stratégie d'Entreprise
 - 2.2.1. Stratégie d'entreprise compétitive
 - 2.2.2. Stratégies de Croissance : Typologie
 - 2.2.3. Cadre conceptuel
- 2.3. Planification et formulation stratégiques
 - 2.3.1. Cadre Conceptuel
 - 2.3.2. Éléments de la Planification Stratégique
 - 2.3.3. Formulation Stratégique : Processus de Planification Stratégique
- 2.4. Réflexion stratégique
 - 2.4.1. L'entreprise comme système
 - 2.4.2. Le concept d'organisation
- 2.5. Diagnostic Financier
 - 2.5.1. Concept de Diagnostic Financier
 - 2.5.2. Étapes du Diagnostic Financier
 - 2.5.3. Méthodes d'Évaluation du Diagnostic Financier
- 2.6. Planification et Stratégie
 - 2.6.1. Le plan d'une Stratégie
 - 2.6.2. Positionnement Stratégique
 - 2.6.3. La Stratégie dans l'Entreprise
- 2.7. Modèles et motifs stratégiques
 - 2.7.1. Cadre Conceptuel
 - 2.7.2. Modèles Stratégiques
 - 2.7.3. Modèles Stratégiques : Les Cinq P de la Stratégie
- 2.8. Stratégie concurrentielle
 - 2.8.1. Avantage Concurrentiel
 - 2.8.2. Choix d'une Stratégie Concurrentielle
 - 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
 - 2.8.4. Types de Stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel
- 2.9. Direction Stratégique
 - 2.9.1. Le concept de Stratégie
 - 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
 - 2.9.3. Approches de la gestion stratégique
- 2.10. Mise en œuvre de la Stratégie
 - 2.10.1. Approche des Systèmes et Processus d'Indicateurs
 - 2.10.2. Carte Stratégique
 - 2.10.3. Alignement Stratégique
- 2.11. Management Exécutif
 - 2.11.1. Cadre conceptuel du Management Directif
 - 2.11.2. Management Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion de l'entreprise
- 2.12. Communication Stratégique
 - 2.12.1. Communication interpersonnelle
 - 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 2.12.3. Communication interne
 - 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement Organisationnel
 - 3.1.1. Comportement Organisationnel Cadre Conceptuel
 - 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel
- 3.2. Les personnes dans les organisations
 - 3.2.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
 - 3.2.2. Groupes de travail et direction des réunions
 - 3.2.3. Coaching et gestion d'équipes
 - 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 3.3. La Direction Stratégique des personnes
 - 3.3.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
 - 3.3.2. La direction stratégique des personnes
- 3.4. Évolution des Ressources. Une vision intégrée
 - 3.4.1. L'importance des RH
 - 3.4.2. Un nouvel environnement pour gérer et diriger les personnes
 - 3.4.3. Gestion stratégique des RRHH
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement de RRHH
 - 3.5.1. Approche du recrutement et de la sélection
 - 3.5.2. Le recrutement
 - 3.5.3. Le processus de sélection
- 3.6. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 3.6.1. Analyse du potentiel
 - 3.6.2. Politique de rémunération
 - 3.6.3. Plans de carrière/succession
- 3.7. Évaluation et gestion des performances
 - 3.7.1. Gestion des performances
 - 3.7.2. Gestion des performances : Objectifs et processus
- 3.8. Gestion de la formation
 - 3.8.1. Théories de l'apprentissage
 - 3.8.2. Détection et rétention des talents
 - 3.8.3. Gamification et gestion des talents
 - 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle
- 3.9. Gestion des talents
 - 3.9.1. Les clés d'un management positif
 - 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
 - 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
 - 3.9.4. Coût et valeur ajoutée
- 3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
 - 3.10.3. Fidélisation et rétention
 - 3.10.4. Proactivité et innovation
- 3.11. Motivation
 - 3.11.1. La nature de la motivation
 - 3.11.2. La théorie de l'espérance
 - 3.11.3. Théories des besoins
 - 3.11.4. Motivation et compensation économique
- 3.12. Employer Branding
 - 3.12.1. Employer branding en RH
 - 3.12.2. Personal Branding pour les professionnels en RRHH
- 3.13. Développer des équipes performantes
 - 3.13.1. Équipes performantes : équipes autogérées
 - 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 3.14. Développement des compétences managériales
 - 3.14.1. Qu'est-ce que les compétences managériales ?
 - 3.14.2. Éléments des compétences
 - 3.14.3. Connaissances
 - 3.14.4. Compétences en matière de gestion
 - 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
 - 3.14.6. Compétences en matière de gestion
- 3.15. Gestion du temps
 - 3.15.1. Bénéfices
 - 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps ?
 - 3.15.3. Temps
 - 3.15.4. Les illusions du temps
 - 3.15.5. Attention et mémoire



- 3.15.6. État mental
- 3.15.7. Gestion du temps
- 3.15.8. Proactivité
- 3.15.9. Clarté des objectifs
- 3.15. Ordre
- 3.15. Planification
- 3.16. Gestion du changement
 - 3.16.1. Gestion du changement
 - 3.16.2. Types de processus de gestion des changements
 - 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 3.17. Négociation et gestion des conflits
 - 3.17.1. Négociation
 - 3.17.2. Gestion des Conflits
 - 3.17.3. Gestion de Crise
- 3.18. La communication managériale
 - 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 3.18.2. Département de Communication
 - 3.18.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 3.19. Gestion des Ressources Humaines et équipes PRL
 - 3.19.1. Ressources humaines et gestion des équipes
 - 3.19.2. Prévention des risques professionnels
- 3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 3.20.1. Productivité
 - 3.20.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents
- 3.21. Compensation monétaire vs. Non-monétaire
 - 3.21.1. Rémunération monétaire ou non monétaire
 - 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
 - 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires
 - 3.21.4. Modèle de travail
 - 3.21.5. Communauté d'entreprises
 - 3.21.6. Image de l'entreprise
 - 3.21.7. Rémunération émotionnelle

- 3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 3.22.1. Innovation dans les Organisations
 - 3.22.2. De nouveaux défis pour le département des Ressources Humaines
 - 3.22.3. Gestion de l'Innovation
 - 3.22.4. Outils pour l'Innovation
- 3.23. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.23.2. Mise en œuvre de la gestion des connaissances
- 3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique
 - 3.24.1. Le contexte socio-économique
 - 3.24.2. Nouvelles formes d'organisation des entreprises
 - 3.24.3. Nouvelles méthodes

Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement Économique
 - 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 4.1.2. Institutions financières
 - 4.1.3. Marchés financiers
 - 4.1.4. Actifs financiers
 - 4.1.5. Autres entités du secteur financier
- 4.2. Le financement de l'entreprise
 - 4.2.1. Sources de financement
 - 4.2.2. Types de coûts de financement
- 4.3. Comptabilité de Gestion
 - 4.3.1. Concepts de base
 - 4.3.2. Les Actifs de l'entreprise
 - 4.3.3. Le Passif de l'entreprise
 - 4.3.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 4.3.5. Le Compte de Résultat
- 4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
 - 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
 - 4.4.2. Dépenses en général et comptabilité analytique
 - 4.4.3. Classification des coûts
- 4.5. Systèmes d'information et Business Intelligence
 - 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
 - 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 4.6. Budget et Contrôle de Gestion
 - 4.6.1. Le modèle budgétaire
 - 4.6.2. Budget d'Investissement
 - 4.6.3. Le Budget de Fonctionnement
 - 4.6.5. Le Budget de Trésorerie
 - 4.6.6. Le Suivi Budgétaire
- 4.7. Gestion de la trésorerie
 - 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
 - 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
 - 4.7.3. Credit Management
- 4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.8.1. Concepts fiscaux de base
 - 4.8.2. L'impôt sur les sociétés
 - 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
 - 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
 - 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État
- 4.9. Systèmes de contrôle des entreprises
 - 4.9.1. Analyse des états financiers
 - 4.9.2. Le Bilan de l'entreprise
 - 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
 - 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
 - 4.9.5. L'Analyse des Ratios
- 4.10. Direction Financière
 - 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 4.10.2. Département financier
 - 4.10.3. Les excédents de trésorerie
 - 4.10.4. Les risques liés à la gestion financière
 - 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 4.11. Planification Financière
 - 4.11.1. Définition de la planification financière

- 4.11.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
- 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 4.11.4. Le schéma Cash Flow
- 4.11.5. Le tableau des fonds de roulement
- 4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 4.12.2. Produits de financement des entreprises
- 4.13. Contexte Macroéconomique
 - 4.13.1. Contexte Macroéconomique
 - 4.13.2. Indicateurs économiques pertinents
 - 4.13.3. Mécanismes de suivi des amplitudes macroéconomiques
 - 4.13.4. Cycles économiques
- 4.14. Financement Stratégique
 - 4.14.1. Autofinancement
 - 4.14.2. Augmentation des fonds propres
 - 4.14.3. Ressources Hybrides
 - 4.14.4. Financement par des intermédiaires
- 4.15. Marchés monétaires et des capitaux
 - 4.15.1. Le Marché Monétaire
 - 4.15.2. Marché des titres à Revenu Fixe
 - 4.15.3. Le Marché des Actions
 - 4.15.4. Le Marché des Changes
 - 4.15.5. Marchés des Produits Dérivés
- 4.16. Analyse et planification financières
 - 4.16.1. Analyse du Bilan
 - 4.16.2. Analyse du Compte de Résultat
 - 4.16.3. Analyse de la Rentabilité
- 4.17. Analyses et résolution de problèmes
 - 4.17.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- 5.1. Direction et Gestion des Opérations
 - 5.1.1. Le rôle des opérations
 - 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
 - 5.1.3. Introduction à la stratégie des Opérations
 - 5.1.4. Introduction à la stratégie des Opérations
- 5.2. Organisation industrielle et logistique
 - 5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle
 - 5.2.2. Département de l'Organisation Industrielle
- 5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)
 - 5.3.1. Systèmes de production
 - 5.3.2. Stratégie de production
 - 5.3.3. Système de gestion des stocks
 - 5.3.4. Indicateurs de production
- 5.4. Structure et types d'approvisionnement
 - 5.4.1. Fonction de l'approvisionnement
 - 5.4.2. Gestion de l'approvisionnement
 - 5.4.3. Types d'achats
 - 5.4.4. Gestion efficace des achats d'une entreprise
 - 5.4.5. Étapes du processus de décision d'achat
- 5.5. Contrôle économique des achats
 - 5.5.1. Influence économique des achats
 - 5.5.2. Centres de coûts
 - 5.5.3. La budgétisation
 - 5.5.4. Budgétisation vs. dépenses réelles
 - 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire
- 5.6. Contrôle des opérations de stockage
 - 5.6.1. Contrôle des stocks
 - 5.6.2. Système de localisation
 - 5.6.3. Techniques de gestion des stocks
 - 5.6.4. Systèmes de stockage

- 5.7. Gestion stratégique des achats
 - 5.7.1. Stratégie d'entreprise
 - 5.7.2. Planification stratégique
 - 5.7.3. Stratégie d'achat
- 5.8. Typologie de la chaîne d'approvisionnement (SCM)
 - 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
 - 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement
- 5.9. Supply Chain Management
 - 5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (GCA)
 - 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
 - 5.9.3. Modèles de Demande
 - 5.9.4. Stratégie opérationnelle et changement
- 5.10. Interactions de la GCA avec tous les domaines
 - 5.10.1. Interaction avec la chaîne d'approvisionnement
 - 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
 - 5.10.3. Questions relatives à l'intégration de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0.
- 5.11. Coûts logistiques
 - 5.11.1. Coûts logistiques
 - 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques
 - 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques
- 5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs
 - 5.12.1. Chaîne logistique
 - 5.12.2. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques
 - 5.12.3. Indicateurs rentabilité et efficacité des chaînes logistiques
- 5.13. Gestion des processus
 - 5.13.1. Gestion du processus
 - 5.13.2. Approche basée sur les processus : cartographie des processus
 - 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus
- 5.14. Logistique de distribution et de transport
 - 5.14.1. Distribution dans la chaîne d'approvisionnement

- 5.14.2. La logistique du Transport
 - 5.14.3. Les systèmes d'Information Géographique comme support à la Logistique
- 5.15. Logistique et clients
 - 5.15.1. Analyse de la Demande
 - 5.15.2. Préviction de la Demande et des Ventes
 - 5.15.3. Planification des Ventes et des Opérations
 - 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)
- 5.16. Logistique internationale
 - 5.16.1. Processus d'exportation et d'importation
 - 5.16.2. Douanes
 - 5.16.3. Formes et Moyens de Paiement Internationaux
 - 5.16.4. Plateformes logistiques internationales
- 5.17. Outsourcing des opérations
 - 5.17.1. Gestion des opérations et Outsourcing
 - 5.17.2. Mise en œuvre de l'externalisation dans les environnements logistiques
- 5.18. Compétitivité des opérations
 - 5.18.1. Gestion des Opérations
 - 5.18.2. Compétitivité opérationnelle
 - 5.18.3. Stratégie Opérationnelle et avantage concurrentiel
- 5.19. Gestion de la qualité
 - 5.19.1. Clients internes et externes
 - 5.19.2. coûts de la qualité
 - 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de Deming

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- 6.1. Environnements technologiques
 - 6.1.1. Technologie et mondialisation
 - 6.1.2. Environnement économique et technologie
 - 6.1.3. L'environnement technologique et son impact sur les entreprises
- 6.2. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise
 - 6.2.1. Évolution du modèle informatique
 - 6.2.2. Organisation et département IT
 - 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique

- 6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique
 - 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
 - 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
 - 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique
 - 6.4. Gestion des Systèmes d'Information
 - 6.4.1. Gouvernement d'Entreprise en matière de technologie et de systèmes d'information
 - 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
 - 6.4.3. Experts en gestion des systèmes d'information : Rôles et fonctions
 - 6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
 - 6.5.1. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
 - 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
 - 6.5.3. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information
 - 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision
 - 6.6.1. Business intelligence
 - 6.6.2. Data Warehouse
 - 6.6.3. BSC ou tableau de bord prospectif
 - 6.7. Explorer l'information
 - 6.7.1. SQL : Bases de données relationnelles. Concepts de base
 - 6.7.2. Réseaux et communications
 - 6.7.3. Système opérationnel : Modèles de données standardisés
 - 6.7.4. Système stratégique : OLAP, modèle multidimensionnel et dashboards graphiques
 - 6.7.5. Analyse stratégique du BBDD et composition du rapport
 - 6.8. L'intelligence économique dans l'entreprise
 - 6.8.1. Le monde des données
 - 6.8.2. Concepts pertinents
 - 6.8.3. Caractéristiques principales
 - 6.8.4. Solutions actuelles du marché
 - 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
 - 6.8.6. La cybersécurité dans la BI et Data Science
 - 6.9. Nouveau concept commercial
 - 6.9.1. Pourquoi BI?
 - 6.9.2. Obtenir l'information
 - 6.9.3. Obtenir l'information
 - 6.9.4. Raisons d'investir dans la BI
 - 6.10. Outils et solutions de BI
 - 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil ?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
 - 6.11. Planification et gestion de Projets BI
 - 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
 - 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
 - 6.11.3. Exigences et objectifs
 - 6.12. Applications de gestion d'entreprise
 - 6.12.1. Systèmes d'information et de gestion d'entreprise
 - 6.12.2. Applications de gestion d'entreprise
 - 6.12.3. Systèmes Enterprise Resource Planning ou ERP
 - 6.13. Transformation Numérique
 - 6.13.1. Cadre conceptuel de la transformation numérique
 - 6.13.2. Transformation numérique : Éléments clés, avantages et inconvénients
 - 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises
 - 6.14. Technologies et tendances
 - 6.14.1. Principales tendances technologiques qui modifient les modèles d'entreprise
 - 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes
 - 6.15. Outsourcing de TI
 - 6.15.1. Cadre conceptuel d'externalisation
 - 6.15.2. Outsourcing des TI et son impact sur les entreprises
 - 6.15.3. Les clés de la mise en œuvre des projets d'outsourcing de TI dans l'entreprise
- Module 7. Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise**
- 7.1. Gestion commerciale
 - 7.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
 - 7.1.2. Stratégie et planification commerciales
 - 7.1.3. Le rôle des responsables commerciaux

- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Concept de marketing
 - 7.2.2. Éléments de base du Marketing
 - 7.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise
- 7.3. Gestion Stratégique du Marketing
 - 7.3.1. Concept de Marketing stratégique
 - 7.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
 - 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing
- 7.4. Marketing Numérique et e-commerce
 - 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et du commerce électronique
 - 7.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
 - 7.4.3. Commerce électronique Contexte général
 - 7.4.4. Catégories de commerce électronique
 - 7.4.5. Avantages et inconvénients d'E-commerce par rapport au commerce traditionnel
- 7.5. Managing digital business
 - 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
 - 7.5.2. Design et création des médias digitaux
 - 7.5.3. Analyse du ROI sur un plan de marketing digital
- 7.6. Marketing numérique pour renforcer la marque
 - 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
 - 7.6.2. Branded Content & Storytelling
- 7.7. Stratégie de Marketing Numérique
 - 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique
 - 7.7.2. Outils de stratégie de Marketing Numérique
- 7.8. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients.
 - 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
 - 7.8.2. Visitor Relationship Management
 - 7.8.3. Hyper-segmentation.
- 7.9. Gestion des campagnes numériques
 - 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique ?
 - 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de Marketing en ligne
 - 7.9.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 7.10. Plan de Marketing en ligne
 - 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en Ligne ?
 - 7.10.2. Étapes de l'élaboration d'un plan de Marketing en Ligne
 - 7.10.3. Avantages d'un plan de Marketing en Ligne
- 7.11. Blended Marketing
 - 7.11.1. Qu'est-ce que le Blended Marketing ?
 - 7.11.2. Différences entre le Marketing en Ligne et le Marketing Hors Ligne
 - 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de Blended Marketing
 - 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de Blended Marketing
 - 7.11.5. Recommandations en matière de Blended Marketing
 - 7.11.6. Bénéfices du Blender Marketing
- 7.12. Stratégie de vente
 - 7.12.1. Stratégie de vente
 - 7.12.2. Méthodes de vente
- 7.13. Communication d'Entreprise
 - 7.13.1. Concept
 - 7.13.2. Importance de la communication dans l'organisation
 - 7.13.3. Type de communication dans l'organisation
 - 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
 - 7.13.5. Éléments de communication
 - 7.13.5. Problèmes de communication
 - 7.13.6. Scénarios de communication
- 7.14. Stratégie de la Communication d'entreprise
 - 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
 - 7.14.2. Instruments et supports de communication interne
 - 7.14.3. Le plan de communication interne

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

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

- 8.1. Étude de Marché
 - 8.1.1 Étude de marché : Origine historique
 - 8.1.2 Analyse et évolution du cadre conceptuel de l'étude de marché
 - 8.1.3 Éléments clés et valeur ajoutée des études de marché
- 8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative
 - 8.2.1 Taille de l'échantillon
 - 8.2.2 Échantillonnage
 - 8.2.3 Types de Techniques Quantitatives
- 8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative
 - 8.3.1 Types de Recherche Qualitative
 - 8.3.2 Techniques de Recherche qualitative
- 8.4. Segmentation du marché
 - 8.4.1 Concept de la segmentation du marché
 - 8.4.2 Utilité et exigences de la segmentation
 - 8.4.3 Segmentation des marchés de consommation
 - 8.4.4 Segmentation des marchés industriels
 - 8.4.5 Stratégies de segmentation
 - 8.4.6 Segmentation sur la base des critères du Marketing Mix
 - 8.4.7 Méthodologie de la segmentation du marché
- 8.5. Gestion de projets de recherche
 - 8.5.1 Les études de Marché comme un processus
 - 8.5.2 Les étapes de la Planification d'une Étude de Marché
 - 8.5.3 Les étapes de l'Exécution d'une Étude de Marché
 - 8.5.4 Gestion d'un Projet de Recherche

- 8.6. Études de marché internationales
 - 8.6.1 Études de Marché Internationales
 - 8.6.2 Processus d'Études de Marché Internationales
 - 8.6.3 L'importance des sources secondaires dans les Études de Marché Internationales
- 8.7. Études de faisabilité
 - 8.7.1 Concept et utilité
 - 8.7.2 Schéma d'une étude de faisabilité
 - 8.7.3 Développement d'une étude de faisabilité
- 8.8. Publicité
 - 8.8.1 Contexte historique de la Publicité
 - 8.8.2 Cadre conceptuel de la Publicité : Principes, concept de briefing et positionnement
 - 8.8.3 Agences de publicité, agences médias et professionnels de la publicité
 - 8.8.4 Importance de la publicité pour les entreprises
 - 8.8.5 Tendances et défis en matière de publicité
- 8.9. Développement du plan de Marketing
 - 8.9.1 Concept du Plan de Marketing
 - 8.9.2 Analyse et diagnostic de la situation
 - 8.9.3 Décisions de marketing stratégique
 - 8.9.4 Décisions de marketing opérationnel
- 8.10. Stratégies de promotion et Merchandising
 - 8.10.1 Communication Marketing Intégrée
 - 8.10.2 Plan de Communication Publicitaire
 - 8.10.3 Le Merchandising comme technique de Communication
- 8.11. Planification des médias
 - 8.11.1 Origine et évolution de la planification des médias
 - 8.11.2 Moyens de communication
 - 8.11.3 Planification des médias
- 8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises
 - 8.12.1 Le rôle de la Gestion Commerciale
 - 8.12.2 Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale de l'entreprise/du marché
 - 8.12.3 Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
 - 8.12.4 Principales stratégies concurrentielles

- 8.13. Négociation commerciale
 - 8.13.1. Négociation commerciale
 - 8.13.2. Questions psychologiques dans la négociation
 - 8.13.3. Principales méthodes de négociation
 - 8.13.4. Le processus de négociation
- 8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale
 - 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
 - 8.14.2. Modèles de prise de décision
 - 8.14.3. Analyse et outils d'aide à la décision
 - 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision
- 8.15. Direction et gestion du réseau de vente
 - 8.15.1. Sales Management. Gestion des ventes
 - 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
 - 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
 - 8.15.4. Systèmes de rémunération pour les réseaux de vente propres et externes
 - 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des représentants commerciaux sur la base d'informations
- 8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
 - 8.16.1. Recrutement de représentants et d'agents commerciaux propres
 - 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
 - 8.16.3. Code de déontologie pour le personnel commercial
 - 8.16.4. Le respect de la réglementation
 - 8.16.5. Les normes de conduite commerciale généralement acceptées
- 8.17. Gestion des comptes clés
 - 8.17.1. Concept de Gestion des Comptes Clés
 - 8.17.2. Le Key Account Manager
 - 8.17.3. Stratégie de Gestion des Comptes Clés
- 8.18. Gestion financière et budgétaire
 - 8.18.1. Le seuil de rentabilité

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

Module 9. Innovation et Gestion de Projet

- 9.1. Innovation
 - 9.1.1. Introduction à l'innovation
 - 9.1.2. L'innovation dans l'écosystème entrepreneurial
 - 9.1.3. Instruments et outils pour le processus d'innovation des entreprises
- 9.2. Stratégie de l'Innovation
 - 9.2.1. Intelligence stratégique et innovation
 - 9.2.2. Stratégies d'innovation
- 9.3. Project Management pour startups
 - 9.3.1. Concept de startup
 - 9.3.2. Philosophie du Lean Startup
 - 9.3.3. Les étapes du développement d'une startup
 - 9.3.4. Le rôle d'un chef de projet dans une startup
- 9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise
 - 9.4.1. Cadre conceptuel d'un modèle d'entreprise
 - 9.4.2. Conception et validation du modèle d'entreprise
- 9.5. Direction et Gestion des Projets
 - 9.5.1. Direction et Gestion des projets : Identification des opportunités de développement de projets d'innovation d'entreprise
 - 9.5.2. Principales étapes ou phases de la direction et de la gestion d'un projet d'innovation
- 9.6. Gestion du changement dans les projets : Gestion de la formation
 - 9.6.1. Concept de Gestion du Changement

- 9.6.2. Le Processus de Gestion du Changement
- 9.6.3. Mise en œuvre du changement
- 9.7. Gestion de la communication de projets
 - 9.7.1. Gestion de la communication des projets
 - 9.7.2. Concepts clés pour la gestion de la communication
 - 9.7.3. Tendances émergentes
 - 9.7.4. Adaptations à l'équipement
 - 9.7.5. Planification de la gestion des communications
 - 9.7.6. Gestion des communications
 - 9.7.7. Suivi des communications
- 9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes
 - 9.8.1. Méthodologies innovantes
 - 9.8.2. Principes de base de Scrum
 - 9.8.3. Différences entre les principaux aspects de Scrum et les méthodologies traditionnelles
- 9.9. Création d'une start-up
 - 9.9.1. Création d'une start-up
 - 9.9.2. Organisation et culture
 - 9.9.3. Les 10 principales raisons de l'échec des start-ups
 - 9.9.4. Aspect juridique
- 9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets
 - 9.10.1. Planification des risques
 - 9.10.2. Éléments pour l'élaboration d'un plan de gestion des risques
 - 9.10.3. Outils pour la création d'un plan de gestion des risques
 - 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

Module 10. Management Exécutif

- 10.1. General Management
 - 10.1.1. Concept General Management
 - 10.1.2. L'action du Directeur Général
 - 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions

- 10.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 10.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 10.3. Direction des opérations
 - 10.3.1. Importance de la gestion
 - 10.3.2. La chaîne de valeur
 - 10.3.3. Gestion de qualité
- 10.4. Discours et formation de porte-parole
 - 10.4.1. Communication interpersonnelle
 - 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 10.4.3. Obstacles à la communication
- 10.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 10.5.1. Communication interpersonnelle
 - 10.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 10.5.3. La communication dans l'organisation
 - 10.5.4. Outils dans l'organisation
- 10.6. La communication en situation de crise
 - 10.6.1. Crise
 - 10.6.2. Phases de la crise
 - 10.6.3. Messages : Contenus et moments
- 10.7. Préparer un plan de crise
 - 10.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 10.7.2. Planification
 - 10.7.3. Adéquation du personnel

- 10.8. Intelligence émotionnelle
 - 10.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 10.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 10.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 10.9. Personal Branding
 - 10.9.1. Stratégies pour développer le personal branding
 - 10.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 10.9.3. Outils de construction du personal branding
- 10.10. Leadership et gestion d'équipes
 - 10.10.1. Leadership et styles de leadership
 - 10.10.2. Capacités et défis des leaders
 - 10.10.3. Gestion des Processus de Changement
 - 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

Module 11. Gestion environnementale et énergétique des organisations

- 11.1. Principes fondamentaux de l'organisation et de l'entreprise
 - 11.1.1. Gestion de l'organisation
 - 11.1.2. Types et structure d'une organisation
 - 11.1.3. Normalisation de la gestion des entreprises
- 11.2. Développement durable : Entreprises-organismes et environnement
 - 11.2.1. Développement durable. Objectifs et cibles
 - 11.2.2. L'activité économique et son impact sur l'environnement
 - 11.2.3. Responsabilité sociale des entreprises
- 11.3. Questions environnementales et énergétiques. Champ d'application et cadre actuel
 - 11.3.1. Principaux problèmes environnementaux actuels : Déchets, eau, nourriture
 - 11.3.2. Les questions énergétiques. Demande, répartition de la consommation et sources.
 - 11.3.3. Projection énergétique actuel
- 11.4. Compétences et cadre réglementaire
 - 11.4.1. Cadre Juridique : Les cinq niveaux produisant des réglementations environnementales
 - 11.4.2. Cadre de compétences : La répartition des compétences en matière d'environnement

- 11.4.3. Actions et compétences publiques en matière d'environnement et la réglementation des activités classées
- 11.5. Les sommets européens et l'accord de Paris
 - 11.5.1. Objectifs climatiques de l'UE
 - 11.5.2. Sommets européens
 - 11.5.3. L'accord de Paris
- 11.6. Agenda 2030 et objectifs de développement durable
 - 11.6.1. L'Agenda 2030 : Contexte, procédure d'approbation et contenu
 - 11.6.2. Les 17 objectifs de développement durable (ODD)
 - 11.6.3. Guide boussole SGD
- 11.7. Feuille de Route 2050 Transition énergétique nationale
 - 11.7.1. Objectifs de la feuille de route 2050. Points clés
 - 11.7.2. Transitions économique, industrielle et sociale
 - 11.7.3. Stratégie de réduction des émissions polluantes décarbonisation. Plan de décarbonisation
- 11.8. Plan national intégré pour l'énergie et le climat
 - 11.8.1. Principales caractéristiques du plan
 - 11.8.2. Impacts sanitaires et économiques du PNIEC 2021-2030
 - 11.8.3. Objectifs et résultats du plan national intégré pour l'énergie et le climat, 2021- 2030
- 11.9. Économie Circulaire
 - 11.9.1. L'économie circulaire
 - 11.9.2. Législation et stratégies de soutien à l'Économie Circulaire
 - 11.9.3. Diagrammes du système d'économie circulaire
- 11.10. Rapports sur le développement durable
 - 11.10.1. Communication de gestion de la responsabilité sociale
 - 11.10.2. Loi 11/2018. Communication d'informations non financières
 - 11.10.3. Le processus de préparation d'un rapport de durabilité selon la GRI

Module 12 : Sources d'énergie

- 12.1. Les combustibles fossiles
 - 12.1.1. Charbon
 - 12.1.2. Gaz naturel
 - 12.1.3. Pétrole
- 12.2. Électricité
 - 12.2.1. Électricité
 - 12.2.2. Production d'électricité
 - 12.2.3. Utilisations de la électricité
- 12.3. Énergie nucléaire
 - 12.3.1. L'énergie nucléaire
 - 12.3.2. Centrales nucléaires
 - 12.3.3. Opportunités environnementales
 - 12.3.4. Risques environnementaux
 - 12.3.5. Traitement des déchets nucléaires
- 12.4. Énergie solaire
 - 12.4.1. Production d'électricité
 - 12.4.2. Production thermique
 - 12.4.3. Centrales solaires
 - 12.4.4. Risques et opportunités
- 12.5. Énergie éolienne
 - 12.5.1. Parcs éoliens
 - 12.5.2. Avantages et inconvénients
 - 12.5.3. Microgénération
- 12.6. Biomasse

- 12.6.1. Méthodes thermochimiques et biochimiques
- 12.6.2. Marché de la biomasse
- 12.6.3. Avantages et inconvénients
- 12.7. Géothermie
 - 12.7.1. Réservoirs géothermiques
 - 12.7.2. Production d'électricité
 - 12.7.3. Avantages et inconvénients
- 12.8. Autres énergies renouvelables
 - 12.8.1. Énergie hydroélectrique
 - 12.8.2. Énergie marémotrice
 - 12.8.3. Énergie des houles
- 12.9. Développer les sources d'énergie
 - 12.9.1. Hydrogène vert
 - 12.9.2. Énergie marémotrice
 - 12.9.3. Biogaz et biométhane
- 12.10. Sources d'énergie pour la mobilité
 - 12.10.1. Mobilité électrique
 - 12.10.2. Véhicules GNC
 - 12.10.3. Autres alternatives pour une mobilité durable

Module 13 : Énergie électrique

- 13.1. Énergie électrique. Tension, intensité, puissance et énergie
 - 13.1.1. Tension et intensité
 - 13.1.2. Énergie active, réactive et apparente
 - 13.1.3. Puissance électrique. Courbes de charge
- 13.2. Transformation de l'énergie
 - 13.2.1. Transformateurs de puissance
 - 13.2.2. Transport électrique
 - 13.2.3. Distribution électrique

- 13.3. Systèmes de consommation d'énergie électrique: Moteurs électriques
 - 13.3.1. Applications, pompes, ventilateurs et compresseurs
 - 13.3.2. Convertisseurs de fréquence
 - 13.3.3. Systèmes de consommation basés sur les moteurs: Climatisation par pompe à chaleur
- 13.4. Autres systèmes consommateurs d'électricité
 - 13.4.1. Effet Joule
 - 13.4.2. Éclairage
 - 13.4.3. Systèmes alimentés en courant continu
- 13.5. Unités de mesure de la consommation de carburant et leur transformation en unités d'énergie
 - 13.5.1. Énergie produite par la combustion: PCI et PCS
 - 13.5.2. Mesures volumétriques des liquides combustibles
 - 13.5.3. Mesures volumétriques des gaz combustibles. Établissement et calcul des conditions standard
- 13.6. Systèmes de combustion et éléments combustibles
 - 13.6.1. Efficacité de la combustion
 - 13.6.2. Brûleurs
 - 13.6.3. Transfert de chaleur
- 13.7. Chaudières
 - 13.7.1. Calcul du rendement des chaudières par des méthodes directes et indirectes
 - 13.7.2. Types de fluides caloporteurs
 - 13.7.3. Chaudières à vapeur
- 13.8. Autres équipements consommateurs de carburant
 - 13.8.1. Fourneaux
 - 13.8.2. Moteurs
 - 13.8.3. Groupes électrogènes
- 13.9. Facturation du carburant
 - 13.9.1. Législation
 - 13.9.2. Tarifs du gaz naturel
 - 13.9.3. Modalités de facturation du gaz naturel

Module 14 : Outils de gestion de l'énergie

- 14.1. Cadre de la politique énergétique
 - 14.1.1. Directive Européenne sur l'efficacité énergétique
 - 14.1.2. Transpositions de la directive au marché national
 - 14.1.3. Principales réglementations en matière d'énergie
- 14.2. Inspections réglementaires
 - 14.2.1. Inspections de la climatisation
 - 14.2.2. Inspections haute/basse tension
 - 14.2.3. Autres inspections réglementaires
- 14.3. Audits énergétiques
 - 14.3.1. Élaboration d'un audit énergétique. Identification des possibilités d'amélioration
 - 14.3.2. UNE EN 16247-1:2012
 - 14.3.3. Décret royal 56/2016
- 14.4. Outils de simulation énergétique
 - 14.4.1. Simulations d'éclairage
 - 14.4.2. Simulations climatiques
 - 14.4.3. Simulations de la demande énergétique des bâtiments
- 14.5. Gestion de la fourniture: Suivi
 - 14.5.1. Typologies de suivi
 - 14.5.2. Plateformes de gestion de l'énergie
 - 14.5.3. Équipement clé
- 14.6. Services énergétiques
 - 14.6.1. Services énergétiques
 - 14.6.2. Sociétés de services énergétiques
 - 14.6.3. Typologie des contrats
- 14.7. IPMVP
 - 14.7.1. Calcul des économies. Modèles de coûts évités et d'économies standardisées
 - 14.7.2. Options A, B, C et D
 - 14.7.3. Établissement de bases de référence

- 14.8. Plans Directeurs d'efficacité énergétique
 - 14.8.1. Méthodologie pour le développement d'un plan directeur
 - 14.8.2. Modèles de gestion
 - 14.8.3. L'efficacité énergétique dans un plan directeur
- 14.9. Gestion des actifs
 - 14.9.1. Qu'est-ce que la gestion des des actifs
 - 14.9.2. ISO 55001 gestion des actifs
 - 14.9.4. Avantages de la mise en œuvre de la gestion des actifs
- 14.10. Aides et subventions
 - 14.10.1. Subventions et aides européennes
 - 14.10.2. Aides et subventions nationales
 - 14.10.3. Subventions et aides régional

Module 15 : Évaluation de l'Impact environnemental et stratégies d'adaptation au changement climatique

- 15.1. Stratégies commerciales pour le changement climatique
 - 15.1.1. Effet de serre et changement climatique. Causes et conséquences
 - 15.1.2. Projections du changement climatique
 - 15.1.3. Action des entreprises en matière de changement climatique. Feuille de route pour l'intégration du changement climatique dans les entreprises
- 15.2. Évaluation des incidences sur l'environnement. Loi 21/2013
 - 15.2.1. Évaluation des incidences sur l'environnement
 - 15.2.2. Procédure administrative de l'évaluation des incidences sur l'environnement
 - 15.2.3. Projets soumis à une évaluation environnementale
- 15.3. Identification et classification des facteurs environnementaux
 - 15.3.1. Catalogue environnemental. Variables environnementales
 - 15.3.2. Recherche d'informations et inventaire environnemental
 - 15.3.3. Évaluation de l'inventaire
- 15.4. Évaluation et appréciation des impacts environnementaux d'un projet
 - 15.4.1. Analyse environnementale d'un projet
 - 15.4.2. Situation préopérationnelle
 - 15.4.3. Phase de construction, d'exploitation et d'abandon

- 15.4.4. Méthodes quantitatives
- 15.5. Mesures préventives et correctives
 - 15.5.1. Actions préventives
 - 15.5.2. Actions correctives
 - 15.5.3. Actions compensatoires
- 15.6. Programme de surveillance de l'environnement
 - 15.6.1. PME
 - 15.6.2. Objectifs et Structure d'un PEM
 - 15.6.3. Phases de l'élaboration d'un PEM
- 15.7. Évaluation environnementale stratégique
 - 15.7.1. Contexte réglementaire européen (Directive 2001/42/CE)
 - 15.7.2. Modalités d'intégration de la dimension environnementale
 - 15.7.3. L'évaluation environnementale dans les phases du programme
- 15.8. Plan national d'adaptation au changement climatique
 - 15.8.1. Changement climatique : impacts et risques
 - 15.8.2. Objectifs du plan national d'adaptation au changement climatique 2021-2030
 - 15.8.3. Objectifs par domaine de travail
- 15.9. Analyse des risques et des opportunités liés au changement climatique
 - 15.9.1. Réglementation relative aux risques environnementaux
 - 15.9.2. Analyse et évaluation des risques environnementaux
 - 15.9.3. Gestion des risques
- 15.10. Développer des plans d'adaptation au changement climatique pour les organisations
 - 15.10.1. Adaptation au changement climatique
 - 15.10.2. Évaluation de la vulnérabilité au changement climatique
 - 15.10.3. Méthodologie de hiérarchisation des mesures d'adaptation au changement climatique

Module 16 : Pollution et gestion de l'eau et des déchets

- 16.1. Gestion et pollution de l'eau
 - 16.1.1. Gestion de l'eau
 - 16.1.2. cycle hydrologique de l'eau

- 16.1.3. Diagnostic de l'eau
- 16.1.4. Caractérisation des eaux usées
- 16.1.5. DWTP, WWTP et WWTP Définition et schémas de fonctionnement types
- 16.2. Cadre réglementaire de l'eau
 - 16.2.1. Cadre juridique
 - 16.2.2. Hiérarchie réglementaire
 - 16.2.3. Charte Européenne de l'Eau
 - 16.2.4. Traitement d'un dossier de sanction
- 16.3. Répartition des usages et de la demande en eau
 - 16.3.1. Gestion de la demande
 - 16.3.2. Types d'utilisations ou de demandes
 - 16.3.3. Dotation. Ratios de répartition
 - 16.3.4. Coût de l'eau et de l'énergie dérivée de son chauffage pour l'ECS
- 16.4. Mesures pour une gestion et une utilisation efficaces de l'eau
 - 16.4.1. Critères "écologiques". Facteur de consommation (Fco et Fcr), facteur de correction écologique (Fce) et niveau d'efficacité (Ne)
 - 16.4.2. De la résolution MAH/1603/2004 à l'OGUEA
 - 16.4.3. Gestion et optimisation dans les installations
- 16.5. Plan de gestion durable de l'eau
 - 16.5.1. Origine du Plan Durable en eau Objectif et champ d'application
 - 16.5.2. Parties à inclure dans un PGDE
 - 16.5.3. Organisation et programmation
 - 16.5.4. Mise en œuvre du PGDE
 - 16.5.5. Contrôles et actions correctives
- 16.6. Gestion des déchets solides
 - 16.6.1. Déchets et sous-produits
 - 16.6.2. Types de déchets
 - 16.6.3. Étapes de la gestion des déchets
- 16.7. Cadre réglementaire de déchets
 - 16.7.1. Stratégies de UE la gestion des déchets
 - 16.7.2. Stratégies nationale de la gestion des déchets
 - 16.7.3. Politique future de la gestion des résidus
- 16.8. Déchets solides urbains et industriels

- 16.8.1. Production de DSM
- 16.8.2. Systèmes de gestion des DSM
- 16.8.3. Caractérisation et classification des déchets industriels
- 16.8.4. Systèmes de gestion des déchets industriels
- 16.9. Valorisation énergétique des déchets
 - 16.9.1. Méthode de valorisation
 - 16.9.2. Faisabilité de la récupération
 - 16.9.3. Techniques de récupération
- 16.10. Zero Waste
 - 16.10.1. Zéro déchet
 - 16.10.2. Déchet et méthodologie de zéro déchet
 - 16.10.3. Laser 5Rs Refuser, Réduire, Réutiliser, Réemployer, Réincorporer et Recycler

Module 17 : Outils de gestion de l'environnement

- 17.1. Marchés du carbone
 - 17.1.1. Mécanismes de flexibilité du PK
 - 17.1.2. Programmes CAP and Trade et Fonds Carbone
 - 17.1.3. Marchés volontaire du carbone
- 17.2. Empreinte carbone de l'organisation
 - 17.2.1. Normes de référence méthodologiques
 - 17.2.2. Portée de l'empreinte carbone de l'organisation
 - 17.2.3. Processus de calcul
- 17.3. Empreinte carbone des produits et des événements
 - 17.3.1. Normes de référence méthodologiques
 - 17.3.2. Portée de l'évaluation de l'empreinte carbone des produits
 - 17.3.3. Portée de l'empreinte carbone des événements
- 17.4. Outils d'atténuation du changement climatique
 - 17.4.1. Réduction et limitation des émissions
 - 17.4.2. Compensations d'émissions
 - 17.4.3. Avantages commerciaux. Certifications
- 17.5. Empreinte Hydrique

- 17.5.1. Étapes et unités
- 17.5.2. Différenciation de l'eau pour les calculs
- 17.5.3. L'empreinte eau pour les entreprises
- 17.6. Analyse du cycle de vie
 - 17.6.1. Différenciation des approches
 - 17.6.2. Processus ACV
 - 17.6.3. Outils logiciels d'ACV
- 17.7. Eco-conception et éco-étiquetage
 - 17.7.1. Normalisation de l'éco-conception
 - 17.7.2. Typologies de l'étiquetage écologique
 - 17.7.3. Processus de l'étiquetage écologique
- 17.8. LEED et BREEAM
 - 17.8.1. La valeur de la certification des bâtiments durables
 - 17.8.2. Approches des deux certifications
 - 17.8.3. Comparaison technique entre les deux certifications
- 17.9. Autres certifications de bâtiments durables
 - 17.9.1. Passive House
 - 17.9.2. Well
 - 17.9.3. VERT
- 17.10. Certification énergétique des bâtiments
 - 17.10.1. Efficacité énergétique dans les bâtiments
 - 17.10.2. Conditions et procédures techniques
 - 17.10.3. Principaux programmes de calcul

Module 18 : Système de gestion de l'énergie

- 18.1. Systèmes de gestion : ISO 50001
 - 18.1.1. Norme de référence et autres normes associées
 - 18.1.2. Approche de la performance énergétique
 - 18.1.3. Correspondance entre ISO 50001:2018 et ISO 50001:2011
- 18.2. Contexte organisationnel et leadership
 - 18.2.1. Rayon d'action
 - 18.2.2. Politique énergétique
 - 18.2.3. Identification des parties prenantes et évaluation des risques et des opportunités

- 18.3. Revue de l'énergie
 - 18.3.1. Identification des sources d'énergie
 - 18.3.2. Détermination des utilisations significatives de l'énergie
 - 18.3.3. Identification des variables et des facteurs statiques
 - 18.3.4. Calcul de la performance énergétique
 - 18.3.5. Estimation de la consommation future
 - 18.3.6. Identification des possibilités d'amélioration
- 18.4. Indicateurs de base et de performance énergétique
 - 18.4.1. Établissement de la période de référence
 - 18.4.2. Mise en place d'indicateurs de performance énergétique
 - 18.4.3. Suivi de la consommation, bases de référence et indicateurs
- 18.5. Soutien
 - 18.5.1. Besoins de formation au sein du SGE
 - 18.5.2. Communications au sein du SGE
 - 18.5.3. Contrôle de la documentation
- 18.6. Opération Maintenance et exploitation
 - 18.6.1. Établissement des critères d'exploitation les plus efficaces
 - 18.6.2. Établissement des gammes de maintenance les plus efficaces
 - 18.6.3. Économies d'énergie grâce à la maintenance prédictive
- 18.7. Opération Conception d'installations efficaces
 - 18.7.1. Achats d'équipements consommateurs d'énergie
 - 18.7.2. Conception de nouvelles installations thermiques
 - 18.7.3. Conception de nouvelles installations éclairage
- 18.8. Évaluation des performances
 - 18.8.1. Évaluation de la conformité aux exigences légales
 - 18.8.2. L'audit interne, un outil fondamental
 - 18.8.3. Examen de la gestion Objectifs et questions à traiter

- 18.9. Amélioration
 - 18.9.1. Non-conformités et actions correctives
 - 18.9.2. Amélioration continue du SGEN
 - 18.9.3. Amélioration continue de la performance énergétique
- 18.10. Sensibilisation à l'efficacité énergétique
 - 18.10.1. Les utilisateurs des installations comme personnel clé du SGEN
 - 18.10.2. Modèles de campagnes de sensibilisation
 - 18.10.3. Cas de réussite

Module 19 : Systèmes de gestion de l'environnement

- 19.1. Systèmes de gestion : ISO 14001
 - 19.1.1. Systèmes de gestion de l'environnement
 - 19.1.2. Avantages du système de gestion environnemental
 - 19.1.3. Phases de la mise en œuvre d'un SME
- 19.2. Contexte organisationnel et leadership
 - 19.2.1. Compréhension de l'organisation, de son contexte et des parties prenantes
 - 19.2.2. Portée du système
 - 19.2.3. Politique environnementale
 - 19.2.4. Rôles et responsabilités
- 19.3. Planification : Aspects et impact sur l'environnement
 - 19.3.1. Aspects et impact sur l'environnement : Relation cause à effet
 - 19.3.2. Identification des aspects environnementaux
 - 19.3.3. Évaluation des aspects environnementaux
- 19.4. Planification : Objectifs, risques et opportunités
 - 19.4.1. Actions pour faire face aux risques et aux opportunités
 - 19.4.2. Exigences légales
 - 19.4.3. Objectifs environnementaux et planification pour les atteindre
- 19.5. Soutien : Ressources, compétences et sensibilisation
 - 19.5.1. Ressources
 - 19.5.2. Compétences
 - 19.5.3. Prise de décision

- 19.6. Soutien : Communication et information documentée
 - 19.6.1. Communication environnementale interne et externe
 - 19.6.2. Informations documentées
 - 19.6.3. Contrôle de la documentation
- 19.7. Opération
 - 19.7.1. Planification et contrôle des opérations
 - 19.7.2. Perspective de l'analyse du cycle de vie
 - 19.7.3. Préparation et réponse aux situations d'urgence
- 19.8. Évaluation des performances
 - 19.8.1. Suivi, mesure, analyse et évaluation
 - 19.8.2. Audit interne
 - 19.8.3. Examen de la gestion
- 19.9. Amélioration
 - 19.9.1. Non-conformités et actions correctives
 - 19.9.2. Amélioration continue du SME
 - 19.9.3. Amélioration continue de la performance environnementale
- 19.10. Transition de 14001 à EMAS
 - 19.10.1. Règlement EMAS
 - 19.10.2. Transition d'ISO 14001 à EMAS
 - 19.10.3. ISO 14001 vs EMAS

Module 20 : Audits des systèmes de gestion

- 20.1. Audits des systèmes de gestion
 - 20.1.1. Caractéristiques des audits de systèmes de gestion
 - 20.1.2. Types des audits de systèmes de gestion
 - 20.1.3. Principes des audits de systèmes de gestion
- 20.2. Normes et organismes concernés
 - 20.2.1. Acteurs et organismes concernés
 - 20.2.2. Processus de Certification
 - 20.2.3. UNE-EN ISO 19011

- 20.3. Gestion d'un programme d'audit
 - 20.3.1. Programme d'audit
 - 20.3.2. Déterminer les objectifs du programme d'audit
 - 20.3.3. Risques et opportunités du programme d'audit
- 20.4. Réalisation d'un audit
 - 20.4.1. Départ de l'audit et préparation des activités
 - 20.4.2. Réalisation d'activités d'audit
 - 20.4.3. Conclusions et clôture de l'audit
- 20.5. Compétence et évaluation des auditeurs
 - 20.5.1. Responsabilité et fonction des auditeurs
 - 20.5.2. Détermination de la compétence de l'auditeur et de l'audité
 - 20.5.3. Sélection de l'équipe d'audit
- 20.6. Outils et techniques d'application. Développement de l'audit
 - 20.6.1. Techniques d'entretien
 - 20.6.2. Listes de contrôle ou vérification
 - 20.6.3. Modèles de liste de contrôle
- 20.7. Outils et techniques d'application. Rapport final
 - 20.7.1. Préparation du rapport d'audit
 - 20.7.2. Distribution des rapports d'audit
 - 20.7.3. Modèles du rapport d'audit
- 20.8. Outils et techniques d'application. Traitement des résultats
 - 20.8.1. Générer des conclusions d'audit
 - 20.8.2. Traitement des conclusions d'audit
 - 20.8.3. Plans d'actions correctives
- 20.9. Aspects particuliers des audits de systèmes de gestion environnemental
 - 20.9.1. Vérification des méthodologies d'identification et d'évaluation des aspects environnementaux
 - 20.9.2. Critères spécifiques pour la validation des aspects environnementaux

- 20.9.3. Visite du site pendant le processus d'audit
- 20.10. Aspects spécifiques des audits des systèmes de gestion de l'énergie
 - 20.10.1. Vérification des méthodes de collecte de la consommation d'énergie
 - 20.10.2. Critères de validation de la performance énergétique
 - 20.10.3. Visite du site pendant le processus d'audit



Vous renforcerez vos compétences en matière de communication et de négociation, ce qui vous permettra d'influencer diverses parties prenantes et de promouvoir un changement positif dans la culture d'entreprise

04

Objectifs pédagogiques

Le Mastère Avancé en Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise fournira aux professionnels les outils et les connaissances nécessaires pour mener à bien l'intégration de la durabilité dans la gestion de l'entreprise. Ainsi, ce programme formera des dirigeants capables de comprendre et de relever les défis environnementaux, sociaux et éthiques des organisations. En outre, grâce à une approche multidisciplinaire, les diplômés seront dotés de compétences stratégiques leur permettant de prendre des décisions éclairées qui équilibrent les objectifs financiers et l'impact social et environnemental.



“

*Ce Mastère Avancé 100% en ligne, favorisera
l'innovation durable au sein de votre organisation,
l'adoption de pratiques commerciales
responsables et la création de valeur partagée”*



Objectifs généraux

- ♦ Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- ♦ Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité.
- ♦ Approfondir les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'affaires
- ♦ Encourager la création de stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour devenir plus compétitive et atteindre ses propres objectifs
- ♦ Différencier les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale
- ♦ Travailler de manière plus efficace, plus agile et plus en phase avec les nouvelles technologies et les nouveaux outils actuels
- ♦ Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- ♦ Définir la meilleure façon de gérer les Ressources Humaines de l'entreprise, afin d'obtenir une meilleure performance de ces ressources
- ♦ Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté
- ♦ Clarifier l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements





Objectifs spécifiques

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ♦ Développer des compétences de leadership éthique qui intègrent les principes de la responsabilité sociale des entreprises dans la prise de décision
- ♦ Former à la mise en œuvre de politiques de responsabilité sociale qui génèrent un impact positif sur la communauté et l'environnement

Module 2. Gestion stratégique et Management Exécutif

- ♦ Approfondir la formulation et l'exécution de stratégies commerciales efficaces
- ♦ Acquérir des compétences dans la gestion des équipes de direction afin d'améliorer les performances de l'organisation

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- ♦ Approfondir la gestion efficace des talents humains, en se concentrant sur l'attraction, le développement et la fidélisation des employés clés
- ♦ Être capable de créer et de gérer des équipes performantes alignées sur les objectifs de l'organisation

Module 4. Gestion économique et financière

- ♦ Manipuler des outils innovants pour prendre des décisions financières stratégiques qui optimisent les ressources et assurent la rentabilité de l'entreprise
- ♦ Se former à la préparation et à la gestion des budgets, des rapports financiers et à l'analyse de la viabilité des projets

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- ♦ Développer des compétences en matière de planification, de coordination et de contrôle des opérations logistiques au sein de la chaîne d'approvisionnement
- ♦ Optimiser les processus opérationnels et réduire les coûts liés à la logistique des entreprises

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- ♦ Optimiser la gestion des systèmes d'information pour améliorer l'efficacité de l'organisation
- ♦ Développer des compétences pour prendre des décisions sur la mise en œuvre de systèmes d'information alignés sur les objectifs de l'entreprise

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

- ♦ Former à la création et à l'exécution de stratégies commerciales et de marketing qui alignent l'offre de l'entreprise sur les demandes du marché
- ♦ Développer des compétences dans la gestion de la communication d'entreprise pour renforcer l'image de marque

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

- ♦ Maîtriser l'utilisation d'outils et de méthodologies pour réaliser des études de marché afin d'identifier les opportunités commerciales
- ♦ Gérer des campagnes publicitaires efficaces et prendre des décisions stratégiques en matière de gestion commerciale

Module 9. Innovation et Gestion de Projet

- ♦ Développer la capacité à gérer des projets innovants qui ajoutent de la valeur et différencient l'entreprise sur le marché
- ♦ Développer des compétences dans la planification, l'exécution et le contrôle de projets axés sur l'innovation et la durabilité

Module 10. Management Exécutif

- ♦ Obtenir des compétences pour diriger des équipes de gestion dans des environnements commerciaux dynamiques et mondialisés
- ♦ Se former à la prise de décision stratégique pour optimiser les ressources et améliorer les performances de l'organisation

Module 11. Gestion environnementale et énergétique des organisations

- ♦ Former à la mise en œuvre de politiques et de stratégies environnementales qui minimisent l'impact des activités de l'entreprise
- ♦ Évaluer l'efficacité des actions de gestion de l'énergie et de l'environnement, en veillant à la conformité avec les réglementations et les normes internationales

Module 12. Sources d'énergie

- ♦ Fournir des connaissances sur les différentes sources d'énergie disponibles, des sources renouvelables aux sources non renouvelables
- ♦ Développer des compétences dans la sélection et l'optimisation de l'utilisation des sources d'énergie en fonction des besoins et des capacités de l'organisation

Module 13. Énergie électrique

- ♦ Acquérir des compétences dans la mise en œuvre de solutions technologiques qui favorisent l'efficacité énergétique et réduisent la consommation
- ♦ Évaluer la faisabilité des sources alternatives d'énergie électrique et leur intégration dans le secteur énergétique actuel

Module 14. Outils de gestion de l'énergie

- ♦ Mettre en œuvre des systèmes de gestion de l'énergie qui améliorent l'efficacité et réduisent les coûts d'exploitation
- ♦ Évaluer la performance énergétique des installations et proposer des solutions pour leur optimisation

Module 15. Évaluation de l'Impact environnemental et stratégies d'adaptation au changement climatique

- ♦ Former à la mise en œuvre de stratégies visant à atténuer les effets du changement climatique et à adapter les organisations aux nouvelles réalités environnementales
- ♦ Analyser les politiques et réglementations internationales sur le changement climatique et leur application dans l'environnement organisationnel

Module 16. Pollution et gestion de l'eau et des déchets

- ♦ Développer les connaissances sur les différents types de pollution (air, eau, sol) et leur impact sur la santé et l'environnement
- ♦ Approfondir la gestion efficace de l'eau et des déchets, y compris leur traitement et leur recyclage, dans le but de minimiser l'impact sur l'environnement

Module 17. Outils de gestion de l'environnement

- ♦ Mettre en œuvre des systèmes et des processus qui améliorent la durabilité et réduisent l'impact environnemental de l'organisation
- ♦ Évaluer l'efficacité des politiques environnementales et proposer des améliorations basées sur les principes de l'économie circulaire



Module 18. Système de gestion de l'énergie

- ♦ Analyser l'évaluation de l'efficacité énergétique des installations et la mise en œuvre de solutions pour améliorer la durabilité
- ♦ Se familiariser avec les réglementations et les normes internationales, telles que la norme ISO 50001, pour la mise en œuvre et l'audit des systèmes de gestion de l'énergie

Module 19. Systèmes de gestion de l'environnement

- ♦ Développer des compétences dans l'évaluation des processus organisationnels afin d'identifier les possibilités d'amélioration de la performance environnementale
- ♦ Appliquer des stratégies de développement durable dans la prise de décision des entreprises, en alignant les objectifs organisationnels sur les politiques environnementales globales

Module 20. Audits des systèmes de gestion

- ♦ Former à la préparation de rapports d'audit qui fournissent des recommandations pour l'amélioration continue des systèmes de gestion
- ♦ Maîtriser les meilleures pratiques et les normes internationales pour la réalisation des audits, telles que la norme ISO 19011

05

Opportunités de carrière

Grâce aux connaissances acquises, les professionnels seront en mesure d'occuper des postes de direction en tant que directeurs généraux, directeurs de la durabilité, consultants stratégiques ou gestionnaires de projets environnementaux dans diverses industries. En outre, ils seront en mesure d'intégrer des pratiques durables dans tous les domaines de l'entreprise, de la gestion des Ressources Humaines à la mise en œuvre de politiques énergétiques et environnementales, ce qui leur permettra de guider leurs entreprises dans un environnement mondialisé vers un avenir plus responsable et plus efficace.



“

Ce Mastère Avancé vous offrira un large éventail d'opportunités professionnelles, vous permettant de jouer un rôle dans la transformation de votre organisation vers des modèles plus durables et plus compétitifs”

Profil des diplômés

Les diplômés disposeront d'une solide formation en gestion stratégique, de compétences en leadership et d'une connaissance approfondie du développement durable, des énergies renouvelables et de la responsabilité sociale des entreprises. Ils seront également préparés à appliquer des outils innovants dans l'optimisation des ressources, la gestion efficace de la chaîne de valeur et l'intégration des politiques environnementales et énergétiques. Vous serez également caractérisé par une vision globale et stratégique, capable de concevoir et de mettre en œuvre des plans d'entreprise qui visent non seulement le succès économique, mais aussi le bien-être social et environnemental, vous consolidant ainsi en tant que leader responsable et visionnaire dans votre secteur.

Vous deviendrez un professionnel hautement qualifié pour diriger les processus de transformation des entreprises vers des modèles durables et compétitifs dans un environnement mondialisé.

- ♦ **Leadership Stratégique Durable** : Diriger et prendre des décisions stratégiques qui intègrent le développement durable dans l'entreprise, en garantissant une approche à long terme qui favorise à la fois la performance économique et l'impact social et environnemental
- ♦ **Gestion Efficace des Ressources** : Optimiser les ressources naturelles, humaines et technologiques, en mettant en œuvre des politiques qui améliorent l'efficacité opérationnelle et réduisent l'empreinte écologique de l'entreprise
- ♦ **Capacité à Développer des Stratégies d'Innovation Durables** : Concevoir et mettre en œuvre des politiques innovantes qui favorisent la compétitivité et la durabilité de l'entreprise, en l'adaptant aux réglementations environnementales en vigueur
- ♦ **Compétences en matière de Gestion de l'Impact Environnemental et Énergétique** : Réaliser des audits énergétiques et des évaluations de l'impact environnemental, en élaborant des plans qui atténuent les effets négatifs des opérations et optimisent l'utilisation des ressources



Après avoir obtenu le titre de Mastère Avancé, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences dans les postes suivants :

1. **Directeur de la Durabilité** : Responsable de la direction et de la mise en œuvre des politiques et des stratégies de développement durable, il veille à ce que les opérations soient respectueuses de l'environnement et alignées sur les normes internationales de développement durable.
2. **Chief Executive Officer (CEO)** : L'entrepreneur sera en mesure de guider l'entreprise vers un modèle d'entreprise durable, en prenant des décisions stratégiques qui favorisent la croissance économique et le respect de l'environnement.
3. **Gestionnaire de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE)** : Chargé de concevoir et de mettre en œuvre des programmes de responsabilité sociale qui profitent à la communauté, améliorent l'image de l'entreprise et renforcent l'engagement environnemental et social.
4. **Consultant en Durabilité d'Entreprise** : Spécialiste qui conseille les entreprises sur la manière d'intégrer des pratiques durables dans leurs activités, de l'efficacité énergétique à la réduction de l'empreinte carbone.
5. **Directeur de l'Innovation et des Technologies Durables** : Responsable de l'intégration des nouvelles technologies dans les processus d'entreprise qui améliorent la durabilité, optimisent l'utilisation des ressources et réduisent l'impact de l'entreprise sur l'environnement.
6. **Gérant de l'Énergie et de l'Environnement** : Responsable de la gestion de l'utilisation de l'énergie et des ressources naturelles dans l'entreprise, de la promotion des politiques d'efficacité énergétique, de la réduction des émissions et de la gestion responsable des déchets et de l'eau.
7. **Directeur de la Stratégie d'Entreprise** : Professionnel qui assume la responsabilité de la formulation des stratégies commerciales à long terme, en veillant à ce qu'elles soient alignées sur les objectifs de durabilité et de compétitivité dans un environnement mondialisé.
8. **Chef des Opérations Environnementales** : Responsable de la supervision de la gestion environnementale, notamment des audits énergétiques, de l'analyse de l'impact sur l'environnement et de la mise en œuvre des systèmes de gestion environnementale.
9. **Responsable de la Gestion des Ressources Humaines Durables** : Professionnel chargé d'intégrer les politiques de travail et de bien-être qui favorisent un environnement de travail responsable et équitable, aligné sur les principes du développement durable.
10. **Directeur du Marketing Durable** : Chargé d'élaborer et de mettre en œuvre des stratégies de marketing qui promeuvent les produits et les services de l'entreprise dans une perspective de durabilité, en générant une image positive.

06

Méthodologie d'étude

TECH Euromed University est la première 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 Euromed University 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 Euromed University

Dans la méthodologie d'étude de TECH Euromed University, 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 Euromed University, 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 Euromed University, 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 Euromed University 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 Euromed University 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 Euromed University 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 Euromed University. 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

À TECH Euromed University, 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 Euromed University 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 Euromed University 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 d'université.

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 Euromed University 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 Euromed University.

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 Euromed University 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

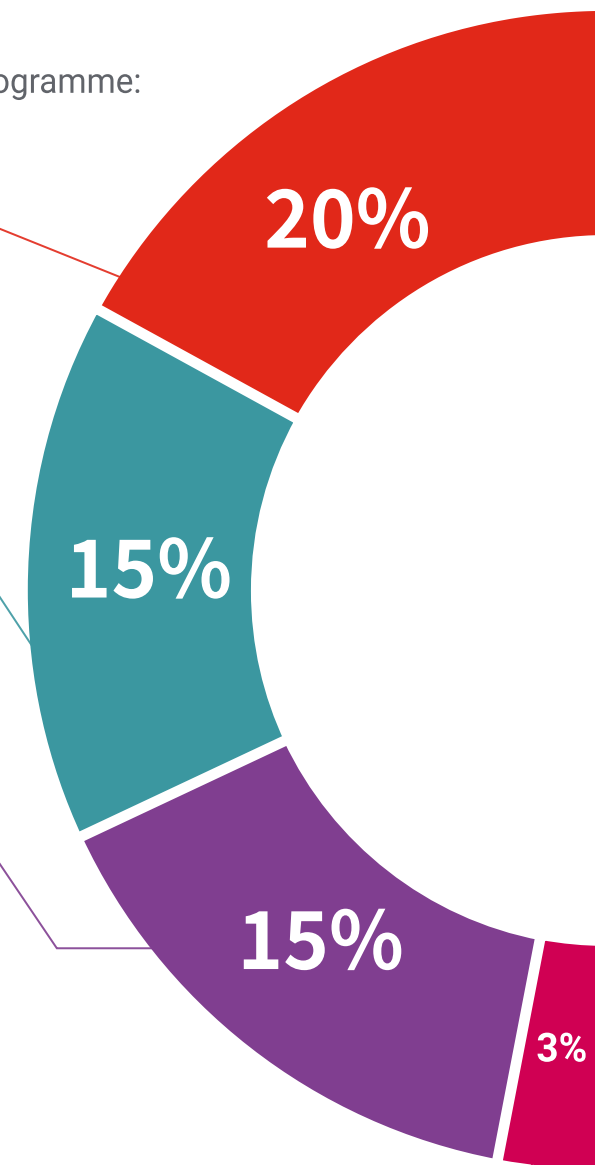
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

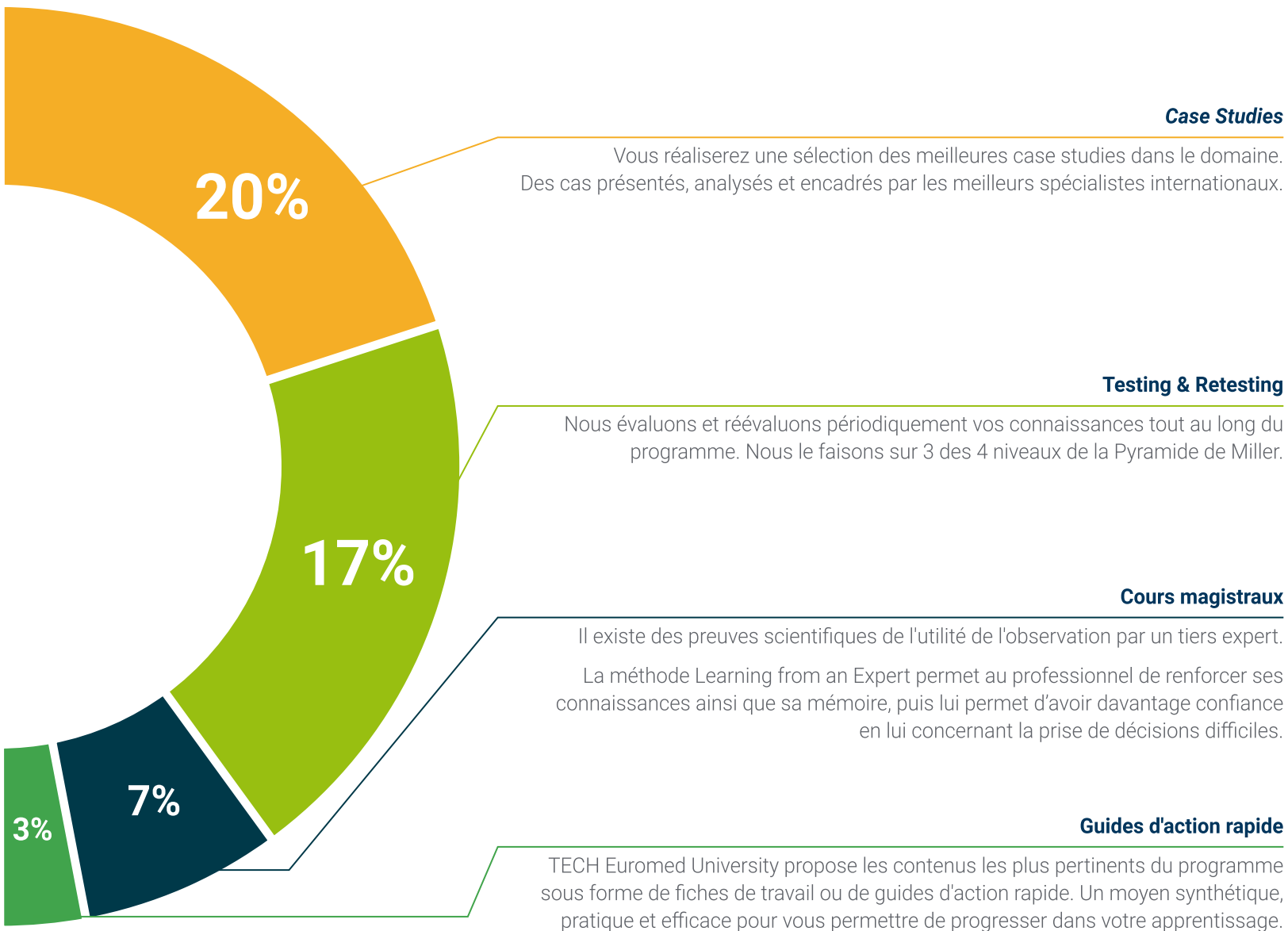
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



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.





07

Corps Enseignant

Les conférenciers ont été soigneusement sélectionnés pour leur expérience et leur expertise dans les domaines clés du développement durable, de l'éthique des affaires et de la gestion responsable. Ces professionnels disposent non seulement d'une solide formation universitaire, mais aussi d'une vaste expérience pratique dans le domaine de l'entreprise durable. Ainsi, la diversité de leurs expériences dans différents secteurs permettra aux diplômés d'acquérir une perspective complète et pratique sur les défis et les opportunités liés à la durabilité des entreprises.



“

L'équipe enseignante de ce Mastère Avancé vous préparera à relever les défis complexes de la haute direction dans un contexte de durabilité, avec toutes les garanties de qualité de TECH”

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

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

“

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

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

“

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

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

“

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

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

“

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

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

“

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

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

Directrice Invitée Internationale

Forte d'une carrière professionnelle exceptionnelle, Sarah Carson a axé ses recherches sur la **conformité environnementale** et la **durabilité** dans l'**enseignement supérieur**. Depuis plus de trente ans, elle fait partie de l'équipe de recherche de l'Université de Cornell chargée de mettre en œuvre et d'analyser l'**impact** des **politiques** de **protection** des **ressources naturelles**. Grâce à son expérience dans ce domaine, elle a été choisie pour diriger le **Bureau de la Durabilité du Campus** de l'Université de Cornell.

L'experte dirige ainsi les **projets d'approvisionnement en électricité** visant à **réduire l'empreinte carbone** du centre d'enseignement supérieur. Elle a ainsi innové avec des technologies qui permettent, par exemple, de maintenir des températures élevées pendant l'hiver dans les établissements d'enseignement. Plus précisément, son équipe s'est engagée à mettre en œuvre une **source de chaleur géothermique renouvelable** appelée « ground source heat », dont les résultats bénéfiques ont déjà été rapportés dans **plusieurs rapports** sur l'impact global. Parallèlement, elle s'est activement impliquée dans la **politique énergétique** de **New York** liée à la production d'énergie renouvelable. À cette fin, elle a collaboré au programme de volontariat pour l'**Initiative Régionale sur les Gaz à Effet de Serre** dans l'État américain d'Amérique du Nord. Cette dernière est basée sur le **modèle Cap and Trade**, qui permet à l'université, au gouvernement local et aux autres participants de **réclamer des crédits d'énergie renouvelable**.

En ce qui concerne sa vie universitaire, Carson est titulaire d'un diplôme en **Gestion et Politique des Ressources Naturelles** de l'Université de l'État de Caroline du Nord. Elle est également titulaire d'un diplôme en **Sciences et Politiques de l'Environnement** de la Faculté des Sciences de l'Environnement et de la Foresterie de l'Université de l'État de New York.



Mme Carson, Sarah

- Directrice du Bureau de la Durabilité, Université de Cornell, New York, États-Unis
- Responsable de l'Action Climatique sur le Campus, Université de Cornell
- Spécialiste de la Gestion de l'Environnement à l'Université de Cornell
- Responsable de l'Information sur l'Environnement, Université de Cornell
- Licence en Gestion et Politique des Ressources Naturelles, Université d'Etat de Caroline du Nord
- Licence en Sciences et Politiques de l'Environnement de l'Université de l'Etat de New York

“

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

Direction



M. Abreu Acosta, Guzmán

- ♦ Technicien en Planification Territoriale et Environnementale aux îles Canaries S.A.
- ♦ Auditeur de la Prévention des Risques Professionnels, Spécialisation dans OSHAS 18001
- ♦ Avocat en Cabinet, spécialisé en Droit de l'Urbanisme et de l'Environnement

Enseignants

M. Bueno Márquez, Pedro

- ♦ Technicien de la Direction Générale de la Formation Professionnelle, Ministère de l'Éducation et des Sports
- ♦ Professeur Technique de Formation Professionnelle au Ministère Régional de l'Éducation et du Sport
- ♦ Technique de l'Agence Andalouse de l'Énergie
- ♦ Ingénieur de Projet chez Aldesa Ingeniería y Servicios
- ♦ Ingénieur de Projet au Groupe Andalou d'Etudes, Grande SL
- ♦ Ingénieur Chimiste à l'Université de Huelva
- ♦ Diplôme de troisième cycle en Gestion et Développement des Énergies Renouvelables de l'Université Catholique d'Ávila

Dr Contreras Acuña, Manuel

- ♦ Enquêteur Engagé Département : Chimie et Science des Matériaux
- ♦ Doctorat en Chimie Faculté de Sciences Expérimentales, Université de Huelva
- ♦ Master en Techniques Instrumentales en Chimie, Faculté des Sciences Expérimentales, Université de Huelva
- ♦ Triple Master en Prévention des Risques Professionnels, Gestion de la Qualité et de l'Environnement
- ♦ Professeur Suppléant Intérim Département : Chimie et Science des Matériaux

M. Palanco Yanque, César

- ♦ Directeur Général d'INTENSA PROMILAB
- ♦ Spécialiste Indépendant en Services d'Ingénierie
- ♦ Technicien d'Installations chez TOGOGAS Huelva SL
- ♦ Production Manager chez AZVI à Séville et à Bucarest
- ♦ Project Manager chez SACONSA
- ♦ Ingénieur Industriel, Spécialiste en Électromécanique à l'Université de Huelva

Dr Granell García, Lilia

- ♦ Gérante chez Cercan, cabinet de conseil en Énergies Renouvelables, îles Canaries
- ♦ Gérante et Administratrice de ReCap Solar
- ♦ Coordinatrice de Consultant en Projets Énergétiques 40, S.L.
- ♦ Conseillère scientifique de la Mairie de La Laguna
- ♦ Directrice Technique et Commercial de SEIFERMANN et de Grupo SOTEC
- ♦ Docteur en Physique et en Physique Nucléaire, Université d'État M.V. Lomonosov de Moscou
- ♦ Licence en Sciences Physiques, spécialisation en Physique Fondamentale, Université de La Laguna

M. Juan Espinosa, César

- ♦ Coordinateur juridique du Département des Affaires Rurales et Marines et du Département de l'Environnement du Conseil Insulaire d'El Hierro
- ♦ Chef du Service de l'Environnement de la Municipalité d'Arona
- ♦ Responsable Technique Géoparc Mondial de l'UNESCO El Hierro
- ♦ Responsable Technique Réserve Mondiale de la Biosphère El Hierro

- ♦ Diplôme en Droit

Mme De Aspe Doldán, Ana María

- ♦ Coordinatrice juridique du Département des Affaires Rurales et Marines et du Département de l'Environnement du Conseil Insulaire d'El Hierro
- ♦ Cheffe du Service de l'Environnement de la Municipalité d'Arona
- ♦ Responsable Technique Géoparc Mondial de l'UNESCO El Hierro
- ♦ Responsable Technique Réserve Mondiale de la Biosphère El Hierro
- ♦ Diplôme en Droit

Mme De los Reyes Flores, Marta

- ♦ Architecte Building Information Modeling
- ♦ Architecte chez INECO
- ♦ Experte en Revit : BIM Expert
- ♦ Master en Design d'intérieur de l'ESdesign Escuela Superior de Diseño de Barcelona
- ♦ Diplôme en Architecture de l'Université de Castilla-La Mancha

M. Díaz Perdomo, Alberto

- ♦ Technicien en Administration Générale à la Mairie de San Cristóbal de La Laguna
- ♦ Consultant et Auditeur des Systèmes de Gestion de la Qualité, de l'Environnement et du PRL et des plans d'affaires chez Intemas Asesores SL
- ♦ Master en Qualité et Environnement de l'European Business School
- ♦ Licence en Économie de l'Université de La Laguna

08 Diplôme

Le Mastère Avancé en Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Euromed University.



“

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

Le programme du **Mastère Avancé en Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise** 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.

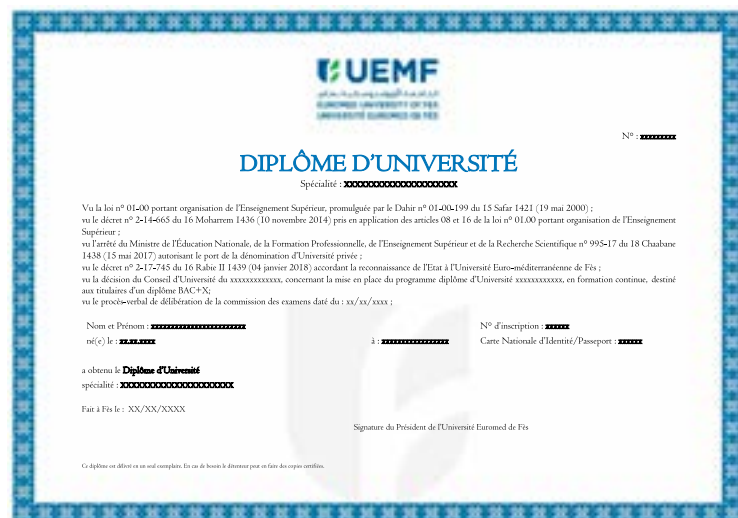
Ce double certificat, de la part de deux institutions universitaires de premier plan, représente une double récompense pour une formation complète et de qualité, assurant à l'étudiant l'obtention d'une certification reconnue au niveau national et international. Ce mérite académique vous positionnera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

Diplôme : **Mastère Avancé en Direction Générale de la Durabilité dans l'Entreprise**

Modalité : **en ligne**

Durée : **2 ans**

Accréditation : **120 ECTS**





Mastère Avancé
Direction Générale de la
Durabilité dans l'Entreprise

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 2 ans
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 120 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Mastère Avancé

Direction Générale de la
Durabilité dans l'Entreprise