

Mastère Avancé

Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle

M A D G I A



Mastère Avancé Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

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

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 20

06

Structure et contenu

page 26

07

Méthodologie

page 42

08

Profil de nos étudiants

page 50

09

Direction de la formation

page 54

10

Impact sur votre carrière

page 60

11

Bénéfices pour votre
entreprise

page 64

12

Diplôme

page 68

01 Accueil

L'industrie audiovisuelle est l'une des industries les plus importantes au monde, car elle est consommée, d'une manière ou d'une autre, par la grande majorité des citoyens à travers différents médias: télévision, cinéma, publicité, etc. De plus, avec la popularisation d'Internet, il n'y a pratiquement plus de frontières pour sa consommation. Cela montre l'importance de ce secteur au niveau économique et, pour cette raison, il est important pour les entreprises de disposer de managers qui, en plus de connaissances audiovisuelles approfondies, sont spécialisés dans la gestion d'entreprise, en assurant leur formation pour atteindre les meilleures performances possibles. C'est dans cette optique que TECH a entrepris d'offrir aux professionnels du monde des affaires la meilleure formation du moment sur la gestion supérieure des entreprises audiovisuelles, afin qu'ils puissent acquérir, de manière confortable, les connaissances qui leur seront indispensables dans leur travail quotidien.



Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle
TECH Université Technologique



“

Votre formation avancée dans le domaine de la gestion des affaires audiovisuelles vous aidera à créer des produits à succès, qui seront consommés par les citoyens du monde entier”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"*Microsoft Europe Success Story*" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.



TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

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

04 Objectifs

L'objectif principal de ce Mastère Avancé de TECH Université Technologique est d'offrir aux étudiants les informations les plus complètes et les plus pertinentes sur la gestion des entreprises audiovisuelles, afin qu'ils soient en mesure de se développer avec succès dans un secteur hautement compétitif. Ainsi, les étudiants pourront apprendre de première main les aspects les plus intéressants de la manière dont la production audiovisuelle est réalisée et dont les entreprises du secteur doivent être gérées.



“

Ce programme vous aidera à développer les compétences nécessaires pour gérer avec succès des sociétés audiovisuelles”

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre.**

Le **Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle** vous formera à:

01

Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs

04

Créer des stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs

02

Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité

03

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable

05

Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale



06

Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté

08

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

09

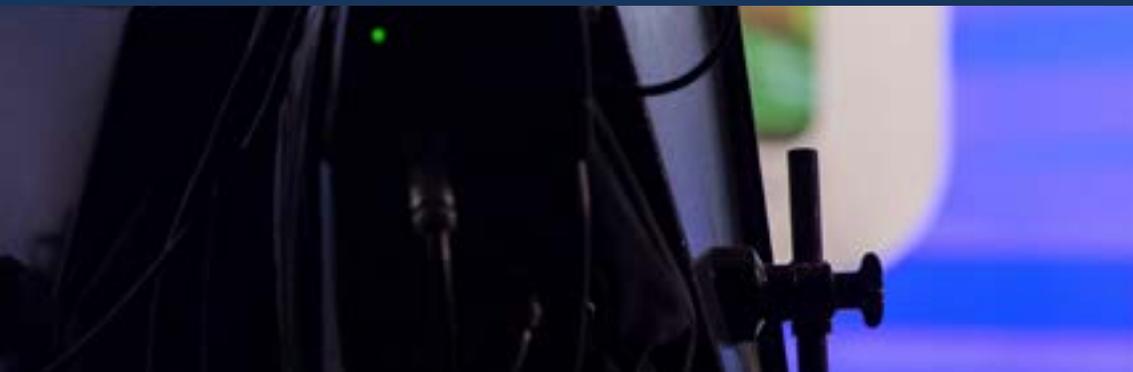
Réaliser la stratégie de marketing qui nous permet de faire connaître notre produit à nos clients potentiels et de générer une image appropriée de notre entreprise

07

Comprendre l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements

10

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



11

Disposer des compétences transversales et spécifiques nécessaires pour affronter avec succès la réalité du journalisme culturel dans différents domaines

14

Connaître les bases du fonctionnement du système audiovisuel (fixer les contenus fondamentaux, connaître les auteurs/textes travaillés dans chaque matière)

12

Savoir identifier, créer et développer des histoires avec les différents points qui les englobent, marqués par la rigueur et le personal branding



13

Connaître et développer les lignes directrices essentielles pour la réalisation de la documentation en journalisme culturel

15

Acquérir la capacité d'analyse théorique et critique des structures organisationnelles de la communication audiovisuelle (comprendre les idées principales, relier les concepts et les éléments)

16

Connaître le cadre juridique et la législation qui articule le secteur de la production audiovisuelle et son impact sur les différents formats de production

18

Connaître les stratégies de production exécutive dans le développement et la distribution ultérieure de projets audiovisuels

19

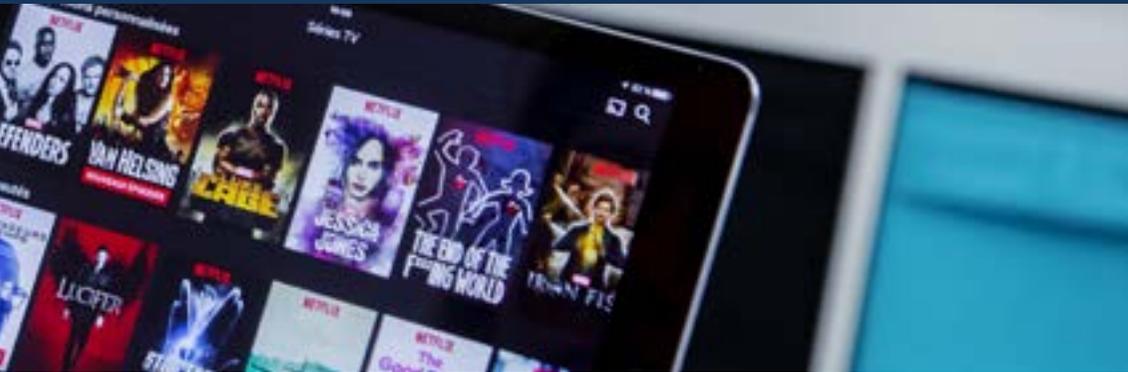
Identifier le design marketing d'une production audiovisuelle à travers sa répercussion dans les différents médias audiovisuels contemporains

17

Analyser et concevoir des stratégies innovantes, qui contribuent à l'amélioration des processus de gestion et de décision, ainsi qu'au développement de produits d'information conformes aux besoins des publics et des annonceurs

20

Reconnaître les différents formats dans le contexte du panorama télévisuel actuel



05

Compétences

TECH Universidad Tecnológica est consciente du besoin de spécialisation des professionnels de l'entreprise dans différents domaines liés à leur activité et, pour cette raison, a conçu ce Mastère Avancé en Direction Générale dans l'Industrie Audiovisuelle, avec lequel les étudiants auront l'opportunité de développer les compétences nécessaires qui leur permettront de s'améliorer dans leur pratique professionnelle, en étant plus compétitifs et en appliquant les derniers outils dans le domaine audiovisuel.



“

Acquérir les compétences dont vous avez besoin pour réussir dans le secteur audiovisuel”

01

Réaliser une gestion globale de l'entreprise, en appliquant des techniques de leadership qui influencent le rendement des travailleurs, de manière à ce que les objectifs de l'entreprise soient atteints

02

Participer à la stratégie d'entreprise et à la stratégie concurrentielle de l'entreprise et les diriger

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

04

Effectuer une gestion correcte de l'équipe pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise

05

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise



06

Contrôler la logistique, les achats et les processus d'approvisionnement de l'entreprise

08

Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise

09

Développer et diriger des plans de marketing

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise



11

Comment utiliser les réseaux sociaux dans un environnement journalistique?

14

Planifier des actions narratives adaptées aux moyens disponibles

12

Connaître la composition des équipes de production audiovisuelle

15

Maîtriser les différentes phases du projet audiovisuel

13

Organiser une mise en scène appropriée aux objectifs du projet audiovisuel

16

Connaître et appliquer les structures organisationnelles de la communication audiovisuelle

17

Savoir s'adapter aux formes actuelles de consommation

20

Créer des produits adaptés au financement disponible

18

Connaître le code relationnel des différents agents de la communication audiovisuelle

21

Planification de l'amortissement des produits audiovisuels

19

Décrire l'évolution historique de la production audiovisuelle

22

Réaliser un produit audiovisuel sur différents supports

06

Structure et contenu

La spécialisation des professionnels du secteur audiovisuel doit être constante, afin de suivre les principales évolutions de cette industrie, mais surtout pour pouvoir gérer avec succès ce type d'entreprise. C'est pourquoi TECH a conçu ce programme très complet, dans lequel les étudiants trouveront les informations les plus pertinentes à mettre en pratique au cours de leur vie professionnelle. Un programme de haut niveau destiné aux professionnels en quête d'excellence.



“

*Un programme très complet qui sera
fondamental pour augmenter votre compétitivité
dans la gestion des entreprises audiovisuelles”*

Programme d'études

Le Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises tant au niveau national qu'international. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours des 3.000 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, obtenant ainsi un apprentissage approfondi que vous pourrez mettre en pratique dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur des principaux domaines de l'activité audiovisuelle et est conçu pour que les cadres comprennent la gestion des affaires d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la gestion des entreprises audiovisuelles. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières avancées et soutenu par la meilleure méthodologie éducative ainsi que par un corps professoral exceptionnel. Cette formation vous permettra ainsi d'acquérir les compétences nécessaires pour être en mesure de résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 24 mois et est divisé en 18 modules:

| | |
|-------------------|---|
| Module 1. | Leadership, éthique et RSE |
| Module 2. | Orientation stratégique et <i>Management</i> directif |
| Module 3. | Gestion des personnes et des talents |
| Module 4. | Gestion économique et financière |
| Module 5. | Gestion des opérations et de la logistique |
| Module 6. | Gestion des systèmes d'information |
| Module 7. | Gestion commerciale, <i>Marketing</i> et communication d'entreprise |
| Module 8. | Innovation et gestion de projet |
| Module 9. | Journalisme culturel |
| Module 10. | Théorie et technique de la réaliser |
| Module 11. | Structure du système audiovisuel |
| Module 12. | Production audiovisuelle |
| Module 13. | Réalisation de fictions et direction d'acteurs |
| Module 14. | Industries culturelles et nouveaux modèles économiques de communication |
| Module 15. | Gestion et promotion des produits audiovisuels |
| Module 16. | Genres, formats et programmes télévisés |
| Module 17. | L'audience audiovisuelle |
| Module 18. | Scénario de télévision: programmes et fictions |

Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 24 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

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



Module 1. Leadership, éthique et RSE

1.1. Mondialisation et Gouvernance

- 1.1.1. Mondialisation et tendances: internationalisation des marchés
- 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance d'entreprise
- 1.1.3. *Accountability* ou Responsabilité

1.2. Leadership

- 1.2.1. Environnement interculturel
- 1.2.2. Leadership et Direction d'entreprise
- 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction

1.3. Éthique des affaires

- 1.3.1. Éthique et intégrité
- 1.3.2. La conduite éthique des affaires
- 1.3.3. Déontologie, codes d'éthique et de conduite
- 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption

1.4. Durabilité

- 1.4.1. Entreprise et Développement Durable
- 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
- 1.4.3. Agenda 2030 et ODD

1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

- 1.5.1. Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.5.2. Rôles et responsabilités
- 1.5.3. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises

Module 2. Orientation stratégique et *Management* directif

2.1. Analyse et design organisationnelles

- 2.1.1. La culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse organisationnelle
- 2.1.3. Design de la structure organisationnelle

2.2. Stratégie d'entreprise

- 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
- 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
- 2.2.3. Détermination de la stratégie d'entreprise
- 2.2.4. Stratégie d'entreprise et image de marque

2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Réflexion stratégique
- 2.3.2. Formulation et Planification Stratégiques
- 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise

2.4. Modèles et motifs stratégiques

- 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements
- 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologie
- 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise

2.5. La Direction stratégique

- 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Tableau de bord
- 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
- 2.5.4. Direction stratégique *etreporting*

2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

- 2.6.1. Mise en œuvre stratégique: objectifs, actions et impacts
- 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
- 2.6.3. Approche d'amélioration continue

2.7. *Management* Exécutif

- 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
- 2.7.2. Politique et processus de gestion
- 2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Analyse et résolution de cas/ problèmes

- 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 2.8.2. Méthode des cas
- 2.8.3. Positionnement et prise de décision

Module 3. Gestion des personnes et des talents**3.1. Comportement organisationnel**

- 3.1.1. Théorie de l'organisation
- 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
- 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances

3.2. La direction stratégique des personnes

- 3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection
- 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre
- 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs
- 3.2.4. Formation et développement professionnel

3.3. Développement de la gestion et le leadership

- 3.3.1. Compétences en matière de gestion: les aptitudes et compétences du 21e siècle
- 3.3.2. Aptitudes non-directives
- 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences
- 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines

3.4. Gestion du changement

- 3.4.1. Analyse des performances
- 3.4.2. Plan stratégique
- 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés, conception et gestion du processus
- 3.4.4. Approche d'amélioration continue

3.5. Négociation et gestion des conflits

- 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs
- 3.5.2. Techniques de négociation efficaces
- 3.5.3. Conflits: facteurs et typologies
- 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication

3.6. La communication managériale

- 3.6.1. Stratégie d'entreprise et communication de gestion
- 3.6.2. Communication interne: influence et impact
- 3.6.3. Communication interpersonnelle: gestion et compétences de l'équipe

3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes

- 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire
- 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes
- 3.7.3. *Coaching* et gestion de personnes
- 3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps

3.8. Gestion des connaissances et du talent

- 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations
- 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise
- 3.8.3. Créativité et innovation

Module 4. Gestion économique et financière**4.1. Environnement Économique**

- 4.1.1. Théorie des organisations
- 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
- 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances

4.2. Comptabilité de gestion

- 4.2.1. Cadre comptable international
- 4.2.2. Introduction au cycle comptable
- 4.2.3. États comptables des entreprises
- 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions

4.3. Budget et Contrôle de Gestion

- 4.3.1. Planification budgétaire
- 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs
- 4.3.3. Suivi et *rapports*

4.4. Responsabilité fiscale des entreprises

- 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
- 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays

4.5. Systèmes de contrôle des entreprises

- 4.5.1. Typologie du Contrôle
- 4.5.2. Conformité réglementaire/*Compliance*
- 4.5.3. Audit interne
- 4.5.4. Audit externe

4.6. Direction Financière

- 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière
- 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise
- 4.6.3. Directeur financier ou *Chief Financial Officer* (CFO): compétences en gestion directive

4.7. Planification financière

- 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement
- 4.7.2. Outils d'analyse financière
- 4.7.3. Planification financière à court terme
- 4.7.4. Planification financière à long terme

4.8. Stratégie financière de l'entreprise

- 4.8.1. Investissements financiers des entreprises
- 4.8.2. Croissance stratégique: typologies

4.9. Contexte Macroéconomique

- 4.9.1. Analyse Macroéconomique
- 4.9.2. Indicateurs à court terme
- 4.9.3. Cycle économique

4.10. Financement Stratégique

- 4.10.1. Activités bancaires: environnement actuel
- 4.10.2. Analyse et gestion des risques

4.11. Marchés monétaires et des capitaux

- 4.11.1. Marché des titres à revenu fixe
- 4.11.2. Marché des actions
- 4.11.3. Évaluation l'entreprise

4.12. Analyse et résolution de cas/ problèmes

- 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 4.12.2. Méthode des cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction des opérations

- 5.1.1. Définir la stratégie des opérations
- 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement
- 5.1.3. Systèmes d'indicateurs

5.2. Direction des achats

- 5.2.1. Gestion des Stocks
- 5.2.2. Gestion des entrepôts
- 5.2.3. Gestion des achats et des marchés publics

5.3. Supply chain management (R)

- 5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 5.3.2. Changement de la structure de la demande
- 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation

5.4. Supply chain management (II). Exécution

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Gestion Logistique
- 5.4.3. Achats

5.5. Processus logistiques

- 5.5.1. Organisation et gestion par les processus
- 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution
- 5.5.3. Qualité, coûts et outils de la qualité
- 5.5.4. Service après-vente

5.6. La logistique et les clients

- 5.6.1. Analyse et prévision de la demande
- 5.6.2. Prévision et planification des ventes
- 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

5.7. La logistique internationale

- 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux
- 5.7.3. Plateformes logistiques internationales

5.8. Concurrence des opérations

- 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel de l'entreprise
- 5.8.2. Technologies et sciences émergentes
- 5.8.3. Les Systèmes d'information dans les opérations

Module 6. Gestions des systèmes d'information

6.1. Gestion des systèmes d'information

- 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises
- 6.1.2. Décisions stratégiques
- 6.1.3. Rôle du DSI

6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise

- 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels
- 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet
- 6.2.3. La valeur du service TI dans l'entreprise

6.3. Plan Stratégique du Système d'Information

- 6.3.1. Le processus de la planification stratégique
- 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information
- 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie

6.4. Systèmes d'information et business intelligence

- 6.4.1. CRM et *Business Intelligence*
- 6.4.2. La gestion de projets de *Business Intelligence*
- 6.4.3. L'architecture de *Business Intelligence*

6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC

- 6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique
- 6.5.2. Capacités pour innover
- 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur

6.6. Commerce électronique

- 6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique
- 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique
- 6.6.3. *E-Commerce* comme opportunité d'internationalisation

6.7. Stratégies de E-Business

- 6.7.1. Stratégies des *Médias Sociaux*
- 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client
- 6.7.3. Régulation digitale

6.8. Digital Business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Conception et facilité d'utilisation
- 6.8.3. Opérations de commerce électronique

Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise**7.1. Gestion Commerciale**

- 7.1.1. Gestion des ventes
- 7.1.2. Stratégie de vente
- 7.1.3. Techniques de vente de négociation
- 7.1.4. Gestion des équipes de ventes

7.2. Marketing

- 7.2.1. Le Marketing et l'impact sur l'entreprise
- 7.2.2. Les variables de base du Marketing
- 7.2.3. Le plan du Marketing

7.3. Gestion stratégique du Marketing

- 7.3.1. Tendances actuelles du Marketing
- 7.3.2. Outils du Marketing
- 7.3.3. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients

7.4. Stratégie du Marketing Digital

- 7.4.1. Approche au Marketing Digital
- 7.4.2. Outils du Marketing Digital
- 7.4.3. *Inbound Marketing* et l'évolution du Marketing Digital

7.5. Stratégie de vente et de communication

- 7.5.1. Positionnement et promotion
- 7.5.2. Relations Publiques
- 7.5.3. Stratégie de vente et de communication

7.6. Communication d'Entreprise

- 7.6.1. Communication interne et externe
- 7.6.2. Département de communication
- 7.6.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités

7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise

- 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise
- 7.7.2. Plan de Communication
- 7.7.3. Rédaction de communiqués de presse/ Clipping/Publicity

Module 8. Innovation et gestion de projet**8.1. Innovation**

- 8.1.1. Macro Conceptual de l'innovation
- 8.1.2. Typologies de l'innovation
- 8.1.3. Innovation continue et discontinue
- 8.1.4. Formation et Innovation

8.2. Stratégie de l'Innovation

- 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
- 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
- 8.2.3. Ateliers d'innovation

8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise

- 8.3.1. Méthodologie *Lean Startup*
- 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
- 8.3.3. Modalités de financement
- 8.3.4. Outils de modélisation: carte d'empathie, modèle *canvas* et métriques
- 8.3.5. Croissance et fidélité

8.4. Direction et Gestion des projets

- 8.4.1. Les opportunités d'innovation
- 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
- 8.4.3. La définition et le Design des Projets
- 8.4.4. L'exécution des projets
- 8.4.5. La clôture des projets

Module 9. Journalisme culturel

9.1. Le Journalisme Culturel dans les médias conventionnels et son intégration dans le monde digital

- 9.1.1. Introduction: le concept de culture
- 9.1.2. Le rapport culturel de l'art
- 9.1.3. Informations culturelles sur les arts du spectacle
- 9.1.4. Informations culturelles sur le cinéma
- 9.1.5. Informations culturelles sur la musique
- 9.1.6. Informations culturelles sur les livres

9.2. L'art de raconter des histoires

- 9.2.1. Introduction
- 9.2.2. Les origines de l'information culturelle dans la presse
- 9.2.3. Les origines de l'information culturelle à la radio
- 9.2.4. Les origines de l'information culturelle à la télévision

9.3. Guides essentiels de la documentation journalistique culturelle

- 9.3.1. Introduction
- 9.3.2. Considérations générales
- 9.3.3. Facteurs d'intérêt et critères d'évaluation pour l'élaboration d'informations culturelles

9.4. La philosophie 3.0 de la communication

- 9.4.1. Introduction
- 9.4.2. Sources générales d'informations culturelles
- 9.4.3. Sources spécifiques d'information audiovisuelle sur la culture

9.5. Gestion des médias et des Médias Sociaux

- 9.5.1. Introduction
- 9.5.2. Nouvelles
- 9.5.3. Interview
- 9.5.4. Chronique
- 9.5.5. Rapport

9.6. Contenu journalistique interactif

- 9.6.1. Introduction
- 9.6.2. L'information culturelle dans la presse
- 9.6.3. Informations culturelles à la radio
- 9.6.4. Informations culturelles sur la télévision

9.7. Paradigmes de communication

- 9.7.1. Introduction
- 9.7.2. La culture et l'internet
- 9.7.3. Les avantages de la culture

9.8. Positionnement Web: SEO, SEM, SMO, SMM, SERM. Contenus journalistiques spécialisés

- 9.8.1. Introduction
- 9.8.2. Marketing culturel
- 9.8.3. Comment le Marketing Culturel est-il réalisé?

9.9. Analyse de la culture

- 9.9.1. Introduction
- 9.9.2. Approche théorique et méthodologique de la culture
- 9.9.3. Culture, communication et signification
- 9.9.4. Culture et imaginaires

9.10. Cyberculture et journalisme numérique de contenu culturel

- 9.10.1. Introduction
- 9.10.2. Définition de l'e-culture
- 9.10.3. Journalisme numérique de contenu culturel
- 9.10.4. Les clés du journalisme numérique des contenus culturels

Module 10. Théorie et technique de la réaliser**10.1. La réalisation en tant que construction de l'œuvre audiovisuelle L'équipe de travail**

- 10.1.1. Du scénario littéraire au scénario technique ou au compte-rendu
- 10.1.2. L'équipe de travail

10.2. Les éléments de la production de l'écran. Les matériaux de construction

- 10.2.1. Pré-adaptation spatiale Direction artistique
- 10.2.2. Les éléments de la mise-en-scène

10.3. Pré-production. Les documents de production

- 10.3.1. Le scénario technique
- 10.3.2. Le plan scénographique
- 10.3.3. Le *Storyboard*
- 10.3.4. Planification
- 10.3.5. Le plan de tournage

10.4. La valeur expressive du son

- 10.4.1. Typologie des éléments sonores
- 10.4.2. Construction de l'espace sonore

10.5. La valeur expressive de la lumière

- 10.5.1. Valeur expressive de la lumière
- 10.5.2. Techniques d'éclairage de base

10.6. Techniques de base pour filmer avec une seule caméra

- 10.6.1. Usages et techniques du tournage avec une seule caméra
- 10.6.2. Le sous-genre du *Found Footage*. Films de fiction et documentaires
- 10.6.3. Production monocaméra à la télévision

10.7. Le Montage

- 10.7.1. Le montage en tant qu'assemblage. La reconstruction de l'espace-temps
- 10.7.2. Techniques de montage non linéaires

10.8. Post-production et étalonnage des couleurs

- 10.8.1. Post-production
- 10.8.2. Concept d'édition verticale
- 10.8.3. L'étalonnage des couleurs

10.9. Formats et équipements de production

- 10.9.1. Formats multi-caméras
- 10.9.2. Le studio et l'équipement

10.10. Clés, techniques et routines de la production multi-caméras

- 10.10.1. Techniques multi-caméras
- 10.10.2. Quelques formats courants

Module 11. Structure du système audiovisuel**11.1. Une introduction aux industries culturelles (I.C.)**

- 11.1.1. Concepts de la culture. Culture-Communication
- 11.1.2. Théorie et évolution de l'I.C.: typologie et modèles

11.2. Industrie cinématographique I

- 11.2.1. Caractéristiques et principaux acteurs
- 11.2.2. Structure du système cinématographique

11.3. Industrie cinématographique II

- 11.3.1. L'industrie cinématographique américaine
- 11.3.2. Sociétés de production indépendantes
- 11.3.3. Problèmes et débats dans l'industrie cinématographique

11.4. Industrie cinématographique III

- 11.4.1. Réglementation du cinéma: État et culture. Politiques de protection et de promotion de la cinématographie
- 11.4.2. Études de cas

11.5. Industrie de la télévision I

- 11.5.1. La télévision économique
- 11.5.2. Modèles fondateurs
- 11.5.3. Transformations

11.6. Industrie de la télévision II

- 11.6.1. L'industrie de la télévision américaine
- 11.6.2. Principales caractéristiques
- 11.6.3. Réglementation des États

11.7. Industrie de la télévision III

- 11.7.1. La télévision de service public en Europe
- 11.7.2. Crises et débats

11.8. Les axes de changement

- 11.8.1. Nouveaux processus dans le secteur audiovisuel
- 11.8.2. Débats sur la réglementation

11.9. Télévision numérique terrestre (TNT)

- 11.9.1. Rôle de l'État et expériences
- 11.9.2. Les nouvelles caractéristiques du système de télévision

11.10. Nouveaux opérateurs dans le paysage audiovisuel

- 11.10.1. Plateformes de services *Over-the-Top* (OTT)
- 11.10.2. Conséquences de leur émergence

Module 12. Production audiovisuelle

12.1. Production audiovisuelle

- 12.1.1. Concepts d'introduction
- 12.1.2. L'industrie audiovisuelle

12.2. L'équipe de production

- 12.2.1. Les professionnels
- 12.2.2. Le producteur et le scénario

12.3. Le projet audiovisuel

- 12.3.1. Gestion de projet
- 12.3.2. Évaluation du projet
- 12.3.3. Présentation du projet

12.4. Modalités de production et de financement

- 12.4.1. Financement de la production audiovisuelle
- 12.4.2. Modes de production audiovisuelle
- 12.4.3. Ressources pour le préfinancement

12.5. L'équipe de production et le découpage du scénario

- 12.5.1. L'équipe de production
- 12.5.2. Le découpage du scénario

12.6. Les lieux de tournage

- 12.6.1. Les lieux
- 12.6.2. Les ensembles

12.7. Contrats de *Casting* et de tournage

- 12.7.1. La distribution ou *Casting*
- 12.7.2. L'essai de *Casting*
- 12.7.3. Contrats, droits et assurances

12.8. Le plan de travail et le budget de l'œuvre audiovisuelle

- 12.8.1. Le plan de travail
- 12.8.2. Budgétisation

12.9. Production de films ou d'enregistrements

- 12.9.1. Préparation du tournage
- 12.9.2. L'équipement et les moyens de tournage

12.10. La post-production et le bilan final de l'œuvre audiovisuelle

- 12.10.1. Montage et post-production
- 12.10.2. Bilan final et exploitation

Module 13. Réalisation de fictions et direction d'acteurs

13.1. La réalisation de la fiction

- 13.1.1. Introduction
- 13.1.2. Le processus et ses outils

13.2. L'optique et la caméra

- 13.2.1. Objectifs et cadrage
- 13.2.2. Mouvement de la caméra
- 13.2.3. Continuité

13.3. Lumière et couleur: aspects théoriques

- 13.3.1. Exposition
- 13.3.2. Théorie des couleurs

13.4. L'éclairage au cinéma

- 13.4.1. Outils
- 13.4.2. L'éclairage comme récit

13.5. Couleur et optique

- 13.5.1. Contrôle des couleurs
- 13.5.2. Optique
- 13.5.3. Contrôle de l'image

13.6. Le travail sur le plateau

- 13.6.1. La liste des plans
- 13.6.2. L'équipage et ses fonctions

13.7. Questions techniques relatives à la réalisation de films

- 13.7.1. Ressources techniques

13.8. La vision des directeurs

- 13.8.1. Les directeurs prennent la parole

13.9. Transformations numériques

- 13.9.1. Les transformations analogiques-numériques dans la photographie cinématographique
- 13.9.2. Le règne de la post-production numérique

13.10. Direction des acteurs

- 13.10.1. Introduction
- 13.10.2. Principales méthodes et techniques
- 10.10.3. Travailler avec des acteurs

Module 14. Industries culturelles et nouveaux modèles économiques de communication**14.1. Les concepts de culture, d'économie, de communication, de technologie, d'IC et d'environnement**

- 14.1.1. Culture, économie, communication
- 14.1.2. Industries culturelles

14.2. Technologie, communication et culture

- 14.2.1. La culture artisanale transformée en marchandise
- 14.2.2. Du spectacle vivant aux arts visuels
- 14.2.3. Musées et patrimoine

14.3. Les grands secteurs des industries culturelles

- 14.3.1. Produits d'édition
- 14.3.2. Le flux C.I
- 14.3.3. Modèles hybrides

14.4. L'ère numérique dans les industries culturelles

- 14.4.1. Industries culturelles numériques
- 14.4.2. Nouveaux modèles à l'ère numérique

14.5. Médias numériques et médias à l'ère numérique

- 14.5.1. Le secteur de la presse en ligne
- 14.5.2. La radio dans l'environnement numérique
- 14.5.3. Particularités des médias à l'ère numérique

14.6. Mondialisation et diversité de la culture

- 14.6.1. Concentration, internationalisation et mondialisation des industries culturelles
- 14.6.2. La lutte pour la diversité culturelle

14.7. Politiques Culturelles et Coopération

- 14.7.1. Politiques culturelles
- 14.7.2. Le rôle des États et des régions des pays

14.8. La diversité musicale dans le nuage

- 14.8.1. Le secteur de la musique aujourd'hui
- 14.8.2. Le cloud
- 14.8.3. Initiatives latino-américaines/latines

14.9. La diversité dans l'industrie audiovisuelle

- 14.9.1. Du pluralisme à la diversité
- 14.9.2. Diversité, culture et communication
- 14.9.3. Conclusions et propositions

14.10. La diversité audiovisuelle sur Internet

- 14.10.1. Le système audiovisuel à l'ère de l'Internet
- 14.10.2. Offres de télévision et diversité
- 14.10.3. Conclusions

Module 15. Gestion et promotion des produits audiovisuels

15.1. Distribution audiovisuelle

- 15.1.1. Introduction
- 15.1.2. Les acteurs de la distribution
- 15.1.3. Les produits du marketing
- 15.1.4. Les domaines de la distribution audiovisuelle
- 15.1.5. Distribution nationale
- 15.1.6. Distribution internationale

15.2. La société de distribution

- 15.2.1. La structure organisationnelle
- 15.2.2. Négociation du contrat de distribution
- 15.2.3. Clients internationaux

15.3. Fenêtres d'exploitation, contrats et ventes internationales

- 15.3.1. Fenêtres d'exploitation
- 15.3.2. Contrats de distribution internationale
- 15.3.3. Ventes internationales

15.4. Marketing cinématographique

- 15.4.1. Marketing cinématographique
- 15.4.2. La chaîne de valeur de la production cinématographique
- 15.4.3. Les supports publicitaires au service de la promotion
- 15.4.4. Outils de lancement

15.5. Les études de marché dans le cinéma

- 15.5.1. Introduction
- 15.5.2. Phase de pré-production
- 15.5.3. Phase de post-production
- 15.5.4. Phase de commercialisation

15.6. Réseaux sociaux et promotion des films

- 15.6.1. Introduction
- 15.6.2. Promesses et limites des réseaux sociaux
- 15.6.3. Les objectifs et leur mesure
- 15.6.4. Calendrier et stratégies de promotion
- 15.6.5. Interpréter ce que disent les réseaux

15.7. Distribution audiovisuelle sur Internet I

- 15.7.1. Le nouveau monde de la distribution audiovisuelle
- 15.7.2. Le processus de distribution sur Internet
- 15.7.3. Produits et possibilités dans le nouveau scénario
- 15.7.4. Nouveaux modes de distribution

15.8. Distribution audiovisuelle sur Internet II

- 15.8.1. Les clés du nouveau scénario
- 15.8.2. Les dangers de la distribution sur Internet
- 15.8.3. La Vidéo *On Demand* (VOD) comme une nouvelle fenêtre de distribution

15.9. De nouveaux espaces pour la distribution

- 15.9.1. Introduction
- 15.9.2. La révolution *Netflix*

15.10. Festivals de cinéma

- 15.10.1. Introduction
- 15.10.2. Le rôle des festivals de films dans la distribution et l'exploitation

Module 16. Genres, formats et programmes télévisés**16.1. Le genre en télévision**

- 16.1.1. Introduction
- 16.1.2. Genres de télévision

16.2. Format de télévision

- 16.2.1. Approche du concept de format
- 16.2.2. Formats de télévision

16.3. Créer la télévision

- 16.3.1. Le processus créatif dans le domaine du divertissement
- 16.3.2. Le processus créatif dans la fiction

16.4. Évolution des formats sur le marché international actuel I

- 16.4.1. Consolidation du format
- 16.4.2. Le format de la télé-réalité
- 16.4.3. Nouveauté en *Reality TV*
- 16.4.4. La télévision numérique terrestre et la crise financière

16.5. Évolution des formats sur le marché international actuel II

- 16.5.1. Marchés émergents
- 16.5.2. Marques mondiales
- 16.5.3. La télévision se réinvente
- 16.5.4. L'ère de la mondialisation

16.6. Vendre le format. Le *Pitching*

- 16.6.1. Vendre un format de télévision
- 16.6.2. Le *Pitching*

16.7. Introduction à la programmation télévisuelle

- 16.7.1. Le rôle de la programmation
- 16.7.2. Facteurs affectant la programmation

16.8. Modèles de programmation télévisuelle

- 16.8.1. États-Unis et Royaume-Uni
- 16.8.2. Espagne

16.9. La pratique professionnelle de la programmation télévisuelle

- 16.9.1. Le département de programmation
- 16.9.2. Programmation pour la télévision

16.10. Recherche d'audience

- 16.10.1. Recherche sur l'audience de la télévision
- 16.10.2. Concepts d'audience et audimat

Module 17. L'audience audiovisuelle**17.1. Les publics dans les médias audiovisuels**

- 17.1.1. Introduction
- 17.1.2. La constitution des audiences

17.2. L'étude des audiences: les traditions I

- 17.2.1. Théorie des effets
- 17.2.2. Théorie des usages et des gratifications
- 17.2.3. Études culturelles

17.3. L'étude des publics: traditions II

- 17.3.1. Études d'accueil
- 17.3.2. Le public des études humanistes

17.4. Les publics dans une perspective économique

- 17.4.1. Introduction
- 17.4.2. Mesure de l'audience

17.5. Théories de la réception

- 17.5.1. Introduction aux théories de la réception
- 17.5.2. Approche historique des études de réception

17.6. Les publics dans le monde numérique

- 17.6.1. Environnement numérique
- 17.6.2. Culture de la communication et de la convergence
- 17.6.3. La nature active des publics
- 17.6.4. Interactivité et participation
- 17.6.5. La transnationalité des publics
- 17.6.6. L'autonomie des publics

17.7. Auditions: les questions essentielles I

- 17.7.1. Introduction
- 17.7.2. Qui sont-ils?
- 17.7.3. Pourquoi consomment-ils?

17.8. Publics: les questions essentielles II

- 17.8.1. Que consomment-ils ?
- 17.8.2. Comment consomment-ils?
- 17.8.3. Avec quels effets ?

17.9. Le modèle du *Engagement* I

- 17.9.1. L'engagement comme métadimension du comportement de l'audience
- 17.9.2. L'évaluation complexe du *Engagement*

17.10. Le modèle du *Engagement* II

- 17.10.1. Introduction Les dimensions du *Engagement*
- 17.10.2. Le *Engagement* et expériences des utilisateurs

17.10.3. Le *Engagement* en tant que réponse émotionnelle du public

- 17.10.4. Le *Engagement* comme résultat de la cognition humaine

17.10.5. Les comportements observables des publics en tant qu'expression du *Engagement*

Module 18. Scénario de télévision: programmes et fictions

18.1. Récit télévisé

- 18.1.1. Concepts et limites
- 18.1.2. Codes et structures

18.2. Les catégories narratives à la télévision

- 18.2.1. Énonciation
- 18.2.2. Personnages
- 18.2.3. Actions et transformations
- 18.2.4. L'espace
- 18.2.5. Le temps

18.3. Genres et formats de télévision

- 18.3.1. Unités narratives
- 18.3.2. Genres et formats de télévision

18.4. Formats de fiction

- 18.4.1. Fiction télévisée
- 18.4.2. Sitcoms
- 18.4.3. Série dramatique
- 18.4.4. Les feuilletons
- 18.4.5. Autres formats

18.5. Le scénario de fiction pour la télévision

- 18.5.1. Introduction
- 18.5.2. La technique

18.6. Drame à la télévision

- 18.6.1. La série dramatique
- 18.6.2. Les feuilletons

18.7. Les séries comiques

- 18.7.1. Introduction
- 18.7.2. La sitcom

18.8. Le scénario de divertissement

- 18.8.1. Le script étape par étape
- 18.8.2. Écrire pour dire

18.9. Écrire le scénario du divertissement

- 18.9.1. Réunion sur le scénario
- 18.9.2. Scénario technique
- 18.9.3. Répartition de la production
- 18.9.4. Le résumé

18.10. Conception de scénarios de divertissement

- 18.10.1. Magazine
- 18.10.2. Programme d'humour
- 18.10.3. Phases du cycle comptable
- 18.10.4. *Talent Show*
- 18.10.5. Documentaire
- 18.10.6. Autres formats



07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

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

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



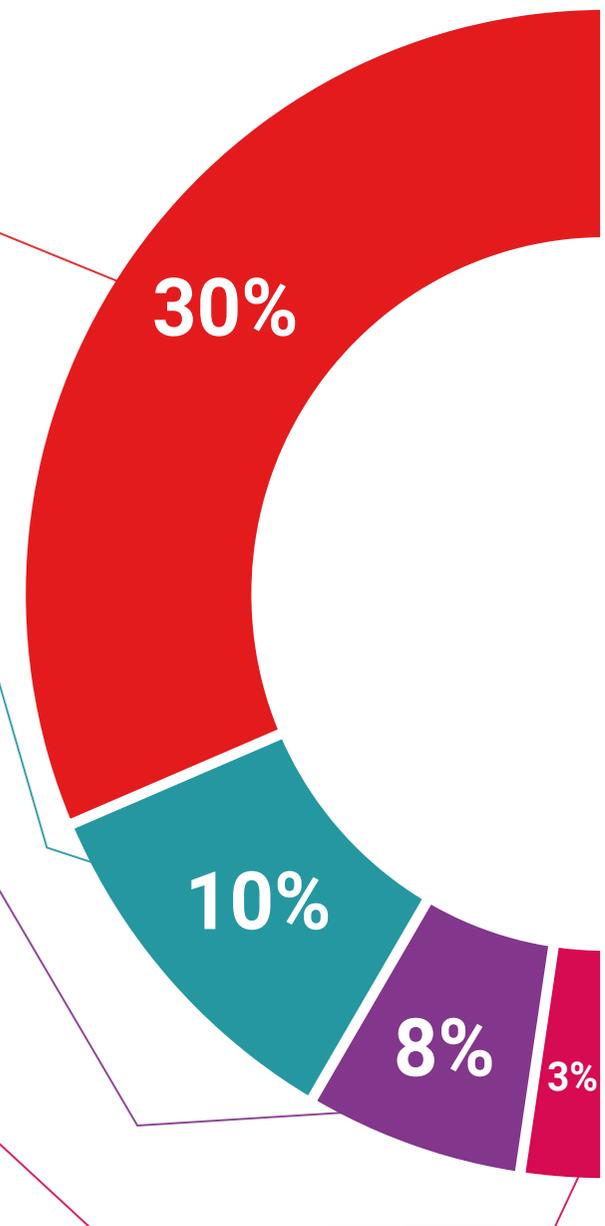
Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le profil des étudiants de TECH Université Technologique est celui de professionnels ayant une formation et une expérience étendues, qui comprennent l'importance de poursuivre leurs études pendant leur vie professionnelle. Dans ce cas précis, il s'agit de professionnels ayant des connaissances préalables en gestion d'entreprise, qui souhaitent élargir leur champ d'action vers l'industrie audiovisuelle, et ils y parviendront grâce à un cursus de haute qualité.





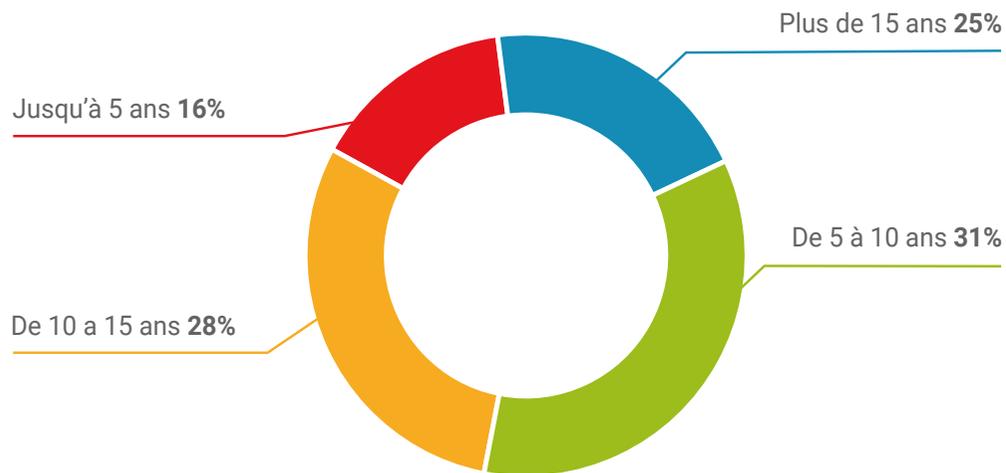
“

Ce programme s'adresse aux personnes désireuses d'améliorer leur employabilité grâce à des programmes d'études de premier ordre"

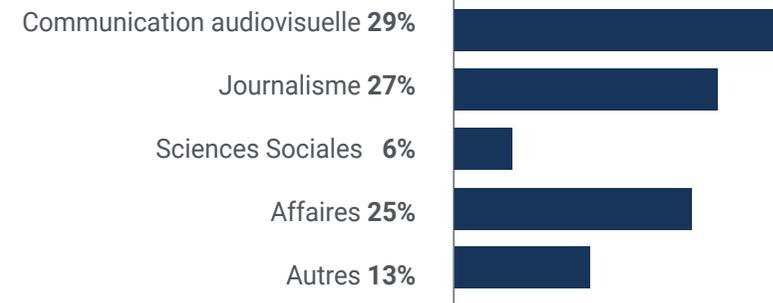
Âge moyenne

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

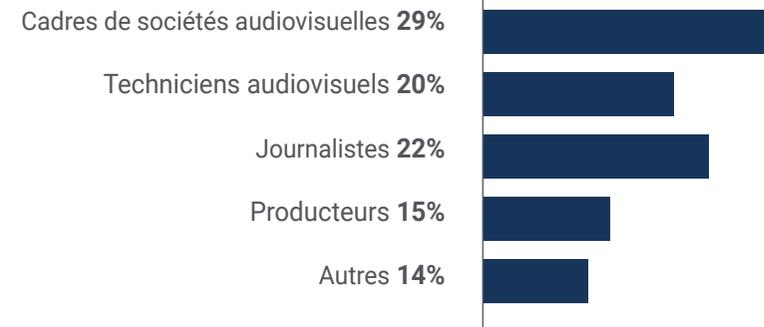
Années d'expérience



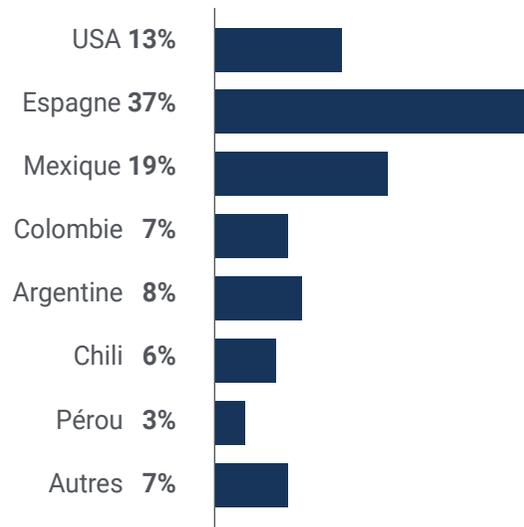
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Martín Rodríguez

Directeur d'une société audiovisuelle

"Ce programme m'a permis de me mettre à jour dans un secteur qui est actuellement très pertinent et dans lequel je songeais à entrer depuis un certain temps. Heureusement, les connaissances acquises dans ce Mastère Avancé m'ont donné l'élan nécessaire pour entreprendre et créer ma propre entreprise. Un pas que je n'aurais pas franchi sans TECH"

09

Direction de la formation

Le corps enseignant chargé du développement de ce Mastère Avancé a été soigneusement sélectionné par TECH en raison de ses hautes compétences en matière de direction, de gestion et de leadership dans le monde de l'industrie audiovisuelle. Les étudiants auront accès à des contenus créés par des professionnels ayant une grande expérience du secteur qui, en outre, partagent les secrets et les méthodes de travail les plus efficaces afin d'atteindre le sommet de la gestion audiovisuelle avec les compétences les plus perfectionnées.



“

Bénéficiez des connaissances et de la vaste expérience professionnelle d'un corps enseignant polyvalent et multidisciplinaire dans le monde de l'Industrie Audiovisuelle"

Directeur invité international

Récompensée par Women We Admire pour son leadership dans le secteur de l'information, Amirah Cissé est une prestigieuse experte en **Communication Audiovisuelle**. En effet, elle a passé la majeure partie de sa carrière professionnelle à gérer des projets internationaux pour des marques de renom, en s'appuyant sur les stratégies de **Marketing** les plus innovantes.

En ce sens, ses compétences stratégiques et sa capacité à intégrer les technologies émergentes dans des contenus multimédias narratifs de manière avant-gardiste lui ont permis de faire partie d'institutions renommées à l'échelle mondiale. Par exemple, **Google, NBCUniversal ou Frederator Networks à New York**. Ainsi, son travail s'est concentré sur la création de campagnes de communication pour diverses entreprises, générant des **contenus audiovisuels** hautement créatifs qui établissent une connexion émotionnelle avec le public. Grâce à cela, de nombreuses entreprises ont pu fidéliser les consommateurs sur une longue période, tout en renforçant leur présence sur le marché et en assurant leur viabilité à long terme.

Sa vaste expérience professionnelle va de la **production de programmes télévisés** à la création de **techniques de marketing** sophistiquées, en passant par la gestion de contenus visuels sur les principaux **réseaux sociaux**. Parallèlement, elle est considérée comme une véritable **stratège** qui identifie les opportunités culturellement pertinentes pour les clients. Ce faisant, elle a développé des tactiques alignées sur les attentes et les besoins du public, permettant aux organisations de mettre en œuvre des solutions rentables.

Fermelement attachée à l'avancement de l'industrie Audiovisuelle et à l'excellence dans sa pratique quotidienne, elle a combiné ces fonctions avec son rôle de **Chercheuse**. Elle a rédigé de nombreux articles scientifiques spécialisés dans des domaines émergents tels que la dynamique du **comportement des utilisateurs** sur Internet, l'impact des **sports électroniques** dans le domaine du divertissement ou encore les dernières tendances en matière d'amélioration de la **créativité**.



Mme Cissé, Amirah

- Directrice de la Stratégie Clientèle Globale pour NBCUniversal à New York, États-Unis
- Experte en Stratégie chez Horizon Media, New York
- Gestionnaire de l'Engagement chez Google, Californie
- Stratège Culturelle chez Spaks & honey, New York
- Gestionnaire de Compte chez Reelio, New York
- Coordinatrice de Compte chez Jun Group, New York
- Spécialiste en Stratégie de Contenu chez Frederator Networks, New York
- Chercheuse à la Société Généalogique et Biographique de New York
- Stage Universitaire en Sociologie et Anthropologie à l'Université de Kanda Gaigo
- Licence en Beaux-Arts avec spécialisation en Sociologie au Williams College
- Certification en : Formation en Leadership et Coaching Exécutif, Recherche en Marketing

“

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

Direction



M. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ Responsable du Secteur International/Juridique chez Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.U
- ♦ Legal manager en Avalon Biz Consulting
- ♦ Formateur Rgpd-ESFOCC École Supérieure de Formation et Qualification des Canaries
- ♦ Conseiller juridique à Transports Interurbains de Tenerife S.A.U.
- ♦ Licence en Droit de l'Université de La Laguna
- ♦ Expert en Gestion du Travail de l'École Européenne de Direction et d'Entreprise Madrid
- ♦ Diplôme en Gestion des Connaissances des Entreprises de l'Université Rey Juan Carlos I
- ♦ MBA Master en Administration et Gestion des Entreprises à l'Université Européenne des Canaries

Professeurs

M. González, Alexis

- ♦ Directeur Financier de la banque Cajasiete à Tenerife, Iles Canaries
- ♦ Cofondateur du club d'investissement boursier de la faculté des études commerciales
- ♦ Licence en Gestion et Administration des Entreprises de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria
- ♦ Diplômé en études commerciales de l'université de Las Palmas de Gran Canaria
- ♦ Master en Fiscalité et Conseil fiscal par le Centro de Estudios Financieros en collaboration avec l'Association Espagnole des Conseillers Fiscaux
- ♦ Master Exécutif en Gestion Financière et Finance Avancée de l'Institut Supérieur en Techniques et Pratiques Bancaires
- ♦ Expert en Planification Financière et Contrôle de Gestion dans le secteur bancaire pour les Analystes Financiers Internationaux (AFI)
- ♦ Expert en Développement des Cadres en Gestion de Portefeuille par International Financial Analysts (AFI)



09

Impact sur votre carrière

Ce programme TECH est absolument indispensable pour tous les professionnels du monde des affaires qui souhaitent donner un nouveau tournant à leur carrière, en se spécialisant dans un domaine complexe et très intense comme celui des entreprises audiovisuelles. Un Mastère Avancé qui inclut les aspects les plus pertinents dans ce domaine, et qui marquera un plus de qualité dans le CV des étudiants. Sans aucun doute, l'opportunité qu'ils attendaient pour améliorer leur carrière.



“

Grâce à ce programme, vous apprendrez à gérer avec succès des entreprises audiovisuelles”

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

Le Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions d'affaires, tant au niveau national qu'international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

Par conséquent, ceux qui souhaitent s'améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, trouveront leur place à TECH.

Générer un changement positif.

Un grand pourcentage de nos étudiants réussissent à trouver un emploi après avoir étudié avec nous.

Si vous souhaitez apporter un changement positif dans votre profession, ne manquez pas l'occasion de vous spécialiser dans TECH.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



10

Bénéfices pour votre entreprise

Ce programme TECH a été conçu en tenant compte des besoins de formation des professionnels de la haute direction des entreprises audiovisuelles, mais aussi de ce que les étudiants pourront apporter aux entreprises dans lesquelles ils travaillent. Par conséquent, il s'agira d'un avantage concurrentiel non seulement pour les étudiants eux-mêmes, en leur offrant une plus grande employabilité, mais aussi pour les entreprises, où ils pourront apporter toute leur valeur et leurs connaissances.





“

Apportez aux entreprises audiovisuelles dans lesquelles vous travaillez un nouveau modèle de gestion plus moderne et plus compétitif”

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

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

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

02

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

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

03

Former des agents du changement

Le manager sera capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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



05

Développement de projets propres

Vous le directe pourra travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou du développement commercial de votre entreprise.

06

Augmentation de la compétitivité

Ce Mastère Avancé dotera les étudiants des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation.

11 Diplôme

Le Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme Mastère Avancé délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé en Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle**
N.º d'heures officielles: **3.000 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Mastère Avancé Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Avancé

Direction Générale de l'Industrie Audiovisuelle

