Mastère Avancé

Gestion Financière Supérieure

MAGFS

tech université technologique

tech université technologique

Mastère Avancé
Gestion Financière Supérieure

- Modalité: **en ligne**
- Durée: **2 ans**
- Qualification: **TECH Université Technologique**
- Horaire: **à votre rythme**
- Examens: **en ligne**

Accès au site web: **www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-gestion-financiere-superieure**

Sommaire

01
Présentation
Page 4

02
Pourquoi étudier à TECH?
Page 8

03
Programme d'études
Page 12

04
Objectifs
Page 32

05
Opportunités de carrière
Page 38

06
Méthodologie d'étude
Page 42

07
Corps Enseignant
Page 52

08
Diplôme
Page 74

01

Présentation

La Gestion Financière Supérieure est actuellement confrontée à des défis sans précédent en raison de l'évolution rapide des marchés financiers, de la numérisation et des exigences croissantes en matière de transparence et de responsabilité des entreprises. En ce sens, la capacité des professionnels à s'adapter à cet environnement dynamique est fondamentale pour réussir professionnellement. C'est pourquoi TECH lance un diplôme universitaire en ligne innovant axé sur les dernières tendances dans le domaine de la Gestion Financière Supérieure, qui garantira que les diplômés contribuent à la création de valeur et à la durabilité des organisations.

Avec ce Mastère Avancé 100% en ligne, vous exécuterez des stratégies financières innovantes qui optimiseront la rentabilité et l'efficacité opérationnelle"

Dans un environnement commercial caractérisé par la mondialisation et l'incertitude économique, la Gestion Financière Supérieure est cruciale pour assurer la viabilité et la croissance des entreprises. Les directeurs financiers jouent un rôle clé dans la prise de décisions stratégiques, la planification des investissements, la gestion des risques et la maximisation de la valeur actionnariale. Les experts doivent donc intégrer dans leur pratique les techniques les plus modernes pour guider avec succès les organisations vers la durabilité économique, en utilisant des outils analytiques et décisionnels avancés.

Dans ce contexte, TECH présente un Mastère Avancé révolutionnaire en Gestion Financière Supérieure. Conçu par des experts de premier plan dans ce domaine, l'itinéraire académique approfondira des sujets allant des fondamentaux du *management* exécutif ou des méthodes permettant d'optimiser de manière significative la comptabilité financière à l'identification précoce des risques tels que la volatilité du marché ou les fluctuations des taux de change. Les diplômés seront ainsi dotés des compétences nécessaires pour prendre des décisions financières stratégiques, gérer efficacement les ressources et assurer la stabilité financière à long terme.

La méthodologie de ce programme renforce sa nature innovante. TECH offre un environnement éducatif 100 % en ligne, adapté aux besoins des professionnels qui cherchent à faire progresser leur carrière. Il utilise également la méthodologie *Relearning*, basée sur la répétition de concepts clés pour fixer les connaissances. Ainsi, la combinaison de la flexibilité et d'une approche pédagogique solide le rend très accessible. En outre, les experts auront accès à une bibliothèque didactique contenant une variété de ressources multimédias sous différents formats, tels que des résumés interactifs, des vidéos explicatives et des infographies. En outre, le programme comprendra des *Masterclasses* exhaustives données par d'excellents Directeurs Invités Internationaux.

Ce **Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure** contient le programme 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 Gestion Financière Supérieure
- Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- Le développement d'études innovant sur la pratique financière
- 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

Un Directeur Invité International de renom donnera des Masterclasses complètes pour approfondir les dernières innovations dans le domaine de la Gestion Financière Supérieure"

Vous serez en mesure de gérer la structure du capital de l'entreprise, en optimisant la combinaison entre dettes et capitaux propres afin de maximiser l'efficacité financière"

Vous manipulerez des techniques avancées telles que l'analyse des flux de trésorerie actualisés pour évaluer les projets d'investissement.

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

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Finance, qui apportent l'expérience de leur travail à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

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

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

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 est leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99 %. Elle dispose également 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 chez TECH"

La meilleure université en ligne 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'il a récemment déclaré dans un long article de son édition numérique dans lequel il se fait l'écho de la success story 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".

Un corps professoral international de premier plan

Le corps enseignant de TECH est composé de plus de 6 000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des cadres supérieurs de multinationales, dont Isaiah Covington, entraîneur de performance des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au MetaLAB de Harvard, 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 le plus grand établissement d'enseignement, avec le meilleur et le plus vaste catalogue d'enseignement 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 dix langues différentes, ce qui fait de nous la plus grande institution éducative au monde.

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

TECH propose les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des cursus qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. De même, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir aux étudiants l'avant-garde académique et les compétences professionnelles les plus demandées. De cette manière, les diplômes de l'université fournissent 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 diplômes. Il s'agit de la meilleure méthode d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement délivrées 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 ligue majeure de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs, ainsi qu'une grande variété de ressources éducatives axées sur les affaires de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et fait appel à des conférenciers exceptionnels: des professionnels issus du monde du sport qui apportent leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

Leaders en matière d'employabilité

TECH a réussi à devenir la première université en termes d'employabilité. 99 % de ses étudiants trouvent un emploi dans le domaine académique qu'ils ont étudié, un an après avoir terminé l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire d'entre eux bénéficient d'une amélioration immédiate de leur 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 place également cette université parmi les entreprises technologiques les plus avant-gardistes au monde.

L'université la mieux évaluée par ses étudiants

Le site d'évaluation Global score a positionné TECH comme l'université la mieux notée au monde par ses étudiants. Ce portail d'évaluation, le plus fiable et le plus prestigieux car il vérifie et valide l'authenticité de chaque avis publié, a attribué à TECH sa note la plus élevée, 4,9 sur 5, sur la base de plus de 1 000 avis reçus. Ces chiffres placent TECH comme la référence internationale absolue en matière d'université.

03

Programme d'études

Ce diplôme universitaire permet aux professionnels d'acquérir une connaissance approfondie des principes fondamentaux de la Gestion Financière Supérieure. À cette fin, le programme d'études abordera des sujets allant des particularités du *management* exécutif ou des techniques sophistiquées d'étude de marché à la mise en œuvre d'outils technologiques de pointe pour détecter les risques financiers à un stade précoce.

Vous maîtriserez les réglementations financières internationales, ce qui vous permettra d'assurer à la fois la conformité légale et la mise en œuvre des bonnes pratiques de gouvernance"

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 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 les entreprises
- 1.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises

1.3. *Crosscultural 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 direction
- 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 moralité
- 1.5.2. Éthique des affaires
- 1.5.3. Leadership et éthique dans les entreprises

1.6. Durabilité
- 1.6.1. Durabilité et développement durable
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Les entreprises durables

1.7. Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.7.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.7.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des entreprises

1.8. Systèmes et outils de gestion responsables
- 1.8.1. RSE: Mise en la 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 de la Responsabilité Sociale des Entreprises

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. Orientation stratégique et *management* directif

2.1. Analyse et conception organisationnelle
- 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. Conception des organisations: typologies

2.2. Stratégie d'entreprise
- 2.2.1. Stratégie d'entreprise concurrentielle
- 2.2.2. Stratégies de Croissance: typologies
- 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 la planification stratégique

2.4. Réflexion stratégique
- 2.4.1. L'entreprise comme système
- 2.4.2. Concept d'organisation

2.5. Diagnostic financier
- 2.5.1. Concept de diagnostic financier
- 2.5.2. Les 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. Schémas 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. Concepts de la 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* directif
- 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* directif
- 2.11.2. *Management* directif. Le rôle du conseil d'administration et les outils de gestion d'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. Le 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. Gestion 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 Ressources Humaines
- 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
- 3.4.3. Direction stratégique des Ressources Humaines

3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des Ressources Humaines
- 3.5.1. Approche en matière de recrutement et de 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. La 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* dans les ressources humaines
- 3.12.2. Personal Branding pour les professionnels des Ressources Humaines

3.13. Développer des équipes performantes
- 3.13.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
- 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

3.14. Développement des compétences managériales
- 3.14.1. Que sont les compétences de gestion?
- 3.14.2. Éléments des compétences
- 3.14.3. Connaissances
- 3.14.4. Compétences 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. Avoir un objectif clair
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification

3.16. Gestion du changement
- 3.16.1. Gestion du changement
- 3.16.2. Type de processus de gestion du changement
- 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 de conflits
- 3.17.3. Gestion de crise

3.18. Communication managériale
- 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
- 3.18.2. Département de Communication
- 3.18.3. Le responsable de communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

3.19. Gestion des Ressources Humaines et des équipes de Prévention des Risques Professionnels
- 3.19.1. Gestion des Ressources Humaines et 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 rétention des talents

3.21. Compensation monétaire vs. non-monétaire
- 3.21.1. Compensation monétaire vs. 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. Nouveaux défis du 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. Les 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. Les passifs de l'entreprise
- 4.3.4. La valeur nette de l'entreprise
- 4.3.5. Le compte de résultats

4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
- 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
- 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et 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. *Gestion du crédit*

4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
- 4.8.1. Concepts fiscaux de base
- 4.8.2. 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. Gestion Financière
- 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 4.10.2. Le Département Financier
- 4.10.3. Excédents de trésorerie
- 4.10.4. 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. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 4.11.4. Le tableau des *cash flow*
- 4.11.5. Le tableau du 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 financiers de l'entreprise

4.13. Contexte macroéconomique
- 4.13.1. Contexte macroéconomique
- 4.13.2. Indicateurs économiques
- 4.13.3. Mécanismes de contrôle des amplitudes macroéconomiques
- 4.13.4. Les 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. Le marché des titres à revenu fixe
- 4.15.3. Le marchés des actions
- 4.15.4. Le marché des changes
- 4.15.5. Le marché des 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 d'industrie de design et textile, 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 opérationnelle

5.2. Organisation industrielle et logistique
- 5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle

5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)
- 5.3.1. Système 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 des achats d'une entreprise de manière efficace
- 5.4.5. Étapes du processus de la 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 et dépenses réelles
- 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire

5.6. Contrôle des opérations de stockage
- 5.6.1. Contrôle de l'inventaire
- 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. Typologies de la chaîne d'approvisionnement
- 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
- 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne 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
- 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 5.9.3. Schémas de demande
- 5.9.4. La stratégie opérationnelle et le changement

5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs
- 5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement
- 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
- 5.10.3. Problèmes d'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 de la chaîne logistique
- 5.12.3. Indicateurs de 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: carte des processus
- 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus

5.14. Distribution et logistique des transports
- 5.14.1. Distribution de la chaîne d'approvisionnement
- 5.14.2. Logistique des transports
- 5.14.3. Systèmes d'information géographique au service de la logistique

5.15. Logistique et clients
- 5.15.1. Analyse de la demande
- 5.15.2. Prévision de la demande et 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'outsourcing 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 avantages concurrentiels

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. Gouvernance d'Entreprise en matière de technologies et de systèmes d'information
- 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
- 6.4.3. Responsables des systèmes d'information: rôles et fonctions

6.5. Planification stratégique des systèmes d'information
- 6.5.1. Planification stratégique des systèmes d'information
- 6.5.3. 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 communication
- 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 BD et composition des rapports

6.8. *Business Intelligence 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. Cybersécurité en BI et *Data Science*

6.9. Nouveau concept commercial
- 6.9.1. Pourquoi la BI?
- 6.9.2. 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 Projet 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 gestion d'entreprise
- 6.12.2. Applications pour la gestion d'entreprise
- 6.12.3. Systèmes *Enterpise Resource Planning* ou ERP

6.13. Transformation Numérique
- 6.13.1. Cadre conceptuel de la la transformation numérique
- 6.13.2. Transformation numérique; éléments clés, bénéfices et inconvénients
- 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises

6.14. Technologies et tendances
- 6.14.1. Principales tendances dans le domaine de la technologie qui changent les modèles commerciaux
- 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes

6.15. *Outsourcing* de TI
- 6.15.1. Cadre conceptuel du *outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* de TI et son impact dans les affaires
- 6.15.3. Clés pour la mise en place de projets d'entreprise de *outsourcing* de TI

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 commerciale
- 7.1.3. Le rôle des directeurs 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 e-commerce
- 7.4.2. Marketing numérique et moyen qu'il utilise
- 7.4.3. Commerce électronique. Contexte général
- 7.4.4. Catégories du commerce électronique
- 7.4.5. Avantages et inconvénients du *e-Commerce* face 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 numériques
- 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 la marque
- 7.6.2. *Branded content & storytelling*

7.7. Stratégies du Marketing Numérique
- 7.7.1. Définir la stratégie de marketing numérique
- 7.7.2. Outil de la stratégie du Marketing numérique

7.8. Marketing numérique 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 pour créer un plan de Marketing en ligne
- 7.10.3. Avantages de disposer d'un plan de Marketing en ligne

7.11. Blended marketing
- 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended* Marketing?
- 7.11.2. Différence entre le Marketing en ligne et offline
- 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. Recommandatrions en *Blended* Marketing
- 7.11.6. Bénéfices du *Blended* 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 avec l'organisation
- 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation
- 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 7.13.5. Éléments de communication
- 7.13.6. Problèmes de communication
- 7.13.7. Scénario de la 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 Ressources Humaines
- 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* en ligne

Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

8.1. Étude de marché
- 8.1.1. Étude de marchés: origine historique
- 8.1.2. Analyse du cadre conceptuel des études de marchés
- 8.1.3. Éléments clés et contribution de valeur de l'étude de marchés

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

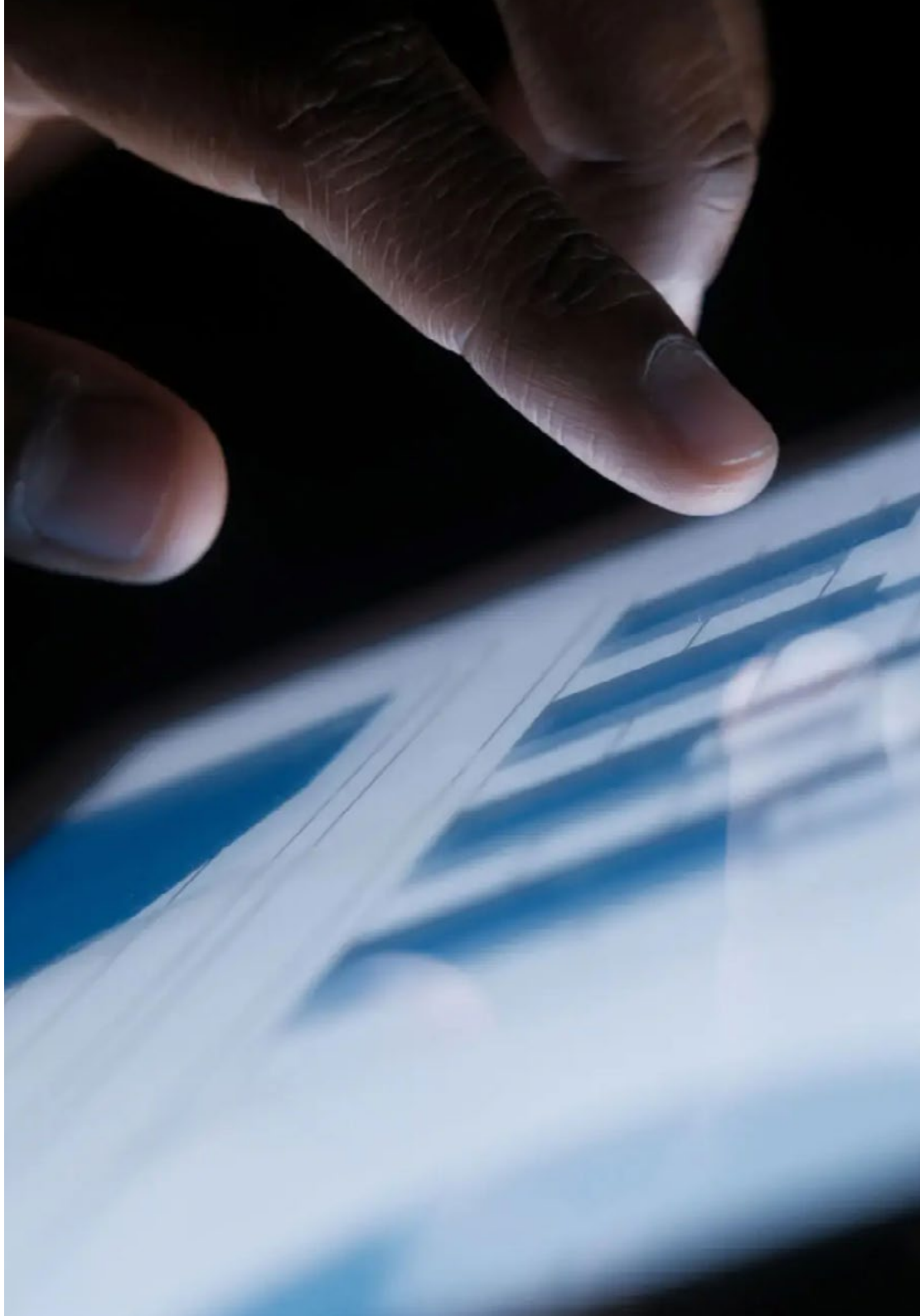
8.4. Segmentation du marché
- 8.4.1. Concept de la segmentation du marché
- 8.4.2. Utilité et exigences de la segmentation
- 8.4.3. Segmentation des marchés de consommation
- 8.4.4. Segmentation des marchés industriels
- 8.4.5. Stratégies de segmentation
- 8.4.6. Segmentation sur la base des critères 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 d'étude

8.6. L'étude des marchés internationaux
- 8.6.1. Étude des marchés internationaux
- 8.6.2. Processus d'étude de marchés internationaux
- 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les études de marchés Internationaux

8.7. Études de faisabilité
- 8.7.1. Concept et utilité
- 8.7.2. Schéma d'études de faisabilité
- 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité

8.8. Publicité
- 8.8.1. Antécédents historiques de la Publicité
- 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité ; principes, concept de *briefing* et de positionnement
- 8.8.3. Agences de publicité, agences de médias et professionnelles 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 stratégiques du Marketing
- 8.9.4. Décisions opérationnelles de Marketing

8.10. *Stratégies de promotion et* merchandising
- 8.10.1. Communication de 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. Plan de 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 concurentielle commerciale entreprise/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. Les enjeux psychologiques de 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. Outils décisionnels et analytiques
- 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 des réseaux commerciaux propres et externes
- 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des commerciaux en se basant sur l'information

8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
- 8.16.1. Recrutement de ses propres représentants commerciaux et d'agents commerciaux
- 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
- 8.16.3. Le code de déontologie du personnel commercial
- 8.16.4. Conformité:
- 8.16.5. Normes commerciales de consuite 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. Seuil de rentabilité
- 8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de gestion et du plan de vente annuel
- 8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques commerciales
- 8.18.4. Gestion du cycle, des rotations, de la rentabilité et des liquidités
- 8.18.5. Compte de résultat

Module 9. Innovation et gestion de projets

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 les *startups*
- 9.3.1. Concept de *startup*
- 9.3.2. Philosophie *Lean Startup*
- 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
- 9.3.4. Le rôle d'un gestionnaire de projets dans une *startup*

9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise
- 9.4.1. conceptuelle d'un un modèle d'entreprise
- 9.4.2. Conception validation de modèle économique

9.5. Direction et gestion des Projets
- 9.5.1. Gestion de projets: identification des opportunités de développer des projets d'innovation au sein de l'entreprise
- 9.5.2. Principales étapes ou phases de la conduite et de la gestion des projets 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. La 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 des communications
- 9.7.3. Tendances émergentes
- 9.7.4. Adaptation à l'équipe
- 9.7.5. Planification de la gestion des communications
- 9.7.6. Gestion des communications
- 9.7.7. Surveiller les communications

9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes
- 9.8.1. Méthodologies d'innovation
- 9.8.2. Principes de base du Scrum
- 9.8.3. Différences entre les aspectsw principaux du 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 dix principaux motifs pour lesquels échouent les *start-ups*

9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets
- 9.10.1. Planification des risques
- 9.10.2. Éléments de création d'un plan de gestion des risques
- 9.10.3. Outils de création d'un plan de gestion des risques
- 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

Module 10. *Management* directif

10.1. *General Management*
- 10.1.1. Concept *General Management*
- 10.1.2. L'action du *Manager* 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 la communication Interpersonnelle
- 10.5.3. La communication dans les organisations
- 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: contenu et calendrier

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. *Branding* personnel
- 10.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 10.9.2. Lois du *branding* personal
- 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 du leader
- 10.10.3. Gestion des processus de changement
- 10.10.4. Gestion d'équipes multiculturelles

Module 11. Compétences en gestion et en leadership

11.1. Les personnes dans les organisations
- 11.1.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
- 11.1.2. Groupes de travail et direction des réunions
- 11.1.3. Coaching et gestion d'équipes
- 11.1.4. Gestion de l'égalité et de la diversité

11.2. Gestion des talents
- 11.2.1. Gestion du capital humain
- 11.2.2. Environnement, stratégie et mesures
- 11.2.3. L'innovation dans la gestion des personnes

11.3. Développement de la gestion et le leadership
- 11.3.1. Leadership et styles de leadership
- 11.3.2. Motivation
- 11.3.3. Intelligence émotionnelle
- 11.3.4. Capacités et compétences du dirigeant 2.0.
- 11.3.5. Réunions efficaces

11.4. Gestion du changement
- 11.4.1. Analyse des performances
- 11.4.2. Faire face au changement. Résistance au changement
- 11.4.3. Gestion des processus de changement
- 11.4.4. Gestion d'équipes multiculturelles

11.5. Communication stratégique
- 11.5.1. Communication interpersonnelle
- 11.5.2. Compétences communicatives et l'influence
- 11.5.3. Communication interne et des plans de communication complets
- 11.5.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

11.6. Négociation et gestion des conflits
- 11.6.1. Techniques de négociation efficaces
- 11.6.2. Conflits interpersonnels
- 11.6.3. Négociation interculturelle

Module 12. Marketing *management* et opérations

12.1. Marketing,*management*
- 12.1.1. *The customer relationship cycle*
- 12.1.2. Individualisation vs. standardisation
- 12.1.3. *CRM applications and data mining*

12.2. Stratégie et plan de Marketing
- 12.2.1. Étude de marché
- 12.2.2. *Digital Marketing and integrated communications*
- 12.2.3. *Mobile* Marketing

12.3. *Customer relationship management*
- 12.3.1. Sélection du marché , cible et positionnement du produit
- 12.3.2. Création du plan de Marketing
- 12.3.3. Conception et gestion de la chaîne de distribution

12.4. Internationalisation et stratégies de Marketing *Mondial*
- 12.4.1. *The customer relationship cycle*
- 12.4.2. *Individualisation vs. Normalisation*
- 12.4.3. *CRM applications and data mining*

12.5. Gestion commerciale et gestion des ventes
- 12.5.1. Planification des campagnes de vente
- 12.5.2. Organisation des ventes et équipe de vente
- 12.5.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs

12.6. *Supply Chain Management*
- 12.6.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 12.6.2. Changement de la structure de la demande
- 12.6.3. Changement de la stratégie d'exploitation
- 12.6.4. Processus logistiques

12.7. Concurrence des opérations
- 12.7.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel dans l'entreprise
- 12.7.2. Technologies et sciences émergentes
- 12.7.3. Systèmes d'information dans les opérations

12.8. *Business Information Systems*
- 12.8.1. *Project Management*
- 12.8.2. *Social Media Management* et *Digital Business*
- 12.8.3. Business Intelligence

Module 13. Comptabilité financière

13.1. Éléments et formulation des comptes annuels
- 13.1.1. Bilan, compte de profits et pertes et annexe aux comptes annuels
- 13.1.2. État des variations des capitaux propres
- 13.1.3. Tableau des flux de trésorerie
- 13.1.4. Normes relatives à l'établissement des comptes annuels
- 13.1.5. Formats des états financiers

13.2. Critères d'évaluation
- 13.2.1. Coût historique
- 13.2.2. Juste valeur
- 13.2.3. Valeur nette réalisable
- 13.2.4. Valeur d'usage
- 13.2.5. Valeur comptable ou dans les livres
- 13.2.6. Comptabilité créative

13.3. Immobilisations corporelles et incorporelles
- 13.3.1. Règles et formes d'acquisition
- 13.3.2. Amortissements
- 13.3.3. Pertes de valeur ou de cession
- 13.3.4. Immeubles de placement

13.4. Instruments financiers
- 13.4.1. Actifs financiers
- 13.4.2. Passifs financiers
- 13.4.3. Évaluation, identification et gestion des risques
- 13.4.4. Opérations de couverture et de négociation
- 13.4.5. Comptabilisation des Instruments de capitaux propres

13.5. Étude et évaluation des fonds propres
- 13.5.1. Les capitaux propres dans le bilan
- 13.5.2. Subventions, dons et legs
- 13.5.3. Capitaux propres et ajustements pour les changements de valeur

13.6. Opérations de restructuration
- 13.6.1. Fusions
- 13.6.2. Scissions
- 13.6.3. Contributions non monétaires
- 13.6.4. Échanges de valeur

13.7. Impôt sur les bénéfices
- 13.7.1. Structure de l'Impôt sur les Sociétés
- 13.7.2. Calcul et comptabilisation de la charge d'Impôt accumulée sur les Sociétés
- 13.7.3. Différences permanentes et temporaires

13.8. Transactions en devises étrangères
- 13.8.1. Monnaie fonctionnelle et monnaie de présentation
- 13.8.2. Évaluation des éléments monétaires et non monétaires
- 13.8.3. Écarts temporaires sur opérations de change

Module 14. Comptabilité de gestion

14.1. Principes de base de la comptabilité de gestion
- 14.1.1. Objectifs de base de la comptabilité de gestion
- 14.1.2. Caractéristiques qualitatives de l'information comptable
- 14.1.3. Évolution de la comptabilité de gestion

14.2. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
- 14.2.1. Éléments du calcul des coûts
- 14.2.2. Le *stock* en comptabilité générale et analytique
- 14.2.3. Dépenses en général et comptabilité analytique
- 14.2.4. Classification des coûts

14.3. Analyse coût-volume des opérations-profit
- 14.3.1. Caractéristiques et hypothèses de la méthode coût-volume-profit
- 14.3.2. *Break-Even Point*
- 14.3.3. Marge de sécurité
- 14.3.4. Situations d'incertitude dans l'analyse coût-volume-bénéfice

14.4. Systèmes d'information et *Business Intelligence*
- 14.4.1. Principes fondamentaux et classification
- 14.4.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
- 14.4.3. Choix du centre de coûts et de l'effet

14.5. *Direct costing*
- 14.5.1. Résultats analytiques du *direct costing* en tant qu'outil de gestion
- 14.5.2. Coûts fixes et variables: classification
- 14.5.3. Marge semi-gros pour l'étude de la productivité
- 14.5.4. Étude du bilan analytique

14.6. Contrôle budgétaire
- 14.6.1. Planification et contrôle du budget
- 14.6.2. Budgets opérationnels
- 14.6.3. Méthodes de budgétisation
- 14.6.4. Contrôle budgétaire et écarts

14.7. Coûts standard
- 14.7.1. Définition et types de coûts standard
- 14.7.2. Budgétisation flexible des charges indirectes
- 14.7.3. Centre de coûts complets et modèle de coûts complets
- 14.7.4. Variations dans la méthode du coût standard

14.8. La prise de décision en comptabilité de gestion
- 14.8.1. Organisation de la production et prise de décision concernant le calcul des coûts
- 14.8.2. Analyse des états économiques et financiers et de leur impact sur les décisions des entreprises
- 14.8.3. Information financière pour la prise de décision à court et à long terme
- 14.8.4. Traitement de l'incertitude dans la prise de décision
- 14.8.5. Planification et analyse des coûts pour un avantage concurrentiel

Module 15. Planification stratégique et contrôle de gestion

15.1. Contrôle de gestion
- 15.1.1. Politique financière et croissance
- 15.1.2. L'information comme outil de contrôle de gestion
- 15.1.3. Le contrôle de gestion en tant que système de planification et de gestion
- 15.1.4. Fonctions du *controller*
- 15.1.5. Champ d'application du contrôle de gestion

15.2. Information financière et décisions de gestion
- 15.2.1. Comptabilité financière et légale
- 15.2.2. Comptabilité analytique ou des coûts
- 15.2.3. Contrôle de la comptabilité

15.3. Gestion de la trésorerie
- 15.3.1. Fonds de roulement comptable et besoins en fonds de roulement
- 15.3.2. Calcul des besoins de trésorerie d'exploitation
- 15.3.3. Credit Management
- 15.3.4. Gestion de fonds, de patrimoine et de *Family Offices*

15.4. Cash Management
- 15.4.1. Financement bancaire du fonds de roulement
- 15.4.2. Organisation du service de la trésorerie
- 15.4.3. Gestion centralisée de la trésorerie

15.5. Planification et contrôle des centres de responsabilité
- 15.5.1. Conception d'un système de contrôle de gestion
- 15.5.2. Déviations dans le contrôle de gestion

15.6. Le processus de formulation et de planification stratégiques
- 15.6.1. Formulation et contenu du plan stratégique
- 15.6.2. *Balanced scoredcard*
- 15.6.3. Terminologie et concepts de base

15.7. Planification organisationnelle
- 15.7.1. Unités commerciales et prix de transfert
- 15.7.2. Sites de fabrication, de production, d'assistance et de vente
- 15.7.3. Fonctions et responsabilités du MBA en Gestion Financière (CFO, *Chief Financial Officer*)

15.8. Les indicateurs comme outil de contrôle
- 15.8.1. Tableau de bord
- 15.8.2. Nombre et format des indicateurs
- 15.8.3. Planification stratégique

Module 16. Banque et marchés financiers

16.1. L'environnement économique et les marchés financiers
- 16.1.1. Mesurer l'activité financière
- 16.1.2. Principaux agrégats financiers
- 16.1.3. Marchés et contrôle des flux financiers
- 16.1.4. La crise financière actuelle

16.2. Gestion des banques
- 16.2.1. Titrisation
- 16.2.2. Produits dérivés et structurés
- 16.2.3. Financement syndiqué
- 16.2.4. Étude de la rentabilité obtenue

16.3. Instruments et marchés financiers
- 16.3.1. Revenu fixe Évaluation et fixation du prix
- 16.3.2. Actions
- 16.3.3. Dérivés
- 16.3.4. Fonds d'investissement

16.4. Analyse et planification financières
- 16.4.1. Analyse du bilan
- 16.4.2. Analyse du compte de résultat
- 16.4.3. Analyse de la rentabilité

16.5. Produits financiers
- 16.5.1. Actifs publics et mixtes à revenu fixe
- 16.5.2. Actifs à taux variable
- 16.5.3. Produits financiers dérivés
- 16.5.4. Produits financiers structurés

16.6. Placement collectif
- 16.6.1. Produits financiers d'investissement collectif
- 16.6.2. Placement collectif international

16.7. Gestion de portefeuilles
- 16.7.1. Théorie du portefeuille
- 16.7.2. Styles de gestion des titres à revenu fixe et des actions
- 16.7.3. Styles de gestion de portefeuille mixtes
- 16.7.4. Techniques de *Asset Allocation*

16.8. Banque privée
- 16.8.1. Banque Privée ou gestion de patrimoine
- 16.8.2. Investissement de *retail* et investissement institutionnel
- 16.8.3. Actifs et structures différenciés

Module 17. Risque financier et finance d'entreprise

17.1. Gestion financière et finance d'entreprise
- 17.1.1. Gestion d'entreprise et création de valeur
- 17.1.2. Structure du capital et levier financier
- 17.1.3. Coût moyen pondéré du capital
- 17.1.4. Capital *Asset Pricing Model* et autres modèles

17.2. Méthodes d'évaluation des entreprises
- 17.2.1. Réduction du dividende
- 17.2.2. Actualisation des flux
- 17.2.3. Multiples comparables

17.3. Opérations commerciales
- 17.3.1. Fusions
- 17.3.2. Acquisitions
- 17.3.3. *Mergers and acquisitions*
- 17.3.4. Traitement fiscal des opérations de restructuration

17.4. Étude d'autres types d'entreprises
- 17.4.1. Sociétés non cotées
- 17.4.2. PME
- 17.4.3. Entreprises familiales
- 17.4.4. Fondations et organisations à but non lucratif
- 17.4.5. Entreprises de l'économie sociale

17.5. Stratégie et contrôle des risques
- 17.5.1. Systèmes de contrôle de gestion
- 17.5.2. Risque et contrôle interne
- 17.5.3. Examen et audit du système de contrôle
- 17.5.4. Gestion des risques financiers

17.6. Risque, rentabilité et endettement
- 17.6.1. Rentabilité économique et rentabilité financière
- 17.6.2. Rentabilité financière et endettement
- 17.6.3. Risque et rentabilité

17.7. Sources de financement
- 17.7.1. Financement bancaire
- 17.7.2. Émission d'obligations et titrisation d'actifs
- 17.7.3. *Private Equity* et *venture capital*
- 17.7.4. Subventions et soutien fiscal

17.8. Transactions d'entreprises et insolvabilité
- 17.8.1. Déclaration d'insolvabilité et ses effets
- 17.8.2. Phases du concordat et de la liquidation
- 17.8.3. Procédures d'insolvabilité internationales
- 17.8.4. Qualification de la procédure d'insolvabilité
- 17.8.5. Fin et réouverture de la concurrence

Module 18. Faisabilité des projets d'investissement

18.1. Investissement dans l'entreprise
- 18.1.1. Concepts et classification
- 18.1.2. Les étapes de l'étude du Projet d'Investissement
- 18.1.3. L'investissement en tant qu'opération financière

18.2. Méthodes d'évaluation économique
- 18.2.1. Délai de récupération
- 18.2.2. Flux de trésorerie total et moyen par unité monétaire engagée
- 18.2.3. Valeur actuelle nette et taux de rendement interne
- 18.2.4. Période d'amortissement et taux de rendement actualisés
- 18.2.5. Rendement attendu de la VAN

18.3. Coût du capital
- 18.3.1. Coût des fonds empruntés
- 18.3.2. Coût des actions préférentielles
- 18.3.3. Calcul du coût des fonds propres
- 18.3.4. Calcul du coût total du capital

18.4. Diagnostic, planification et contrôle des investissements
- 18.4.1. Planification Financière
- 18.4.2. Planification immobilière
- 18.4.3. Planification fiscale

18.5. Analyse technique et analyse fondamentale
- 18.5.1. Définition et champ d'application
- 18.5.2. Étude des graphiques et des tendances
- 18.5.3. Étude sectorielle et boursière en analyse fondamentale
- 18.5.4. Ratios et analyse fondamentale

18.6. Analyse des investissements dans un environnement à risque
- 18.6.1. L'ajustement du taux d'actualisation
- 18.6.2. Réduction des flux de trésorerie à des conditions de certitude
- 18.6.3. Simulation de scénarios

18.7. Flux de trésorerie dans les projets d'investissement
- 18.7.1. Modélisation financière
- 18.7.2. Élaboration des flux de trésorerie
- 18.7.3. Analyse des flux de trésorerie du fonds de roulement
- 18.7.4. Impôts et inflation

18.8. Marché boursier
- 18.8.1. Accès des entreprises à la bourse
- 18.8.2. Le fonctionnement des bourses internationales
- 18.8.3. Indices boursiers

Module 19. Éthique-juridique-fiscal

19.1. Pratique des entreprises
- 19.1.1. Modifications structurelles de l'entreprise
- 19.1.2. Dissolution, liquidation et procédures d'insolvabilité
- 19.1.3. Assemblée générale et organe d'administration

19.2. Pratique fiscale
- 19.2.1. Analyse des obligations fiscales des entreprises
- 19.2.2. Cadre juridique fiscal général
- 19.2.3. Rapports d'examen administratif

19.3. Pratique des relations de travail
- 19.3.1. Politique de recrutement et politique de rémunération
- 19.3.2. Restructuration et succession d'entreprises
- 19.3.3. Licenciements et indemnités de départ
- 19.3.4. Non-respect des normes sociales et du travail
- 19.3.5. Négociation collective

19.4. Impôt sur les sociétés
- 19.4.1. Réglementation applicable
- 19.4.2. Divergences entre la législation comptable et fiscale
- 19.4.3. Régimes spéciaux

19.5. Taxe sur la Valeur Ajoutée
- 19.5.1. Réglementation applicable
- 19.5.2. Lieu où se produit le fait générateur de l'impôt, fait générateur et base imposable
- 19.5.3. Taux d'imposition
- 19.5.4. Régimes spéciaux

19.6. Finance et investissement responsables
- 19.6.1. *Financial inclusion*
- 19.6.2. Le développement durable et la responsabilité du Directeur Financier
- 19.6.3. Transparence de l'information
- 19.6.4. Financement et investissement responsable
- 19.6.5. Économie sociale, coopérativisme et responsabilité sociale des entreprises

19.7. Éthique des affaires
- 19.7.1. Comportement éthique dans l'entreprise
- 19.7.2. Déontologie et codes éthiques
- 19.7.3. Fraudes et conflits d'intérêts

19.8. Environnement juridique et *gouvernance d'entreprise*
- 19.8.1. Normes Internationales d'importation et d'exportation
- 19.8.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 19.8.3. Droit International du Travail

Module 20. Finances internationales

20.1. *Business & international strategy*
- 20.1.1. Internationalisation
- 20.1.2. Mondialisation
- 20.1.3. *Growth & development in emerging markets*
- 20.1.4. Système monétaire international

20.2. Marché des changes
- 20.2.1. Opérations de change
- 20.2.2. Le marché des changes
- 20.2.3. Instruments dérivés pour la couverture des risques de change et de taux d'intérêt
- 20.2.4. Appréciation et dépréciation des devises

20.3. Moyens de paiement et de recouvrement internationaux
- 20.3.1. Billets de banque, chèques personnels et chèques bancaires
- 20.3.2. Transfert, ordre de paiement et remise
- 20.3.3. Clauses et crédits documentaires
- 20.3.4. Clauses documentaires et crédits documentaires

20.4. Financement des transactions sur les marchés internationaux
- 20.4.1. Incoterms
- 20.4.2. Instruments dérivés pour la couverture des fluctuations potentielles du prix des matières premières
- 20.4.3. Crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien officiel
- 20.4.4. Couverture des contrats d'échange (*Swap*)
- 20.4.5. Le consensus OCDE

20.5. Institutions financières internationales
- 20.5.1. Le fonds pour l'internationalisation des entreprises
- 20.5.2. Le Groupe de la Banque Mondiale
- 20.5.3. La Banque Interaméricaine de Développement
- 20.5.4. La Banque de Développement des Caraïbes

20.6. Formation du taux de change
- 20.6.1. Théorie de la parité des taux d'intérêt
- 20.6.2. La théorie des anticipations de taux de change
- 20.6.3. Théorie de la parité du pouvoir d'achat (PPA)
- 20.6.4. Équilibre du marché des capitaux

20.7. Programmes de conversion de la dette
- 20.7.1. Cadre juridique
- 20.7.2. Fonctionnement
- 20.7.3. Conversion de la Dette en Investissements Publics
- 20.7.4. Conversion de la Dette en Investissements Privés

20.8. Marché boursier international
- 20.8.1. Wall Street Market (New York)
- 20.8.2. Marché de l'or
- 20.8.3. Dette extérieure mondiale
- 20.8.4. Club de Paris
- 20.8.5. Marché des titres ADR et GDR

Module 21. Création et financement de start-ups

21.1. Création d'une *start-up*
- 21.1.1. De l'idée au modèle d'entreprise
- 21.1.2. Les partenaires
- 21.1.3. Considérations juridiques
- 21.1.4. Organisation et culture
- 21.1.5. Capital, risque et gestion entrepreneuriale

21.2. Gestion financière et administration des *Start-ups*
- 21.2.1. Introduction à la gestion financière des entreprises en démarrage
- 21.2.2. Mesures financières pour *startups*
- 21.2.3. *La planification financière: les modèles de projection et leur interprétation*
- 21.2.4. *Méthodes d'évaluation*
- 21.2.5. Aspects juridiques

21.3. Le plan d'affaires
- 21.3.1. Contenu
- 21.3.2. Présentation
- 21.3.3. SWOT
- 21.3.4. Modèle Canvas

21.4. Les phases de croissance d'une jeune entreprise
- 21.4.1. *Phase de Seed*
- 21.4.2. *Phase de Startup*
- 21.4.3. *Phase de Growth*
- 21.4.4. *Phase de Consolidation*

21.5. Financement de *Startups*
- 21.5.1. Financement bancaire
- 21.5.2. Subventions
- 21.5.3. Capital d'amorçage et accélérateurs. *Business angels*
- 21.5.4. *Venture Capital. IPO*
- 21.5.5. *Public to Private Partnership*

21.6. Institutions internationales de capital-risque et de capital d'amorçage
- 21.6.1. Entitées de *Venture Capital* internationales
- 21.6.2. Investisseurs privés: *Caixa Capital Risc. Bstartup*
- 21.6.3. *FOND-ICO Global*
- 21.6.4. Accélérateurs: *Wayra, Lanzadera y Plug & Play*

"Téléchargez tous les contenus de ce Mastère Avancé, tels que les lectures spécialisées ou les vidéos explicatives, même après avoir terminé le programme universitaire. Inscrivez-vous dès maintenant!"

04

Objectifs

Grâce au Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure de TECH, les professionnels concevront et exécuteront des stratégies économiques alignées sur les objectifs de l'entreprise. Dans le même temps, ils optimiseront la gestion des ressources grâce aux techniques d'analyse et de contrôle budgétaire les plus pointues. Dans le même ordre d'idées, les étudiants mettront en œuvre des technologies émergentes telles que le *Big Data* pour soutenir la prise de décision stratégique et identifier les risques financiers potentiels à un stade précoce.

Vous aurez une compréhension holistique du fonctionnement des marchés financiers internationaux et de la gestion des devises pour opérer avec succès dans un environnement mondialisé"

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
- Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- Comprendre la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, en obtenant une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéfices de l'entreprise
- Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté
- Comprendre l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements
- Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise
- Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin de développer une gestion adéquate de celles-ci
- Être capable d'appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise
- 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
- Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: conception, plan de faisabilité, exécution, suivi..
- Acquérir les compétences de leadership , indispensables pour gérer des équipes dans le domaine de la finance
- Développer des compétences pour concevoir des stratégies financières alignées sur la stratégie de l'entreprise
- Développer des stratégies de prise de décision d'investissement et dans un environnement complexe et instable et évaluer son impact sur l'entreprise
- Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes
- Expliquez l'entreprise d'un point de vue global, ainsi que la responsabilité et le nouveau rôle des Directeurs financier
- Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité financière commerciale
- Concevoir des stratégies et des politiques innovantes qui améliorent la gestion et l'efficacité des entreprises
- Formuler et mettre en œuvre des politiques commerciales en tant que stratégies de croissance qui adaptent l'entreprise aux changements de l'environnement international
- Obtenir une connaissance approfondie de la comptabilité, tant financière que de direction
- Comprendre les risques financiers liés à certaines transactions
- Mettre en œuvre des stratégies concurrentielles pour atteindre les objectifs de celle-ci

Objectifs spécifiques

Module 1. Leadership, éthique et Responsabilité Sociale des entreprises

- Développer des compétences de leadership éthique qui intègrent la responsabilité sociale et les pratiques de développement durable dans la stratégie de l'entreprise
- Prendre des décisions qui favorisent le bien-être social, le respect de l'environnement et la création de valeur à long terme pour toutes les parties prenantes

Module 2. Gestion stratégique et *Management* Directif

- Former à la formulation et à l'exécution de stratégies d'entreprise qui garantissent une croissance durable et la compétitivité sur des marchés dynamiques
- Acquérir des compétences dans la gestion des équipes de direction, en menant la transformation de l'organisation pour s'adapter aux défis de l'environnement mondial

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- Fournir des outils pour la gestion des talents humains, depuis l'attraction jusqu'à la rétention des meilleurs professionnels
- Concevoir des stratégies de ressources humaines qui alignent les compétences du personnel sur les objectifs stratégiques de l'entreprise

Module 4. Gestion économique et financière

- Approfondir la prise de décision financière stratégique afin de maximiser la rentabilité et de minimiser les risques au sein de l'entreprise
- Développer des compétences en matière de planification financière, de contrôle budgétaire et de gestion des investissements au niveau de l'organisation

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- Approfondir la gestion efficace des opérations et de la logistique, en optimisant la chaîne d'approvisionnement pour réduire les coûts et améliorer la productivité
- Former à la mise en œuvre de processus opérationnels qui alignent la stratégie de l'entreprise sur la demande du marché

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- Approfondir l'intégration et la gestion des systèmes d'information au sein de l'entreprise, en améliorant l'efficacité opérationnelle et la prise de décision basée sur les données
- Développer des compétences pour appliquer des solutions technologiques qui optimisent les processus et garantissent la compétitivité sur le marché

Module 7. Gestion commerciale, Marketing stratégique et communication d'entreprise

- Approfondir la création de stratégies commerciales et de marketing qui augmentent la visibilité de la marque et optimisent les relations avec les clients
- Examiner la gestion de la communication d'entreprise pour renforcer l'identité et la réputation de l'entreprise sur le marché

Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

- Maîtriser les techniques d'étude de marché pour identifier les opportunités commerciales et développer des stratégies publicitaires efficaces
- Acquérir les compétences nécessaires pour gérer l'activité commerciale, optimiser les campagnes publicitaires et garantir la réalisation des objectifs

Module 9. Innovation et Gestion de Projets

- Développer des compétences dans la gestion de projets innovants, la gestion du changement et l'adaptation continue aux nouvelles tendances et technologies
- Former à la planification, à l'exécution et à l'évaluation de projets d'innovation qui génèrent une valeur à long terme pour l'organisation

Module 10. *Management* Directif

- Former au développement des compétences de gestion pour diriger des équipes, prendre des décisions stratégiques et gérer les performances de l'organisation
- Être capable de créer une culture de l'innovation, de la responsabilité et de l'engagement qui optimise les résultats de l'entreprise

Module 11. Compétences en gestion et en leadership

- Développer des compétences en matière de leadership efficace, en se concentrant sur la prise de décision, la gestion d'équipe et la communication interpersonnelle
- Approfondir les compétences clés en matière de gestion afin de motiver, d'inspirer et de diriger des équipes en vue d'atteindre les objectifs de l'organisation

Module 12. Marketing *management* et opérations

- Approfondir l'intégration des stratégies de marketing dans les opérations commerciales, en optimisant les processus pour améliorer l'efficacité et les performances de l'entreprise
- Acquérir les compétences nécessaires pour diriger des équipes de marketing, identifier les opportunités de marché et gérer la mise en œuvre de campagnes réussies

Module 13. Comptabilité financière

- Avoir une connaissance globale de la comptabilité financière afin d'améliorer la prise de décision des entreprises
- Se former à la préparation et à l'analyse des états financiers, y compris le bilan, le compte de résultat et les flux de trésorerie, afin d'évaluer la santé financière de l'entreprise

Module 14. Comptabilité de gestion

- Aborder l'utilisation de la comptabilité de gestion pour la prise de décision stratégique au sein de l'entreprise
- Développer des compétences pour interpréter les informations financières et opérationnelles de manière à soutenir la planification, le contrôle et la gestion des ressources de l'organisation

Module 15. Planification stratégique et contrôle de gestion

- Approfondir la formulation et la mise en œuvre de stratégies d'entreprise pour la croissance et la durabilité de l'entreprise
- Gérer les outils de contrôle de gestion pour mesurer la performance de l'organisation et assurer la conformité avec les objectifs stratégiques

Module 16. Banque et marchés financiers

- Avoir une solide compréhension des systèmes bancaires et des marchés financiers, en se concentrant sur le rôle des banques et des instruments financiers
- Être capable d'analyser les marchés financiers, d'identifier les opportunités d'investissement et de comprendre la dynamique des institutions financières mondiales

Module 17. Risque financier et finance d'entreprise

- Développer des compétences pour identifier, mesurer et gérer les risques financiers au sein de l'organisation
- S'entraîner à la prise de décision financière stratégique pour aider à atténuer les risques et optimiser la valeur actionnariale

Module 18. Faisabilité des projets d'investissement

- Former à l'analyse de la viabilité financière et économique des projets d'investissement
- Acquérir les compétences nécessaires pour évaluer le retour sur investissement et prendre des décisions éclairées sur l'affectation des ressources dans les projets stratégiques

Module 19. Éthique-juridique-fiscal

- Approfondir les principes éthiques et les réglementations juridiques et fiscales qui régissent le fonctionnement des entreprises
- Mettre en œuvre des pratiques commerciales qui garantissent le respect des lois et réglementations fiscales, en promouvant la transparence et l'éthique dans la gestion

Module 20. Finances internationales

- Étudier en profondeur la gestion financière dans le contexte mondial, en abordant les particularités des marchés internationaux, les échanges de devises et les politiques fiscales mondiales
- Explorer la prise de décision financière qui prend en compte les risques et les opportunités découlant de la mondialisation des marchés financiers

Module 21. Création et financement de *start-ups*

- Développer des compétences en matière de création et de gestion de start-ups, de la conception de l'idée à sa mise en œuvre et à son expansion sur le marché
- Former aux différentes sources de financement pour les start-ups, y compris les investisseurs providentiels, le capital-risque et le *crowdfunding*, afin de garantir la réussite de la collecte de ressources pour les nouvelles entreprises

05

Opportunités de carrière

À l'issue de ce Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure, les professionnels auront une solide compréhension des stratégies financières les plus efficaces pour gérer et optimiser les ressources organisationnelles. En outre, les diplômés concevront et mettront en œuvre des plans financiers qui faciliteront la prise de décisions éclairées et la durabilité économique des entreprises. Ils développeront également des compétences en matière d'analyse des risques, d'investissement et de marchés internationaux. De cette manière, les experts amélioreront leurs perspectives de carrière et assumeront des fonctions spécialisées en tant que Directeur Financier.

Vous superviserez les plans financiers à long terme qui alignent les ressources de l'entreprise sur ses objectifs stratégiques, garantissant ainsi la durabilité et la croissance économique"

Profil des diplômés

Les diplômés du Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure sont hautement qualifiés pour gérer les finances des organisations, relever les défis économiques et optimiser les ressources. Ils ont une connaissance approfondie des stratégies financières, de l'analyse des risques, des investissements et des marchés internationaux. En outre, il est prêt à concevoir et à mettre en œuvre des plans financiers personnalisés, à collaborer avec des équipes pluridisciplinaires et à promouvoir à la fois la durabilité et la croissance économique de l'entreprise.

Vous analyserez les tendances économiques et leur impact sur les marchés financiers, aidant ainsi les entreprises à s'adapter avec succès aux changements financiers.

- **Gestion Financière et du Temps:** Une compétence essentielle est la capacité à gérer efficacement les ressources financières et le temps, y compris la planification budgétaire, l'optimisation des investissements et la coordination des projets financiers afin de maximiser la rentabilité et la durabilité de l'organisation
- **Pensée Critique et Résolution de Problèmes:** Les professionnels développent leur capacité à faire preuve d'esprit critique pour analyser des situations financières complexes, identifier les risques et les opportunités, et générer des solutions innovantes qui stimulent la croissance et la stabilité économique de l'entreprise
- **Compétence Numérique en Finance:** Dans le contexte actuel, il est essentiel que les professionnels maîtrisent les outils numériques avancés pour la gestion financière, des logiciels d'analyse financière et de modélisation aux plateformes de gestion des investissements et aux technologies émergentes telles que la *blockchain* et la finance numérique
- **Gestion des Risques Financiers:** Les professionnels sont formés pour identifier, évaluer et atténuer les risques financiers, en mettant en œuvre des stratégies efficaces qui protègent les actifs de l'entreprise et garantissent sa stabilité économique à long terme

À l'issue de ce Mastère Avancé, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences pour occuper les postes suivants:

1. **Directeur Financier:** Expert en gestion et direction des finances d'une entreprise, supervisant les budgets, les investissements et les stratégies financières afin de garantir la santé économique de l'organisation
2. **Analyste en Investissements:** Professionnel chargé d'évaluer les opportunités d'investissement, d'analyser les marchés financiers et de conseiller sur la gestion des portefeuilles afin de maximiser les rendements.
3. **Gestionnaire des Risques:** Responsable de l'identification, de l'évaluation et de l'atténuation des risques financiers susceptibles d'affecter l'entreprise, de la mise en œuvre de stratégies visant à protéger les actifs et à garantir la stabilité économique.
4. **Consultant Financier:** Spécialiste qui conseille les entreprises et les particuliers en matière de planification financière, d'investissements, de gestion des dettes et d'optimisation des ressources pour atteindre leurs objectifs économiques.
5. **Auditeur Financier:** Professionnel chargé d'examiner et de vérifier l'exactitude des documents financiers d'une entreprise, en veillant au respect de la réglementation et des normes comptables.
6. **Gestionnaire de Trésorerie:** Responsable de la gestion quotidienne des liquidités et des finances de l'entreprise, de l'optimisation des flux de trésorerie et de la supervision des opérations bancaires et financières.
7. **Spécialiste du Financement d'Entreprise:** Professionnel spécialisé dans le financement des entreprises, notamment les fusions, les acquisitions, les restructurations financières et l'élaboration de stratégies de croissance pour les entreprises.
8. **Économiste Financier:** Il analyse les tendances économiques et leur impact sur les marchés financiers, et élabore des stratégies qui aident les entreprises à s'adapter aux changements économiques et à tirer parti des opportunités de croissance.
9. **Gestionnaire de Fonds:** Il gère les fonds d'investissement et décide où et comment investir les capitaux des clients afin de maximiser les rendements et de minimiser les risques
10. **Directeur de la Planification Financière:** Il élabore et supervise les plans financiers à long terme qui alignent les ressources de l'entreprise sur ses objectifs stratégiques, garantissant ainsi la durabilité et la croissance économique.

"Vous serez responsable de la gestion quotidienne des liquidités et des finances des entreprises, en optimisant les flux de trésorerie de manière significative"

06

Méthodologie d'étude

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

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

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

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

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

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

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

Les programmes d'études les plus complets au niveau international

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

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

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

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

Case studies ou Méthode des cas

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

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

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

Méthode *Relearning*

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

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

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

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

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

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

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

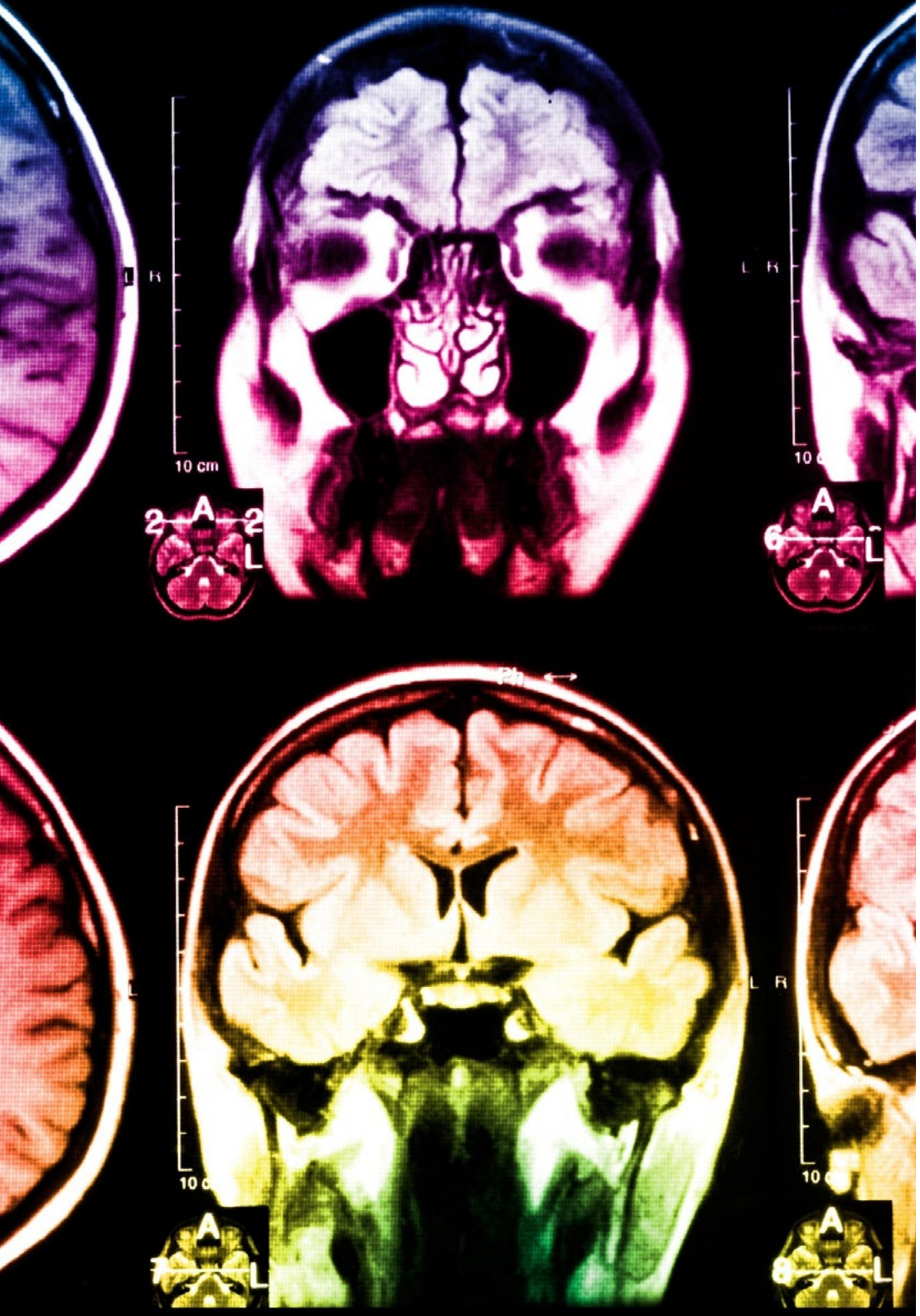
D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat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

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

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

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

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



La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

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

L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure et des objectifs des cours est excellente. Sans surprise, l'institution est devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants sur la plateforme d'évaluation Global Score, avec une note de 4,9 sur 5.

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

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

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

Matériel didactique

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

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

Pratique des aptitudes et des compétences

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

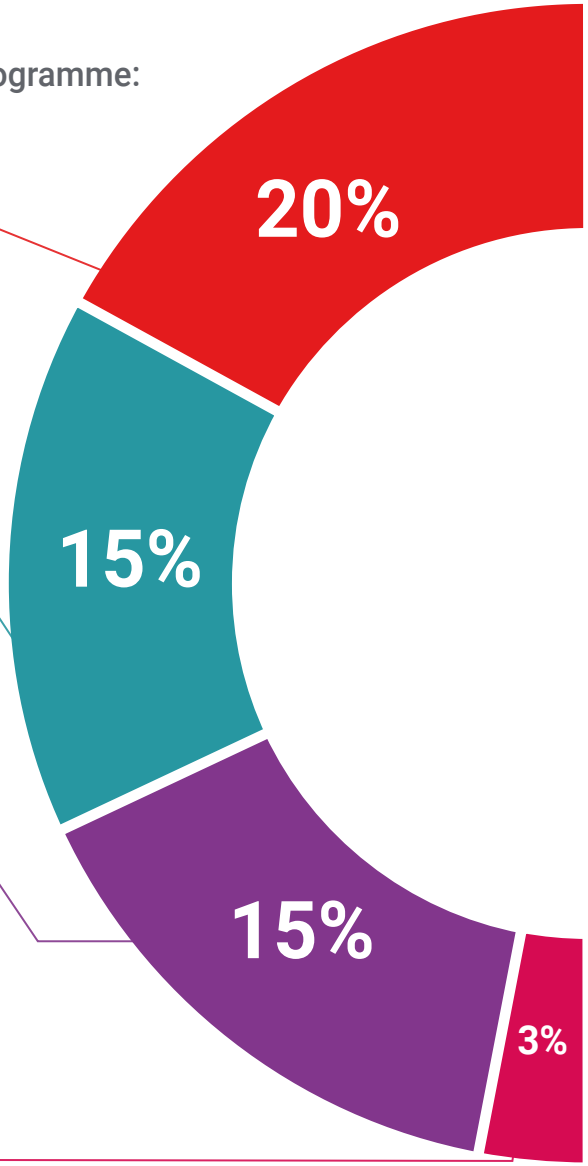
Résumés interactifs

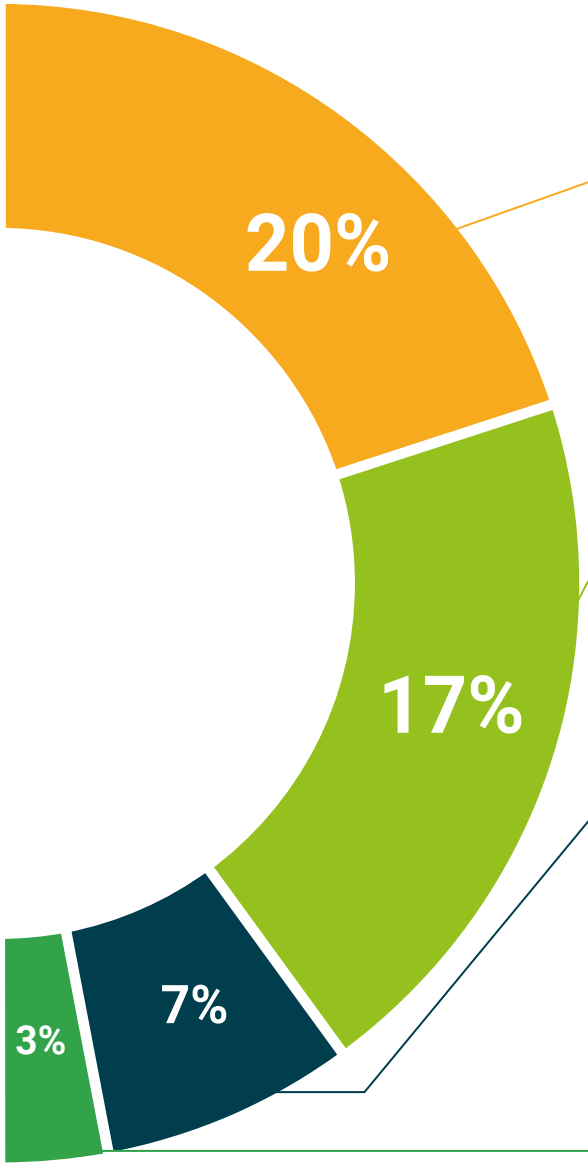
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

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

Lectures complémentaires

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





Case Studies

Vous réaliserez une sélection des meilleures *case studies* dans le domaine. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes internationaux.

Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme. Nous le faisons sur 3 des 4 niveaux de la Pyramide de Miller.

Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de 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.

Guides d'action rapide

TECH propose les contenus les plus pertinents du programme sous forme de fiches de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.

07

Corps Enseignant

La priorité de TECH est de mettre à la disposition de tous les programmes universitaires les plus complets et les plus récents sur la scène académique. C'est pourquoi elle met en œuvre un processus rigoureux pour constituer son corps enseignant. Ainsi, ce Mastère Avancé bénéficie de la participation d'experts reconnus dans le domaine de la Gestion Financière Supérieure. Ces professionnels se distinguent par leur vaste expérience professionnelle, au cours de laquelle ils ont conçu et mis en œuvre des solutions de pointe pour assurer la rentabilité et la durabilité des entreprises à long terme. Il s'agit sans aucun doute d'un atout pour les diplômés, qui bénéficieront d'une expérience immersive qui élargira leurs horizons professionnels.

La diversité des talents du corps enseignant, hautement qualifié en Gestion Financière Supérieure, générera un environnement d'apprentissage dynamique"

Directeur invité international

Erdi Karaca est un développeur de premier plan de **produits bancaires** et **financiers**, spécialisé dans les **stratégies numériques**, les **données** et **l'Intelligence Artificielle**. En mettant l'accent sur la création de solutions innovantes, il a contribué à l'avancement de la **banque numérique** et à la mise en œuvre de **technologies émergentes** dans le **secteur financier**. En effet, il s'intéresse notamment à l'intégration de **l'IA** pour améliorer **l'expérience client** et l'optimisation des **processus bancaires**, ainsi qu'à la conception de stratégies pour les **produits bancaires**.

Tout au long de sa carrière, il a occupé des postes de direction dans des institutions mondiales telles que **HSBC Kinetic**, où il a travaillé en tant que **Responsable** des **Services Bancaires Mobiles** et **Co-Responsable** des **Services Bancaires aux Entreprises**, où il a dirigé des équipes dans le développement de **HSBC Kinetic** et des **services mobiles** pour les **services bancaires** aux entreprises au **Royaume-Uni**. En outre, sa gestion s'est concentrée sur la création de **produits numériques** innovants, tels que des **solutions de paiement**, des **cartes**, des **prêts** et des **outils de gestion financière**. Il a également été **Responsable** de la division **Banque et Au-delà de la Banque**, où il a supervisé des projets qui ont transformé les **services bancaires** aux **PME** grâce à des **produits numériques**.

Au niveau international, Erdi Karaca a été reconnu pour sa capacité à diriger des équipes complexes et à élaborer des stratégies qui ont favorisé l'innovation dans le domaine de la **banque numérique**. Il a dirigé des programmes mondiaux qui ont favorisé l'intégration des **services bancaires intelligents** et des **technologies** sur divers marchés. Son travail a été déterminant dans la mise en œuvre de **solutions bancaires intelligentes** alimentées par **l'IA** et dans la gestion de **produits financiers** pour les entreprises clientes à l'échelle mondiale. Il a également contribué à la **recherche** de plusieurs produits pour le secteur financier, en publiant des **articles** sur la mise en œuvre de **l'IA** dans le **secteur bancaire**, et en présentant ses travaux lors de **conférences internationales**.

M. Karaca, Erdi

- Responsable des Services Bancaires Mobiles à HSBC Kinetic. Londres, Royaume-Uni
- Co-responsable des Services Bancaires aux Entreprises à HSBC Kinetic
- Responsable de la Banque et Au-delà de la Banque à HSBC Kinetic
- CDO (*Chief Data Officer*) de la Banque Commerciale Globale à HSBC Kinetic
- Innovation, Stratégie et Innovation en Banque Commerciale à NatWest Group
- Responsable de la Stratégie Numérique et du Développement de Produits à NatWest Group
- Master en Affaires de l'Université d'Oxford
- Cours d'Intelligence Artificielle: Implications pour la Stratégie d'Entreprise du MIT Sloan Scholl of Management
- Master en Politique Internationale de l'Université de Surrey
- Licence en Sciences Sociales de l'Université Technique d'Oxford

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

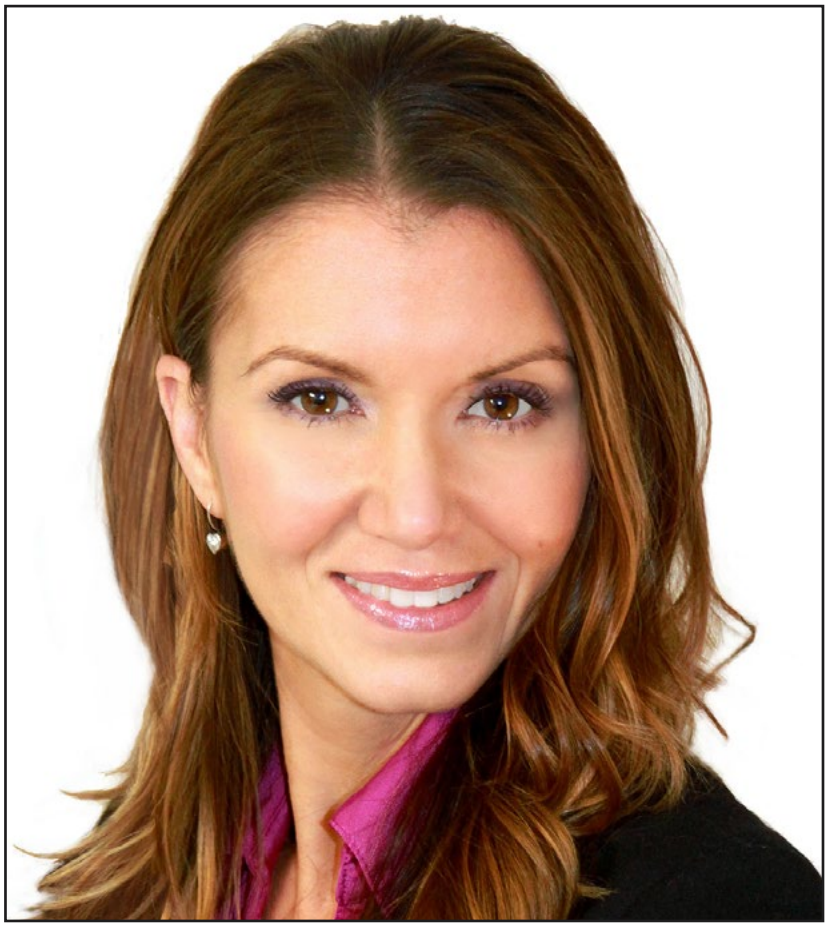
Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

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

Directeur invité international

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

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

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

M. Gauthier, Rick

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

"Des experts de renommée internationale vous fourniront un aperçu global des innovations les plus importantes dans le monde des affaires et de la gestion d'aujourd'hui"

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

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

Directeur invité international

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base,** les **mises à jour des données des fournisseurs** et la **hiérarchisation** des données des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

Avec plus de dix ans d'expérience dans la fourniture de solutions numériques et de leadership pour des entreprises de divers secteurs, il possède une vaste expérience dans tous les aspects de la fourniture de solutions stratégiques, y compris le **Marketing, l''analyse des médias, la mesure** et **l'attribution.** Il a d'ailleurs reçu plusieurs prix pour son travail, notamment le **Prix du Leadership BIM**, le **Prix du Leadership en matière de Recherche**, le **Prix du Programme de Génération de Leads à l'Exportation** et le **Prix du Meilleur Modèle de Vente pour la région EMEA.**

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste d'**Analyste Principal** en Industrieà 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

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances grâce à une formation de la plus haute qualité? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"

Directeur invité international

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

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

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

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

M. La Sala, Andrea

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

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

Directeur invité international

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

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

L'un de ses projets les plus remarquables de ces dernières années a été la **plateforme Walmart Data Cafe**, la plus grande de ce type au monde, ancrée dans le nuage pour **l'analyse** des ***Big Data***. En outre, il a occupé le poste de **Directeur** de la ***Business Intelligence*** chez **Red Bull,** couvrant des domaines tels que les **Ventes, la Distribution, le Marketing et les Opérations de la Chaîne d'Approvisionnement**. Son équipe a récemment été récompensée pour son innovation constante dans l'utilisation de la nouvelle API de Walmart Luminate 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 Ángeles, 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 *Bussiness Intelligence* pour SAS
- Executive Education en IA et Machine Learning au UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce à l'Université de Copenhague
- Licence et Master en Mathématiques et Statistiques à l'Université de Copenhague

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

Directeur invité international

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

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

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

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

M. Stevenson, Scott

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

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

Directeur invité international

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** renommée, 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**. Son rôle consiste à superviser et à gérer la communication d'entreprise, ainsi qu'à contrôler l'image de l'organisation. Parmi ses principales contributions, elle a dirigé la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne** Yammer. Grâce à celà, les employés ont renforcé leur engagement envers 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 par exemple géré les dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités dans le développement économique et social du pays. Elle a également reçu de nombreux **prix** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi veillé à ce que les entreprises conservent un profil élevé et à ce que les consommateurs les associent 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 afin 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 aidé de nombreux experts à anticiper les situations de crise institutionnelle et à gérer efficacement les événements indésirables.

Mme Thole-Muir, Wendy

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

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

Direction

Dr Domingo Folgado, Javier

- Directeur du Développement d'Entreprise et des Relations avec les Investisseurs chez White Investing
- *Founding Director* de Relianze
- Chef du Département d'analyse chez Aznar Patrimonio
- *Founding Partner* à *Finance Business School*
- Directeur de la Banque Privée chez *Degroof Petercam*
- Doctorat en Mathématiques Avancées Appliquées à l'Économie de l'UNED
- Licence en Sciences Économiques et Commerciales de l'Université de Valence
- Maîtrise en Gestion de Portefeuilles du *Institute of Advanced Finance*

SAFE
HAVEN

08

Diplôme

Le Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.

Terminez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ou à passer par des procédures fastidieuses"

Ce **Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Avancé** délivrée 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 Gestion Financière Supérieure**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**

tech université technologique

Délivre le présent

DIPLÔME

à

Mme/M. _____, avec nº d'identification _____

Pour avoir finalisé et accrédité avec succès le programme de

MASTÈRE AVANCÉ

en

Gestion Financière Supérieure

Il s'agit d'un diplôme spécialisé octroyé par cette Université d'une durée de 3.000 heures, débutant le dd/mm/aaaa et finalisant le dd/mm/aaaa.

TECH est une Institution Privée d'Enseignement Supérieur reconnue par le Ministère de l'Enseignement Public depuis le 28 juin 2018.

Fait le 17 juin 2020

Pre Tere Guevara Navarro
Rectrice

Code Unique TECH: AFWOR23S techtitute.com/diplômes

Mastère Avancé en Gestion Financière Supérieure

Distribution Générale du Programme d'Études

Cours	Matière	Heures	Type
1º	Leadership, éthique et Responsabilité Sociale des entreprises	142	OB
1º	Gestion stratégique et Management Directif	142	OB
1º	Gestion des personnes et des talents	142	OB
1º	Gestion économique et financière	142	OB
1º	Gestion des opérations et de la logistique	142	OB
1º	Gestion des systèmes d'information	142	OB
1º	Gestion commerciale, Marketing stratégique et communication d'entreprise	142	OB
1º	Étude de marché, publicité et gestion commerciale	142	OB
1º	Innovation et Gestion de Projets	142	OB
1º	Management Directif	142	OB
1º	Compétences en gestion et en leadership	142	OB

Cours	Matière	Heures	Type
2º	Marketing management et opérations	142	OB
2º	Comptabilité financière	142	OB
2º	Comptabilité de gestion	142	OB
2º	Planification stratégique et contrôle de gestion	142	OB
2º	Banque et marchés financiers	142	OB
2º	Risque financier et finance d'entreprise	142	OB
2º	Faisabilité des projets d'investissement	142	OB
2º	Éthique-juridique-fiscal	142	OB
2º	Finances internationales	142	OB
2º	Création et financement de start-ups	160	OB

Pre Tere Guevara Navarro
Rectrice

tech université technologique

*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.

tech université technologique

Mastère Avancé
Gestion Financière Supérieure

- Modalité: **en ligne**
- Durée: **2 ans**
- Qualification: **TECH Université Technologique**
- Horaire: **à votre rythme**
- Examens: **en ligne**

Mastère Avancé

Gestion Financière Supérieure

tech université technologique