

# Mastère Spécialisé Avancé

## Direction de la Stratégie

M A D S



## Mastère Spécialisé Avancé Direction de la Stratégie

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

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-specialise-avance/mastere-specialise-avance-direction-strategie](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-specialise-avance/mastere-specialise-avance-direction-strategie)

# Sommaire

01

Accueil

---

*page 4*

02

Pourquoi étudier à TECH ?

---

*page 6*

03

Pourquoi notre programme?

---

*page 10*

04

Objectifs

---

*page 14*

05

Compétences

---

*page 22*

06

Structure et contenu

---

*page 28*

07

Méthodologie

---

*page 42*

08

Profil de nos étudiants

---

*page 50*

09

Direction de la formation

---

*page 54*

10

Impact sur votre carrière

---

*page 60*

11

Avantages pour votre  
entreprise

---

*page 64*

12

Diplôme

---

*page 68*

# 01 Accueil

Atteindre les objectifs fixés au niveau de l'entreprise devrait être le but des gestionnaires de l'entreprise, mais pour ce faire, il est nécessaire d'avoir une stratégie d'entreprise appropriée pour diriger les mouvements de l'entreprise vers la réalisation de ses objectifs. TECH propose de donner à l'étudiant les clés pour devenir un manager performant avec ce Mastère Spécialisé Avancé qui combine le meilleur contenu sur la gestion des entreprises avec les concepts les plus spécifiques de la gestion stratégique des entreprises.



Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie  
TECH Global University

“

*La société actuelle exige des managers au profil nouveau, beaucoup plus en phase avec les nouvelles tendances et qui se distinguent par leur maîtrise des technologies, leur écoute active de leurs collaborateurs et leur autocritique de leur travail"*

02

# Pourquoi étudier à TECH?

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



“

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

## À TECH Global University



### Innovation

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

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



### Les plus hautes exigences

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

**95%**

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



### Networking

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

**+100.000**

dirigeants formés chaque année

**+200**

nationalités différentes



### Empowerment

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

**+500**

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



### Talents

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

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



### Contexte Multiculturel

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

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



### Analyse

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



### Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec des "case studies" de Harvard Business School. Tradition et avant-garde dans un équilibre difficile, et dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



### Économie d'échelle

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



### Apprenez auprès des meilleurs

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.

“ À TECH, vous aurez accès aux études de cas de la prestigieuse université d'Harvard ”

03

# Pourquoi notre programme?

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

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



“

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

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

01

### Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

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

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

02

### Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

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

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

03

### Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

### Vous assumerez de nouvelles responsabilités

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

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

05

### **Vous aurez accès à un important réseau de contacts**

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

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

06

### **Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse**

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

*20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.*

07

### **Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion**

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

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

08

### **Vous ferez partie d'une communauté exclusive**

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

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

# 04 Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer vos capacités de gestion et de leadership, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. À l'issue de ce programme, vous serez en mesure de prendre des décisions globales tout en ayant une perspective innovante et une vision internationale.



“

*Un de nos objectifs fondamentaux est de vous aider à développer les compétences essentielles pour diriger des projets avec une vision stratégique et innovante”*

**Nous partageons les mêmes objectifs.**

**Nous travaillons main dans la mains pour vous aider à les atteindre.**

Le **Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie** vous permettra de:

01

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

02

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

03

Suivez les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'affaires

04

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

05

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



06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité de l'entreprise

08

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

09

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

07

Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer la gestion et l'efficacité des entreprises

10

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



11

Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise

12

Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin d'en développer une gestion adéquate

13

Être capable d'appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise

14

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

15

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



16

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

18

Analyser le comportement stratégique d'une organisation à différents niveaux

19

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

17

Connaître les différents types de stratégie qui peuvent être menés dans une entreprise

20

Décrivez la logique du processus de gestion stratégique et l'importance de chacune de ses phases



21

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

24

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

22

Analyser l'influence des parties prenantes sur le sur l'entreprise



23

Identifier les différentes voies de croissance que les entreprises peuvent choisir

25

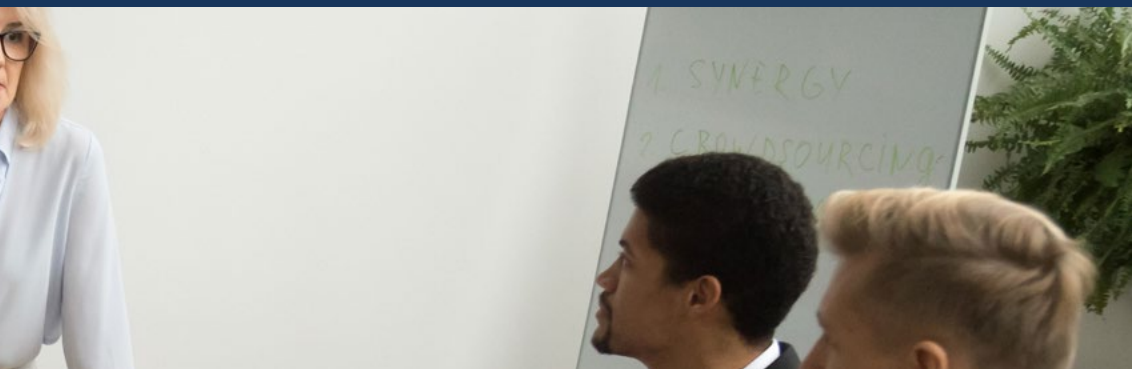
Décrire les caractéristiques, les problèmes et les implications humaines, économiques, politico-juridiques et organisationnelles des différentes formes de développement stratégique

26

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

28

Appliquer des techniques de Marketing permettant de faire connaître l'entreprise



29

Gérer adéquatement les achats et la chaîne d'approvisionnement

27

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

30

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

# 05 Compétences

Après la réussite des évaluations du Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante.



“

*Développer les compétences dont vous avez besoin pour mener à bien la gestion stratégique de votre entreprise”*

01

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

02

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

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

04

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

05

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise



06

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

08

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



09

Élaborer et diriger des plans de Marketing

07

Étudier en profondeur les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

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

11

Diriger les différents projets de l'entreprise

14

Assurer la gestion financière de l'entreprise

12

Engagement en faveur du développement durable de l'entreprise, en évitant les impacts environnementaux

15

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

13

Explorer de nouvelles opportunités commerciales et s'engager en faveur de l'innovation et de l'esprit d'entreprise

16

Effectuer des analyses stratégiques internes et externes

17

Développer des stratégies de prévention et de contrôle des risques

20

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

18

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

21

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

19

Analyser les données de la stratégie de l'entreprise

22

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

06

# Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie est un programme sur mesure qui est enseigné dans un format 100% en ligne afin que les étudiants puissent choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à leur disponibilité, leurs horaires et leurs intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 24 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de la réussite en tant que manager et entrepreneur.



“

*Un programme d'études conçu stratégiquement  
pour soutenir votre apprentissage”*

## Plan d'étude

Le Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie de TECH Global University est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Tout au long des 3.000 heures d'étude, une multitude d'études de cas seront analysées par le biais d'un travail individuel, permettant un apprentissage intensif qui sera d'une grande utilité pour votre pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations réelles d'entreprise.

Ce Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie traite en profondeur des principaux domaines de l'entreprise. Il est conçu pour que les cadres comprennent la gestion des affaires d'un point de vue stratégique,

international et innovant.

Un plan axé sur votre amélioration professionnelle et qui prépare le professionnel à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des affaires. Un programme qui comprend les besoins de vos étudiants et de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui leur donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 24 mois et est divisé en 17 modules:

|                  |                                                                |
|------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>Module 1</b>  | Leadership, éthique et RSE                                     |
| <b>Module 2</b>  | Orientation stratégique et gestion exécutive                   |
| <b>Module 3</b>  | Gestion des personnes et des talents                           |
| <b>Module 4</b>  | Gestion économique et financière                               |
| <b>Module 5</b>  | Gestion des opérations et de la logistique                     |
| <b>Module 6</b>  | Gestions des systèmes d'information                            |
| <b>Module 7</b>  | Gestion commerciale, Marketing et communication d'entreprise   |
| <b>Module 8</b>  | Innovation et gestion de projet                                |
| <b>Module 9</b>  | <i>Management and strategy</i>                                 |
| <b>Module 10</b> | Modalités de développement stratégique                         |
| <b>Module 11</b> | Planification stratégique et contrôle de la gestion financière |
| <b>Module 12</b> | Comportement organisationnel                                   |
| <b>Module 13</b> | La direction stratégique des personnes                         |
| <b>Module 14</b> | Compétences en matière de gestion                              |
| <b>Module 15</b> | <i>Strategy in Marketing management</i>                        |
| <b>Module 16</b> | Stratégie d'entreprise et stratégie opérationnelle             |
| <b>Module 17</b> | <i>Business &amp; international strategy</i>                   |



### Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce programme entièrement en ligne. Pendant les 24 mois que dure la formation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui lui permettra d'autogérer son temps d'étude.

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

## Module 1. Leadership, éthique et RSE

### 1.1. Mondialisation et gouvernance

- 1.1.1. Mondialisation et tendances:  
L'internationalisation des marchés
- 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance des Entreprises
- 1.1.3. Accountability ou Responsabilité

### 1.2. Leadership

- 1.2.1. Environnement interculturel
- 1.2.2. Leadership et Gestion
- 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction

### 1.3. Éthique des affaires

- 1.3.1. Éthique et intégrité
- 1.3.2. Le comportement éthique dans les affaires
- 1.3.3. Éthique, codes d'éthique et codes de conduite
- 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption

### 1.4. Durabilité

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

### 1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

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

## Module 2. Direction stratégique et *gestion exécutive*

### 2.1. Analyse et conception organisationnelles

- 2.1.1. Culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse organisationnelle
- 2.1.3. Design de la structure organisationnelle

### 2.2. Stratégie d'entreprise

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

### 2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Réflexion stratégique
- 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
- 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise

### 2.4. Modèles et motifs stratégiques

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

### 2.5. Gestion stratégique

- 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
- 2.5.2. Balanced Scorecard/Tableau de bord
- 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
- 2.5.4. Gestion et rapports stratégiques ou *reporting*

### 2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

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

### 2.7. Direction Générale

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

### 2.8. Analyses et résolution de problèmes

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

**Module 3. Gestion des personnes et des talents**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1. Comportement organisationnel</b><br>3.1.1. Théories des organisations<br>3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations<br>3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances                                                              | <b>3.2. La direction stratégique des personnes</b><br>3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection<br>3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre<br>3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs<br>3.2.4. Formation et développement professionnel | <b>3.3. Développement de direction et leadership</b><br>3.3.1. Compétences en matière de gestion: Les aptitudes et compétences du 21 <sup>e</sup> siècle<br>3.3.2. Aptitudes non-directives<br>3.3.3. Carte des aptitudes et compétences<br>3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines | <b>3.4. Gestion du changement</b><br>3.4.1. Analyse des performances<br>3.4.2. Plan stratégique<br>3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés conception et gestion du processus<br>3.4.4. Approche d'amélioration continue                     |
| <b>3.5. Négociation et gestion des conflits</b><br>3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs<br>3.5.2. Techniques de négociation efficaces<br>3.5.3. Conflits: facteurs et typologies<br>3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication | <b>3.6. La communication managériale</b><br>3.6.1. Analyse des performances<br>3.6.2. Conduire le changement Résistance au changement<br>3.6.3. Gestion des processus de changement<br>3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles                                                                                          | <b>3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes</b><br>3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire<br>3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes<br>3.7.3. Coaching et gestion de personnes<br>3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps                   | <b>3.8. Gestion des connaissances et du talent</b><br>3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations<br>3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise<br>3.8.3. Créativité et innovation |

**Module 4. Gestion économique et financière**

|                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>4.1. Environnement Économique</b><br>4.1.1. Théorie des organisations<br>4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations<br>4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances | <b>4.2. Comptabilité de gestion</b><br>4.2.1. Cadre comptable international<br>4.2.2. Introduction au cycle comptable<br>4.2.3. États comptables des entreprises<br>4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions                   | <b>4.3. Budget et Contrôle de Gestion</b><br>4.3.1. Planification budgétaire<br>4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs<br>4.3.3. Suivi et rapports                                                                         | <b>4.4. Responsabilité fiscale des entreprises</b><br>4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises<br>4.4.2. Procédure fiscale : une approche par pays |
| <b>4.5. Systèmes de contrôle des entreprises</b><br>4.5.1. Typologie du Contrôle<br>4.5.2. Conformité Réglementaire/ <i>Compliance</i><br>4.5.3. Audit interne<br>4.5.4. Audit externe                           | <b>4.6. Gestion financière</b><br>4.6.1. L'introduction à la Direction Financière<br>4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise<br>4.6.3. Directeur financier ou <i>Chief Financial Officer (CFO): compétences en gestion</i> | <b>4.7. Planification financière</b><br>4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement<br>4.7.2. Outils d'analyse financière<br>4.7.3. Planification Financière à court terme<br>4.7.4. Planification Financière à long terme | <b>4.8. Stratégie financière de l'entreprise</b><br>4.8.1. Investissements Financiers des entreprises<br>4.8.2. Croissance stratégique: typologies         |
| <b>4.9. Contexte Macroéconomique</b><br>4.9.1. Analyse Macroéconomique<br>4.9.2. Indicateurs à court terme<br>4.9.3. Cycle économique                                                                            | <b>4.10. Financement Stratégique</b><br>4.10.1. <i>Activités Bancaires : environnement actuel</i><br>4.10.2. <i>Analyse et gestion des risques</i>                                                                                             | <b>4.11. Marchés monétaires et des capitaux</b><br>4.11.1. Marché des titres à revenu fixe<br>4.11.2. Marché des actions<br>4.11.3. Évaluation l'entreprise                                                                         | <b>4.12. Analyses et résolution de problèmes</b><br>4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes<br>4.12.2. Méthode des Cas                          |

## Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

|                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>5.1. Direction des opérations</b><br>5.1.1. Définir la stratégie des opérations<br>5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement<br>5.1.3. Systèmes d'indicateurs                               | <b>5.2. Direction des achats</b><br>5.2.1. Gestion des Stocks<br>5.2.2. Gestion des entrepôts<br>5.2.3. Gestion des achats et de l'approvisionnement                                      | <b>5.3. Supply chain management (I)</b><br>5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne des opérations<br>5.3.2. Évolution de la demande<br>5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation                   | <b>5.4. Supply chain management (II) Exécution</b><br>5.4.1. <i>Lean Manufacturing/Lean Thinking</i><br>5.4.2. Gestion Logistique.<br>5.4.3. Achats                                                                                        |
| <b>5.5. Processus logistiques</b><br>5.5.1. Organisation et gestion par processus<br>5.5.2. Approvisionnement, production, distribution<br>5.5.3. Qualité, coûts de la qualité et outils<br>5.5.4. Service après-vente | <b>5.6. Logistique et clients</b><br>5.6.1. Analyse et prévision de la demande<br>5.6.2. Prévision et planification des ventes<br>5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement | <b>5.7. Logistique internationale</b><br>5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation<br>5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux<br>5.7.3. Plateformes logistiques internationales | <b>5.8. Concurrence des opérations</b><br>5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel dans les entreprises<br>5.8.2. Technologies et sciences émergentes<br>5.8.3. Les systèmes d'information dans les opérations |

## Module 6. Gestions des systèmes d'information

|                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>6.1. Gestion des systèmes d'information</b><br>6.1.1. Systèmes d'information des entreprises<br>6.1.2. Décisions stratégiques<br>6.1.3. Rôle du DSI                                                             | <b>6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise</b><br>6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels<br>6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet<br>6.2.3. La valeur du service IT dans l'entreprise                           | <b>6.3. Planification stratégique du SI</b><br>6.3.1. Le processus de planification stratégique<br>6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information<br>6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie | <b>6.4. Systèmes d'information et business intelligence</b><br>6.4.1. CRM et Business Intelligence<br>6.4.2. Gestion de Projets de Business Intelligence<br>6.4.3. Architecture de la Business Intelligence |
| <b>6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC</b><br>6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique<br>6.5.2. Capacités pour innover<br>6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur | <b>6.6. Commerce électronique</b><br>6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique<br>6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique<br>6.6.3. Le e-commerce, une opportunité pour l'internationalisation | <b>6.7. Stratégies de E-Business</b><br>6.7.1. Stratégies dans les Social Media<br>6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client<br>6.7.3. Régulation numérique                               | <b>6.8. Digital business</b><br>6.8.1. Mobile e-Commerce<br>6.8.2. Conception et Utilisabilité<br>6.8.3. Opérations de Commerce Électronique                                                                |

**Module 7. Gestion commerciale, Marketing et communication d'entreprise****7.1. Direction commerciale**

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

**7.2. Marketing**

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

**7.3. Gestion stratégique du Marketing**

- 7.3.1. Les sources d'innovation
- 7.3.2. Tendances actuelles du Marketing
- 7.3.3. Outils du Marketing
- 7.3.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients

**7.4. Stratégie de Marketing Numérique**

- 7.4.1. Approche du Marketing Numérique
- 7.4.2. Outils de Marketing Numérique
- 7.4.3. Inbound Marketing et l'évolution du Marketing Numérique

**7.5. Stratégie de vente et de communication**

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

**7.6. Communication d'entreprise**

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

**7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise**

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

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

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

**8.2. Stratégie de l'Innovation**

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

**8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise**

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

**8.4. Direction et gestion du projet**

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

## Module 9. Management and strategy

### 9.1. Réflexion stratégique

- 9.1.1. La stratégie et son objectif
- 9.1.2. *Strategic Thinking and Strategist Skills*
- 9.1.3. Pensée latérale et stratégie océan bleu
- 9.1.4. Les neurosciences appliquées à la stratégie

### 9.2. Décisions et décideurs stratégiques

- 9.2.1. Gouvernance d'entreprise
- 9.2.2. Équipes de direction
- 9.2.3. Création de valeur

### 9.3. Stratégie super compétitive des diplômés

- 9.3.1. Analyse du marché
- 9.3.2. Avantage concurrentiel durable
- 9.3.3. Retour sur investissement

### 9.4. Stratégie d'entreprise

- 9.4.1. *Driving corporate strategy*
- 9.4.2. *Pacing corporate strategy*
- 9.4.3. *Framing corporate strategy*

### 9.5. Planification et stratégie

- 9.5.1. Pertinence de la Gestion Stratégique dans le processus de Contrôle de Gestion
- 9.5.2. Analyse de l'environnement et de l'organisation

### 9.6. Mise en œuvre de la stratégie

- 9.6.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
- 9.6.2. Carte stratégique
- 9.6.3. Différenciation et alignement

### 9.7. Modèles d'analyse stratégique

- 9.7.1. Analyse interne
- 9.7.2. Analyse externe
- 9.7.3. Sources d'avantage concurrentiel dans le secteur
- 9.7.4. Avantages, inconvénients et efficacité de l'analyse stratégique

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

- 9.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 9.8.2. Six Sigma et *Six Sigma* en tant que système de gestion d'entreprise
- 9.8.3. Modèle EFQM

### 9.9. Lean Management

- 9.9.1. Principes de base du *Lean Management*
- 9.9.2. Groupes d'amélioration et résolution de problèmes
- 9.9.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité

### 9.10. Etica y strategic management

- 9.10.1. Intégrer l'éthique et la stratégie
- 9.10.2. Motivation humaine et éthique
- 9.10.3. Qualité éthique des organisations

## Module 10. Modalités de développement stratégique

### 10.1. Alliances stratégiques

- 10.1.1. *Joint ventures*
- 10.1.2. Consortiums d'exportation
- 10.1.3. Centres d'achat
- 10.1.4. Autres types de coopération

### 10.2. Entrepreneuriat d'entreprise

- 10.2.1. Explorer de nouvelles opportunités commerciales
- 10.2.2. Prototypage et développement interne
- 10.2.3. Agents de changement internes
- 10.2.4. Projets émergents et perturbations

### 10.3. Innovation stratégique

- 10.3.1. Innovation ouverte et triple hélice
- 10.3.2. Facteurs de réussite et d'échec de l'innovation
- 10.3.3. L'impact de la gestion de l'innovation sur la performance des entreprises
- 10.3.4. Pensée créative et *Design Thinking*

### 10.4. Politiques d'investissement

- 10.4.1. Méthodes d'évaluation des entreprises
- 10.4.2. Stratégie et contrôle des risques
- 10.4.3. Sources de financement

### 10.5. Fusions et acquisitions

- 10.5.1. Implications financières et organisationnelles des Fusions et Acquisitions
- 10.5.2. Analyse et évaluation des synergies
- 10.5.3. Techniques et approches de négociation

### 10.6. Stratégies de diversification

- 10.6.1. Spécialisation vs. Diversification
- 10.6.2. Choix du mode d'entrée dans la diversification
- 10.6.3. Diversification et performance des entreprises
- 10.6.4. Stratégies de restructuration du portefeuille d'activités

**Module 11. Planification stratégique et contrôle de la gestion financière****11.1. Contrôle et gestion**

- 11.1.1. Politique financière et croissance
- 11.1.2. L'information comme outil de contrôle de gestion
- 11.1.3. Le contrôle de gestion en tant que système de planification et de gestion
- 11.1.4. Fonctions du *Controller*
- 11.1.5. Champ d'application du contrôle de gestion

**11.2. Information financière et décisions de gestion**

- 11.2.1. Comptabilité financière et légale
- 11.2.2. Comptabilité analytique ou analytique
- 11.2.3. Contrôle de la comptabilité

**11.3. Gestion de la trésorerie**

- 11.3.1. Fonds de roulement comptable et besoin en fonds de roulement
- 11.3.2. Calcul des besoins opérationnels de trésorerie
- 11.3.3. *Gestion du crédit*
- 11.3.4. Gestion de fonds, de patrimoine et de *family offices*

**11.4. Cash management**

- 11.4.1. Financement bancaire du fonds de roulement
- 11.4.2. Organisation du service de la trésorerie
- 11.4.3. Gestion centralisée de la trésorerie

**11.5. Planification et contrôle des centres de responsabilité**

- 11.5.1. Conception d'un système de contrôle de gestion
- 11.5.2. Déviations dans le contrôle de gestion

**11.6. Le processus de formulation et de planification stratégiques**

- 11.6.1. Formulation et contenu du plan stratégique
- 11.6.2. *Balanced scorecard*
- 11.6.3. Terminologie et concepts de base

**11.7. Planification organisationnelle**

- 11.7.1. Unités commerciales et prix de transfert
- 11.7.2. Sites de fabrication, de production, d'assistance et de vente
- 11.7.3. Rôles et responsabilités de la gestion financière

**11.8. Les indicateurs comme outil de contrôle**

- 11.8.1. Tableau de bord
- 11.8.2. Nombre et format des indicateurs
- 11.8.3. Planification stratégique

**Module 12. Comportement organisationnel****12.1. Comportement organisationnel**

- 12.1.1. Les organisations
- 12.1.2. Théorie de l'organisation
- 12.1.3. Organisations, personnes et société
- 12.1.4. Évolution historique du comportement organisationnel

**12.2. Culture organisationnelle**

- 12.2.1. Valeurs et culture organisationnelle
- 12.2.2. Les éléments clés du changement dans les organisations
- 12.2.3. Évolution de la pensée scientifique et de l'organisation en tant que système
- 12.2.4. Culture et Transformation

**12.3. Gestion de l'organisation**

- 12.3.1. Niveaux et qualités managériales
- 12.3.2. Fonction de planification et d'organisation
- 12.3.3. Fonction de gestion et de contrôle
- 12.3.4. Le nouveau rôle du responsable Ressources Humaines

**12.4. Gestion des connaissances**

- 12.4.1. Intelligence collective vs. Gestion des connaissances
- 12.4.2. Perspectives et instruments pour la gestion des connaissances
- 12.4.3. Environnements collaboratifs et communautés d'apprentissage

**12.5. Les personnes dans les organisations**

- 12.5.1. Qualité de la vie professionnelle et bien-être psychologique
- 12.5.2. Les équipes de travail et la gestion des réunions
- 12.5.3. *Coaching et gestion d'équipes*

**12.6. Structure de l'organisation**

- 12.6.1. Principaux mécanismes de coordination
- 12.6.2. Départements et organigrammes
- 12.6.3. Autorité et responsabilité
- 12.6.4. *Le empowerment*

## Module 13. La direction stratégique des personnes

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

- 13.1.1. Stratégies d'alignement culturel
- 13.1.2. Leadership entreprise et différenciation
- 13.1.3. Agent de changement et de transformation

### 13.2. Réflexion stratégique et système

- 13.2.1. L'entreprise en tant que système
- 13.2.2. La réflexion stratégique découle de la culture d'entreprise
- 13.2.3. La réflexion stratégique découlant de la gestion des personnes
- 13.2.4. Design et mise en œuvre des politiques et pratiques du personnel

### 13.3. Conception organisationnelle stratégique

- 13.3.1. Modèle de *business partners*
- 13.3.2. *Share Services*
- 13.3.3. *Outsourcing*

### 13.4. HR analytics

- 13.4.1. *Big Data* et *Business Intelligence*. (BI)
- 13.4.2. Analyse et modélisation des données RH
- 13.4.3. Conception et développement des indicateurs RH

### 13.5. Leadership stratégique

- 13.5.1. Modèles de leadership
- 13.5.2. *Coaching*
- 13.5.3. *Mentoring*
- 13.5.4. Leadership transformationnel

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

- 13.6.1. Justification de l'audit
- 13.6.2. Outils de collecte et d'analyse de l'information
- 13.6.3. Le rapport d'audit

## Module 14. Compétences en matière de gestion

### 14.1. Formation à la prise de parole en public et au rôle de porte-parole

- 14.1.1. Communication interpersonnelle
- 14.1.2. Compétences communicatives et l'influence
- 14.1.3. Obstacles à la communication

### 14.2. Communication et leadership

- 14.2.1. Leadership et styles de leadership
- 14.2.2. Motivation
- 14.2.3. Capacités et compétences du dirigeant 2.0

### 14.3. Branding personnelle

- 14.3.1. Stratégies pour développer l'image de marque personnelle
- 14.3.2. Les lois du *branding* personnelle
- 14.3.3. Des outils pour créer des marques personnelles

### 14.4. Gestion d'Équipe

- 14.4.1. Groupes de travail et direction des réunions
- 14.4.2. Gestion des processus de changement
- 14.4.3. Gestion d'équipes multiculturelles
- 14.4.4. *Coaching*

### 14.5. Négociation et résolution des conflits

- 14.5.1. Techniques de négociation efficaces
- 14.5.3. Conflits interpersonnels
- 14.5.3. Négociation interculturelle

### 14.6. Intelligence émotionnelle

- 14.6.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 14.6.2. Assertivité, empathie et écoute active
- 14.6.3. Estime de soi et langage émotionnel

### 14.7. Capital relationnel: *Coworking*

- 14.7.1. Gestion du Capital Humain
- 14.7.2. Analyse des performances
- 14.7.3. Gestion de l'égalité et la diversité
- 14.7.4. L'innovation dans la gestion des personnes

### 14.8. Gestion du temps

- 14.8.1. Planification, organisation et contrôle
- 14.8.2. Méthodologie de gestion du temps
- 14.8.3. Plans d'action
- 14.8.4. Outils pour une gestion efficace du temps

**Module 15. Strategy in Marketing management****15.1. Marketing management**

- 15.1.1. *Positioning and Value Creation*
- 15.1.2. Orientation et positionnement de l'entreprise en matière de Marketing
- 15.1.3. Marketing stratégique vs. Marketing opérationnel
- 15.1.4. Objectifs de la gestion du Marketing
- 15.1.5. Communications Marketing intégrées

**15.2. Rôle du Marketing stratégique**

- 15.2.1. Principales stratégies de Marketing
- 15.2.2. Segmentation, *targeting* et positionnement
- 15.2.3. Gestion du Marketing Stratégique

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

- 15.3.1. Ressources et investissements nécessaires
- 15.3.2. Principes fondamentaux de l'avantage concurrentiel
- 15.3.3. Comportement concurrentiel de l'entreprise
- 15.3.4. *Focus Marketing*

**15.4. Stratégie et développement de nouveaux canaux**

- 15.4.1. Créativité et innovation dans le marketing
- 15.4.2. Génération et filtrage d'idées
- 15.4.3. Analyse de la viabilité commerciale
- 15.4.4. Développement, test de marché et commercialisation

**15.5. Politiques de tarification**

- 15.5.1. Buts à court et à long terme
- 15.5.2. Types de politiques de tarification
- 15.5.3. Facteurs influençant la détermination du prix la détermination du prix

**15.6. Stratégies de promotion et merchandising**

- 15.6.1. Gestion de la Publicité
- 15.6.2. Plan de communication et médias
- 15.6.3. Le *merchandising* comme technique de Marketing
- 15.6.4. *Visual merchandising*

**15.7. Stratégies de distribution, d'expansion et de médiation**

- 15.7.1. Externalisation de la force de vente et du service clientèle
- 15.7.2. La logistique commerciale dans la gestion des ventes de produits et de services
- 15.7.3. Gestion du cycle de vente

**15.8. Développement du plan de Marketing**

- 15.8.1. Analyse et diagnostic
- 15.8.2. Décisions stratégiques
- 15.8.3. Les décisions opérationnelles

**Module 16. Stratégie d'entreprise et stratégie opérationnelle****16.1. Nouveaux scénarios en supply chain management**

- 16.1.1. Management dans les environnements multiculturels
- 16.1.2. L'innovation dans la SCM
- 16.1.3. Orientation vers la demande grâce à des opérations flexibles
- 16.1.4. Philosophies et techniques utilisées au Japon

**16.2. Vision globale de la supply chain management**

- 16.2.1. Opportunités et risques de la SCM
- 16.2.2. Design Stratégique de la *Supply Chain*
- 16.2.3. Tendances

**16.3. Stratégie opérationnelle**

- 16.3.1. Introduction à la stratégie et aux niveaux stratégiques
- 16.3.2. Gestion des processus
- 16.3.3. Gestion des stocks

**16.4. Prise de décision en matière de logistique**

- 16.4.1. Analyse des décisions
- 16.4.2. Gestion et planification globale des opérations
- 16.4.3. La gestion des risques dans la SC
- 16.4.4. Prise de décision *Hard y Soft*

**16.5. Lean operations strategy**

- 16.5.1. Synergies stratégiques avec les domaines fonctionnels
- 16.5.2. Opérateurs logistiques
- 16.5.3. Matrice processus-produit

**16.6. Gestion stratégique des achats**

- 16.6.1. Nouveaux défis en matière d'achats, de *sourcing* et de gestion des approvisionnements
- 16.6.2. Fonction d'Achat dans l'entreprise et dans la chaîne d'approvisionnement
- 16.6.3. Fonction d'Achat en tant que fournisseur de ressources
- 16.6.4. Aspects juridiques de la fonction des achats

**16.7. Approvisionnement stratégique**

- 16.7.1. Sélection et développement des fournisseurs
- 16.7.2. Création de valeur à partir de l'approvisionnement stratégique
- 16.7.3. Opérateurs logistiques dans l'approvisionnement

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

- 16.8.1. Externalisation
- 16.8.2. Externalisation des processus
- 16.8.3. Mondialisation
- 16.8.4. Délocalisation

## Module 17. Business & international strategy

### 17.1. Business & international strategy

- 17.1.1. Internationalisation
- 17.1.2. Growth & development in emerging markets
- 17.1.3. Système monétaire international

### 17.2. Gestion stratégique des affaires internationales

- 17.2.1. L'internationalisation dans le nouvel ordre mondial
- 17.2.2. L'influence de la culture sur le commerce international
- 17.2.3. Sélection des marchés et des pays
- 17.2.4. Délocalisation et *Offshoring*

### 17.3. Stratégies d'internationalisation

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

### 17.4. Décisions d'internationalisation

- 17.4.1. Études de marché et prise de décision
- 17.4.2. Choix du lieu et du mode d'exploitation
- 17.4.3. Choix de la forme juridique appropriée

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

- 17.5.1. Analyse de la demande internationale
- 17.5.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
- 17.5.3. Planification de l'internationalisation
- 17.5.4. Les étapes de l'exportation

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

- 17.6.1. Entreprises de produits et de services
- 17.6.2. Entreprises internationalisées et entreprises multinationales
- 17.6.3. Les PME et leur modèle d'internationalisation

### 17.7. Obstacles à l'internationalisation

- 17.7.1. Restrictions légales
- 17.7.2. Obstacles logistiques, financiers et commerciaux
- 17.7.3. Obstacles à l'investissement direct

### 17.8. Cross-cultural management

- 17.8.1. Dimension culturelle du management international
- 17.8.2. La mondialisation dans la gestion des entreprises
- 17.8.3. Leadership interculturel



Un programme de haut niveau  
où vous trouverez les dernières  
informations sur le marché



07

# Méthodologie

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

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.





“

*Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"*

## À TECH Business School, nous utilisons la Méthode des Cas de Harvard

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

“ Avec *TECH*, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer les fondations des universités traditionnelles du monde entier ”



Notre école est la première au monde à combiner les études de cas de l'université d'Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique.



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

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme intensif de TECH Business School prépare les étudiants à relever tous les défis dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Nous nous engageons à promouvoir la croissance personnelle et professionnelle, le meilleur moyen de marcher vers le succès, c'est pourquoi TECH utilise des *études de cas* de Harvard, avec qui nous avons un accord stratégique, ce qui nous permet de fournir à nos étudiants des matériaux de la meilleure université du monde.

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

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

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous nous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions.

## Relearning Methodology

Notre université est la première au monde à combiner les *études de cas* de l'Université de Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui combine éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons les *études de cas* de Harvard avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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



#### Support d'étude

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

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



#### Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



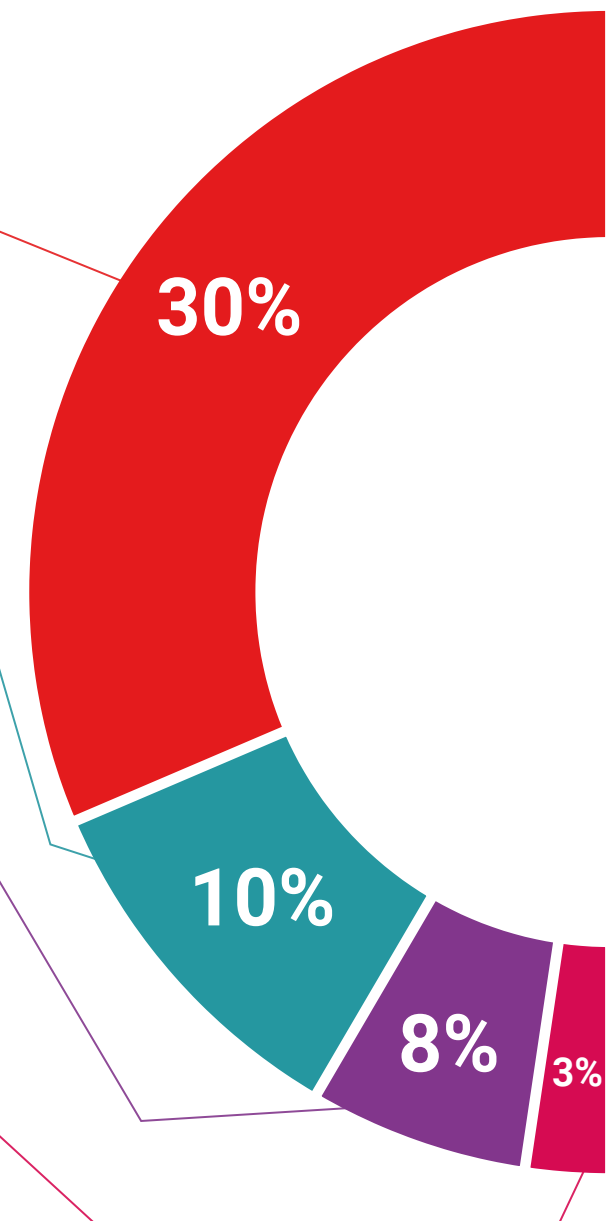
#### Stages en gestion des compétences

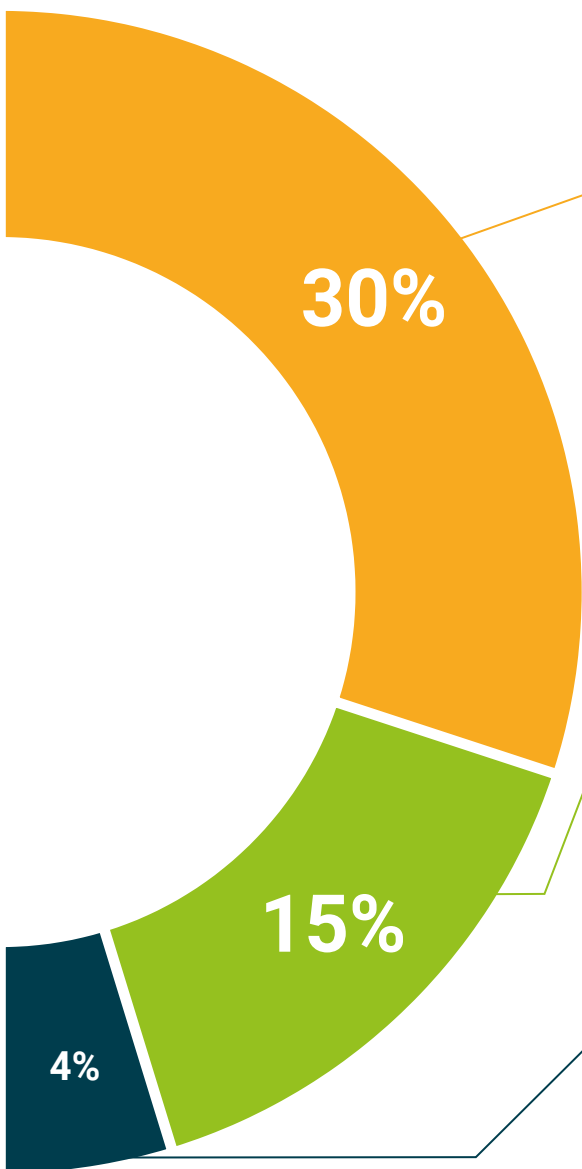
Vous réaliserez des activités visant à développer des compétences de direction spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un haut dirigeant doit développer dans le contexte de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Bibliographie complémentaire

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





### Case Studies

Vous réaliserez une sélection des meilleurs business cases utilisés à Harvard Business School. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes de la gestion supérieure en Amérique latine.



### Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profil de nos étudiants

Le Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie est un programme destiné aux professionnels expérimentés qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances et faire progresser leur carrière professionnelle. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.



“

*Nous recherchons des professionnels  
ayant une grande expérience et  
souhaitant se spécialiser dans un secteur  
indispensable au niveau des entreprises”*

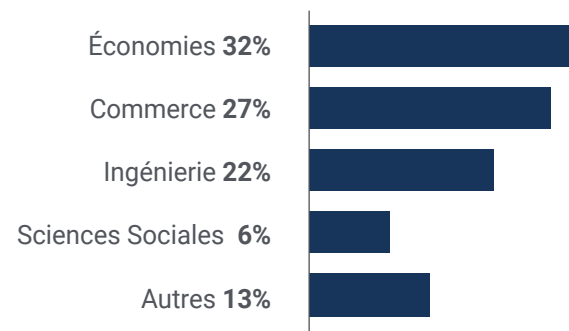
## Moyenne d'âge

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

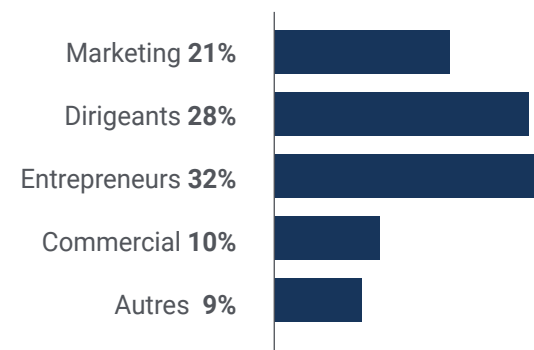
## Années d'expérience



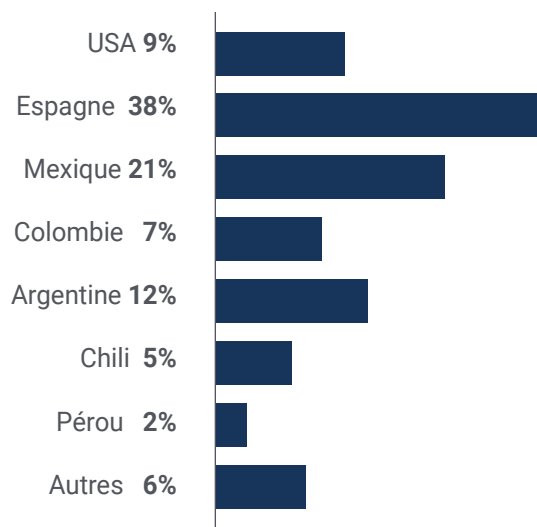
## Formation



## Profil académique



## Distribution géographique



## Manuel Megolla

Directeur d'une entreprise multinationale

*"La réalisation de ce programme TECH a été essentielle pour améliorer mes compétences et, par conséquent, ma sécurité dans le cadre de mon développement professionnel. Au début, je pensais qu'il serait impossible de combiner ce Mastère Spécialisé Avancé avec mon travail et ma vie privée. Cependant, son format 100% en ligne m'a aidé à y parvenir. Sans aucun doute, un programme que je recommande à tous ceux qui souhaitent se spécialiser dans le management stratégique des entreprises"*

09

# Direction de la formation

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



“

*Notre équipe pédagogique vous  
montrera toutes les clés pour  
mener à bien votre entreprise”*

## Directeur invité international

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

Il a occupé le poste de Directeur de la Stratégie d'Entreprise chez Schneider Electric, où il a dirigé le processus et la plateforme de stratégie globale. À cet égard, son approche innovante lui a permis d'identifier plus de 100 milliards d'euros de nouvelles opportunités de croissance et a joué un rôle déterminant dans l'élaboration de modèles de prévision et la fourniture d'informations stratégiques, ce qui a renforcé la position concurrentielle de l'entreprise.

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

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



## M. Ilias, Jumadilov

---

- Directeur de la Stratégie d'Entreprise chez Schneider Electric, à Boston et à Hong Kong
- Conseiller auprès de startups en Intelligence Artificielle, métaverse et commerce international
- Directeur des Opérations Commerciales Internationales et Europe chez Schneider Electric, Barcelone et Almaty
- Chef de Produit et Marketing chez Schneider Electric, Grenoble
- Cofondateur de l'Association Blockchain Network d'Asie Centrale
- Master en Sciences Économiques de l'Université de Grenoble Alpes, France
- Certificat en technologies de l'Entrepreneuriat de l'Université de Stanford, États-Unis
- Licence en Économie et Gestion de l'Université nationale d'État du Kirghizistan



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

## Direction



### **Dr Fernández Carrasco, Francisco Javier**

- ♦ Chercheur à l'Observatoire CIIC - Centre international pour l'Innovation Continue
- ♦ Coordinateur du département des sciences sociales - École San Gabriel. Alcalá de Henares, Madrid
- ♦ Professeur de Philosophie dans un centre éducatif privé-subventionné. École San Gabriel. Alcalá de Henares, Madrid
- ♦ Professeur d'Apprentissage par Problèmes à l'Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) 2019
- ♦ Phd en Philosophie de l'Université Complutense de Madrid



10

# Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients que suivre un programme de cette nature représente un important investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle.

C'est pourquoi TECH met tous ses efforts et ses outils à votre disposition pour que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réussir ce changement.



“

*Nous mettons toutes nos ressources académiques à votre portée pour vous aider à réaliser le changement professionnel que vous souhaitez”*

*Une spécialisation plus poussée est indispensable pour obtenir une promotion au travail. Conscients de cela, chez TECH, nous avons créé ce programme de haute qualité pour vous aider à obtenir un meilleur emploi.*

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

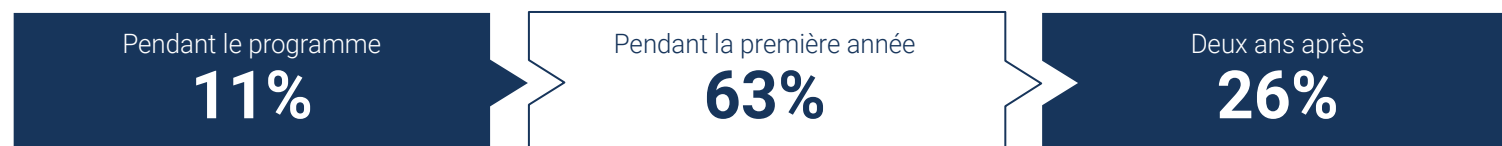
Le Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie de TECH Global University est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son objectif principal est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre le succès.

Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

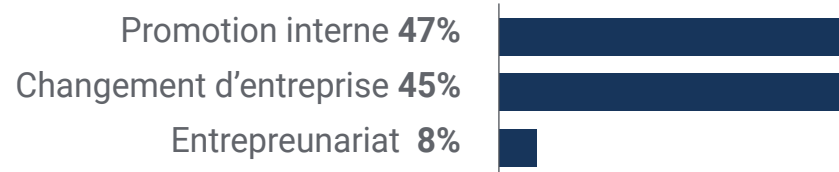
*Ne manquez pas l'occasion d'étudier à TECH. Vous y trouverez une occasion unique d'améliorer votre employabilité.*

### Générer un changement positif

#### Le moment du changement



#### Type de changement



## Amélioration du salaire

---

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de 25% pour nos étudiants.



11

# Avantages pour votre entreprise

Le Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel par la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, la participation à ce programme académique permettra de s'améliorer non seulement sur le plan personnel mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant la formation et en améliorant les compétences de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

*Après avoir complété ce Mastère  
Spécialisé Avancé, vous apporterez une  
nouvelle vision commerciale à l'entreprise”*

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

01

### Accroître les talents et le capital intellectuel

L'étudiant apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles de provoquer des changements pertinents dans l'organisation.

---

02

### Retenir les dirigeants à grand potentiel et éviter la fuite des talents

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

03

### Former des agents du changement

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

---

04

### Augmenter les possibilités d'expansion internationale

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

05

### Développer vos propres projets

Le professionnel pourra travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du Développement Commercial de son entreprise.

---

06

### Augmenter la compétitivité

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

# 12 Diplôme

Le Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère délivré par TECH Global University.



“

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

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme de **Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique du monde.

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

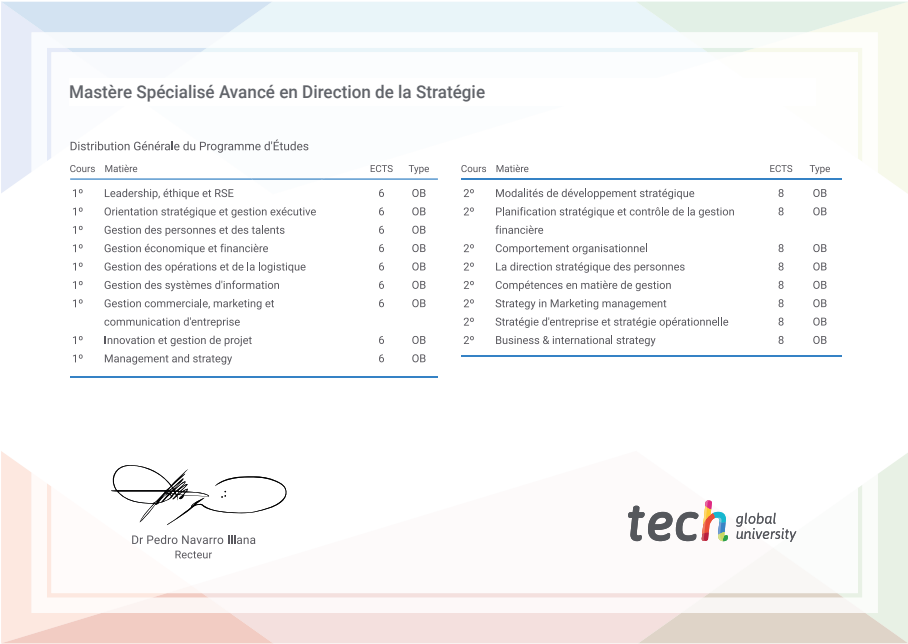
Ce diplôme de Mastère Spécialisé Avancé de **TECH Global University** est un programme européen de formation continue et d'actualisation professionnelle qui garantit l'acquisition de compétences dans son domaine de connaissances, conférant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit le programme.

Diplôme: **Mastère Spécialisé Avancé en Direction de la Stratégie**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**

Accréditation: **120 ECTS**



\*Apostille de La Haye Dans le cas où l'étudiant demande l'Apostille de La Haye pour son diplôme papier, TECH Global University fera les démarches nécessaires pour l'obtenir, moyennant un coût supplémentaire. supplémentaire.



## **Mastère Spécialisé Avancé**

### Direction de la Stratégie

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

# Mastère Spécialisé Avancé

## Direction de la Stratégie



| Sector 1     | Sector 2     | Sector 3     | Sector 4     | Sector 5     |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| \$ 31 555,00 | \$ 82 710,00 | \$ 38 338,00 | \$ 4 132,00  | \$ 3 453,00  |
| \$ 56 032,00 | \$ 43 685,00 | \$ 37 128,00 | \$ 14 003,00 | \$ 6 995,00  |
| \$ 68 728,00 | \$ 34 549,00 | \$ 52 101,00 | \$ 19 226,00 | \$ 22 756,00 |
| \$ 27 862,00 | \$ 15 001,00 | \$ 7 307,00  | \$ 28 764,00 | \$ 80 780,00 |
| \$ 21 764,00 | \$ 9 822,00  | \$ 60 496,00 | \$ 38 825,00 | \$ 36 000,00 |
| \$ 53 225,00 | \$ 30 359,00 | \$ 29 905,00 | \$ 12 281,00 | \$ 68 415,00 |
| \$ 16 477,00 | \$ 27 176,00 | \$ 92 545,00 | \$ 58 929,00 | \$ 49 100,00 |
| \$ 47 572,00 | \$ 15 118,00 | \$ 42 796,00 | \$ 79 164,00 | \$ 78 919,00 |
| \$ 41 374,00 | \$ 38 200,00 | \$ 11 922,00 | \$ 82 933,00 | \$ 73 526,00 |