

Mastère Avancé

MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles

TECH est membre de :



tech Euromed
University



Mastère Avancé

MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles

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

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

Sommaire

01

Présentation du programme

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH ?

Page 8

03

Programme d'études

Page 12

04

Objectifs

Page 40

05

Opportunités de carrière

Page 48

06

Méthodologie

Page 52

07

Corps Enseignant

Page 62

08

Diplôme

Page 84

01

Présentation du programme

Le MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles fait face à des défis et des opportunités importants dans le contexte actuel. En effet, la transformation numérique et la durabilité sont devenues des priorités stratégiques pour les entreprises. Selon un rapport de McKinsey, les organisations adoptent des modèles plus agiles et collaboratifs, passant de structures hiérarchiques traditionnelles à des équipes de direction en réseau qui favorisent l'innovation et l'adaptabilité. Ces données soulignent la nécessité de s'adapter à un environnement commercial en constante évolution, en promouvant l'innovation, la diversité et la durabilité. Dans ce cadre, TECH Euromed University présente un programme innovant 100 % en ligne, qui fournira aux professionnels les compétences de leadership nécessaires pour améliorer les processus de production dans les entreprises. En outre, il est basé sur la méthodologie révolutionnaire *Relearning*.



“

Vous vous plongerez dans la gestion d'entreprise, couvrant des domaines tels que l'optimisation des processus, la prise de décision dans des environnements complexes et la mise en œuvre de pratiques durables”

La transformation des Entreprises Industrielles dans un environnement marqué par l'innovation technologique et l'interdépendance mondiale exige une révision profonde des processus de gestion et de leadership au plus haut niveau. En ce sens, les experts doivent non seulement posséder des connaissances techniques approfondies du secteur, mais aussi une vision stratégique qui leur permette de s'adapter aux changements rapides et de gérer efficacement les ressources dans des environnements de plus en plus compétitifs.

C'est dans cette optique que TECH Euromed University lance un Mastère Avancé MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles, à la pointe de la technologie. Conçu par des experts de premier plan dans ce domaine, le parcours académique approfondira des sujets allant des clés stratégiques pour améliorer la compétitivité ou de la gestion de projets clés en main à la mise en œuvre d'outils technologiques de dernière génération. Grâce à cela, les diplômés seront en mesure de diriger avec succès dans l'environnement industriel d'aujourd'hui, en appliquant des solutions innovantes adaptées aux défis mondiaux.

En outre, ce diplôme universitaire est basé sur le système d'apprentissage innovant du *Relearning*. Grâce à ce système, les étudiants réduiront le nombre d'heures d'étude et consolideront solidement les concepts abordés tout au long de cet itinéraire académique. La seule chose dont les professionnels auront besoin est un appareil avec une connexion internet (smartphone, ordinateur ou tablette) pour accéder à la plateforme virtuelle et aux ressources pédagogiques les plus dynamiques du marché académique.

Ce **MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles** 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 Direction Générale dans les Entreprises Industrielles
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il se concentre sur les méthodologies innovantes en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles
- ♦ 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



Vous mettrez en œuvre de nouvelles technologies et des processus innovants qui favorisent l'efficacité opérationnelle dans les Entreprises Industrielles"

“

Vous approfondirez votre compréhension des critères de durabilité établis par les normes internationales, en étant capable d'intégrer ces principes dans la création de plans d'affaires responsables et rentables”

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Direction Générale dans les Entreprises Industrielles, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

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

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

Vous dirigerez des équipes de travail pluridisciplinaires, en promouvant un environnement de travail productif qui favorise la productivité et les performances organisationnelles.

Grâce à la méthode révolutionnaire Relearning de TECH Euromed University, vous consoliderez toutes les connaissances de manière optimale afin d'obtenir les résultats que vous recherchez.



02

Pourquoi étudier à TECH ?

TECH Euromed University 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 du monde, selon FORBES

Le prestigieux magazine Forbes, spécialisé dans les affaires et la finance, a désigné TECH Euromed University comme "la meilleure université en ligne du monde". C'est ce qu'ils ont récemment déclaré dans un article de leur édition numérique dans lequel ils se font l'écho de la réussite de cette institution, "grâce à l'offre académique qu'elle propose, à la sélection de son corps enseignant et à une méthode d'apprentissage innovante visant à former les professionnels du futur".

Le meilleur personnel enseignant top international

Le corps enseignant de TECH Euromed University se compose de plus de 6 000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des hauts responsables de multinationales, parmi lesquels figurent Isaiah Covington, entraîneur des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au Harvard MetaLAB, Ignacio Wistumba, président du département de pathologie moléculaire translationnelle au MD Anderson Cancer Center, et D.W. Pine, directeur de la création du magazine TIME, entre autres.

La plus grande université numérique du monde

TECH Euromed University est la plus grande université numérique du monde. Nous sommes la plus grande institution éducative, avec le meilleur et le plus vaste catalogue éducatif numérique, cent pour cent en ligne et couvrant la grande majorité des domaines de la connaissance. Nous proposons le plus grand nombre de diplômes propres, de diplômes officiels de troisième cycle et de premier cycle au monde. Au total, plus de 14 000 diplômes universitaires, dans onze langues différentes, font de nous la plus grande institution éducative au monde.



Forbes
Meilleure université
en ligne du monde

Plan
d'études
le plus complet

Personnel enseignant
TOP
International

La méthodologie
la plus efficace

**N°1
Mondial**
La plus grande
université en ligne
du monde

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

TECH Euromed University offre les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des programmes qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. En outre, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir que les étudiants sont à la pointe du monde universitaire et qu'ils possèdent les compétences professionnelles les plus recherchées. De cette manière, les diplômes de l'université offrent à ses diplômés un avantage significatif pour propulser leur carrière vers le succès.

Une méthode d'apprentissage unique

TECH Euromed University est la première université à utiliser *Relearning* dans tous ses formations. Il s'agit de la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement, fournies par des agences éducatives prestigieuses. En outre, ce modèle académique perturbateur est complété par la "Méthode des Cas", configurant ainsi une stratégie d'enseignement en ligne unique. Des ressources pédagogiques innovantes sont également mises en œuvre, notamment des vidéos détaillées, des infographies et des résumés interactifs.

L'université en ligne officielle de la NBA

TECH Euromed University est l'université en ligne officielle de la NBA. Grâce à un accord avec la grande ligue de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs ainsi qu'un large éventail de ressources pédagogiques axées sur les activités de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et comprend des conférenciers exceptionnels: des professionnels ayant un passé sportif distingué qui apporteront leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

Leaders en matière d'employabilité

TECH Euromed University a réussi à devenir l'université leader en matière d'employabilité. 99% de ses étudiants obtiennent un emploi dans le domaine qu'ils ont étudié dans l'année qui suit la fin de l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire parvient à améliorer immédiatement sa carrière. Tout cela grâce à une méthodologie d'étude qui fonde son efficacité sur l'acquisition de compétences pratiques, absolument nécessaires au développement professionnel.



Google Partner Premier

Le géant américain de la technologie a décerné à TECH Euromed University 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 Euromed University, mais positionne également TECH Euromed University comme l'une des principales entreprises technologiques au monde.



L'université la mieux évaluée par ses étudiants

Les étudiants ont positionné TECH Euromed University comme l'université la mieux évaluée du monde dans les principaux portails d'opinion, soulignant sa note la plus élevée de 4,9 sur 5, obtenue à partir de plus de 1 000 évaluations. Ces résultats consolident TECH Euromed University en tant qu'institution universitaire de référence internationale, reflétant l'excellence et l'impact positif de son modèle éducatif.



03

Programme d'études

Ce diplôme sera axé sur la planification et le contrôle de la production, y compris les méthodologies de pointe, telles que le *Just-in-Time* et la Théorie des Contraintes, qui permettront aux entrepreneurs d'optimiser les opérations de production et de réduire les incidents. En outre, la mise en œuvre des 5S, de la gestion *lean* et de la gestion de la qualité fera partie des approches visant à améliorer la productivité et l'efficacité. Les professionnels seront également formés pour relever les défis de l'Industrie 4.0 et mener la transformation vers des modèles d'affaires innovants, en fournissant une formation de haute qualité qui permet aux entreprises d'être compétitives et de prospérer.





“

Vous développerez des compétences clés en leadership qui vous permettront de gérer efficacement des équipes, de définir des stratégies innovantes et de prendre des décisions dans un contexte commercial complexe et instable”

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 1.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
 - 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
 - 1.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 1.2. Leadership
 - 1.2.1. Leadership. Une approche conceptuelle
 - 1.2.2. Leadership dans les entreprises
 - 1.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises
- 1.3. *Cross Cultural Management*
 - 1.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 1.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 1.3.3. Gestion de la Diversité
- 1.4. Développement de la gestion et le leadership
 - 1.4.1. Concept de Développement de la Gestion
 - 1.4.2. Le concept de Leadership
 - 1.4.3. Théories du Leadership
 - 1.4.4. Styles de Leadership
 - 1.4.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 1.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 1.5. Éthique des affaires
 - 1.5.1. Éthique et Morale
 - 1.5.2. Éthique des Affaires
 - 1.5.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 1.6. Durabilité
 - 1.6.1. Durabilité et développement durable
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. 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 responsable
 - 1.8.1. RSE : Responsabilité sociale des entreprises
 - 1.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 1.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 1.8.4. Outils et normes en matière de la RSE
- 1.9. Multinationales et droits de l'homme
 - 1.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 1.9.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 1.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 1.10. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Importation et exportation
 - 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 1.10.3. Droit International du Travail

Module 2. Gestion stratégique et *Management* 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 Stratégique
 - 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. Étapes du Diagnostic Financier
 - 2.5.3. Méthodes d'Évaluation pour le Diagnostic Financier
- 2.6. Planification et Stratégie
 - 2.6.1. Le Plan d'une Stratégie
 - 2.6.2. Positionnement Stratégique
 - 2.6.3. La stratégie dans l'entreprise
- 2.7. Modèles et Motifs Stratégiques
 - 2.7.1. Cadre Conceptuel
 - 2.7.2. Modèles Stratégiques
 - 2.7.3. Modèles Stratégiques : Les Cinq Ps de la Stratégie
- 2.8. Stratégie Concurrentielle
 - 2.8.1. L'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. Gestion Stratégique
 - 2.9.1. Le concept de Stratégie
 - 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
 - 2.9.3. Approches de la gestion stratégique
- 2.10. Mise en œuvre de la Stratégie
 - 2.10.1. Systèmes d'Indicateurs et Approche par Processus
 - 2.10.2. Carte Stratégique
 - 2.10.3. Alignement Stratégique
- 2.11. *Management* Exécutif
 - 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
 - 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion 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. 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. Gestion Stratégique des personnes
 - 3.3.1. Direction Stratégique et ressources humaines
 - 3.3.2. La direction stratégique des personnes
- 3.4. Évolution des Ressources. Une vision intégrée
 - 3.4.1. L'importance des Ressources Humaines
 - 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
 - 3.4.3. Direction stratégique des RH
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des RH
 - 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* en RH
 - 3.12.2. Personal Branding pour les professionnels des RH
- 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 des 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 Gestion d'Équipe
 - 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. Actif de l'entreprise
 - 4.3.3. Passif de l'entreprise
 - 4.3.4. Le Patrimoine Net de l'entreprise
 - 4.3.5. Le Compte de Profits et Pertes
- 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. Le 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 service 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 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
 - 4.21.2. 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 Marché 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 de la Situation
 - 4.16.2. Analyse du Compte des Résultats
 - 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
 - 5.1.4. La gestion des Opérations
- 5.2. Organisation industrielle et logistique
 - 5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle
 - 5.2.2. Département Logistique
- 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. Typologie de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
 - 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 (SCM)
 - 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
 - 5.9.3. Modèles 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. Prévission 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. *T* des opérations
 - 5.17.1. Gestion des Opération 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. Systèmes d'information et stratégie d'entreprise
 - 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
 - 6.5.3. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information
- 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision
 - 6.6.1. *Business intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif
- 6.7. Explorer l'information
 - 6.7.1. SQL : bases de données relationnelles. Concepts de base
 - 6.7.2. Réseaux et 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. *L'intelligence Économique dans l'entreprise*
 - 6.8.1. Le monde des données
 - 6.8.2. Concepts pertinents
 - 6.8.3. Caractéristiques principales
 - 6.8.4. Solutions actuelles du marché
 - 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
 - 6.8.6. Cybersécurité dans la BI et *Data Science*
- 6.9. Nouveau concept commercial
 - 6.9.1. Pourquoi la BI ?
 - 6.9.2. Obtenir l'information
 - 6.9.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
 - 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 *Enterprise 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 numérique
- 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. Stratégie de Marketing Numérique
 - 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique
 - 7.7.2. Outil de 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. Recommandations 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 RH
 - 7.14.2. Instruments et supports de communication interne"
 - 7.14.3. Le plan de communication interne
- 7.15. Communication et réputation numérique
 - 7.15.1. Réputation en ligne
 - 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique ?
 - 7.15.3. Outils de réputation en ligne
 - 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne
 - 7.15.5. Branding en ligne

Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

- 8.1. Étude de Marchés
 - 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 de Recherche
- 8.6. L'étude des marchés internationaux
 - 8.6.1. Étude des Marchés Internationaux
 - 8.6.2. Processus d'Études 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 professionnels de la publicité
 - 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
 - 8.8.5. Tendances et défis en matière de publicité

- 8.9. Développement du plan de Marketing
 - 8.9.1. Concept du Plan de Marketing
 - 8.9.2. Analyse et Diagnostic de la Situation
 - 8.9.3. Décisions de Marketing Stratégique
 - 8.9.4. Décisions de Marketing Opérationnel
- 8.10. Stratégies de promotion et Marketing
 - 8.10.1. Communication Marketing Intégrée
 - 8.10.2. Plan de Communication Publicitaire
 - 8.10.3. Le Merchandising comme technique de Communication
- 8.11. Planification des médias
 - 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
 - 8.11.2. Moyens de communication
 - 8.11.3. 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 concurrentielle 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 de 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 startups*
 - 9.3.1. Concept de *start-up*
 - 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 *start-up*
- 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 aspects 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 Exécutif*

- 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. Personal Branding
 - 10.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
 - 10.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 10.9.3. Outils de construction du Personal Branding
- 10.10. Leadership et gestion d'équipes
 - 10.10.1. Leadership et styles de leadership
 - 10.10.2. Capacités et défis du Leader
 - 10.10.3. Gestion des Processus de Changement
 - 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

Module 11. Clés stratégiques pour améliorer la compétitivité

- 11.1. L'Excellence dans les affaires d'aujourd'hui
 - 11.1.1. S'adapter aux environnements VUCA
 - 11.1.2. Satisfaction des parties prenantes (*Stakeholders*)
 - 11.1.3. *World Class Manufacturing*
 - 11.1.4. Mesure de l'excellence : Net Promoter Score
- 11.2. Concevoir la stratégie de l'entreprise
 - 11.2.1. Processus général de définition de la stratégie
 - 11.2.2. Définition de la situation actuelle. Modèles de positionnement
 - 11.2.3. Mouvements stratégiques possibles
 - 11.2.4. Modèles d'action stratégiques
 - 11.2.5. Stratégies fonctionnelles et organisationnelles
 - 11.2.6. Analyse de l'environnement et de l'organisation. Analyse SWOT la prise de décision

- 11.3. Déploiements de la stratégie. Tableau de Bord Prospectif
 - 11.3.1. Mission, Vision, Valeurs et Principes commerciaux
 - 11.3.2. Besoins d'un Tableau de Bord Prospectif
 - 11.3.3. Perspectives à utiliser au CMI
 - 11.3.4. La Carte Stratégique
 - 11.3.5. Phase de mise en œuvre d'un bon CMI
 - 11.3.6. Le plan général d'un CMI
- 11.4. Gestion des processus
 - 11.4.1. Description d'un processus
 - 11.4.2. Types de processus. Principaux processus
 - 11.4.3. Priorité des processus
 - 11.4.4. Représentation d'un processus
 - 11.4.5. Mesurer les processus pour les améliorer
 - 11.4.6. Carte de processus
 - 11.4.7. Réingénierie des processus
- 11.5. Typologies structurelles. Les organisations agiles. ERR
 - 11.5.1. Typologies structurelles.
 - 11.5.2. L'Entreprise vue comme un système adaptatif
 - 11.5.3. L'Entreprise horizontale
 - 11.5.4. Caractéristiques et facteurs clés des organisations agiles (ERR)
 - 11.5.5. Les Organisations du futur : l'organisation TEAL
- 11.6. Conception de modèle d'entreprise
 - 11.6.1. Modèle Canvas pour la conception du modèle d'entreprise
 - 11.6.2. La méthodologie *Lean Startup* dans la création de nouvelles entreprises et de nouveaux produits.
 - 11.6.3. La stratégie Blue Ocean
- 11.7. Responsabilité sociale des entreprises et durabilité
 - 11.7.1. Responsabilité sociale des entreprises (RSE) : ISO 26000
 - 11.7.2. Objectifs de Développement Durable ODD
 - 11.7.3. Agenda 2030

- 11.8. *Customer Management*
 - 11.8.1. La nécessité de gérer les relations avec les clients
 - 11.8.2. Éléments du *Customer Management*
 - 11.8.3. La technique et le *Customer Management*. Les CRM
- 11.9. Le Management dans les environnements internationaux
 - 11.9.1. L'importance de la internationalisation
 - 11.9.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
 - 11.9.3. Développement du plan d' internationalisation
 - 11.9.4. Mise en œuvre du plan d'internationalisation
 - 11.9.5. Outils d'aide à l'exportation
- 11.10. Gestion du changement
 - 11.10.1. La Dynamique du changement dans les entreprises
 - 11.10.2. Obstacles au changement
 - 11.10.3. Facteurs d'adaptation au changement
 - 11.10.4. La méthodologie de Kotter pour la gestion du changement

Module 12. Conception et développement de produits

- 12.1. QFD dans la Conception et le Développement de produits (Quality Function Deployment)
 - 12.1.1. De la voix du client aux exigences techniques
 - 12.1.2. La Maison de la qualité/Phases du développement de la qualité
 - 12.1.3. Avantages et limites
- 12.2. *Design Thinking*
 - 12.2.1. Conception, besoins, technologie et stratégie
 - 12.2.2. Les Étapes du Processus
 - 12.2.3. Techniques et outils utilisés
- 12.3. Ingénierie Simultanée
 - 12.3.1. Fondements de l'Ingénierie simultanée
 - 12.3.2. Méthodologie de l'Ingénierie simultanée
 - 12.3.3. Outils utilisés
- 12.4. Programmation. Planification et définition
 - 12.4.1. Exigences. Gestion de la qualité
 - 12.4.2. Phases de développement. Gestion du temps
 - 12.4.3. Matériaux, faisabilité, procédés. Gestion des coûts
 - 12.4.4. Équipe du projet. Gestion des ressources humaines
 - 12.4.5. Information. Gestion des communications
 - 12.4.6. Analyse des risques. Gestion des risques
- 12.5. Produit. Sa conception (CAD) et son développement
 - 12.5.1. Gestion de l'information/PLM/Cycle de vie des produits
 - 12.5.2. Modes de défaillance et effets des produits
 - 12.5.3. Construction CAO. Révisions
 - 12.5.4. Dessins de produits et de fabrication
 - 12.5.5. Vérification de la conception
- 12.6. Prototypes. Développement de prototypes
 - 12.6.1. Prototypage rapide
 - 12.6.2. Plan de contrôle
 - 12.6.3. Conception d'expériences
 - 12.6.4. Analyse des systèmes de mesure
- 12.7. Processus de production. Conception et développement
 - 12.7.1. Modes et effets de l'échec du processus
 - 12.7.2. Conception et construction d'outils de fabrication
 - 12.7.3. Conception et construction de moyens de contrôle (jauges)
 - 12.7.4. Phase d'ajustement
 - 12.7.5. Démarrage de la production
 - 12.7.6. Évaluation initiale du processus
- 12.8. Produit et processus. Validation
 - 12.8.1. Évaluation des systèmes de mesure
 - 12.8.2. Tests de validation
 - 12.8.3. Contrôle statistique des processus (SPC)
 - 12.8.4. Certification des produits

- 12.9. Gestion du Changement. Amélioration et actions correctives
 - 12.9.1. Types de change
 - 12.9.2. Analyse de la variabilité, amélioration
 - 12.9.3. Enseignements tirés et pratiques éprouvées
 - 12.9.4. Processus de changement
- 12.10. Innovation et Transfert de Technologies
 - 12.10.1. Propriété Intellectuelle
 - 12.10.2. Innovation
 - 12.10.3. Transfert de Technologie

Module 13. Planification et contrôle de la production

- 13.1. Phases de la planification de la production
 - 13.1.1. Planification avancée
 - 13.1.2. Prévisions de ventes, méthodes
 - 13.1.3. Définition du Takt-Time
 - 13.1.4. Planification des matières - MRP - Stock minimum
 - 13.1.5. Plan de recrutement
 - 13.1.6. Exigences en matière d'équipement
- 13.2. Plan de production (PDP)
 - 13.2.1. Facteurs à prendre en compte
 - 13.2.2. Planification *Push*
 - 13.2.3. Planification *Pull*
 - 13.2.4. Systèmes mixtes
- 13.3. Kanban
 - 13.3.1. Types de Kanban
 - 13.3.2. Utilisation de Kanban
 - 13.3.3. Planification autonome : 2-bin Kanban
- 13.4. Contrôle de la production
 - 13.4.1. Dérogations au PDP et rapports
 - 13.4.2. Suivi des performances de production : OEE
 - 13.4.3. Surveillance de la capacité totale : TEEP
- 13.5. Organisation de la production
 - 13.5.1. Équipement de production
 - 13.5.2. Ingénierie des processus
 - 13.5.3. Maintenance
 - 13.5.4. Contrôle des Matériaux
- 13.6. Maintenance Productive Totale (TPM)
 - 13.6.1. Maintenance Corrective
 - 13.6.2. Maintenance Autonome
 - 13.6.3. Maintenance Préventive
 - 13.6.4. Maintenance Prédicative
 - 13.6.5. Indicateurs d'efficacité de la maintenance MTBF - MTTR
- 13.7. Aménagement de l'usine
 - 13.7.1. Facteurs de conditionnement
 - 13.7.2. Production en ligne
 - 13.7.3. Production en cellules de travail
 - 13.7.4. Applications
 - 13.7.5. Méthodologie SLP
- 13.8. *Just-In-Time* (JIT)
 - 13.8.1. Description et origines du JIT
 - 13.8.2. Objectifs
 - 13.8.3. Mise en œuvre du JIT. Séquençage des produits
- 13.9. Théorie des contraintes (TOC)
 - 13.9.1. Principes fondamentaux
 - 13.9.2. Les 5 étapes de TOC et leur application
 - 13.9.3. Avantages et inconvénients
- 13.10. *Quick Response Manufacturing* (QRM)
 - 13.10.1. Description
 - 13.10.2. Points clés pour la structuration
 - 13.10.3. Mise en œuvre du QRM

Module 14. Lean Manufacturing

- 14.1. La pensée LEAN
 - 14.1.1. Structure du système LEAN
 - 14.1.2. Les principes du LEAN
 - 14.1.3. *Lean* face au processus de fabrication allégés ou traditionnels
- 14.2. Les déchets dans l'entreprise
 - 14.2.1. Valeur versus gaspillage dans les environnements LEAN
 - 14.2.2. Types de déchets (MUDAS)
 - 14.2.3. Le processus de pensée LEAN
- 14.3. LES 5 S
 - 14.3.1. Les principes des 5S et comment ils peuvent nous aider à améliorer la productivité
 - 14.3.2. LES 5 S : Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu et Shitsuke
 - 14.3.3. Mise en œuvre la 5S dans l'entreprise
- 14.4. Outils *LEAN* de diagnostic. Vsm. Cartographie de la chaîne de valeur
 - 14.4.1. Activités à valeur ajoutée (VA), activités nécessaires (NNVA) et activités sans valeur ajoutée (NVA)
 - 14.4.2. Les 7 outils de la Value Stream Mapping (Carte du flux de valeur)
 - 14.4.3. Cartographie des activités du processus
 - 14.4.4. Cartographie de la réponse de la Supply chain
 - 14.4.5. L'entonnoir de la variété de production
 - 14.4.6. Cartographie du filtre de qualité
 - 14.4.7. Cartographie de l'amplification de la demande
 - 14.4.8. Analyse des points de décision
 - 14.4.9. Cartographie de la structure physique
- 14.5. Outils *LEAN* opérationnels
 - 14.5.1. SMED
 - 14.5.2. JIDOKA
 - 14.5.3. POKAYOKE
 - 14.5.4. Réductions des lots
 - 14.5.5. POUS
- 14.6. Outils *LEAN* de suivi, planification et contrôle de la production
 - 14.6.1. Management Visuel
 - 14.6.2. Normalisation
 - 14.6.3. Nivellement de la production (Heijunka)
 - 14.6.4. Fabrication de cellules
- 14.7. La méthode KAIZEN pour l'amélioration continue
 - 14.7.1. Principes du KAIZEN
 - 14.7.2. Méthodologies Kaizen : Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
 - 14.7.3. Outils de résolution de problèmes. A3 report
 - 14.7.4. Principaux obstacles à la mise en œuvre du KAIZEN
- 14.8. Feuille de route pour la mise en œuvre *LEAN*
 - 14.8.1. Aspects généraux de la mise en œuvre
 - 14.8.2. Phases de la mise en œuvre
 - 14.8.3. Les technologies de l'information dans la mise en œuvre *LEAN*
 - 14.8.4. Facteurs de réussite de la mise en œuvre *LEAN*
- 14.9. KPIs pour mesurer les résultats du *LEAN*
 - 14.9.1. OEE - Efficacité Globale de l'Équipement
 - 14.9.2. TEEP-Total effectif équipement performance
 - 14.9.3. FTT-First Time Quality
 - 14.9.4. DTD - Temps de quai à quai
 - 14.9.5. OTD-Livraison à temps
 - 14.9.6. BTS-Fabrication du programme
 - 14.9.7. ITO-Taux de rotation des stocks
 - 14.9.8. RVA - Ratio de valeur ajoutée
 - 14.9.9. PPMs-Parts par million de défauts
 - 14.9.10. FR - Taux de livraison
 - 14.9.11. IFA-Taux de fréquence des accidents
- 14.10. La dimension humaine du *LEAN*. Systèmes de participation du personnel
 - 14.10.1. L'équipe du projet *LEAN*. Application du travail en équipe
 - 14.10.2. Polyvalence des opérateurs
 - 14.10.3. Groupes d'amélioration
 - 14.10.4. Programmes de suggestions

Module 15. Gestion de la qualité

- 15.1. Qualité Totale
 - 15.1.1. Gestion de la Qualité Totale
 - 15.1.2. Client externe et client interne
 - 15.1.3. Coûts de la Qualité
 - 15.1.4. L'Amélioration Continue et la Philosophie de Deming
- 15.2. Système de Gestion de la Qualité ISO 9001:15
 - 15.2.1. Les 7 Principes du Management de la Qualité dans la norme ISO 9001:15
 - 15.2.2. L'approche par processus
 - 15.2.3. Exigences de la norme ISO 9001:15
 - 15.2.4. Couverture et recommandations d'application
 - 15.2.5. Cibles de Déploiement dans un modèle de type Hoshin-Kanri
 - 15.2.6. Audit de certification
- 15.3. Systèmes Intégrer de Gestion.
 - 15.3.1. Systèmes de Gestion Environnemental : ISO 14000
 - 15.3.2. Système de Gestion des Risques Professionnels : ISO 45001
 - 15.3.3. Intégration des Systèmes de Gestion
- 15.4. L'excellence dans le management : le modèle EFQM
 - 15.4.1. Principes et fondements du modèle EFQM
 - 15.4.2. Les nouveaux critères du modèle EFQM
 - 15.4.3. Outil de diagnostic EFQM : matrices REDER
- 15.5. Outils de Qualité
 - 15.5.1. Outils de base
 - 15.5.2. SPC Contrôle Statistique des Processus
 - 15.5.3. Plan de Contrôle et Directives de Contrôle pour la Gestion de la Qualité des Produits
- 15.6. Outils Avancés et Outils de Résolution des Problèmes
 - 15.6.1. AMFE
 - 15.6.2. Rapport 8D
 - 15.6.3. Les 5 pourquoi ?
 - 15.6.4. Les 5W + 2H
 - 15.6.5. Benchmarking

- 15.7. Méthodologie d'amélioration continue I : PDCA
 - 15.7.1. Le cycle PDCA et ses Étapes
 - 15.7.2. Application du cycle PDCA au développement du *Lean Manufacturing*
 - 15.7.3. Les clés de la réussite des projets PDCA
- 15.8. Méthodologie d'Amélioration Continue II : Six-Sigma
 - 15.8.1. Description de Six-Sigma
 - 15.8.2. Principes de Six-Sigma
 - 15.8.3. Sélection des projets Six-Sigma
 - 15.8.4. Étapes dans un projet Six-Sigma. Méthodologie DMAIC
 - 15.8.5. Rôles dans le Six-Sigma
 - 15.8.6. Six-Sigma et *Lean Manufacturing*
- 15.9. Qualité des Fournisseurs. Audits. Tests et Laboratoire
 - 15.9.1. Qualité de la réception. Qualité Convenue
 - 15.9.2. Audits Interne Systèmes de Gestion
 - 15.9.3. Audits de Produits et de Processus
 - 15.9.4. Phases des Audits
 - 15.9.5. Profil de l'auditeur
 - 15.9.6. Essais, Laboratoires et Métrologie
- 15.10. Aspects Organisationnels de la Gestion de la Qualité
 - 15.10.1. Le rôle de la Direction dans la Gestion de la Qualité
 - 15.10.2. Organisation de la Zone de Qualité et relation avec les autres Zones
 - 15.10.3. Cercles de Qualité

Module 16. La fonction logistique, clé de la compétitivité

- 16.1. La fonction logistique de la chaîne d'approvisionnement
 - 16.1.1. La logistique, la clé du succès d'une entreprise
 - 16.1.2. Défis logistiques
 - 16.1.3. Activités logistiques clés. Comment tirer profit de la fonction logistique
 - 16.1.4. Types de chaîne d'approvisionnement
 - 16.1.5. Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 16.1.6. Coûts logistiques

- 16.2. Stratégies d'optimisation de la logistique
 - 16.2.1. Stratégie du *cross-docking*
 - 16.2.2. Application de la méthodologie agile à la gestion logistique
 - 16.2.3. *Outsourcing* des processus logistiques
 - 16.2.4. Le picking ou la préparation efficace des commandes
- 16.3. *LEAN logistics*
 - 16.3.1. *LEAN logistics* dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 16.3.2. Analyse des déchets dans la chaîne logistique
 - 16.3.3. Application d'un système *lean* dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement
- 16.4. Gestion et automatisation des entrepôts
 - 16.4.1. Le rôle des entrepôts
 - 16.4.2. La gestion d'un entrepôt
 - 16.4.3. Gestion des stocks
 - 16.4.4. Types d'entrepôts
 - 16.4.5. Unités de chargement
 - 16.4.6. Organisation d'un entrepôt
 - 16.4.7. Éléments de stockage et de manutention
- 16.5. Gestion de l'approvisionnement
 - 16.5.1. Le rôle de la distribution comme élément essentiel de la logistique. Logistique interne et logistique externe
 - 16.5.2. La relation traditionnelle avec les fournisseurs
 - 16.5.3. Le nouveau paradigme de la relation avec les fournisseurs
 - 16.5.4. Comment classer et sélectionner nos fournisseurs
 - 16.5.5. Comment développer une gestion efficace des achats
- 16.6. Systèmes d'information et de contrôle logistiques
 - 16.6.1. Exigences d'un système d'information et de contrôle logistique
 - 16.6.2. types de systèmes d'information et de contrôle logistiques
 - 16.6.3. Applications du *Big Data* dans la gestion de la logistique
 - 16.6.4. L'importance des données dans la gestion logistique
 - 16.6.5. Le tableau de bord équilibré appliqué à la logistique. Principaux indicateurs de gestion et de contrôle
- 16.7. Logistique inverse
 - 16.7.1. Les clés de la logistique inverse
 - 16.7.2. Flux logistiques directs et inversés
 - 16.7.3. Opérations dans le cadre de la logistique inverse
 - 16.7.4. Comment mettre en place un canal de distribution inversé
 - 16.7.5. Alternatives finales pour les produits dans le canal inverse
 - 16.7.6. Coûts de la logistique inverse
- 16.8. Nouvelles stratégies logistiques
 - 16.8.1. Intelligence Artificielle et robotisation
 - 16.8.2. Logistique verte et durabilité
 - 16.8.3. Internet des objets appliqué à la logistique
 - 16.8.4. L'entrepôt numérisé
 - 16.8.5. *E-business* et nouveaux modèles de distribution
 - 16.8.6. L'importance de la logistique du dernier kilomètre
- 16.9. Benchmarking des chaînes d'approvisionnement
 - 16.9.1. Points communs des chaînes de valeur performantes
 - 16.9.2. Analyse de la chaîne de valeur du groupe Inditex
 - 16.9.3. Analyse de la chaîne de valeur d'Amazon
- 16.10. La logistique de la pandémie
 - 16.10.1. Scénario général
 - 16.10.2. Les points critiques de la chaîne d'approvisionnement dans un scénario de pandémie
 - 16.10.3. Implications des exigences de la chaîne du froid sur l'établissement de la chaîne d'approvisionnement en vaccins
 - 16.10.4. Types de chaînes d'approvisionnement pour la distribution des vaccins

Module 17. Industrie 4.0 et intelligence économique. L'entreprise numérisée

- 17.1. Automatisation et robotique industrielle
 - 17.1.1. Phases de l'automatisation des processus
 - 17.1.2. Hardware industriel pour l'automatisation et la robotique
 - 17.1.3. Le cycle de travail et sa programmation software
- 17.2. Automatisation des processus : RPA
 - 17.2.1. Processus administratifs qui peuvent être automatisés
 - 17.2.2. Structure du logiciel
 - 17.2.3. Exemples d'application
- 17.3. Systèmes MES, SCADA, CMMS, WMS, MRP II
 - 17.3.1. Contrôle de la production avec les systèmes MES
 - 17.3.2. Ingénierie et Maintenance : SCADA ET GMAO
 - 17.3.3. Approvisionnement et Logistique : SGA ET MPR II
- 17.4. Software de *Business Intelligence*
 - 17.4.1. Les bases de la BI
 - 17.4.2. Structure du logiciel
 - 17.4.3. Possibilités d'application
- 17.5. Logiciel ERP
 - 17.5.1. Description de l'ERP
 - 17.5.2. Champ d'application
 - 17.5.3. Principales ERP sur le marché
- 17.6. IoT et *Business Intelligence*
 - 17.6.1. IoT : Le monde connecté
 - 17.6.2. Sources des données
 - 17.6.3. Contrôle total grâce à l'IoT + BI
 - 17.6.4. *Blockchain*
- 17.7. Principales Software BI sur le marché
 - 17.7.1. PowerBI
 - 17.7.2. Qlik
 - 17.7.3. Tableau

- 17.8. Microsoft POWER BI
 - 17.8.1. Caractéristiques
 - 17.8.2. Exemples d'application
 - 17.8.3. Le futur de PowerBI
- 17.9. Apprentissage automatique, intelligence artificielle, optimisation et prédiction dans l'entreprise
 - 17.9.1. *Machine learning* et Intelligence Artificielle
 - 17.9.2. Optimisation des processus
 - 17.9.3. L'importance du forecasting fondé sur les données
- 17.10. Le *Big Data* appliqué à l'environnement des entreprises
 - 17.10.1. Applications dans l'environnement de production
 - 17.10.2. Applications au niveau de la gestion stratégique
 - 17.10.3. Applications de Marketing et de vente

Module 18. Projets Internationaux

- 18.1. Projets et contexte organisationnel
 - 18.1.1. Projet dans l'organisation
 - 18.1.2. Éléments du projet
 - 18.1.3. Importance du projet dans l'organisation
- 18.2. Types de projets selon le service
 - 18.2.1. Types de projets
 - 18.2.2. Analyse de projets
 - 18.2.3. Orientation du projet
- 18.3. Principaux processus de développement d'un projet
 - 18.3.1. Processus d'Initiation et de Planification
 - 18.3.2. Exécution et Suivi
 - 18.3.3. Processus de Clôture.
- 18.4. Analyse des contraintes de Coût, de Portée et de Qualité
 - 18.4.1. Analyse des Contraintes de Coûts
 - 18.4.2. Contrainte de Portée
 - 18.4.3. Contrainte de Qualité

- 18.5. Contraintes de temps, de Ressources et de Risques
 - 18.5.1. Analyse des Contraintes de Temps
 - 18.5.2. Contraintes liées aux Ressources
 - 18.5.3. Contrainte de Risque
- 18.6. Analyse des types de contrats
 - 18.6.1. Contrat à Prix Unitaire
 - 18.6.2. Contrat "Lump Sum" ou somme globale
 - 18.6.3. Contrat de coût plus Marge
- 18.7. Gestion de projet par typologie
 - 18.7.1. Gestion de projet au Prix Unitaire
 - 18.7.2. Gestion de projets à prix forfaitaire/Global
 - 18.7.3. Gestion de projets à coûts et marges élevés
- 18.8. Projet, Programme et Portefeuille
 - 18.8.1. Analyse du projet dans l'organisation
 - 18.8.2. Analyse du programme dans l'organisation
 - 18.8.3. Analyse du portefeuille dans l'organisation
- 18.9. Les parties prenantes du projet
 - 18.9.1. Pyramide des parties prenantes du projet
 - 18.9.2. Analyse des parties prenantes/stakeholders
 - 18.9.3. Interaction des parties prenantes/stakeholders
- 18.10. Analyse des Actifs des Processus Organisationnels
 - 18.10.1. Analyse des actifs dans le cadre du démarrage et de la planification
 - 18.10.2. Exécution et Contrôle Analyse des actifs
 - 18.10.3. Analyse des actifs à la fermeture

Module 19. Projets clés en main (EPC)

- 19.1. Projet EPC
 - 19.1.1. Contexte du projet EPC
 - 19.1.2. Composantes du projet
 - 19.1.3. Analyse des besoins
- 19.2. Étapes du projet EPC
 - 19.2.1. Identification des étapes du projet EPC
 - 19.2.2. Identification des besoins initiaux par étapes
 - 19.2.3. Le calendrier de chaque étape

- 19.3. Gestion de l'Étape *E-Engineering*
 - 19.3.1. Analyse de l'Étape E
 - 19.3.2. Programme de l'Étape E
 - 19.3.3. Ressources nécessaires pour la phase E
- 19.4. Analyse de l'Étape *E-Engineering*
 - 19.4.1. Structure nécessaire au développement de l'étape E
 - 19.4.2. Restrictions
 - 19.4.3. Difficultés et risques
- 19.5. Gestion de l'Étape *P-Procurement*
 - 19.5.1. Analyse de l'Étape P
 - 19.5.2. Programme
 - 19.5.3. Ressources nécessaires
- 19.6. Analyse de l'Étape *P-Procurement*
 - 19.6.1. Structure nécessaire pour le développement de la phase p
 - 19.6.2. Restrictions
 - 19.6.3. Difficultés et risques
- 19.7. Gestion de l'Étape *C-Construction*
 - 19.7.1. Analyse de l'Étape C
 - 19.7.2. Programme
 - 19.7.3. Ressources nécessaires
- 19.8. Analyse de l'Étape *C-Construction*
 - 19.8.1. Structure nécessaire pour le développement du stade C
 - 19.8.2. Restrictions
 - 19.8.3. Difficultés et risques
- 19.9. Projets EPC : Département RH
 - 19.9.1. Fonctions principales
 - 19.9.2. Ressources nécessaires pour ce département
 - 19.9.3. Coordination et communications avec le reste du projet
- 19.10. Projets EPC : Département des Contrats
 - 19.10.1. Fonctions principales
 - 19.10.2. Ressources nécessaires pour ce département
 - 19.10.3. Coordination et communications avec le reste du projet

Module 20. Gestion et contrôle des étapes dans les Projets Clés en main (EPC)

- 20.1. Coordination des étapes des projets EPC
 - 20.1.1. Planification des étapes
 - 20.1.2. Communications inter-équipes
 - 20.1.3. Étapes du processus de résolution des incidents
- 20.2. Étape C : Principaux éléments structurels : qualité
 - 20.2.1. Composants Q. Qualité
 - 20.2.2. Analyse de la partie Qualité du projet
 - 20.2.3. Structure et importance
- 20.3. Étape C : Principaux éléments structurels : santé et sécurité
 - 20.3.1. Composante HSE. Santé et sécurité
 - 20.3.2. Analyse de la partie santé et sécurité du projet
 - 20.3.3. Structure et importance
- 20.4. Étape C : Principaux éléments structurels : coût
 - 20.4.1. Composante C. Coût
 - 20.4.2. Analyse de la partie contrôle des coûts du projet
 - 20.4.3. Structure et importance
- 20.5. Étape C : Principaux éléments structurels : terme
 - 20.5.1. Composant P. Délai
 - 20.5.2. Analyse de la partie contrôle des délais du projet
 - 20.5.3. Structure et importance
- 20.6. Gestion de Projets Internationaux EPC
 - 20.6.1. Gestionnaire de projet
 - 20.6.2. Caractéristiques du chef de projet
 - 20.6.3. Coordination et communication
- 20.7. Analyse de Projets Internationaux EPC
 - 20.7.1. Analyse globale du projet de la part de la direction
 - 20.7.2. Processus de rapports de gestion
 - 20.7.3. Contrôle des principaux KPI du projet
- 20.8. Déviations Projets EPC
 - 20.8.1. Principales déviations dans les projets EPC
 - 20.8.2. Analyse des écarts
 - 20.8.3. Procédure de notification des déviations au client

- 20.9. Analyse et suivi des déviations économiques du projet par rapport au contrat
 - 20.9.1. Contrôle de la production
 - 20.9.2. Contrôle du coût
 - 20.9.3. Suivi de la production vs. Coûts
- 20.10. Gestion des non-conformités dans les projets EPC
 - 20.10.1. Principales non-conformités dans les projets EPC
 - 20.10.2. Procédures de gestion
 - 20.10.3. Analyse et atténuation

Module 21. *Contract Management* dans les Projets

- 21.1. *Contract Management* dans les Projets.
 - 21.1.1. Analyse du *Contract Management* dans les projets
 - 21.1.2. Nécessités du *Contract Management*
 - 21.1.3. Objectifs de la gestion de contrats
- 21.2. Fonctions du *Contract Manager*
 - 21.2.1. Principales fonctions du CM dans le projet
 - 21.2.2. Caractéristiques du poste de CM
 - 21.2.3. Indicateurs de la gestion des contrats
- 21.3. Processus de la gestion de contrats
 - 21.3.1. Conception d'un plan de gestion des contrats
 - 21.3.2. Les étapes du Plan de gestion
 - 21.3.3. Les inconvénients de la gestion des contrats
- 21.4. Facteurs de succès de la gestion de contrats
 - 21.4.1. Analyse des facteurs clés de succès
 - 21.4.2. Planification et évolution de la gestion des contrats
 - 21.4.3. Gestion des performances et relations entre les parties
- 21.5. Principales étapes du *Contract Management*
 - 21.5.1. Planification et mise en œuvre
 - 21.5.2. Contrôle et suivi pendant l'exécution
 - 21.5.3. Contrôle et suivi post-mise en œuvre

- 21.6. Facteurs à prendre en compte dans la gestion des contrats de construction
 - 21.6.1. Fixer des objectifs et des stratégies
 - 21.6.2. Phase de conception et de construction dans le cadre de *Lump Sum*
 - 21.6.3. Relations avec les contractants
- 21.7. Défis pour le gestionnaire de contrat
 - 21.7.1. Gestion et administration réussies des contrats
 - 21.7.2. Gestion de la communication avec le client
 - 21.7.3. Analyse et exécution des contrats
- 21.8. Aspects à résoudre
 - 21.8.1. Négociation et approbation des contrats
 - 21.8.2. Contrôle pendant l'exécution
 - 21.8.3. Contrôle du respect des obligations contractuelles
- 21.9. Aspects à surveiller
 - 21.9.1. Négociation et approbation des contrats
 - 21.9.2. Contrôle pendant l'exécution
 - 21.9.3. Contrôle du respect des obligations contractuelles
- 21.10. Gestion des facteurs du projet par le gestionnaire du contrat
 - 21.10.1. Gestion du Champ d'Application
 - 21.10.2. Gestion des coûts
 - 21.10.3. Gestion des cRisques et changements

Module 22. Gestion des Risques du *Contract Management*

- 22.1. *Contract Management* International
 - 22.1.1. Gestion des contrats selon PMBOOK
 - 22.1.2. Contrôle et gestion des achats selon PMBOOK
 - 22.1.3. Importance et implication du gestionnaire du contrat
- 22.2. *Contract Management & Project Management*
 - 22.2.1. Relation entre *Contract Management & Project Management*
 - 22.2.2. Collaboration entre CM et PM
 - 22.2.3. Contrôle des principaux facteurs du site
- 22.3. Gestion des risques par le *Contract Manager*
 - 22.3.1. Identification des risques dans le contrat
 - 22.3.2. Classification de risques
 - 22.3.3. Développement et mise en œuvre de la matrice
- 22.4. Analyse des risques par le *Contract Manager*
 - 22.4.1. Identification des gestionnaires de risques
 - 22.4.2. Suivi de l'évolution de la situation
 - 22.4.3. Atténuation des risques
- 22.5. Types de garanties
 - 22.5.1. Classification
 - 22.5.2. Importance de la gestion des garanties
 - 22.5.3. Coûts et échéance
- 22.6. Analyse des pénalités
 - 22.6.1. Type de sanctions selon le contrat
 - 22.6.2. Contrôle des pénalités par le *Contract Manager*
 - 22.6.3. *Contract Management* efficace des contrats face aux pénalités
- 22.7. Gestion des assurances dans la construction
 - 22.7.1. Types des assurances dans la construction
 - 22.7.2. Conditions d'assurance
 - 22.7.3. Importance de l'assurance
- 22.8. Analyse de l'assurance construction
 - 22.8.1. *Contract Management* dans la Gestion de sécurité
 - 22.8.2. Calculs et évaluation des coûts pour l'assurance construction
 - 22.8.3. Validité de l'assurance
- 22.9. *Contract Management* et service juridique
 - 22.9.1. Connexion du *Contract Manager* et service juridique
 - 22.9.2. Importance des connaissances juridiques du *Contract Manager*
 - 22.9.3. Communication du point de vue juridique du *Contract Manager*
- 22.10. *Contract Manager* et entrepreneurs
 - 22.10.1. Les communications du *Contract Manager* avec l'entrepreneur
 - 22.10.2. Suivi du contrat avec le contractant
 - 22.10.3. Importance du contrôle de la traçabilité des communications

Module 23. Gestion de projet du *Contract Management*

- 23.1. *Contract Management* et Budget.
 - 23.1.1. Objectifs de la gestion budgétaire par le *Contract Manager*
 - 23.1.2. Principaux types de budgets
 - 23.1.3. Budget selon la structure des coûts
- 23.2. *Contract Management* et contrôle des travaux
 - 23.2.1. Objectifs de la gestion du contrôle des travaux
 - 23.2.2. Passation de contrat avec l'organisme de contrôle
 - 23.2.3. Vérification et suivi des travaux
- 23.3. *Contract Management* et contrôle de la Santé et de la Sécurité sur le site
 - 23.3.1. Objectifs de la gestion du contrôle de la santé et de la sécurité sur le site
 - 23.3.2. Aspects à prendre en compte lors de la réalisation du contrôle de la santé et de la sécurité
 - 23.3.3. Vérification et suivi des travaux
- 23.4. *Contract Management* et sous-traitance
 - 23.4.1. Importance de l'intervention du *Contract Manager* dans la gestion des contrats de sous-traitance
 - 23.4.2. Types de contrats de sous-traitance
 - 23.4.3. Analyse des contrats avec les sous-traitants
- 23.5. Processus de sous-traitance à suivre par le *Contract Manager*
 - 23.5.1. Appel d'offres et comparaison
 - 23.5.2. Pré-sélection et pré-contrats
 - 23.5.3. Attribution du contrat de sous-traitance
- 23.6. Suivi des modifications des contrats de sous-traitance
 - 23.6.1. Importance du suivi des changements
 - 23.6.2. Contrôle des changements de délais et de coûts
 - 23.6.3. La nécessité de notifications précises et en temps utile
- 23.7. *Contract Management* et contrat d'externalisation
 - 23.7.1. Les bases du contrat d'externalisation
 - 23.7.2. *Contract Management* dans ce type de contrats
 - 23.7.3. Points à prendre en compte

- 23.8. *Contract Management* et litiges contractuels
 - 23.8.1. Intervention du *Contract Manager* dans les litiges
 - 23.8.2. Difficultés techniques et juridiques dans les affaires d'arbitrage international
 - 23.8.3. Importance du *Contract Management* pour les futures litiges
- 23.9. Classification des litiges et des arbitrages
 - 23.9.1. Types de litiges et arbitrages
 - 23.9.2. Préparation de la documentation du litige
 - 23.9.3. Importance de la traçabilité pour les litiges futurs
- 23.10. *Contract Manager* et client
 - 23.10.1. Communications du *Contract Manager* avec le client
 - 23.10.2. Suivi du contrat avec le client
 - 23.10.3. Importance du contrôle de la traçabilité des communications

Module 24. *Project Management* dans les Projets : Gestion de la Portée et du Calendrier

- 24.1. Contrôle de la Portée
 - 24.1.1. Portée du projet
 - 24.1.2. Base de référence de la portée du projet
 - 24.1.3. L'importance du compte de contrôle
- 24.2. Gestion des exigences
 - 24.2.1. Gestion des exigences
 - 24.2.2. Catégories.
 - 24.2.3. Processus de gestion
- 24.3. Gestion de la portée
 - 24.3.1. Planification de la gestion de la portée
 - 24.3.2. Recueillir les besoins
 - 24.3.3. Particularités du champ d'application
- 24.4. Étude du champ d'application
 - 24.4.1. Élaboration de l'EDT
 - 24.4.2. Validation de la portée
 - 24.4.3. Contrôle de la Portée

- 24.5. Contrôle du Calendrier
 - 24.5.1. Calendrier du projet
 - 24.5.2. Calendrier de base
 - 24.5.3. Analyse du chemin critique
- 24.6. Élaboration du calendrier
 - 24.6.1. Diagramme de Gantt
 - 24.6.2. Activités des prédécesseurs et successeurs
 - 24.6.3. Contraintes entre les activités
- 24.7. Gestion du calendrier
 - 24.7.1. Planification de la Gestion du calendrier
 - 24.7.2. Description des activités
 - 24.7.3. Séquence des activités
- 24.8. Étude et analyse de l'emploi du temps
 - 24.8.1. Estimation de durée de les activités
 - 24.8.2. Développement des horaires
 - 24.8.3. Contrôle des horaires
- 24.9. Plan d'accélération dans un projet de construction
 - 24.9.1. Analyse du plan d'accélération
 - 24.9.2. Programme
 - 24.9.3. Ressources
- 24.10. Plan de redressement dans un projet de construction
 - 24.10.1. Analyse du plan de relance
 - 24.10.2. Programme
 - 24.10.3. Ressources

Module 25. *Project Management* dans les Projets : Gestion des communications et de la Qualité

- 25.1. Contrôle des communications
 - 25.1.1. Communications en cours d'élaboration
 - 25.1.2. Dimensions de la communication de projets
 - 25.1.3. Compétences en communication

- 25.2. Communications en cours d'élaboration
 - 25.2.1. Communications en réunion
 - 25.2.2. Chaîne de communication de projets
 - 25.2.3. Formes formelles de communication
- 25.3. Gestion des communications
 - 25.3.1. Planification de la gestion des communications
 - 25.3.2. Gestion de la communication des projets
 - 25.3.3. Contrôle
- 25.4. Contrôle de qualité des projets
 - 25.4.1. Qualité du projet
 - 25.4.2. Coûts de qualité des projets
 - 25.4.3. Importance de la qualité
- 25.5. Gestion de qualité des projets
 - 25.5.1. Planification de la Gestion de la qualité
 - 25.5.2. Gestion de la qualité
 - 25.5.3. Contrôle
- 25.6. Qualité : Non-conformités dans le projet
 - 25.6.1. L'importance des NC
 - 25.6.2. Non-conformités des clients
 - 25.6.3. Non-conformités de l'entrepreneur
- 25.7. Gestion des parties prenantes du projet
 - 25.7.1. Gestion des attentes des parties prenantes
 - 25.7.2. Compétences interpersonnelles et d'équipe
 - 25.7.3. Gestion de conflits
- 25.8. Analyse des parties prenantes du projet
 - 25.8.1. Identification des parties prenantes.
 - 25.8.2. Planification de l'engagement
 - 25.8.3. Gestion et suivi de l'engagement
- 25.9. Gestion de l'intégration des projets
 - 25.9.1. Élaboration de la charte du projet
 - 25.9.2. Développement du plan de gestion du projet
 - 25.9.3. Pilotage et Gestion des travaux du projet

- 25.10. Contrôle de l'intégration des projets
 - 25.10.1. Gestion des connaissances du projet
 - 25.10.2. Contrôle du travail
 - 25.10.3. Contrôle intégré des changements et clôture du projet

Module 26. *Project Management* dans les Projets : Gestion de la achats et des Ressources

- 26.1. Contrôle des achats
 - 26.1.1. Achats dans le cadre du projet
 - 26.1.2. L'acheteur
 - 26.1.3. Le fournisseur
- 26.2. Cycle d'achat dans les projets
 - 26.2.1. Analyse du cycle d'achat
 - 26.2.2. Description des Étapes
 - 26.2.3. Étude par Étapes
- 26.3. Contrat d'achat
 - 26.3.1. Éléments du contrat
 - 26.3.2. Terminologie du contrat dans le contrat
 - 26.3.3. Contrôle des plaintes et des litiges
- 26.4. Gestion d'achat dans les projets
 - 26.4.1. Types de fournisseurs
 - 26.4.2. Catégorie de marchés publics
 - 26.4.3. Types de contrats
- 26.5. Analyse d'achat dans les projets
 - 26.5.1. Planification de la gestion des achats
 - 26.5.2. Exécution des achats
 - 26.5.3. Contrôle des achats
- 26.6. Contrôle des ressources
 - 26.6.1. Les ressources du projet
 - 26.6.2. Capacité de gestion des conflits
 - 26.6.3. Niveaux de conflit et résolution

- 26.7. Gestion des ressources par objectifs
 - 26.7.1. Gestion par objectifs (MBO)
 - 26.7.2. Différents rôles dans les projets
 - 26.7.3. Types de leadership
- 26.8. Gestion des ressources dans les projets
 - 26.8.1. Planification de la gestion des ressources
 - 26.8.2. Estimation de les ressources de les activités
 - 26.8.3. Obtention des ressources nécessaires
- 26.9. Analyse des ressources dans les projets
 - 26.9.1. Développement de l'équipe ressource
 - 26.9.2. Gestion de l'équipe
 - 26.9.3. Contrôle de l'équipe
- 26.10. Analyse du processus d'entretien des ressources du point de vue du PM
 - 26.10.1. Processus d'entretien
 - 26.10.2. Analyse par le chef de projet
 - 26.10.3. Facteurs à prendre en compte pour un résultat positif

Module 27. *Project Management* dans les Projets : Gestion des Coûts

- 27.1. Contrôle des Coûts : Marge du projet
 - 27.1.1. Coûts du projet
 - 27.1.2. Calcul de la marge initiale
 - 27.1.3. Contrôle financier
- 27.2. Contrôle des coûts : Cash Flow
 - 27.2.1. Analyse du Cash Flow du projet
 - 27.2.2. Élaboration
 - 27.2.3. Facteurs
- 27.3. Estimation du coût des activités
 - 27.3.1. Techniques d'estimation des coûts
 - 27.3.2. Facteurs pour et contre l'estimation de l'activité
 - 27.3.3. Aspects à prendre en compte dans les estimations de coûts

- 27.4. Contrôle et gestion de la valeur acquise du projet
 - 27.4.1. Principes fondamentaux de la valeur acquise
 - 27.4.2. Processus
 - 27.4.3. Le contrôle et son importance dans un projet
- 27.5. Contrôle et gestion du temps gagné dans le projet
 - 27.5.1. Principes de base du délai gagné
 - 27.5.2. Processus
 - 27.5.3. Le contrôle et son importance dans un projet
- 27.6. Gestion des coûts du projet
 - 27.6.1. Planification
 - 27.6.2. Estimation des coûts
 - 27.6.3. Détermination du budget
- 27.7. Analyse du coût du projet
 - 27.7.1. Contrôle du cout
 - 27.7.2. Contrôle de la production
 - 27.7.3. Analyses de coût vs. Production
- 27.8. Gestion des la courbe en S du projet
 - 27.8.1. Principes fondamentaux de la courbe en S
 - 27.8.2. Processus de gestion
 - 27.8.3. Importance de la courbe en S
- 27.9. Contrôle et élaboration de la courbe en S du projet
 - 27.9.1. Élaboration
 - 27.9.2. Suivi
 - 27.9.3. Contrôle et déviations
- 27.10. Étude financière du projet
 - 27.10.1. VAN - Valeur actuelle nette
 - 27.10.2. TRI - Taux de rendement interne du projet
 - 27.10.3. PayBack- Période de retour sur investissement



Vous gérerez les plans économiques et financiers de votre entreprise, en optimisant les ressources immatérielles et en appliquant les Technologies de l'Information et de la Communication pour améliorer l'efficacité"

04 Objectifs

Grâce à une approche globale, le programme cherchera à développer les compétences stratégiques et décisionnelles des entrepreneurs, en optimisant la gestion des entreprises dans des domaines clés tels que la durabilité, l'innovation, l'efficacité opérationnelle et la planification financière. Ils seront également formés à la manipulation des nouvelles technologies, aux méthodologies de production avancées et à la gestion de la chaîne d'approvisionnement, ainsi qu'à la création de modèles d'entreprise adaptés aux défis de l'Industrie 4.0.





“

Vous serez dotés d'outils pour améliorer la visibilité de votre organisation, son image et la gestion de la chaîne d'approvisionnement, grâce aux meilleurs supports pédagogiques de la scène académique”



Objectifs généraux

- ♦ Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- ♦ Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité.
- ♦ Approfondir les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'entreprise
- ♦ Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable
- ♦ Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- ♦ Clarifier 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
- ♦ Appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise
- ♦ Mettre en œuvre la stratégie de Marketing qui permet de faire connaître le produit aux clients potentiels et de générer une image adéquate de l'entreprise





Objectifs spécifiques

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

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

Module 2. Gestion stratégique et Management Directif

- ♦ Acquérir un aperçu de la formulation et de la mise en œuvre de stratégies d'entreprise efficaces
- ♦ Acquérir des compétences en matière de gestion des équipes de direction afin d'améliorer les performances de l'organisation

Module 3. Gestion des personnes et des talents

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

Module 4. Gestion économique et financière

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

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

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

Module 6. Gestion des systèmes d'information

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

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

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

Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

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

Module 9. Innovation et Gestion de Projets

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

Module 10. Management Exécutif

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

Module 11. Clés stratégiques pour améliorer la compétitivité

- ♦ Identifier les principales tendances du marché ayant un impact sur la compétitivité des entreprises
- ♦ Développer des stratégies pour accroître l'efficacité opérationnelle et l'avantage concurrentiel dans le secteur industriel

Module 12. Conception et développement de produits

- ♦ Comprendre le cycle complet de conception et de développement d'un produit
- ♦ Intégrer les processus d'innovation dans le développement de nouveaux produits qui répondent aux besoins du marché

Module 13. Planification et contrôle de la production

- ♦ Mettre en œuvre des techniques de planification efficaces pour optimiser la production
- ♦ Développer des systèmes de contrôle pour surveiller et améliorer les performances de production en temps réel

Module 14. Lean Manufacturing

- ♦ Appliquer les principes de *Lean Manufacturing* pour éliminer les déchets et améliorer l'efficacité des processus de production
- ♦ Détecter les possibilités d'amélioration continue à l'aide d'outils tels que la cartographie de la valeur et l'optimisation des flux

Module 15. Gestion de la qualité

- ♦ Mettre en œuvre des systèmes de gestion de la qualité conformément aux normes internationales telles que l'ISO 9001
- ♦ Établir des méthodes de contrôle de la qualité pour garantir l'excellence des produits et des services

Module 16. La fonction logistique, clé de la compétitivité

- ♦ Comprendre le rôle stratégique de la logistique dans la compétitivité des entreprises
- ♦ Développer et optimiser les processus logistiques, de la chaîne d'approvisionnement à la distribution finale

Module 17. Industrie 4.0 et intelligence économique. L'entreprise numérisée

- ♦ Intégrer les technologies de l'Industrie 4.0 pour transformer numériquement les processus de production
- ♦ Utiliser l'intelligence économique pour prendre des décisions basées sur les données et améliorer la compétitivité

Module 18. Projets Internationaux

- ♦ Gérer des projets internationaux en tenant compte des aspects culturels, juridiques et opérationnels
- ♦ Obtenir des compétences pour la planification, l'exécution et le contrôle de projets dans différents contextes mondiaux

Module 19. Projets clés en main (EPC)

- ♦ Comprendre el modelo de proyectos de Engineering, Procurement and Construction et sa gestion intégrale
- ♦ Appliquer les méthodologies de contrôle de la qualité, des coûts et des délais dans les projets EPC

Module 20. Gestion et contrôle des étapes dans les Projets Clés en main (EPC)

- ♦ Gérer efficacement les différentes étapes d'un projet EPC pour en assurer le succès
- ♦ Mettre en œuvre des outils de contrôle des délais, des coûts et de la qualité pendant toutes les phases d'un projet

Module 21. Contract Management dans les Projets

- ♦ Analyser le cycle de vie des contrats dans les projets et leur impact sur la gestion globale
- ♦ Acquérir les compétences nécessaires pour négocier, rédiger et gérer efficacement les contrats de projet

Module 22. Gestion des Risques du *Contract Management*

- ♦ Identifier et évaluer les risques associés aux contrats de projet
- ♦ Établir des stratégies d'atténuation des risques tout au long de l'exécution du contrat

Module 23. Gestion de projet du *Contract Management*

- ♦ Appliquer les principes de la gestion de projet dans le contexte de *Contract Management*
- ♦ Mettre en œuvre des systèmes de contrôle et de suivi pour garantir le respect du contrat

Module 24. *Project Management* dans les Projets : Gestion de la Portée et du Calendrier

- ♦ Gérer la portée du projet pour s'assurer que les objectifs fixés sont atteints
- ♦ Appliquer les techniques de planification et de contrôle du projet pour garantir le respect des délais et du budget





Module 25. *Project Management* dans les Projets : Gestion des communications et de la Qualité

- ♦ Créer un plan de communication efficace pour assurer l'échange harmonieux d'informations sur le projet
- ♦ Mettre en œuvre des pratiques de gestion de la qualité pour s'assurer que le projet répond aux normes établies

Module 26. *Project Management* dans les Projets : Gestion de la achats et des Ressources

- ♦ Gérer le processus d'acquisition des biens et services nécessaires à l'exécution du projet
- ♦ Optimiser l'utilisation des ressources humaines, matérielles et financières dans le projet

Module 27. *Project Management* dans les Projets : Gestion des Coûts

- ♦ Élaborer des budgets de projet détaillés et en assurer le suivi et le contrôle
- ♦ Mettre en œuvre des techniques de contrôle des coûts afin d'éviter les écarts par rapport aux budgets des projets

05

Opportunités de carrière

Grâce à une formation complète, allant de l'optimisation des processus à la gestion financière et au développement durable, les entrepreneurs seront préparés à occuper des postes de direction tels que CEO, COO, directeur de l'exploitation, directeur financier ou directeur de l'innovation. Il y aura également des opportunités pour les entrepreneurs qui souhaitent créer ou transformer des entreprises industrielles, en mettant en œuvre des modèles d'entreprise innovants adaptés aux exigences de l'environnement mondial. Ils pourront également conduire avec succès la transformation digitale, gérer des équipes performantes et assurer la compétitivité de leurs organisations sur des marchés très exigeants.



“

Les opportunités de carrière du Mastère Avancé MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles vous offriront la possibilité d'assumer des rôles de leadership stratégique dans des entreprises de divers secteurs industriels”

Profil des diplômés

Les diplômés auront une solide compréhension de la gestion d'entreprise, de l'innovation, de la durabilité et de la numérisation, et seront en mesure de prendre des décisions éclairées dans des environnements complexes. Ils seront également préparés à concevoir et à mettre en œuvre des stratégies qui optimisent l'efficacité opérationnelle, à gérer les ressources financières et humaines, et à mener la transformation vers des modèles d'entreprise adaptés à l'Industrie 4.0. En outre, dotés de compétences avancées en matière de leadership, de communication et de gestion d'équipe, ils se distingueront par leur capacité à générer de la valeur, à stimuler la croissance de l'organisation et à assurer sa compétitivité sur le marché mondial.

Le profil du diplômé de ce Mastère Avancé correspondra à un professionnel hautement qualifié pour assumer des rôles de leadership stratégique dans des entreprises de divers secteurs industriels.

- ♦ **Leadership stratégique** : Diriger des équipes performantes, prendre des décisions stratégiques judicieuses et gérer le changement dans des environnements complexes, en favorisant la vision et les objectifs de l'organisation
- ♦ **Gestion de l'Innovation et du Développement Durable** : Intégrer des pratiques innovantes et durables, permettant à l'organisation non seulement d'améliorer sa compétitivité, mais aussi de respecter les normes environnementales et sociales internationales
- ♦ **Prise de Décision Financière et Opérationnelle** : Gérer les aspects financiers et opérationnels de l'entreprise, de l'optimisation des ressources à l'interprétation du bilan, ce qui permettra de maximiser la rentabilité
- ♦ **Adaptation et Gestion des Technologies Émergentes** : Mettre en œuvre des technologies avancées, telles que la numérisation et l'automatisation industrielle, en menant la transformation numérique de l'organisation





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 Général (CEO)** : Responsable de la direction stratégique globale de l'entreprise, il supervise l'ensemble des opérations, des ressources et des activités de l'organisation afin d'assurer sa croissance et son succès sur le marché.
2. **Directeur des Opérations (COO)** : Responsable de la gestion et de l'optimisation des opérations quotidiennes de l'entreprise, en veillant à l'efficacité de la production, à la qualité et à la fourniture des produits ou des services.
3. **Directeur Financier (CFO)** : Responsable de la planification financière, de la gestion des risques et de la supervision des ressources économiques de l'entreprise, il veille à la rentabilité et à la stabilité financière.
4. **Directeur de l'Innovation** : Responsable de la direction du développement et de la mise en œuvre de nouvelles technologies et de processus innovants, de l'identification des opportunités de transformation numérique et de l'amélioration de la compétitivité par l'innovation.
5. **Directeur du Marketing** : Responsable de la création et de l'exécution des stratégies de Marketing, de l'accroissement de la visibilité de la marque, de la génération de la demande et de la fidélisation de la clientèle par le biais de campagnes efficaces et d'analyses de marché.
6. **Directeur du Développement Durable** : Il veille à ce que les pratiques commerciales soient respectueuses de l'environnement et de la société, en élaborant des stratégies qui alignent les objectifs de l'entreprise sur les normes internationales en matière de développement durable.
7. **Directeur des Ressources Humaines** : Responsable de la gestion des talents de l'entreprise, notamment du recrutement, de la formation et de la fidélisation du personnel, ainsi que de la création d'un environnement de travail positif.
8. **Directeur de la Technologie (CTO)** : Dirige la mise en œuvre et la gestion des technologies de l'information, en étant responsable de la transformation numérique et de l'intégration de solutions technologiques qui améliorent l'efficacité opérationnelle.
9. **Directeur Logistique** : Il est responsable de la gestion efficace de la chaîne d'approvisionnement, en veillant à l'optimisation des processus logistiques, à la réduction des coûts et au respect des délais de livraison.
10. **Consultation Stratégique** : Il conseille d'autres entreprises sur l'amélioration de leur gestion et de leurs opérations, en s'appuyant sur son expertise en matière de leadership, de développement durable, de finance et de stratégie.

06

Méthodologie d'étude

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

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



“

*TECH Euromed University vous prépare
à relever de nouveaux défis dans des
environnements incertains et à réussir
votre carrière”*

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

Dans la méthodologie d'étude de TECH Euromed University, l'étudiant est le protagoniste absolu.

Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

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

“

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



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

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

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

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

“

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

Case studies ou Méthode des cas

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

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

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



Méthode Relearning

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

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

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

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



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

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

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

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

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



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

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

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

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

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

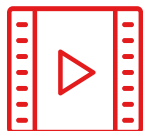
L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de 4,9 sur 5.

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

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



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



Matériel didactique

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

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



Pratique des aptitudes et des compétences

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



Résumés interactifs

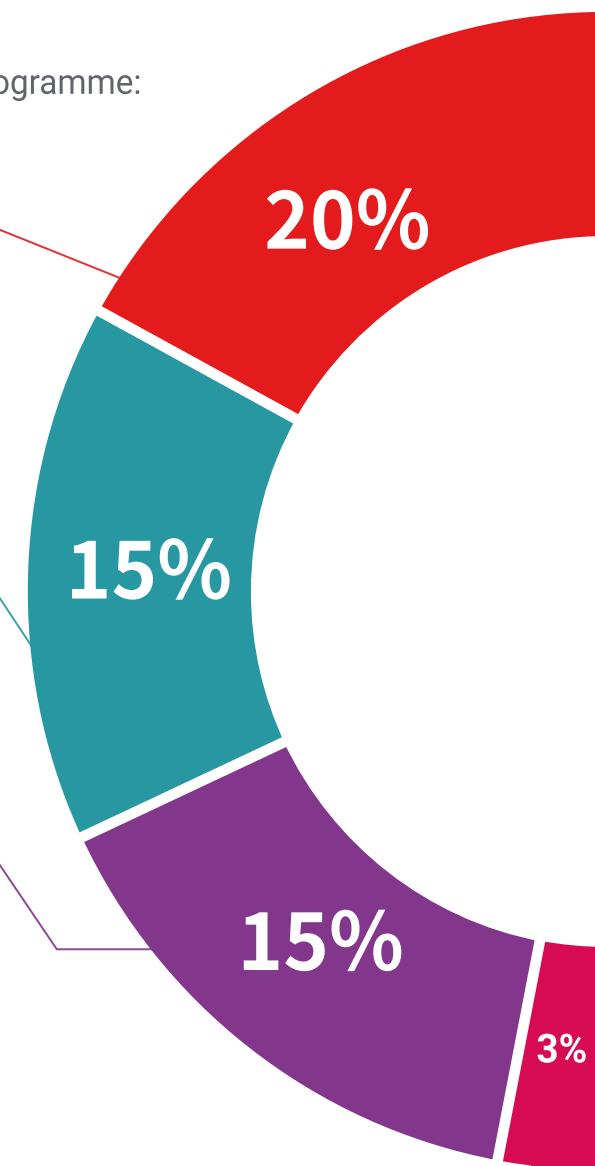
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

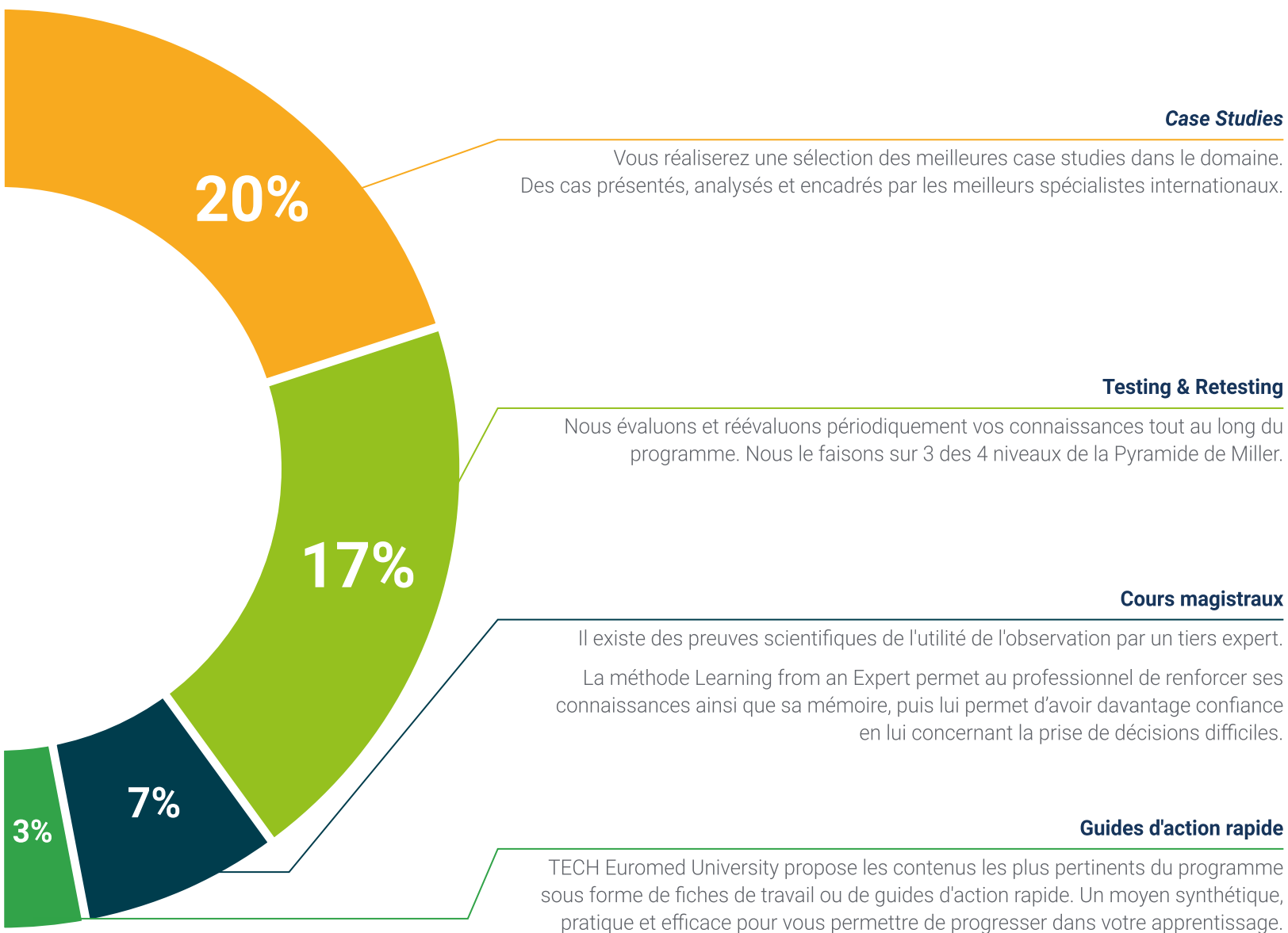
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

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





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 Euromed University 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

Les conférenciers sont des professionnels hautement qualifiés qui possèdent une vaste expérience dans le monde des affaires et dans le monde universitaire. En fait, ils ont occupé des postes de direction dans des entreprises internationales et peuvent fournir des connaissances pratiques et actualisées qui permettront aux diplômés de comprendre et d'appliquer les dernières tendances en matière de gestion industrielle. En outre, ces mentors associent leur expérience pratique à une approche pédagogique innovante, adaptant le contenu aux besoins des gestionnaires d'aujourd'hui et offrant une expérience dynamique, basée sur des cas réels et des situations complexes.





“

Grâce à l'excellente faculté de TECH Euromed University, vous n'acquerrez pas seulement la théorie, mais aussi des outils applicables que vous pourrez immédiatement mettre en œuvre dans votre propre organisation”

Directrice Internationale Invitée

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



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

Directeur International Invité

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

“

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

Directeur International Invité

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

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

Directeur International Invité

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

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

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste de **Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

Il a également dirigé des équipes dans des entreprises telles que **Eaton, Airbus et Siemens**, où il a acquis une expérience précieuse en matière de gestion des comptes et de la chaîne d'approvisionnement. Il est particulièrement réputé pour dépasser continuellement les attentes en **établissant des relations précieuses avec les clients et en travaillant de manière transparente avec des personnes à tous les niveaux d'une organisation**, y compris les *stakeholders*, la direction, les membres de l'équipe et les clients. Son approche fondée sur les données et sa capacité à développer des solutions innovantes et évolutives pour relever les défis de l'industrie ont fait de lui un leader éminent dans son domaine.



M. Arens, Manuel

- Directeur des Achats Globaux chez Google, Mountain View, États-Unis
- Responsable principal de l'Analyse et de la Technologie B2B chez Google, États-Unis
- Directeur des ventes chez Google, Irlande
- Analyste Industriel Senior chez Google, Allemagne
- Gestionnaire des comptes chez Google, Irlande
- Account Payable chez Eaton, Royaume-Uni
- Responsable de la Chaîne d'Approvisionnement chez Airbus, Allemagne

“

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

Directeur International Invité

Andrea La Sala est un cadre expérimenté en Marketing dont les projets ont eu un impact significatif sur l'environnement de la Mode. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux Produits, au Merchandising et à la Communication. Tout cela, lié à des marques prestigieuses telles que Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre autres.

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

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

D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à stimuler la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Parallèlement, il a été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également été chargé des conditions, des coûts, des processus et des délais de livraison pour les différentes opérations. Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des dirigeants d'entreprise les plus qualifiés dans le secteur de la Mode et du Luxe. Une grande capacité managériale qui lui a permis de mettre en œuvre efficacement le positionnement positif de différentes marques et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



M. La Sala, Andrea

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

“

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

Directeur International Invité

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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



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

Directeur International Invité

Scott Stevenson est un éminent expert en **Marketing Numérique** qui, pendant plus de 19 ans, a travaillé pour l'une des sociétés les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros. Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle essentiel

dans la **supervision de la logistique** et des **flux de travail créatifs** sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, le *display* et les médias linéaires.

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

Directrice Internationale Invitée

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 cela, 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 Réputation 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 Université d'Afrique du Sud



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

Direction



Dr Asensi, Francisco Andrés

- ♦ Coordinatrice de la Production et de la Logistique chez IDAI NATURE
- ♦ Coach en Coaching Stratégique
- ♦ Responsable de l'Organisation pour Talleres Lemar
- ♦ Organisation et Gestion d'Entreprise pour Lab Radio SA
- ♦ Doctorat en ingénierie industrielle en organisation d'entreprise de l'Université de Castilla la Mancha
- ♦ Ingénieur Industriel en Organisation Industrielle de l'Université Polytechnique de Valence

Direction**Dr Ruiz Cid, Martin Joaquín**

- ♦ Ingénieur Industriel Expert en Électricité, Électronique et Mécanique
Fondateur et Directeur technique de Vionica Drones
- ♦ Directeur de IngeMabis - Ingénierie et Services
- ♦ Directeur Technique du Groupe HBC
- ♦ Directeur Technique du Groupe de Projets EPC chez Soltec Énergies Renouvelables
- ♦ Chef de Projet pour Técnicas Reunidas chez Abantia Group, Grupo Cobra et Inversiones Silmamur
- ♦ Doctorat en Technologies Industrielles, Électricité, Électronique et Contrôle Adaptatif de l'Université Nationale d'Éducation à Distance
- ♦ Master en Environnement et Énergies Renouvelables de l'École Européenne de Commerce
- ♦ Master en Gestion Stratégique des Entreprises de l'Université Nationale d'Éducation à Distance
- ♦ Diplôme d'Ingénieur Industriel, Mécanique et Structures de l'Université Polytechnique de Carthagène

Professeurs

Mme Mollá Latorre, Korinna

- ♦ Cheffe des Projets Internationaux à AITEX
- ♦ Directrice des Opérations et de la Logistique de Colortex, SA.
- ♦ Technicienne de projet pour l'Institut Technologique du Jouet
- ♦ Ingénieure Industrielle, Spécialisé en Organisation Industrielle, de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Membre de la Société Américaine pour la Production et le Contrôle des Stocks en Gestion Intégrale des Ressources

M. Ibáñez Capella, Juan

- ♦ Chef de projet au centre technologique ITENE
- ♦ Chef de projet chez IDOM Consulting
- ♦ Responsable des installations et des projets chez Power Electronics
- ♦ Responsable des installations chez Ferrovial Company
- ♦ Technicien de projet pour les projets de haute et basse tension, les projets solaires photovoltaïques
- ♦ Consultant pour les travaux de l'usine d'acier galvanisé SOLMED à Sagunto, la gare de train à grande vitesse Saragosse AVE, entre autres.

M. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- ♦ Spécialiste technique et ingénieur en chef chez SRG Global
- ♦ Ingénieur en développement de produits chez SRG Global
- ♦ Ingénieur en matériel chez DAO Logic
- ♦ Diplôme en ingénierie industrielle et mécanique de l'université polytechnique de Valence.

M. Giner Sanchis, David

- ♦ Gestionnaire de Portefeuilles et de Programmes au PMO de MAPFRE
- ♦ Planificateur et Technicien en Gestion des Matériaux chez IDOM Consulting
- ♦ Master en Direction et Gestion de Projets de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Master en *Project Management* de l'Université Européenne de Valence

Mme Aleixandre Andreu, María José

- ♦ Directrice de la banque Commerciale Méditerranée et Banque Sabadell.
- ♦ Diplôme en Sciences Commerciales de l'UV (Université de Valence)
- ♦ Technique et compétences pour les formateurs. Université Autonome de Barcelone
- ♦ Cours de Directeur de bureau. Par Fundesem
- ♦ Certification EPFA
- ♦ Certification LCCI par l'Université Carlos III
- ♦ II Cours pour Office Managers, formation interne. Caisse des Dépôts de la Méditerranée, formation pratique et théorique.

M. Rodríguez, Diego

- ♦ Ingénieur Mécanique
- ♦ Spécialisation en Gestion des Projets de l'Université Berkeley, Californie
- ♦ Master en Implémentation des technologies pour l'Industrie 4.0 de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Certification PMP et CAPM du *Project Management Institute* (PMI)
- ♦ Certificat en tant que Black Belt et Green Belt
- ♦ Trois prix d'excellence opérationnelle de deux entreprises au niveau mondial
- ♦ Membre de : Association PMI

M. Lucero Palau, Tomás

- ♦ Zanotti Smart Solutions Factory Manager
- ♦ Chef de Projets chez ADUM Consulting
- ♦ Directeur des Opérations chez Istobal SA
- ♦ Responsable de la production chez SRG Global
- ♦ Maîtrise en administration des affaires de l'école de commerce ESTEMA.
- ♦ Ingénieur Supérieur Industriel à l'Université Polytechnique de Valence

M. Del Olmo Cárcer, Daniel

- ♦ Directeur de la technologie chez Enira Engineering S.L.
- ♦ Directeur de l'ingénierie de l'usine à NHK-SOGEFI
- ♦ Responsable du développement technique et de la maintenance chez Sealed Air Corporation
- ♦ Directeur de l'ingénierie d'usine chez SRG Global
- ♦ Directeur de l'ingénierie d'usine chez Toyota Production System
- ♦ Ingénieur des procédés chez Zodiac Aerospace
- ♦ Ingénieur de projet chez Serfruit S.A. et Greefa
- ♦ Master MBA en opérations à l'Université européenne de Valence.

M. Morado Vázquez, Eduardo

- ♦ Chef de Secteur Industriel pour les Adoucisseurs et les Plastifiants de Bitume
- ♦ Responsable de l'assurance qualité chez Ford Motor Company.
- ♦ Master en Prévention des Risques Professionnels de l'Université d'Alcalá de Henares
- ♦ Master en administration des affaires de l'ESTEMA

M. Navarro Jarque, Francisco

- ♦ Chef du Service du Personnel chez ISTOBAL SA.
- ♦ Maîtrise en gestion des ressources humaines de l'université Ramón Llull.
- ♦ Diplôme de Psychologie de l'Université Autonome de Barcelone.

08 Diplôme

Le MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Global University, et un autre par Euromed University of Fes.



“

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

Le programme du **MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles** est le programme le plus complet sur la scène académique actuelle. Après avoir obtenu leur diplôme, les étudiants recevront un diplôme d'université délivré par TECH Global University et un autre par Université Euromed de Fès.

Ces diplômes de formation continue et d'actualisation professionnelle de TECH Global University et d'Université Euromed de Fès garantissent l'acquisition de compétences dans le domaine de la connaissance, en accordant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit les évaluations et accrédite le programme après l'avoir suivi dans son intégralité.

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

TECH est membre de la Business Graduates Association (BGA), l'organisation internationale qui regroupe les plus grandes écoles de commerce du monde et qui garantit la qualité des programmes d'enseignement de la gestion. Les écoles membres de la BGA sont unies par leur dévouement aux pratiques de gestion responsables, à l'apprentissage tout au long de la vie et à l'impact positif sur les parties prenantes des écoles de commerce. Être membre de BGA est synonyme de qualité académique.

TECH est membre de :



Diplôme : **Mastère Avancé MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles**

Modalité : **en ligne**

Durée : **2 ans**

Accréditation : **120 ECTS**



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



Mastère Avancé

MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles

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

Mastère Avancé

MBA en Direction Générale dans les Entreprises Industrielles

TECH est membre de :



tech Euromed
University