

Mastère Avancé

MBA en Gestion Médicale et Chef de Service

TECH est membre de :



tech Euromed
University



Mastère Avancé

MBA en Gestion Médicale et Chef de Service

- » 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-mba-gestion-medicale-chef-service

Sommaire

01

Présentation du
programme

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 8

03

Programme d'études

page 12

04

Objectifs pédagogiques

page 32

05

Opportunités de carrière

page 40

06

Méthodologie d'étude

page 44

07

Corps Enseignant

page 54

08

Diplôme

page 74

01

Présentation du programme

Dans un environnement de soins de santé de plus en plus dynamique et compétitif, la Gestion Médicale et le Chef de Service jouent un rôle crucial dans la mise en œuvre des politiques de santé, la gestion des ressources humaines et l'adoption des technologies de pointe. Par conséquent, la capacité de ces dirigeants à coordonner des équipes pluridisciplinaires, à gérer des budgets et à garantir la qualité des soins détermine en grande partie le succès des établissements de santé. Afin de les aider à gérer les établissements de santé de manière optimale, TECH a créé un programme universitaire en ligne pionnier qui rassemble les stratégies les plus modernes pour optimiser la Gestion Médicale et le Chef de Service.





“

Grâce à ce Mastère Avancé entièrement en ligne, vous gérerez le changement au sein des services médicaux et améliorerez considérablement leur efficacité”

La complexité du système de santé actuel exige une approche de leadership dans laquelle la gestion médicale et la gestion des services jouent un rôle crucial. Ces experts doivent être non seulement des experts cliniques, mais aussi des gestionnaires stratégiques capables d'intégrer l'innovation, la qualité et l'efficacité dans leur prise de décision. Par conséquent, les professionnels doivent avoir une compréhension globale de la manière d'améliorer les soins aux patients, d'optimiser les ressources et de créer des environnements de travail productifs.

Dans ce contexte, TECH présente un Mastère Avancé MBA innovant en Gestion Médicale et Chef de Service. Conçu par des spécialistes renommés dans ce domaine, le parcours académique approfondira des aspects allant des fondamentaux de la gestion clinique ou de la mise en œuvre d'outils technologiques émergents pour automatiser des tâches complexes à l'accréditation de la qualité dans les systèmes de santé. En conséquence, les diplômés acquerront des compétences avancées pour diriger des équipes médicales et gérer efficacement les services de santé, en améliorant à la fois l'efficacité opérationnelle et la qualité des soins aux patients.

En outre, la méthodologie du programme est basée sur la méthode innovante *Relearning* de TECH, qui garantit l'assimilation progressive et naturelle de concepts complexes. Dans le même ordre d'idées, les médecins n'ont besoin que d'un appareil électronique doté d'une connexion Internet pour accéder au Campus Virtuel. Ils y trouveront de nombreuses ressources sous différents formats multimédias (tels que des résumés interactifs, des études de cas ou des lectures spécialisées) pour profiter d'une mise à jour didactique et divertissante.

En outre, le programme d'études comprend des *Masterclasses* perturbatrices données par de prestigieux Directeurs Invités Internationaux, qui ont plusieurs années d'expérience dans le secteur des soins de santé.

Ce **Mastère Avancé MBA en Gestion Médicale et Chef de Service** contient le programme universitaire le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes :

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Gestion Médicale et Chef de Service
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et pratiques sur ces disciplines essentielles à la pratique professionnelle.
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ L'accent est mis sur les méthodologies innovantes en matière de Gestion Médicale et de Chef de Service
- ♦ 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



Des Directeurs Invités Internationaux de renom donneront des Masterclasses exclusives qui approfondiront les innovations les plus récentes en matière de Gestion Médicale et de Chef de Service”

“

Vous développerez des compétences de leadership efficaces pour gérer des équipes pluridisciplinaires, en favorisant un environnement de travail collaboratif axé sur la qualité des soins aux patients”

Le corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Gestion Médicale et du Chef de Service, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

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

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

Vous apprendrez en profondeur les systèmes de qualité dans le secteur de la santé, ce qui vous permettra de mettre en œuvre des protocoles qui améliorent les normes de soins.

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



02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande Université numérique du monde. Avec un catalogue impressionnant de plus de 14 000 programmes universitaires, disponibles en 11 langues, elle se positionne comme un leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99 %. En outre, elle dispose d'un vaste corps professoral composé de plus de 6 000 professeurs de renommée internationale.



“

Étudiez dans la plus grande université numérique du monde et assurez votre réussite professionnelle. L'avenir commence à TECH”

La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

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

Le meilleur personnel enseignant top international

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

La plus grande université numérique du monde

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



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

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

Une méthode d'apprentissage unique

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

L'université en ligne officielle de la NBA

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

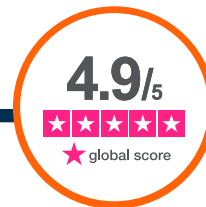
Leaders en matière d'employabilité

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



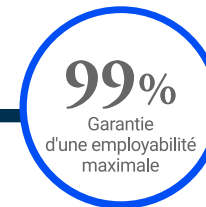
Google Partner Premier

Le géant américain de la technologie a décerné à TECH le badge Google Partner Premier. Ce prix, qui n'est décerné qu'à 3% des entreprises dans le monde, souligne l'expérience efficace, flexible et adaptée que cette université offre aux étudiants. Cette reconnaissance atteste non seulement de la rigueur, de la performance et de l'investissement maximaux dans les infrastructures numériques de TECH, mais positionne également TECH comme l'une des principales entreprises technologiques au monde.



L'université la mieux évaluée par ses étudiants

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



03

Programme d'études

Grâce à ce Mastère Avancé MBA, les professionnels se distingueront par leur connaissance holistique de la Gestion Médicale et Chef de Service. En ce sens, le parcours académique approfondira des facteurs allant des spécificités du *management* exécutif ou de la Responsabilité Sociale des Entreprises à la mise en œuvre d'outils technologiques de pointe pour atteindre l'excellence en matière de soins de santé. De cette manière, les diplômés développeront des compétences cliniques avancées pour gérer efficacement toute institution de soins de santé et garantir sa durabilité à long terme.





“

Vous gérerez les budgets de manière efficace, en contrôlant les coûts et en garantissant la rentabilité des établissements de santé”

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

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

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

Module 2. Orientation stratégique et *Management* Directif

- 2.1. Analyse et design organisationnelles
 - 2.1.1. Cadre Conceptuel
 - 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
 - 2.1.3. Modèles de base des organisations
 - 2.1.4. Design organisationnel : Typologie
- 2.2. Stratégie d'Entreprise
 - 2.2.1. Stratégie d'entreprise compétitive
 - 2.2.2. Stratégies de Croissance : Typologie
 - 2.2.3. Cadre conceptuel
- 2.3. Planification et formulation stratégiques
 - 2.3.1. Cadre Conceptuel
 - 2.3.2. Éléments de la Planification Stratégique
 - 2.3.3. Formulation Stratégique : Processus de Planification Stratégique
- 2.4. Réflexion stratégique

- 2.4.1. L'entreprise comme système
- 2.4.2. Le concept d'organisation
- 2.5. Diagnostic Financier
 - 2.5.1. Concept de Diagnostic Financier
 - 2.5.2. Étapes du Diagnostic Financier
 - 2.5.3. Méthodes d'Évaluation du Diagnostic Financier
- 2.6. Planification et Stratégie
 - 2.6.1. Le plan d'une Stratégie
 - 2.6.2. Positionnement Stratégique
 - 2.6.3. La Stratégie dans l'Entreprise
- 2.7. Modèles et motifs stratégiques
 - 2.7.1. Cadre Conceptuel
 - 2.7.2. Modèles Stratégiques
 - 2.7.3. Modèles Stratégiques : Les Cinq P de la Stratégie
- 2.8. Stratégie concurrentielle
 - 2.8.1. Avantage Concurrentiel
 - 2.8.2. Choix d'une Stratégie Concurrentielle
 - 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
 - 2.8.4. Types de Stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel
- 2.9. Direction Stratégique
 - 2.9.1. Le concept de Stratégie
 - 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
 - 2.9.3. Approches de la gestion stratégique
- 2.10. Mise en œuvre de la Stratégie
 - 2.10.1. Approche des Systèmes et Processus d'Indicateurs
 - 2.10.2. Carte Stratégique
 - 2.10.3. Alignement Stratégique
- 2.11. *Management Exécutif*
 - 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
 - 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion de l'entreprise
- 2.12. Communication Stratégique
 - 2.12.1. Communication interpersonnelle
 - 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence

- 2.12.3. Communication interne
- 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement Organisationnel
 - 3.1.1. Comportement Organisationnel Cadre Conceptuel
 - 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel
- 3.2. Les personnes dans les organisations
 - 3.2.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
 - 3.2.2. Groupes de travail et direction des réunions
 - 3.2.3. Coaching et gestion d'équipes
 - 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 3.3. La Direction Stratégique des personnes
 - 3.3.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
 - 3.3.2. La direction stratégique des personnes
- 3.4. Évolution des Ressources. Une vision intégrée
 - 3.4.1. L'importance des RH
 - 3.4.2. Un nouvel environnement pour gérer et diriger les personnes
 - 3.4.3. Gestion stratégique des RRHH
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement de RRHH
 - 3.5.1. Approche du recrutement et de la sélection
 - 3.5.2. Le recrutement
 - 3.5.3. Le processus de sélection
- 3.6. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 3.6.1. Analyse du potentiel
 - 3.6.2. Politique de rémunération
 - 3.6.3. Plans de carrière/succession
- 3.7. Évaluation et gestion des performances
 - 3.7.1. Gestion des performances
 - 3.7.2. Gestion des performances : Objectifs et processus
- 3.8. Gestion de la formation
 - 3.8.1. Théories de l'apprentissage

- 3.8.2. Détection et rétention des talents
- 3.8.3. Gamification et gestion des talents
- 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle
- 3.9. Gestion des talents
 - 3.9.1. Les clés d'un management positif
 - 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
 - 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
 - 3.9.4. Coût et valeur ajoutée
- 3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
 - 3.10.3. Fidélisation et rétention
 - 3.10.4. Proactivité et innovation
- 3.11. Motivation
 - 3.11.1. La nature de la motivation
 - 3.11.2. La théorie de l'espérance
 - 3.11.3. Théories des besoins
 - 3.11.4. Motivation et compensation économique
- 3.12. *Employer Branding*
 - 3.12.1. *Employer branding* en RRHH
 - 3.12.2. *Personal Branding* pour les professionnels en RRHH
- 3.13. Développer des équipes performantes
 - 3.13.1. Équipes performantes : équipes autogérées
 - 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 3.14. Développement des compétences managériales
 - 3.14.1. Qu'est-ce que les compétences managériales ?
 - 3.14.2. Éléments des compétences
 - 3.14.3. Connaissances
 - 3.14.4. Compétences en matière de gestion
 - 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
 - 3.14.6. Compétences en matière de gestion
- 3.15. Gestion du temps
 - 3.15.1. Bénéfices
 - 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps ?
 - 3.15.3. Temps
 - 3.15.4. Les illusions du temps
 - 3.15.5. Attention et mémoire
 - 3.15.6. État mental
 - 3.15.7. Gestion du temps
 - 3.15.8. Proactivité
 - 3.15.9. Clarté des objectifs
 - 3.15.10. Ordre
 - 3.15.11. Planification
- 3.16. Gestion du changement
 - 3.16.1. Gestion du changement
 - 3.16.2. Types de processus de gestion des changements
 - 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 3.17. Négociation et gestion des conflits
 - 3.17.1. Négociation
 - 3.17.2. Gestion des Conflits
 - 3.17.3. Gestion de Crise
- 3.18. La communication managériale
 - 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 3.18.2. Département de Communication
 - 3.18.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 3.19. Gestion des Ressources Humaines et équipes PRL
 - 3.19.1. Ressources humaines et gestion des équipes
 - 3.19.2. Prévention des risques professionnels
- 3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 3.20.1. Productivité
 - 3.20.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents
- 3.21. Compensation monétaire vs. Non-monétaire
 - 3.21.1. Rémunération monétaire ou non monétaire
 - 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
 - 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires

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

Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement Économique
 - 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 4.1.2. Institutions financières
 - 4.1.3. Marchés financiers
 - 4.1.4. Actifs financiers
 - 4.1.5. Autres entités du secteur financier
- 4.2. Le financement de l'entreprise
 - 4.2.1. Sources de financement
 - 4.2.2. Types de coûts de financement
- 4.3. Comptabilité de Gestion
 - 4.3.1. Concepts de base
 - 4.3.2. Les Actifs de l'entreprise
 - 4.3.3. Le Passif de l'entreprise
 - 4.3.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 4.3.5. Le Compte de Résultat

- 4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
 - 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
 - 4.4.2. Dépenses en général et comptabilité analytique
 - 4.4.3. Classification des coûts
- 4.5. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
 - 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 4.6. Budget et Contrôle de Gestion
 - 4.6.1. Le modèle budgétaire
 - 4.6.2. Budget d'Investissement
 - 4.6.3. Le Budget de Fonctionnement
 - 4.6.5. Le Budget de Trésorerie
 - 4.6.6. Le Suivi Budgétaire
- 4.7. Gestion de la trésorerie
 - 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
 - 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
 - 4.7.3. *Credit Management*
- 4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.8.1. Concepts fiscaux de base
 - 4.8.2. L'impôt sur les sociétés
 - 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
 - 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
 - 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État
- 4.9. Systèmes de contrôle des entreprises
 - 4.9.1. Analyse des états financiers
 - 4.9.2. Le Bilan de l'entreprise
 - 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
 - 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
 - 4.9.5. L'Analyse des Ratios
- 4.10. Direction Financière
 - 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 4.10.2. Département financier

- 4.10.3. Les excédents de trésorerie
- 4.10.4. Les risques liés à la gestion financière
- 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 4.11. Planification Financière
 - 4.11.1. Définition de la planification financière
 - 4.11.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 4.11.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 4.11.5. Le tableau des fonds de roulement
- 4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 4.12.2. Produits de financement des entreprises
- 4.13. Contexte Macroéconomique
 - 4.13.1. Contexte Macroéconomique
 - 4.13.2. Indicateurs économiques pertinents
 - 4.13.3. Mécanismes de suivi des amplitudes macroéconomiques
 - 4.13.4. Cycles économiques
- 4.14. Financement Stratégique
 - 4.14.1. Autofinancement
 - 4.14.2. Augmentation des fonds propres
 - 4.14.3. Ressources Hybrides
 - 4.14.4. Financement par des intermédiaires
- 4.15. Marchés monétaires et des capitaux
 - 4.15.1. Le Marché Monétaire
 - 4.15.2. Marché des titres à Revenu Fixe
 - 4.15.3. Le Marché des Actions
 - 4.15.4. Le Marché des Changes
 - 4.15.5. Marchés des Produits Dérivés
- 4.16. Analyse et planification financières
 - 4.16.1. Analyse du Bilan
 - 4.16.2. Analyse du Compte de Résultat



4.16.3 Analyse de la Rentabilité

4.17. Analyses et résolution de problèmes

4.17.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction et Gestion des Opérations

5.1.1. Le rôle des opérations

5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise

5.1.3. Introduction à la stratégie des Opérations

5.2. Organisation industrielle et logistique

5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle

5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)

5.3.1. Systèmes de production

5.3.2. Stratégie de production

5.3.3. Système de gestion des stocks

5.3.4. Indicateurs de production

5.4. Structure et types d'approvisionnement

5.4.1. Fonction de l'approvisionnement

5.4.2. Gestion de l'approvisionnement

5.4.3. Types d'achats

5.4.4. Gestion efficace des achats d'une entreprise

5.4.5. Étapes du processus de décision d'achat

5.5. Contrôle économique des achats

5.5.1. Influence économique des achats

5.5.2. Centres de coûts

5.5.3. La budgétisation

5.5.4. Budgétisation vs. dépenses réelles

5.5.5. Outils de contrôle budgétaire

5.6. Contrôle des opérations de stockage

5.6.1. Contrôle des stocks

5.6.2. Système de localisation

5.6.3. Techniques de gestion des stocks

5.6.4. Systèmes de stockage

5.7. Gestion stratégique des achats

5.7.1. Stratégie d'entreprise

5.7.2. Planification stratégique

5.7.3. Stratégie d'achat

5.8. Typologie de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)

5.8.1. Chaîne d'approvisionnement

5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne approvisionnement

5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement

5.9. *Supply Chain Management*

5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (GCA)

5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations

5.9.3. Modèles de Demande

5.9.4. Stratégie opérationnelle et changement

5.10. Interactions de la GCA avec tous les domaines

5.10.1. Interaction avec la chaîne d'approvisionnement

5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties

5.10.3. Questions relatives à l'intégration de la chaîne d'approvisionnement

5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0. 5.11. Coûts logistiques

5.11.1. Coûts logistiques

5.11.2. Problèmes de coûts logistiques

5.11.3. Optimisation des coûts logistiques

5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs

5.12.1. Chaîne logistique

5.12.2. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques

5.12.3. Indicateurs rentabilité et efficacité des chaînes logistiques

5.13. Gestion des processus

5.13.1. Gestion du processus

5.13.2. Approche basée sur les processus :
cartographie des processus

5.13.3. Amélioration de la gestion des processus

5.14. Logistique de distribution et de transport

5.14.1. Distribution dans la chaîne d'approvisionnement

5.14.2. La logistique du Transport

- 5.14.3 Les systèmes d'Information Géographique comme support à la Logistique
- 5.15. Logistique et clients
 - 5.15.1. Analyse de la Demande
 - 5.15.2. Prévision de la Demande et des Ventes
 - 5.15.3. Planification des Ventes et des Opérations
 - 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)
- 5.16. Logistique internationale
 - 5.16.1. Processus d'exportation et d'importation
 - 5.16.2. Douanes
 - 5.16.3. Formes et Moyens de Paiement Internationaux
 - 5.16.4. Plateformes logistiques internationales
- 5.17. *Outsourcing* des opérations
 - 5.17.1. Gestion des opérations et *outsourcing*
 - 5.17.2. Mise en œuvre de *l'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 avantage concurrentiel
- 5.19. Gestion de la qualité
 - 5.19.1. Clients internes et externes
 - 5.19.2. coûts de la qualité
 - 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de *Deming*

Module 6. Gestion des systèmes d'information

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

- 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique
- 6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique
 - 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
 - 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
 - 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique
- 6.4. Gestion des Systèmes d'Information
 - 6.4.1. Gouvernement d'Entreprise en matière de technologie et de systèmes d'information
 - 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
 - 6.4.3. Experts en gestion des systèmes d'information : Rôles et fonctions
- 6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
 - 6.5.1. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
 - 6.5.2. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information
- 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision
 - 6.6.1. *Business intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC ou tableau de bord prospectif
- 6.7. Explorer l'information
 - 6.7.1. SQL : Bases de données relationnelles. Concepts de base
 - 6.7.2. Réseaux et communications
 - 6.7.3. Système opérationnel : Modèles de données standardisés
 - 6.7.4. Système stratégique : OLAP, modèle multidimensionnel et *dashboards* graphiques
 - 6.7.5. Analyse stratégique du BBDD et composition du rapport
- 6.8. *L'intelligence économique dans l'entreprise*
 - 6.8.1. Le monde des données
 - 6.8.2. Concepts pertinents
 - 6.8.3. Caractéristiques principales

- 6.8.4. Solutions actuelles du marché
- 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
- 6.8.6. La cybersécurité dans la BI et *Data Science*
- 6.9. Nouveau concept commercial
 - 6.9.1. Pourquoi BI?
 - 6.9.2. Obtenir l'information
 - 6.9.3. Raisons d'investir dans la BI
- 6.10. Outils et solutions de BI
 - 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil ?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planification et gestion de Projets BI
 - 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
 - 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
 - 6.11.3. Exigences et objectifs
- 6.12. Applications de gestion d'entreprise
 - 6.12.1. Systèmes d'information et de gestion d'entreprise
 - 6.12.2. Applications de gestion d'entreprise
 - 6.12.3. Systèmes *Enterprise Resource Planning* ou ERP
- 6.13. Transformation Numérique
 - 6.13.1. Cadre conceptuel de la transformation numérique
 - 6.13.2. Transformation numérique : Éléments clés, avantages et inconvénients
 - 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises
- 6.14. Technologies et tendances
 - 6.14.1. Principales tendances technologiques qui modifient les modèles d'entreprise
 - 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI

- 6.15.1. Cadre conceptuel *d'externalisation*
- 6.15.2. Outsourcing des TI et son impact sur les entreprises
- 6.15.3. Les clés de la mise en œuvre des projets d'outsourcing de TI dans l'entreprise

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

- 7.1. Gestion commerciale
 - 7.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
 - 7.1.2. Stratégie et planification commerciales
 - 7.1.3. Le rôle des responsables commerciaux
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Concept de Marketing
 - 7.2.2. Éléments de base du Marketing
 - 7.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise
- 7.3. Gestion Stratégique du Marketing
 - 7.3.1. Concept de Marketing stratégique
 - 7.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
 - 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing
- 7.4. Marketing Numérique et e-commerce
 - 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et du commerce électronique
 - 7.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
 - 7.4.3. Commerce électronique Contexte général
 - 7.4.4. Catégories de commerce électronique
 - 7.4.5. Avantages et inconvénients *d'E-commerce* par rapport au commerce traditionnel
- 7.5. *Managing digital business*
 - 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
 - 7.5.2. Design et création des médias digitaux
 - 7.5.3. Analyse du ROI sur un plan de marketing digital
- 7.6. Marketing numérique pour renforcer la marque
 - 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
 - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Stratégie de Marketing Numérique
 - 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique

- 7.7.2. Outils de stratégie de Marketing Numérique
- 7.8. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients.
 - 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
 - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
 - 7.8.3. Hyper-segmentation
- 7.9. Gestion des campagnes numériques
 - 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique ?
 - 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de Marketing en ligne
 - 7.9.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 7.10. Plan de Marketing en ligne
 - 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en Ligne ?
 - 7.10.2. Étapes de l'élaboration d'un plan de Marketing en Ligne
 - 7.10.3. Avantages d'un plan de Marketing en Ligne
- 7.11. *Blended Marketing*
 - 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Différences entre le Marketing en Ligne et le Marketing Hors Ligne
 - 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Recommandations en matière de *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Bénéfices du *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 dans l'organisation
 - 7.13.3. Type de communication dans l'organisation
 - 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
 - 7.13.5. Éléments de communication
 - 7.13.6. Problèmes de communication

- 7.13.7. Scénarios de communication
- 7.14. Stratégie de la Communication d'entreprise
 - 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
 - 7.14.2. Instruments et supports de communication interne
 - 7.14.3. Le plan de communication interne
- 7.15. Communication et réputation numérique
 - 7.15.1. Réputation en ligne
 - 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique ?
 - 7.15.3. Outils de réputation en ligne
 - 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne
 - 7.15.5. *Branding online*

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

- 8.1. Étude de Marché
 - 8.1.1. Étude de marché : Origine historique
 - 8.1.2. Analyse et évolution du cadre conceptuel de l'étude de marché
 - 8.1.3. Éléments clés et valeur ajoutée des études de marché
- 8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative
 - 8.2.1. Taille de l'échantillon
 - 8.2.2. Échantillonnage
 - 8.2.3. Types de Techniques Quantitatives
- 8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative
 - 8.3.1. Types de Recherche Qualitative
 - 8.3.2. Techniques de Recherche Qualitative
- 8.4. Segmentation du marché
 - 8.4.1. Concept de la segmentation du marché
 - 8.4.2. Utilité et exigences de la segmentation
 - 8.4.3. Segmentation des marchés de consommation
 - 8.4.4. Segmentation des marchés industriels
 - 8.4.5. Stratégies de segmentation
 - 8.4.6. Segmentation sur la base des critères du Marketing Mix

- 8.4.7. Méthodologie de la segmentation du marché
- 8.5. Gestion de projets de recherche
 - 8.5.1. Les études de Marché comme un processus
 - 8.5.2. Les étapes de la Planification d'une Étude de Marché
 - 8.5.3. Les étapes de l'Exécution d'une Étude de Marché
 - 8.5.4. Gestion d'un Projet de Recherche
- 8.6. Études de marché internationales
 - 8.6.1. Études de Marché Internationales
 - 8.6.2. Processus d'Études de Marché Internationales
 - 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les Études de Marché Internationales
- 8.7. Études de faisabilité
 - 8.7.1. Concept et utilité
 - 8.7.2. Schéma d'une étude de faisabilité
 - 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité
- 8.8. Publicité
 - 8.8.1. Contexte historique de la Publicité
 - 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité : Principes, concept de *briefing* et positionnement
 - 8.8.3. Agences de publicité, agences médias et professionnels de la publicité
 - 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
 - 8.8.5. Tendances et défis en matière de publicité
- 8.9. Développement du plan de Marketing
 - 8.9.1. Concept du Plan de Marketing
 - 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
 - 8.9.3. Décisions de marketing stratégique
 - 8.9.4. Décisions de marketing opérationnel
- 8.10. *Stratégies de promotion et merchandising*
 - 8.10.1. Communication Marketing Intégrée
 - 8.10.2. Plan de Communication Publicitaire
 - 8.10.3. Le *merchandising* comme technique de communication
- 8.11. Planification des médias
 - 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
 - 8.11.2. Moyens de communication
 - 8.11.3. Planification des médias
- 8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises
 - 8.12.1. Le rôle de la Gestion Commerciale
 - 8.12.2. Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale de l'entreprise/ du marché
 - 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
 - 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles
- 8.13. Négociation commerciale
 - 8.13.1. Négociation commerciale
 - 8.13.2. Questions psychologiques dans la négociation
 - 8.13.3. Principales méthodes de négociation
 - 8.13.4. Le processus de négociation
- 8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale
 - 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
 - 8.14.2. Modèles de prise de décision
 - 8.14.3. Analyse et outils d'aide à la décision
 - 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision
- 8.15. Direction et gestion du réseau de vente
 - 8.15.1. *Sales Management*. Gestion des ventes
 - 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
 - 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
 - 8.15.4. Systèmes de rémunération pour les réseaux de vente propres et externes
 - 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des représentants commerciaux sur la base d'informations
- 8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
 - 8.16.1. Recrutement de représentants et d'agents commerciaux propres
 - 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
 - 8.16.3. Code de déontologie pour le personnel commercial
 - 8.16.4. Conformité réglementaire
 - 8.16.5. Les normes de conduite commerciale généralement acceptées
- 8.17. Gestion des comptes clés
 - 8.17.1. Concept de Gestion des Comptes Clés
 - 8.17.2. Le *Key Account Manager*

- 8.17.3. Stratégie de Gestion des Comptes Clés
- 8.18. Gestion financière et budgétaire
 - 8.18.1. Le seuil de rentabilité
 - 8.18.2. Le budget des ventes. Le contrôle de gestion et le plan de vente annuel
 - 8.18.3. L'impact financier des décisions commerciales stratégiques
 - 8.18.4. Gestion des cycles, rotations, rentabilité et liquidité
 - 8.18.5. Compte de résultat

Module 9. Innovation et Gestion de Projet

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

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

Module 10. Management Exécutif

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concept *General Management*
 - 10.1.2. L'action du Directeur Général
 - 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 10.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 10.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

- 10.3. Direction des opérations
 - 10.3.1. Importance de la gestion
 - 10.3.2. La chaîne de valeur
 - 10.3.3. Gestion de qualité
- 10.4. Discours et formation de porte-parole
 - 10.4.1. Communication interpersonnelle
 - 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 10.4.3. Obstacles à la communication
- 10.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 10.5.1. Communication interpersonnelle
 - 10.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 10.5.3. La communication dans l'organisation
 - 10.5.4. Outils dans l'organisation
- 10.6. La communication en situation de crise
 - 10.6.1. Crise
 - 10.6.2. Phases de la crise
 - 10.6.3. Messages : Contenus et moments
- 10.7. Préparer un plan de crise
 - 10.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 10.7.2. Planification
 - 10.7.3. Adéquation du personnel
- 10.8. Intelligence émotionnelle
 - 10.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 10.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 10.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 10.9. *Branding* Personnel

- 10.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 10.9.2. Loi *branding* personal
- 10.9.3. Outils de construction du Personal Branding
- 10.10. Leadership et gestion d'équipes
 - 10.10.1. Leadership et styles de leadership
 - 10.10.2. Capacités et défis des leaders
 - 10.10.3. Gestion des Processus de Changement
 - 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

Module 11. Gestion Clinique

- 11.1. Systèmes de classification des patients
 - 11.1.1. Groupes liés à un diagnostic (GDRG)
 - 11.1.2. Systèmes de classification des patients
 - 11.1.3. Ressources essentielles
- 11.2. Définition et réglementation de la gestion clinique
 - 11.2.1. Définition de la gouvernance clinique
 - 11.2.2. Évolution de la gouvernance clinique dans le système national de santé
 - 11.2.3. Le programme-contrat et la gestion clinique
 - 11.2.4. Situation actuelle et controverses
- 11.3. Processus et protocoles de gestion clinique. Gestion des preuves scientifiques
 - 11.3.1. La variabilité de la pratique médicale
 - 11.3.2. Preuves scientifiques
 - 11.3.3. Gestion clinique
 - 11.3.4. Processus, procédures, chemins cliniques et les unités de gestion clinique
- 11.4. Modèles et unités de gestion clinique : unités interhospitalières
 - 11.4.1. Ce qui peut être envisagé dans une unité de gestion clinique : l'inter-hospitalier
 - 11.4.2. Exigences des unités interhospitalières de gestion clinique
 - 11.4.3. Importance du leadership dans les unités de gestion clinique inter-hospitalières
 - 11.4.4. Ressources humaines, formation continue, recherche et enseignement
 - 11.4.5. Patients et compagnons. L'humanisation des soins de santé
 - 11.4.6. Processus dans les unités de gestion clinique inter-hospitalières.

- 11.4.7. Les indicateurs de ces unités inter-hospitalières
- 11.4.8. Gestion par objectifs et amélioration
- 11.5. Prescription pharmacologique prudente Prescription électronique
 - 11.5.1. Normes de bonne prescription
 - 11.5.2. Principes de prescription prudente
 - 11.5.3. Outils pour une prescription pharmacologique prudente
 - 11.5.4. Indicateurs de la qualité de la prescription
- 11.6. Prescription d'examens complémentaires
 - 11.6.1. Gestion des demandes
 - 11.6.2. Modèle d'intégration des systèmes d'information pour la gestion des tests de diagnostic
 - 11.6.3. Avantages d'un gestionnaire de demandes
 - 11.6.4. Méthode Lean

Module 12. Planification et contrôle des organisations de santé

- 12.1. Acteurs du système de santé
 - 12.1.1. Acteurs du système de santé
 - 12.1.2. Les acteurs du système de santé
 - 12.1.3. Le contribuable
 - 12.1.4. Le patient
 - 12.1.5. Le professionnel
 - 12.1.6. L'agence d'achat
 - 12.1.7. L'acheteur
 - 12.1.8. L'institution productrice
 - 12.1.9. Conflits et intérêts

Module 13. La division médicale et gestion des soins dans le système de santé

- 13.1. Gestion Médicale Classique vs. Gestion des Soins
 - 13.1.1. La gestion médicale classique
 - 13.1.2. La gestion des soins médicaux
- 13.2. Systèmes d'information de gestion et dossiers médicaux électroniques
 - 13.2.1. Tableaux de bord
 - 13.2.2. Dossiers de santé électroniques

- 13.2.3. Systèmes de prescription assistée
- 13.2.4. Autres systèmes d'information utiles à la gestion de la santé
- 13.3. Continuité des soins : intégration des Soins Primaires - Hôpitaux - Soins Sociosanitaires
 - 13.3.1. La nécessité de l'intégration des soins
 - 13.3.2. Les organisations de soins intégrés. Les bases initiales
 - 13.3.3. Démarrage d'une OSI
- 13.4. Bioéthique et humanisation de la pratique médicale
 - 13.4.1. Situation actuelle de la déshumanisation dans les soins de santé
 - 13.4.2. Gestion de la qualité
 - 13.4.3. Humanisation la gestion de la qualité
 - 13.4.4. Programmes d'humanisation
- 13.5. Gestion Médicale et des Soins : relations avec la division des soins infirmiers
 - 13.5.1. Le rôle de la direction
 - 13.5.2. La participation active de la direction
 - 13.5.3. Objectifs de la direction
 - 13.5.4. Régulation de la relation entre la gestion médicale et la direction
 - 13.5.5. Les systèmes de gestion professionnelle
- 13.6. Santé publique, promotion de la santé et prévention des maladies pour les directions des soins des hôpitaux et des zones de santé
 - 13.6.1. Qu'est-ce que la santé publique ?
 - 13.6.2. Promotion de la santé
 - 13.6.3. Prévention des maladies
 - 13.6.4. Santé externe ou internationale
 - 13.6.5. Défis de santé publique
- 13.7. Transformation du Modèle de santé. Le triple objectif
 - 13.7.1. Stratégie de continuité des soins
 - 13.7.2. Stratégie socio-sanitaire
 - 13.7.3. Efficacité, santé et expérience du patient

Module 14. Gestion de la qualité

- 14.1. La qualité dans la santé
 - 14.1.1. Qualité des soins
 - 14.1.2. Enregistrements des activités de santé et qualité
- 14.2. Programmes de qualité des soins
 - 14.2.1. Qualité des soins

Module 15. Gestion basée sur les compétences

- 15.1. Évaluation des performances Gestion basée sur les compétences
 - 15.1.1. Définition des compétences
 - 15.1.2. Procédure d'évaluation des performances. Implantation
 - 15.1.3. Fonctions
 - 15.1.4. Compétences généraux et spécifiques
 - 15.1.5. *Feedback* d'information des professions pour améliorer les performances et l'auto-évaluation
 - 15.1.6. Conception d'un parcours de formation pour le développement des compétences
 - 15.1.7. Motivation intrinsèque et extrinsèque pour améliorer les performances. Méthodes
 - 15.1.8. Les grands principes du changement
- 15.2. Méthodes et techniques. Gestion basée sur les compétences
 - 15.2.1. L'entretien d'évaluation. Instructions pour l'évaluateur
 - 15.2.2. Principes généraux de l'entretien motivationnel
 - 15.2.3. L'entretien de motivation
 - 15.2.4. Stratégies de communication
 - 15.2.5. Pyramide de Miller

Module 16. Sécurité des patients

- 16.1. Sécurité des patients. Évolution historique
 - 16.1.1. Introduction et définition. Contexte et situation actuelle
 - 16.1.2. Identification inéquivoque du patient. Systèmes de suivi et de traçabilité
 - 16.1.3. Patients présentant un risque de développer une U.P.P.
 - 16.1.4. Risque d'infections associées aux soins infirmiers
Soins d'accès veineux

- 16.1.5. Risque de chute. Prévention et surveillance des chutes du patient hospitalisé
- 16.2. Infections nosocomiales
 - 16.2.1. Soins infirmiers en cas d'infection intra-hospitalière
 - 16.2.2. Réseaux et programmes de surveillance et de contrôle des infections hospitalières
 - 16.2.3. Asepsie, désinfection et stérilisation
- 16.3. Prévention des effets indésirables des soins de santé
 - 16.3.1. Prévention primaire et secondaire. Types et exemples
 - 16.3.2. Prévenir et détecter les événements indésirables liés à la préparation et à l'administration des médicaments
 - 16.3.3. Programmes de *screening*: Cancer du Sein. Sa gestion
 - 16.3.4. Programmes de *screening*: Cancer du Côlon. Sa gestion
 - 16.3.5. Gestion d'un programme de vaccination. La vaccination des enfants
 - 16.3.6. Gestion d'un programme de vaccination. Vaccination contre la grippe
 - 16.3.7. AMDE (Analyse Modale des Défaillances et des Effets). Analyse des causes profondes
- 16.4. Systèmes de rapports et d'enregistrement
 - 16.4.1. Systèmes de rapports et d'enregistrement
 - 16.4.2. Systèmes de notification et d'enregistrement des événements indésirables
- 16.5. Deuxième et troisième victimes
 - 16.5.1. Les professionnels de la santé face aux événements indésirables
 - 16.5.2. La trajectoire de rétablissement et le soutien émotionnel
 - 16.5.3. L'impact sur l'image de l'entreprise

Module 17. Accréditation de la qualité dans le domaine de la santé

- 17.1. Accréditation en matière de santé
 - 17.1.1. Systèmes de gestion de la qualité : accréditation, certification et modèles d'excellence
- 17.2. *Joint Commission International*
 - 17.2.1. Histoire
 - 17.2.2. La *Joint Commission International*
- 17.3. Modèle EFQM
 - 17.3.1. Les critères des modèles d'excellence
 - 17.3.2. Le cadre logique reder
 - 17.3.3. Mise à jour du modèle d'excellence EFQM

- 17.4. Accréditation ISO
 - 17.4.1. Les normes servent de référence pour la certification
 - 17.4.2. Statut de l'accréditation des systèmes de santé
 - 17.4.3. L'accréditation en perspective : principaux conflits théorico-pratiques

Module 18. Gestion des services spéciaux et des services d'hospitalisation

- 18.1. Gestion des services d'urgence
 - 18.1.1. Processus d'un service des urgences
 - 18.1.2. Planification et contrôle des services
 - 18.1.3. Ressources humaines
 - 18.1.4. Enseignement de la médecine d'urgence
- 18.2. Gestion de la USI
 - 18.2.1. Définition de soins intensifs
 - 18.2.2. L'unité de soins intensifs. Structure physique
 - 18.2.3. Les ressources humaines
 - 18.2.4. Ressources matérielles : Technologie et équipement. Suivi
 - 18.2.5. USI sans murs et modèles d'innovation
 - 18.2.6. Gestion de sécurité dans l'unité de soins intensifs. Projets Zéro, Indicateurs de qualité. Transfert d'informations
 - 18.2.7. Humanisation dans l'unité de soins intensifs
- 18.3. Gestion de la zone chirurgicale
 - 18.3.1. La zone chirurgicale. Structure physique, organisation et circuits
 - 18.3.2. Coordination entre les salles d'opération. Performance chirurgicale et indicateurs opérationnels. Programmation des interventions chirurgicales. Amélioration des performances
 - 18.3.3. Calcul des ressources humaines dans un secteur chirurgical
 - 18.3.4. Calcul des Ressources matérielles : Dimensionnement du BQ et son fonctionnement
 - 18.3.5. Gestion de la sécurité dans la zone chirurgicale CHECK LIST chirurgicale. Lavage des mains en chirurgie
 - 18.3.6. Asepsie et stérilisation dans les salles d'opération. Surveillance environnementale du bloc opératoire

- 18.4. Gestion des unités d'hospitalisation
 - 18.4.1. Qu'est-ce qu'une unité d'hospitalisation ?
 - 18.4.2. Exigences relatives aux unités d'hospitalisation
 - 18.4.3. Importance du leadership des unités d'hospitalisation
 - 18.4.4. Ressources humaines, formation continue, enseignement et recherche
 - 18.4.5. Patients et accompagnants
 - 18.4.6. Processus : stratégique, opérationnel et structurel
 - 18.4.7. Les indicateurs de l'unité d'hospitalisation
 - 18.4.8. Le rôle des soins primaires et des autres établissements de santé
 - 18.4.9. Gestion par objectifs et amélioration
- 18.5. Autres Unités et services spéciaux
 - 18.5.1. Alternatives à l'hospitalisation conventionnelle : Hôpital de jour (HdD)
 - 18.5.2. Alternatives à l'hospitalisation conventionnelle : Postes en HDJ intégrés dans d'autres unités
 - 18.5.3. Alternatives à l'hospitalisation conventionnelle : Hospitalisation à domicile (HAD)
 - 18.5.4. Les alternatives à l'hospitalisation conventionnelle : les unités de court séjour

Module 19. Gestion des services centraux

- 19.1. Service des Admissions et de la Documentation Clinique
 - 19.1.1. Service des admissions et de la documentation clinique
 - 19.1.2. Gestion des lits
 - 19.1.3. Archivage des dossiers médicaux
 - 19.1.4. Numérisation et indexation
 - 19.1.5. Définition des métadonnées
- 19.2. Gestion des services de radiodiagnostic
 - 19.2.1. Définition du Service de Radiologie
 - 19.2.2. Structure et organisation du service de radiologie
 - 19.2.3. Système d'Information Radiologique (SIR)
 - 19.2.4. Circuit de demande radiologique
 - 19.2.5. Droits des patients
 - 19.2.6. Téléradiologie

- 19.3. Gestion du laboratoire
 - 19.3.1. La phase pré-analytique
 - 19.3.2. La phase analytique
 - 19.3.3. La phase post-analytique
 - 19.3.4. Point-of-care testing (POCT)
- 19.4. Gestion de la pharmacie hospitalière et de Soins Primaires
 - 19.4.1. Planification et organisation du Service de Pharmacie Structure physique, organisation et circuits
 - 19.4.2. Ressources humaines et matérielles. Différentes compétences et fonctions
 - 19.4.3. Processus de Gestion des Achats et Pharmacothérapie
 - 19.4.4. Systèmes de dispensation hospitalière : stock de base, dose unitaire, systèmes automatisés
 - 19.4.5. Zone de préparation des médicaments stériles : dangereuse et non dangereuse
 - 19.4.6. Soins pharmaceutiques ambulatoires et en consultation externe
 - 19.4.7. Pharmacie de soins primaires et Coordination des Soins Pharmacothérapeutiques
- 19.5. Gestion de l'accueil, des services auxiliaires et des services bénévoles
 - 19.5.1. L'alimentation en milieu hospitalier
 - 19.5.2. Service de linge de maison
 - 19.5.3. Volontariat à l'hôpital

Module 20. Gestion des services transversaux et primaires

- 20.1. Soins de santé primaires
 - 20.1.1. Capacité de résolution des SP
 - 20.1.2. Soins communautaires : programmes de santé
 - 20.1.3. Soins urgents et soins continus. Modèle PAC et modèle de services d'urgence spéciaux
- 20.2. Gestion du patient complexe-chronique
 - 20.2.1. Modèles de soins à la Chronicité
 - 20.2.2. De la stratégie de prise en charge de la Chronicité à la gestion des patients chroniques
 - 20.2.3. Chronicité et Soins Socio-sanitaires
- 20.3. Expériences en matière d'autonomisation des patients: le patient actif, l'école des patients
 - 20.3.1. Autonomisation du patient et contribution des infirmières

- 20.3.2. Soutien par les pairs
- 20.3.3. Soins personnels et soutien aux soins personnels
- 20.3.4. Éducation à la santé et éducation à l'autogestion
- 20.3.5. Programmes d'autogestion Caractéristiques
- 20.3.6. Programmes d'autogestion Expériences internationales

Module 21. Gestion des services ambulatoires

- 21.1. Gestion des services ambulatoires : hôpitaux de jour et cliniques ambulatoires
 - 21.1.1. Organisation et fonctionnement de l'hôpital de jour
 - 21.1.2. Gestion de l'hôpital de jour d'onco-hématologie
 - 21.1.3. Organisation et gestion des services de consultation externe
- 21.2. Gestion des urgences extrahospitalières
 - 21.2.1. Évolution historique
 - 21.2.2. Centres de coordination des urgences
 - 21.2.3. Ressources humaines et compétences Équipe impliquée
 - 21.2.4. Coordination avec le reste du réseau de soins de santé
 - 21.2.5. Indicateurs de qualité pour les urgences et les situations d'urgence
 - 21.2.6. Plan d'urgence. Gestion des catastrophes
- 21.3. Soins à domicile : modèles
 - 21.3.1. Types et concepts d'hospitalisation à domicile
 - 21.3.2. Critères de sélection des patients
 - 21.3.3. Calcul et gestion des ressources humaines et matérielles
 - 21.3.4. Les soins palliatifs à domicile. Techniques et sélection des patients
 - 21.3.5. Gestion de la famille et du soutien au deuil
 - 21.3.6. Gestion de la surcharge des aidants principaux. Claudication familiale
- 21.4. Santé Mentale, comportements addictifs et travail social
 - 21.4.1. Introduction à la santé mentale
 - 21.4.2. Des soins complets
 - 21.4.3. Techniques et procédures diagnostiques et thérapeutiques communes à tous les dispositifs
 - 21.4.4. Transversalité et continuité des soins dans le domaine de la santé
 - 21.4.5. Travail social

Module 22. Prise de décision et gestion du temps

- 22.1. Prise de décision
 - 22.1.1. La prise de décision en tant que processus organisationnel
 - 22.1.2. Les étapes du processus de décisions
 - 22.1.3. Caractéristiques d'une décision
- 22.2. Le processus de décision Techniques
 - 22.2.1. Les écoles de gestion. Histoire
 - 22.2.2. Le cadre de la fonction de gestion et de la prise de décision
 - 22.2.3. Types de décisions
 - 22.2.4. Caractéristiques d'une bonne décision
 - 22.2.5. Points clés à considérer pour prendre une bonne décision
 - 22.2.6. Le processus de raisonnement logique
 - 22.2.7. Outils de soutien dans la prise de décision
- 22.3. Gestion du temps, du stress et du bonheur
 - 22.3.1. Introduction au stress dans les postes de direction
 - 22.3.2. Directives générales pour prévenir et/ou réduire l'expérience du stress
 - 22.3.3. Gestion efficace du temps
 - 22.3.4. Planification de l'agenda
 - 22.3.5. Temps personnel et temps professionnel, à la poursuite du bonheur

Module 23. Créer une marque personnelle

- 23.1. Le profil public
 - 23.1.1. Se présenter au monde Notre empreinte numérique
 - 23.1.2. Réputation numérique. Références positives
 - 23.1.3. La lettre de motivation à l'ère du 2.0
- 23.2. L'entretien de travail pour postuler à un poste de direction
 - 23.2.1. L'interview
 - 23.2.2. Méthodes pour mener un entretien réussi

Module 24. La communication interne dans le management

- 24.1. Communication
 - 24.1.1. Approche conceptuelle
 - 24.1.2. La communication interne dans l'organisation des soins de santé. Vous avez un plan ?
 - 24.1.3. Comment faire un plan de communication interne ?
 - 24.1.4. Les outils. Évolution. De la note de circulation interne au réseau social d'entreprise
- 24.2. Réunions
 - 24.2.1. Approche conceptuelle
 - 24.2.2. Réunions de direction et gestion du temps
 - 24.2.3. Architecture des réunions d'équipe programmées. Une proposition
 - 24.2.4. Les clés du succès dans la préparation d'une réunion
 - 24.2.5. Gestion des réunions
- 24.3. Gestion de conflits
 - 24.3.1. Approche conceptuelle
 - 24.3.2. Conflits de travail
 - 24.3.3. Le changement Principale source de conflit avec la direction
 - 24.3.4. Gestion des conflits dans les équipes de soins de santé

Module 25. Communication et marketing de la santé

- 25.1. Le Marketing et autres domaines des réseaux sociaux
 - 25.1.1. Approche conceptuelle
 - 25.1.2. Marketing des services de santé
- 25.2. La communication dans les organisations
 - 25.2.1. Approche conceptuelle
 - 25.2.2. Que communiquer dans l'organisation de la santé ?
 - 25.2.3. Les TIC comme outil de communication clé dans la gestion clinique

- 25.3. Relations avec les agents sociaux les utilisateurs et les fournisseurs
 - 25.3.1. Financement et souscription
 - 25.3.2. Réglementation Acteurs du système
 - 25.3.3. Carte des relations, ce qu'ils attendent les uns des autres
- 25.4. Responsabilité Sociale des Entreprises. Bonne Gouvernance Sanitaire
 - 25.4.1. Responsabilité et éthique dans les organisations
 - 25.4.2. Bonne gouvernance en matière de santé
 - 25.4.3. Bonnes pratiques de gouvernance

Module 26. Gestion de l'enseignement et la recherche Recherche et innovation : La R+D+I dans le domaine de la santé

- 26.1. Méthodologie de recherche : Épidémiologie et conception et biais des études de recherche
 - 26.1.1. Épidémiologie cliniques
 - 26.1.2. Principaux modèles d'étude en recherche clinique
 - 26.1.3. Qualité des études : Fiabilité et validité. Préjugés
- 26.2. Les sources d'information pour la recherche et stratégies de recherche. Bases de données
 - 26.2.1. Questions de recherche clinique
 - 26.2.2. Sources d'information
 - 26.2.3. Où et comment chercher des informations
 - 26.2.4. Recherche
 - 26.2.5. Bases de données

- 26.3. Lecture critique d'articles
 - 26.3.1. Les étapes de la lecture critique
 - 26.3.2. Outils pour la lecture critique
 - 26.3.3. Principales erreurs
- 26.4. Projets de recherche : ressources financières. Développement de produits et les brevets
 - 26.4.1. Conception de projets de recherche
 - 26.4.2. Financement de la recherche
 - 26.4.3. Exploitation des résultats de la recherche
- 26.5. Communication et diffusion de la recherche
 - 26.5.1. Rapports de recherche
 - 26.5.2. Choisir une revue pour publier
 - 26.5.3. Quelques recommandations de style



TECH vous rapproche de vos objectifs professionnels grâce à ce programme de remise à niveau qui vous permettra de répondre à tous les défis actuels de la Gestion Médicale et du Chef de Service"

04

Objectifs pédagogiques

Le Mastère Avancé MBA en Gestion Médicale et Chef de Service vise à former des leaders capables de gérer et d'optimiser les institutions de santé avec efficacité et qualité. Les professionnels acquièrent ainsi des compétences en matière de leadership stratégique, de gestion financière, de mise en œuvre des technologies de la santé et d'assurance qualité des soins de santé. Ils acquièrent également des compétences en matière de communication efficace, de planification stratégique et de gestion des ressources humaines, ce qui les prépare à assumer des rôles de direction et à promouvoir l'innovation dans le secteur de la santé.



“

Vous dirigerez la Transformation Numérique dans les organisations de soins de santé afin d'améliorer considérablement leur efficacité opérationnelle"



Objectifs généraux

- ◆ Définir les dernières tendances et évolutions en matière de gestion d'entreprise
- ◆ Construire un plan de développement et d'amélioration des compétences personnelles et managériales
- ◆ Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable
- ◆ Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes
- ◆ Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale
- ◆ Expliquer l'entreprise d'un point de vue global, ainsi que les responsabilités de chaque secteur de l'entreprise
- ◆ Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- ◆ Formuler et mettre en œuvre des stratégies de croissance qui adaptent l'entreprise aux changements de l'environnement international
- ◆ Analyser les théories et modèles sur l'organisation et le fonctionnement des Systèmes de Santé, en se concentrant sur leurs fondements politiques, sociaux, juridiques et économiques et sur leur structure organisationnelle
- ◆ Améliorer les connaissances et les compétences professionnelles en gestion de la santé du point de vue de la gestion clinique, en connaissant les outils méthodologiques pratiques à appliquer dans les domaines critiques de la gestion et de la direction de la santé, tant au niveau institutionnel qu'au quotidien
- ◆ Aborder la gestion clinique à partir des critères d'efficacité, d'efficience, d'équité, de performance et de rentabilité et la résolution des problèmes par l'utilisation appropriée des systèmes d'information
- ◆ Décrire les principes de leadership et de gestion clinique qui permettent la planification, l'organisation, la gestion et l'évaluation d'un centre, d'un service ou d'une unité de soins
- ◆ Montrer et évaluer les initiatives et expériences avancées en matière de gestion clinique et sanitaire
- ◆ Former le professionnel, au moyen des compétences de base nécessaires, à améliorer la résolution des problèmes et la prise de décision dans la gestion quotidienne des soins et de la clinique





Objectifs spécifiques

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

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

Module 2. Gestion stratégique et Management Exécutif

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

Module 3. Gestion des personnes et des talents

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

Module 4. Gestion économique et financière

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

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

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

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- ♦ Optimiser l'infrastructure technologique pour assurer la disponibilité, la sécurité et l'efficacité des systèmes d'information de l'organisation
- ♦ Gérer le développement et la mise en œuvre de solutions numériques qui soutiennent la prise de décision stratégique et améliorent la compétitivité de l'entreprise

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

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

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

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

Module 9. Innovation et Gestion de Projet

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

Module 10. Management Exécutif

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

Module 11. Gestion Clinique

- ♦ Développer des compétences pour gérer les processus cliniques au sein des hôpitaux et des centres de santé
- ♦ Mettre en œuvre des pratiques de gestion efficaces qui améliorent la qualité des soins aux patients, la coordination entre les professionnels de la santé et l'optimisation des ressources

Module 12. Planification et contrôle des organisations de santé

- ♦ Se former à la planification stratégique des organisations de soins, en garantissant l'allocation correcte des ressources, l'amélioration continue des services et la réalisation des objectifs
- ♦ Effectuer un contrôle efficace de la gestion organisationnelle et de la performance opérationnelle

Module 13. La division médicale et gestion des soins dans le système de santé

- ♦ Comprendre en profondeur la structure et le fonctionnement de la division médicale et des soins dans le système de santé
- ♦ Évaluer comment les différentes composantes interagissent pour garantir l'efficacité des soins de santé et l'allocation des ressources

Module 14. Gestion de la qualité

- ♦ Développer des compétences pour mettre en œuvre des systèmes de gestion de la qualité dans les services de santé
- ♦ Établir des politiques et des procédures qui garantissent des normes élevées en matière de soins, de sécurité des patients et de satisfaction des utilisateurs

Module 15. Gestion basée sur les compétences

- ♦ Approfondir la gestion basée sur les compétences dans le secteur de la santé, permettant l'identification, le développement et l'évaluation des compétences du personnel médical et administratif
- ♦ Être capable d'améliorer les performances et la qualité des services de santé

Module 16. Sécurité des patients

- ♦ Maîtriser les outils nécessaires à la mise en œuvre de mesures de sécurité qui protègent les patients tout au long du processus de soins, en réduisant les risques et les erreurs médicales
- ♦ Promouvoir une culture de la sécurité dans les environnements cliniques

Module 17. Accréditation de la qualité dans le domaine de la santé

- ♦ Analyser les processus d'accréditation de la qualité dans les soins de santé, comprendre les normes et réglementations internationales qui doivent être respectées
- ♦ Maintenir les certifications de qualité et appliquer ces principes pour améliorer continuellement les services de soins de santé

Module 18. Gestion des services spéciaux et des services d'hospitalisation

- ♦ Développer des compétences pour gérer efficacement les services spéciaux et les zones d'hospitalisation
- ♦ Optimiser les soins aux patients et assurer une gestion efficace des ressources humaines et matérielles

Module 19. Gestion des services centraux

- ♦ Approfondir la gestion des services centraux d'une organisation de soins de santé, tels que l'administration, les services de soutien et l'infrastructure
- ♦ Assurer l'efficacité des services de soins de santé, en contribuant à l'amélioration des soins de santé et à la durabilité opérationnelle du centre

Module 20. Gestion des services transversaux et primaires

- ♦ Examiner la gestion des services transversaux et de soins primaires, en optimisant l'accès aux services de santé
- ♦ Assurer l'efficacité du traitement des patients tout au long de leur prise en charge

Module 21. Gestion des services ambulatoires

- ♦ Acquérir des compétences dans la gestion des services ambulatoires, de l'organisation des consultations et des traitements à l'amélioration des soins aux patients
- ♦ Garantir des soins rapides et de qualité, en minimisant les temps d'attente et en optimisant les ressources

Module 22. Prise de décision et gestion du temps

- ♦ Se former à une prise de décision efficace dans la gestion des services de santé, en développant des compétences pour hiérarchiser les tâches, gérer efficacement le temps et résoudre les problèmes en temps voulu
- ♦ Améliorer la productivité et les résultats des équipes de santé

Module 23. Créer une marque personnelle

- ♦ Créer et gérer une marque personnelle, en développant une identité professionnelle solide et des stratégies de communication qui leur permettent de se démarquer dans l'environnement des soins de santé
- ♦ Améliorer la réputation à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation

Module 24. La communication interne dans le management

- ♦ Développer des stratégies de communication interne efficaces dans les organisations de santé, en favorisant la collaboration entre les équipes
- ♦ Assurer la bonne circulation de l'information et améliorer l'environnement de travail et l'efficacité opérationnelle





Module 25. Communication et marketing de la santé

- ♦ Gérer les stratégies de communication et de marketing appliquées au secteur de la santé, en utilisant des outils numériques, des campagnes de sensibilisation et des stratégies de positionnement pour améliorer la relation avec les patients
- ♦ Optimiser la visibilité des services de santé

Module 26. Gestion de l'enseignement et la recherche Recherche et innovation : La R+D+I dans le domaine de la santé

- ♦ Disposer des compétences nécessaires pour gérer l'enseignement et la recherche dans le domaine de la santé
- ♦ Promouvoir l'innovation et le développement en R+D+i pour améliorer la qualité des traitements, des soins et l'efficacité des services de santé

“

Ce Mastère Avancé est conçu pour s'intégrer dans votre vie grâce au mode 100% en ligne. Vous maîtriserez tout ce qui a trait à la Gestion Médicale et le Chef de Service d'une manière plus efficace”

05

Opportunités de carrière

À l'issue de ce programme universitaire, les professionnels auront une solide compréhension des stratégies administratives les plus efficaces pour gérer les hôpitaux et les centres de santé. En outre, les diplômés concevront et mettront en œuvre des plans opérationnels qui optimisent les soins aux patients et l'utilisation des ressources. Ce faisant, les experts amélioreront leurs perspectives de carrière et occuperont des postes spécialisés tels que Directeur Médical ou Chef de Service.





“

Vous mettrez en œuvre des pratiques durables et responsables au sein des organisations de soins de santé, en promouvant l'efficacité énergétique”

Profil des diplômés

Le diplômé du Mastère Avancé MBA en Gestion Médicale et Chef de Service est un professionnel hautement qualifié pour gérer et diriger des services médicaux avec efficacité et excellence. Ils ont une connaissance approfondie des stratégies administratives, des technologies de la santé et des réglementations sanitaires, nécessaires pour optimiser les soins aux patients et les opérations institutionnelles. Vous êtes également prêt à concevoir et à mettre en œuvre des plans stratégiques, à collaborer avec des équipes pluridisciplinaires et à assumer des rôles spécialisés en tant que Directeur Médical ou Chef de Service, en promouvant une gestion sanitaire de qualité.

Vous gérerez l'image publique des organisations de santé, en coordonnant des campagnes de relations publiques pour renforcer leur réputation.

- ♦ **Leadership et Gestion d'Équipe** : Les professionnels développent la capacité à diriger et à motiver des équipes pluridisciplinaires, en favorisant un environnement de collaboration et de haute performance pour atteindre les objectifs institutionnels et améliorer la qualité des services de santé
- ♦ **Gestion Financière et Budgétaire** : Une compétence cruciale est la capacité à gérer efficacement les ressources financières, à préparer les budgets, à contrôler les coûts et à optimiser les investissements, en garantissant la durabilité et la rentabilité des établissements de santé
- ♦ **Innovation et Technologie dans la Santé** : Dans le contexte actuel, il est essentiel que les professionnels maîtrisent les dernières technologies de santé et les outils numériques, des systèmes de gestion hospitalière aux technologies médicales avancées, afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle et les soins aux patients
- ♦ **Gestion de la Qualité et Amélioration Continue** : Les diplômés acquièrent des compétences pour mettre en œuvre et superviser des systèmes de gestion de la qualité, garantissant la conformité aux normes internationales et promouvant l'amélioration continue des processus et des services de santé



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

- 1. Directeur des Hôpitaux et des Services de Santé** : responsable des hôpitaux et des centres de santé, il supervise toutes les opérations quotidiennes et veille à la qualité des soins prodigués aux patients.
- 2. Responsable des Opérations de Santé** : chargé d'optimiser les processus opérationnels des services de santé, y compris la gestion des ressources humaines, la logistique et la coordination des services afin d'assurer un fonctionnement efficace.
- 3. Consultant en Gestion des Soins de Santé** : conseiller les établissements de santé sur les stratégies d'amélioration, l'efficacité opérationnelle, l'augmentation de la rentabilité et l'expansion des services grâce à la mise en œuvre des meilleures pratiques de gestion.
- 4. Coordinateur des Ressources Humaines en Santé** : gestionnaire du capital humain des établissements de santé, y compris le recrutement, la formation, l'évaluation des performances et la fidélisation du personnel.
- 5. Gestionnaire Financier d'Hôpital** : gestionnaire financier d'hôpitaux et d'établissements de soins de santé, y compris la budgétisation, le contrôle des coûts, la planification financière et l'optimisation des investissements.
- 6. Directeur des Soins aux Patients** : responsable de l'excellence de l'expérience des patients, de la gestion de la satisfaction des clients, de la résolution des plaintes et de la mise en œuvre d'améliorations des services.
- 7. Gestionnaire des Technologies de la Santé** : supervise l'infrastructure technologique des établissements de santé, met en œuvre les systèmes de gestion hospitalière, les technologies médicales avancées et veille à la cybersécurité.
- 8. Coordinateur de la Qualité et de la Sécurité des Soins** : chargé de mettre en œuvre et de superviser les systèmes de gestion de la qualité et de la sécurité, de veiller au respect des normes internationales et de promouvoir l'amélioration continue des processus et des services de soins de santé.
- 9. Gestionnaire du Marketing et de la Communication Sanitaire** : développe des stratégies de marketing et de communication pour promouvoir les services de l'institution, attirer de nouveaux patients et renforcer l'image de l'institution.
- 10. Directeur de l'Innovation en Santé** : responsable de projets d'innovation technologique et de processus au sein d'établissements de santé, promouvant l'adoption de nouvelles technologies et méthodologies pour améliorer l'efficacité et la qualité des services.



Vous concevrez des plans de Santé stratégiques à long terme, en alignant les objectifs des institutions sur les tendances du marché et les demandes de la communauté"

06

Méthodologie d'étude

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

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



“

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

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

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

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

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

“

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



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

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

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

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

“

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

Case studies ou Méthode des cas

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

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

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



Méthode Relearning

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

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

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

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



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

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

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

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

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



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

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

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

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

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

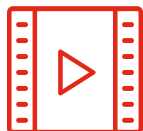
L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de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

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

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



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



Matériel didactique

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

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



Pratique des aptitudes et des compétences

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



Résumés interactifs

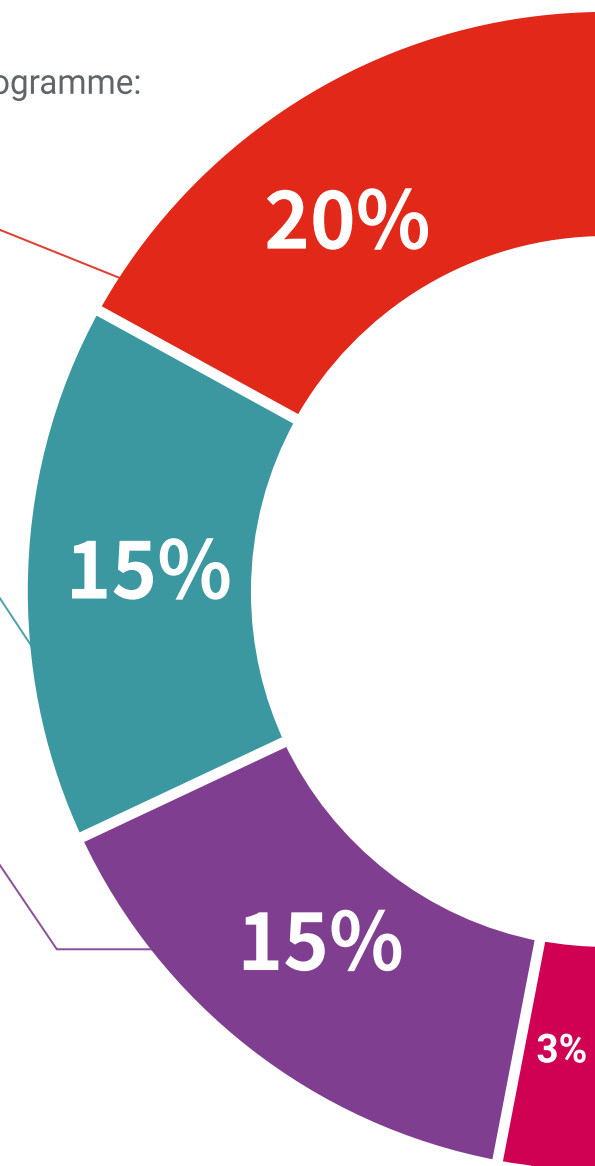
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

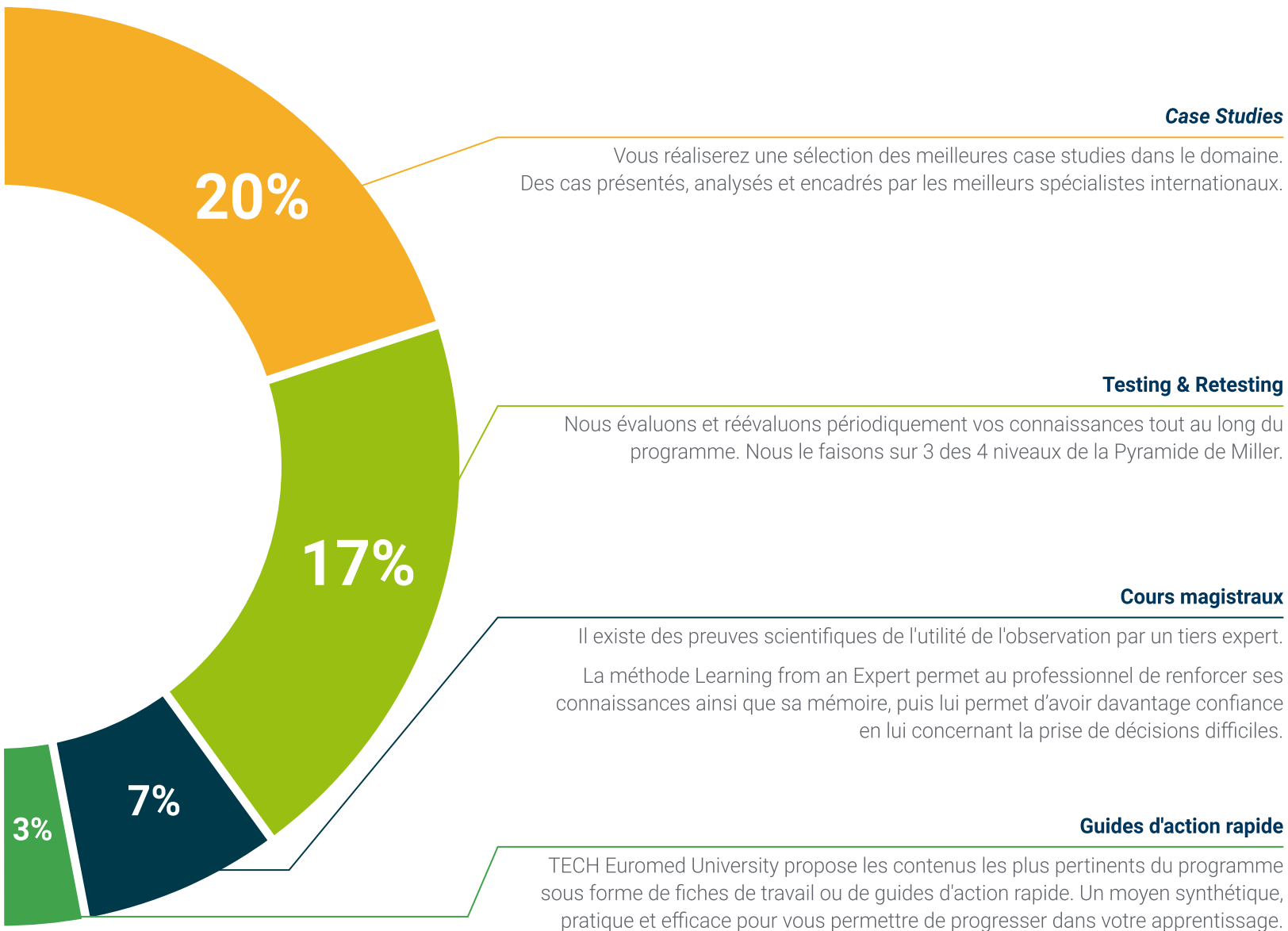
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

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





07

Corps Enseignant

La priorité de TECH est d'offrir les programmes universitaires les plus complets et les plus récents sur la scène académique, c'est pourquoi elle sélectionne soigneusement son personnel enseignant. Pour l'enseignement de ce Mastère Avancé, TECH s'est assuré les services des meilleurs spécialistes dans le domaine de la Gestion Médicale et de Chef de Services. Ils ont ainsi créé divers matériels pédagogiques qui se distinguent à la fois par leur haute qualité et par leur adaptation aux exigences du marché du travail d'aujourd'hui. Ainsi, les diplômés bénéficieront d'une expérience immersive qui optimisera leur pratique clinique quotidienne.





“

Vous bénéficierez du soutien d'un groupe d'enseignants composé de véritables références dans le domaine de la Gestion Médicale et du Chef de Service"

Directrice Invitée Internationale

La Docteur Leslie K. Breitner est une **experte de renommée internationale**, qui a mené une brillante carrière dans les domaines de **l'administration des entreprises, de la gestion des organisations à but non lucratif et des soins de santé**. Sa carrière professionnelle et de recherche s'est concentrée sur l'analyse de l'impact des initiatives visant à améliorer la **qualité des systèmes financiers dans les organismes de soins de santé**. À cet égard, ses principales contributions ont été liées à **l'éducation et au leadership**, en collaborant avec de nombreux établissements d'enseignement à la création de programmes de formation pour les gestionnaires.

Elle est également co-auteur des ouvrages de comptabilité populaires *"Essentials of Accounting, 10th Edition"* y *"Essentials of Accounting Review"*. Dans ces volumes, l'experte reflète sa **connaissance approfondie de la gestion financière, de la budgétisation et de l'évaluation des performances dans les hôpitaux**. En outre, un grand nombre d'études et de contributions dans ses publications ont été soutenues par des subventions du **Département de la Santé et des Services Humains des États-Unis**.

Le Dr Breitner est **diplômée de l'Université de Boston** et collabore en tant que spécialiste avec l'Université McGill à Montréal, au Canada. Elle y a **fondé le programme du Master International en Leadership dans les Soins de Santé (IMHL)** et a été **Co-Directrice Académique du Programme d'Etudes Supérieures en Gestion des Soins de Santé**. Elle donne également des conférences à l'Université de Harvard, à l'Université de Washington et à l'université de Seton Hall.

L'expérience professionnelle du Dr Breitner a été reconnue à de nombreuses reprises, et elle a reçu des prix de la part d'institutions et d'organismes universitaires de premier plan dans le monde entier. Entre autres distinctions, elle a reçu le **Prix Beekhuis** de l'École Supérieure de Gestion du Simmons College et est **membre honoraire** de la section de Boston de la **Société Beta Gamma Sigma**.



Dr Breitner, Leslie

- Directrice des Programmes, Faculté de Gestion de la Santé, Université McGill, Montréal, Canada
- Spécialiste en Administration des Affaires de l'Hôtellerie et de la Restauration
- Directrice du Master International en Leadership en Soins de Santé
- Co-directrice Académique du Programme d'études supérieures en Gestion des Soins de Santé
- Superviseuse du programme de stage de recherche de troisième cycle Mitacs-Accelerate
- Collaboration avec l'UNICEF pour la Formation à l'Analyse Budgétaire et Fiscale
- Doctorat en Administration des Affaires (DBA) de l'Ecole Supérieure de Gestion de l'Université de Boston
- Master en Administration des Affaires (MBA) de l'École Supérieure de Gestion du Simmons College



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

Directrice Invitée Internationale

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

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

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

En outre, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à **intégrer les technologies** dans les **processus de recrutement** et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions à relever les défis futurs. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de **bien-être** qui ont considérablement augmenté la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

Profitez de l'occasion pour découvrir les dernières avancées dans ce domaine et les appliquer à votre pratique quotidienne”

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances en bénéficiant d'une qualité éducative optimale ? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Arens, Manuel

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

“

Misez sur la TECH ! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, mis en œuvre par des spécialistes de renommée internationale dans ce domaine"

Directeur Invité International

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

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

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

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

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



M. La Sala, Andrea

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

“

Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde!

Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage"

Directrice Invitée Internationale

Lauréate des "International Content Marketing Awards" pour sa créativité, son leadership et la qualité de son contenu informatif, Wendy Thole-Muir est une **Directrice de la Communication** reconnue et hautement spécialisée dans le domaine de la **Gestion de la Réputation**.

En ce sens, elle a développé une solide carrière professionnelle de plus de deux décennies dans ce domaine, qui l'a amenée à faire partie d'entités internationales de référence prestigieuses telles que **Coca-Cola**. Ce rôle implique la supervision et la gestion de la communication d'entreprise, ainsi que le contrôle de l'image de l'organisation. Ses principales contributions incluent la direction de la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne Yammer**. En conséquence, les employés ont renforcé leur engagement vis-à-vis de la marque et ont créé une communauté qui a considérablement amélioré la transmission des informations.

En outre, elle a été chargée de gérer la communication des **investissements stratégiques** de l'entreprise dans différents pays d'Afrique. Elle a géré des dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités à l'égard du développement économique et social du pays. Elle a reçu de nombreuses **récompenses** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi permis aux entreprises de conserver une bonne image et aux consommateurs de les associer à un haut niveau de qualité.

En outre, dans le cadre de son engagement ferme en faveur de l'excellence, elle a participé activement à des **Conférences** et à des **Symposiums** de renommée mondiale dans le but d'aider les professionnels de l'information à rester à la pointe des techniques les plus sophistiquées pour **élaborer des plans de communication** stratégique réussis. Elle a ainsi permis à de nombreux experts d'anticiper les situations de crise institutionnelle et de gérer efficacement les événements indésirables.



Mme Thole-Muir, Wendy

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

“

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

08 Diplôme

Le Mastère Avancé MBA en Gestion Médicale et Chef de Service garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Euromed University.



A photograph of two black graduation caps (mortarboards) against a bright blue sky with wispy white clouds. The caps are positioned diagonally, with one in the foreground and another slightly behind it. The image is partially obscured by a dark blue geometric shape in the top right corner and a white diagonal line that separates the photo from the text area.

“

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

Le programme du Mastère Avancé MBA en Gestion Médicale et Chef de Service 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 :

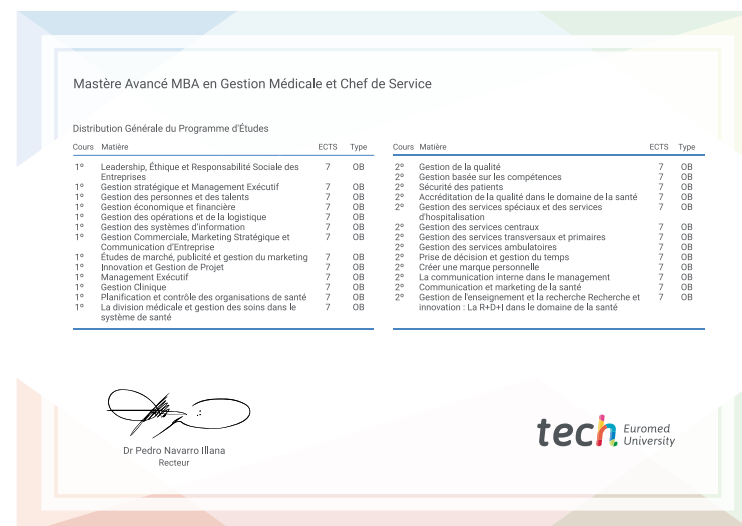
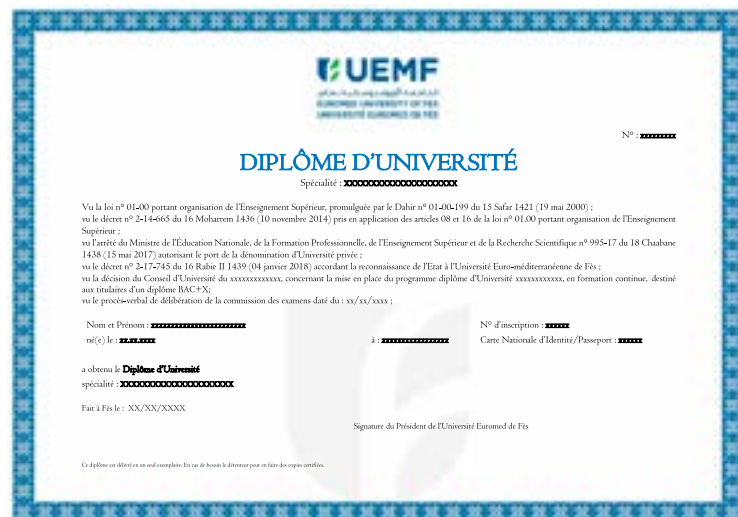


Diplôme : **Mastère Avancé MBA en Gestion Médicale et Chef de Service**

Modalité : **en ligne**

Durée : **2 ans**

Accréditation : **120 ECTS**



*Apostille de La Haye. Dans le cas où l'étudiant demande que son diplôme sur papier soit obtenu avec l'Apostille de La Haye, TECH Euromed University prendra les mesures appropriées pour l'obtenir, moyennant un supplément.



Mastère Avancé
MBA en Gestion Médicale
et Chef de Service

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

Mastère Avancé

MBA en Gestion Médicale et Chef de Service

TECH est membre de :



tech Euromed
University