

Mastère Avancé

MBA en Gestion de la Production

TECH est membre de :



tech Euromed
University



Mastère Avancé MBA en Gestion de la Production

- » 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-production

Sommaire

01

Présentation du programme

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH ?

Page 8

03

Programme d'études

Page 12

04

Objectifs

Page 36

05

Opportunités de carrière

Page 42

06

Méthodologie d'étude

Page 46

07

Corps Enseignant

Page 56

08

Diplôme

Page 78

01

Présentation du programme

Aujourd'hui, la Gestion de la Production est une composante essentielle de la réussite et de la durabilité des entreprises. Dans un marché mondialisé et hautement compétitif, les organisations sont confrontées au défi d'optimiser les ressources, de réduire les coûts et de répondre à des demandes de plus en plus complexes. Face à cela, les professionnels doivent gérer des méthodologies sophistiquées telles que le *Lean Manufacturing* afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle des organisations et de répondre de manière agile aux changements de l'environnement. Dans ce contexte, TECH Euromed University lance un programme universitaire innovant axé sur les dernières tendances en matière de Gestion de la Production. En outre, il est enseigné dans un format pratique 100 % en ligne.





“

Grâce à ce Mastère Avancé MBA en ligne, vous maîtriserez les techniques les plus modernes pour gérer les processus de production de manière optimale et stratégique”

La Gestion de la Production a évolué de manière significative au cours des dernières décennies, intégrant des approches innovantes pour optimiser les processus et réduire les coûts d'exploitation. Aujourd'hui, elle est confrontée à des défis de plus en plus complexes, tels que la nécessité d'améliorer l'efficacité énergétique, de gérer la chaîne d'approvisionnement mondiale et d'adopter de nouvelles technologies pour s'adapter à l'évolution du marché. Les professionnels doivent donc gérer les stratégies les plus sophistiquées pour relever ces défis, en optimisant à la fois les ressources disponibles et les processus de production dans un environnement de plus en plus compétitif et mondialisé.

C'est dans cette optique que TECH Euromed University présente un Mastère Avancé MBA exclusif en Gestion de la Production. Conçu par des experts de premier plan dans ce domaine, l'itinéraire académique se penchera sur des questions allant de la cartographie de la chaîne de valeur ou de la mise en œuvre de méthodologies Lean à l'intégration d'un système de production axé sur la demande pour contrôler la production et minimiser les stocks. De cette manière, les étudiants développeront les compétences nécessaires pour diriger et optimiser efficacement les processus de production, en intégrant des outils avancés pour améliorer la qualité, réduire les déchets et maximiser la valeur ajoutée.

La méthodologie du programme universitaire est basée sur la méthode Relearning de TECH Euromed University, qui garantit l'assimilation complète de concepts complexes. Il convient de noter que la seule chose dont les professionnels ont besoin pour accéder à ce Campus Virtuel est un appareil avec accès à Internet, où ils trouveront une variété de ressources multimédias telles que des vidéos explicatives.

Ce **MBA en Gestion de la Production** contient le programme éducatif 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 de la Production
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ L'accent mis sur les méthodologies innovantes en Gestion de la Production
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Vous dirigerez la mise en œuvre de nouvelles technologies et de nouveaux processus dans la production, en gérant de manière optimale la résistance au changement”

“

Vous développerez des compétences en matière de gestion efficace des stocks, en utilisant des techniques avancées pour maintenir un équilibre entre le stockage des matériaux et la demande de production”

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Gestion de la Production, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un 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.

Des lectures spécialisées vous permettront d'approfondir les informations rigoureuses fournies dans cette proposition académique.

Grâce à Relearning de TECH Euromed University, vous pourrez assimiler les concepts essentiels de manière rapide, naturelle et précise.



02

Pourquoi étudier à TECH ?

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



“

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

La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

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

Forbes

Meilleure université en ligne du monde

Plan

d'études le plus complet

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

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

Le meilleur personnel enseignant top international

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

Personnel enseignant
TOP
International

Une méthode d'apprentissage unique

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



La méthodologie la plus efficace

La plus grande université numérique du monde

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

N°1
Mondial

La plus grande université en ligne du monde

L'université en ligne officielle de la NBA

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

Leaders en matière d'employabilité

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



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

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

03

Programme d'études

Le matériel didactique qui compose ce Mastère Avancé MBA a été préparé par des références authentiques dans le domaine de la Gestion de la Production. Ainsi, le programme d'études approfondira des sujets allant de la gestion des talents ou des systèmes d'information à la mise en œuvre du *Lean Manufacturing* au sein d'une organisation. Grâce à cela, les diplômés acquerront des compétences avancées pour diriger des équipes pluridisciplinaires et gérer efficacement les processus de production.





“

Vous découvrirez les stratégies les plus innovantes pour automatiser les processus de production, réduire les coûts et accroître l'efficacité opérationnelle”

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

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



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

Module 2. Gestion stratégique et *Management* Directif

- 2.1. Analyse et conception organisationnelle
 - 2.1.1. Cadre conceptuel
 - 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
 - 2.1.3. Modèles de base des organisations
 - 2.1.4. Design organisationnel : Typologies
- 2.2. Stratégie d'entreprise
 - 2.2.1. Stratégie d'entreprise concurrentielle
 - 2.2.2. Stratégies de croissance : Typologies
 - 2.2.3. Cadre conceptuel
- 2.3. Planification et formulation stratégiques
 - 2.3.1. Cadre conceptuel
 - 2.3.2. Éléments de la planification stratégique
 - 2.3.3. Formulation stratégique : Processus de la planification stratégique
- 2.4. Réflexion stratégique
 - 2.4.1. L'entreprise comme système
 - 2.4.2. Concept d'organisation
- 2.5. Diagnostic financier
 - 2.5.1. Concept de diagnostic financier
 - 2.5.2. Les étapes du diagnostic financier
 - 2.5.3. Méthodes d'évaluation du diagnostic financier
- 2.6. Planification et stratégie
 - 2.6.1. Le plan d'une stratégie
 - 2.6.2. Positionnement stratégique
 - 2.6.3. La stratégie dans l'entreprise
- 2.7. Modèles et motifs stratégiques
 - 2.7.1. Cadre conceptuel
 - 2.7.2. Modèles stratégiques
 - 2.7.3. Schémas stratégiques : Les Cinq Ps de la Stratégie
- 2.8. Stratégie concurrentielle
 - 2.8.1. L'avantage concurrentiel
 - 2.8.2. Choix d'une stratégie concurrentielle
 - 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
 - 2.8.4. Types de stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel
- 2.9. Direction stratégique
 - 2.9.1. Concepts de la stratégie
 - 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
 - 2.9.3. Approches de la gestion stratégique
- 2.10. Mise en œuvre de la stratégie
 - 2.10.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
 - 2.10.2. Carte stratégique
 - 2.10.3. Alignement stratégique
- 2.11. *Management* Directif
 - 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
 - 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion d'entreprise
- 2.12. Communication stratégique
 - 2.12.1. Communication interpersonnelle
 - 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 2.12.3. Communication interne
 - 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement organisationnel
 - 3.1.1. Le comportement organisationnel Cadre conceptuel
 - 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel
- 3.2. Les personnes dans les organisations
 - 3.2.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
 - 3.2.2. Groupes de travail et direction des réunions
 - 3.2.3. *Coaching* et gestion d'équipes
 - 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 3.3. La direction stratégique des personnes
 - 3.3.1. Gestion stratégique et Ressources Humaines
 - 3.3.2. La direction stratégique des personnes
- 3.4. Évolution des ressources. Une vision intégrée
 - 3.4.1. L'importance des Ressources Humaines
 - 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
 - 3.4.3. Direction stratégique des RH
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des RH
 - 3.5.1. Approche en matière de recrutement et de sélection
 - 3.5.2. Le recrutement
 - 3.5.3. Le processus de sélection
- 3.6. Gestion des Ressources Humaines basée sur les compétences
 - 3.6.1. Analyse du potentiel
 - 3.6.2. Politique de rémunération
 - 3.6.3. Plans de carrière/succession
- 3.7. Évaluation et gestion des performances
 - 3.7.1. Gestion des performances
 - 3.7.2. Gestion des performances : Objectifs et processus
- 3.8. Gestion de la formation
 - 3.8.1. Théories de l'apprentissage
 - 3.8.2. Détection et rétention des talents
 - 3.8.3. Gamification et gestion des talents
 - 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle
- 3.9. Gestion des talents
 - 3.9.1. Les clés d'un management positif
 - 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
 - 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
 - 3.9.4. Coût et valeur ajoutée
- 3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
 - 3.10.3. Fidélisation et rétention
 - 3.10.4. Proactivité et innovation
- 3.11. Motivation
 - 3.11.1. La nature de la motivation
 - 3.11.2. La théorie de l'espérance
 - 3.11.3. Théories des besoins
 - 3.11.4. Motivation et compensation économique
- 3.12. *Employer Branding*
 - 3.12.1. *Employer Branding* en RH
 - 3.12.2. *Personal Branding* pour les professionnels des RH
- 3.13. Développer des équipes performantes
 - 3.13.1. Les équipes performantes : les équipes autogérées
 - 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 3.14. Développement des compétences managériales
 - 3.14.1. Que sont les compétences de gestion ?
 - 3.14.2. Éléments des compétences
 - 3.14.3. Connaissances
 - 3.14.4. Compétences de gestion
 - 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
 - 3.14.6. Compétences en matière de gestion
- 3.15. Gestion du temps
 - 3.15.1. Bénéfices
 - 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps ?
 - 3.15.3. Temps
 - 3.15.4. Les illusions du temps

- 3.15.5. Attention et mémoire
- 3.15.6. État mental
- 3.15.7. Gestion du temps
- 3.15.8. Proactivité
- 3.15.9. Avoir un objectif clair
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification
- 3.16. Gestion du changement
 - 3.16.1. Gestion du changement
 - 3.16.2. Type de processus de gestion du changement
 - 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 3.17. Négociation et gestion des conflits
 - 3.17.1. Négociation
 - 3.17.2. Gestion de conflits
 - 3.17.3. Gestion de crise
- 3.18. Communication managériale
 - 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
 - 3.18.2. Département de Communication
 - 3.18.3. Le responsable de la Communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 3.19. Gestion des Ressources Humaines et Gestion d'Équipe
 - 3.19.1. Gestion des ressources humaines et des équipes
 - 3.19.2. Prévention des risques professionnels
- 3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 3.20.1. Productivité
 - 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents
- 3.21. Compensation monétaire vs. non-monétaire
 - 3.21.1. Compensation monétaire vs. non-monétaire
 - 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
 - 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires
 - 3.21.4. Modèle de travail
 - 3.21.5. Communauté d'entreprises
 - 3.21.6. Image de l'entreprise
 - 3.21.7. Rémunération émotionnelle

- 3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 3.22.1. Innovation dans les Organisations
 - 3.22.2. Nouveaux défis du département des Ressources Humaines
 - 3.22.3. Gestion de l'Innovation
 - 3.22.4. Outils pour l'Innovation
- 3.23. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.23.2. Mise en œuvre de la gestion des connaissances
- 3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique
 - 3.24.1. Le contexte socio-économique
 - 3.24.2. Les nouvelles formes d'organisation des entreprises
 - 3.24.3. Nouvelles méthodes

Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement économique
 - 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 4.1.2. Institutions financières
 - 4.1.3. Marchés financiers
 - 4.1.4. Actifs financiers
 - 4.1.5. Autres entités du secteur financier
- 4.2. Le financement de l'entreprise
 - 4.2.1. Sources de financement
 - 4.2.2. Types de coûts de financement
- 4.3. Comptabilité de gestion
 - 4.3.1. Concepts de base
 - 4.3.2. Les actifs de l'entreprise
 - 4.3.3. Les passifs de l'entreprise
 - 4.3.4. La valeur nette de l'entreprise
 - 4.3.5. Le compte de résultats
- 4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
 - 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
 - 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique
 - 4.4.3. Classification des coûts

- 4.5. Systèmes d'information et *Business Intelligence*
 - 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
 - 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 4.6. Budget et Contrôle de Gestion
 - 4.6.1. Le modèle budgétaire
 - 4.6.2. Le Budget d'Investissement
 - 4.6.3. Le Budget de Fonctionnement
 - 4.6.5. Le Budget de Trésorerie
 - 4.6.6. Le Suivi Budgétaire
- 4.7. Gestion de la trésorerie
 - 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
 - 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
 - 4.7.3. *Credit Management*
- 4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.8.1. Concepts fiscaux de base
 - 4.8.2. Impôt sur les sociétés
 - 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
 - 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
 - 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État
- 4.9. Systèmes de contrôle des entreprises
 - 4.9.1. Analyse des états financiers
 - 4.9.2. Le Bilan de l'entreprise
 - 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
 - 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
 - 4.9.5. L'Analyse des Ratios
- 4.10. Gestion Financière
 - 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 4.10.2. Le service financier
 - 4.10.3. Excédents de trésorerie
 - 4.10.4. Risques liés à la gestion financière
 - 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière





- 4.11. Planification Financière
 - 4.11.1. Définition de la planification financière
 - 4.11.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
 - 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 4.11.4. Le tableau des *Cash Flow*
 - 4.11.5. Le tableau du fonds de roulement
- 4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 4.12.2. Produits financiers de l'entreprise
- 4.13. Contexte macroéconomique
 - 4.13.1. Contexte macroéconomique
 - 4.13.2. Indicateurs économiques
 - 4.13.3. Mécanismes de contrôle des amplitudes macroéconomiques
 - 4.13.4. Les cycles économiques
- 4.14. Financement Stratégique
 - 4.14.1. Autofinancement
 - 4.14.2. Augmentation des fonds propres
 - 4.14.3. Ressources hybrides
 - 4.14.4. Financement par des intermédiaires
- 4.15. Marchés monétaires et des capitaux
 - 4.15.1. Le Marché Monétaire
 - 4.15.2. Le Marché des titres à Revenu Fixe
 - 4.15.3. Le Marché des Actions
 - 4.15.4. Le Marché des Changes
 - 4.15.5. Le Marché des Dérivés
- 4.16. Analyse et planification financières
 - 4.16.1. Analyse du Bilan de la Situation
 - 4.16.2. Analyse du Compte des Résultats
 - 4.16.3. Analyse de la Rentabilité
- 4.17. Analyses et résolution de problèmes
 - 4.17.1. Informations financières d'Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- 5.1. Direction et gestion des opérations
 - 5.1.1. Le rôle des opérations
 - 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
 - 5.1.3. Introduction à la stratégie opérationnelle
 - 5.1.4. La direction des opérations
- 5.2. Organisation industrielle et logistique
 - 5.2.1. Département d'organisation industrielle
 - 5.2.2. Département logistique
- 5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)
 - 5.3.1. Système de production
 - 5.3.2. Stratégie de production
 - 5.3.3. Système de gestion des stocks
 - 5.3.4. Indicateurs de production
- 5.4. Structure et types d'approvisionnement
 - 5.4.1. Fonction de l'approvisionnement
 - 5.4.2. Gestion de l'approvisionnement
 - 5.4.3. Types d'achats
 - 5.4.4. Gestion des achats d'une entreprise de manière efficace
 - 5.4.5. Étapes du processus de la décision d'achat
- 5.5. Contrôle économique des achats
 - 5.5.1. Influence économique des achats
 - 5.5.2. Centres de coûts
 - 5.5.3. La budgétisation
 - 5.5.4. Budgétisation et dépenses réelles
 - 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire
- 5.6. Contrôle des opérations de stockage
 - 5.6.1. Contrôle de l'inventaire
 - 5.6.2. Système de localisation
 - 5.6.3. Techniques de gestion des stocks
 - 5.6.4. Systèmes de stockage
- 5.7. Gestion stratégique des achats
 - 5.7.1. Stratégie d'entreprise
 - 5.7.2. Planification stratégique
 - 5.7.3. Stratégie d'achat
- 5.8. Typologie de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
 - 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
 - 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne approvisionnement
 - 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement
- 5.9. *Supply Chain management*
 - 5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
 - 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
 - 5.9.3. Schémas de demande
 - 5.9.4. La stratégie opérationnelle et le changement
- 5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs
 - 5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
 - 5.10.3. Problèmes d'intégration de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0.
- 5.11. Coûts logistiques
 - 5.11.1. Coûts logistiques
 - 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques
 - 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques

- 5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs
 - 5.12.1. Chaîne logistique
 - 5.12.2. Rentabilité et efficacité de la chaîne logistique
 - 5.12.3. Indicateurs de rentabilité et efficacité des chaînes logistiques
- 5.13. Gestion des processus
 - 5.13.1. Gestion du processus
 - 5.13.2. Approche basée sur les processus : Carte de processus
 - 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus
- 5.14. Distribution et logistique des transports
 - 5.14.1. Distribution de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.14.2. Logistique des transports
 - 5.14.3. Systèmes d'Information Géographique au service de la logistique
- 5.15. Logistique et clients
 - 5.15.1. Analyse de la demande
 - 5.15.2. Prévission de la demande et ventes
 - 5.15.3. Planification des ventes et des opérations
 - 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)
- 5.16. Logistique internationale
 - 5.16.1. Processus d'exportation et d'importation
 - 5.16.2. Douanes
 - 5.16.3. Formes et moyens de paiement internationaux
 - 5.16.4. Plateformes logistiques internationales
- 5.17. *Outsourcing* des opérations
 - 5.17.1. Gestion des Opération et *Outsourcing*
 - 5.17.2. Mise en œuvre de l' *outsourcing* dans les environnements logistiques
- 5.18. Compétitivité des opérations
 - 5.18.1. Gestion des opérations
 - 5.18.2. Compétitivité opérationnelle
 - 5.18.3. Stratégie opérationnelle et avantages concurrentiels
- 5.19. Gestion de la qualité
 - 5.19.1. Clients internes et externes
 - 5.19.2. coûts de la qualité
 - 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de *Deming*

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- 6.1. Environnements technologiques
 - 6.1.1. Technologie et mondialisation
 - 6.1.2. Environnement économique et technologie
 - 6.1.3. L'environnement technologique et son impact sur les entreprises
- 6.2. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise
 - 6.2.1. Évolution du modèle informatique
 - 6.2.2. Organisation et département IT
 - 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique
- 6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique
 - 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
 - 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
 - 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique
- 6.4. Gestion des Systèmes d'Information
 - 6.4.1. Gouvernance d'Entreprise en matière de technologies et de systèmes d'information
 - 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
 - 6.4.3. Responsables des systèmes d'information : Rôles et fonctions
- 6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
 - 6.5.1. Systèmes d'information et stratégie d'entreprise
 - 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
 - 6.5.3. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information
- 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision
 - 6.6.1. *Business Intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif
- 6.7. Explorer l'information
 - 6.7.1. SQL : Bases de données relationnelles. Concepts de base
 - 6.7.2. Réseaux et communication
 - 6.7.3. Système opérationnel : Modèles de données normalisées
 - 6.7.4. Système stratégique : OLAP, modèle multidimensionnel et *dashboards* graphiques
 - 6.7.5. Analyse stratégique du BD et composition des rapports

- 6.8. L'intelligence économique dans l'entreprise
 - 6.8.1. Le monde des données
 - 6.8.2. Concepts pertinents
 - 6.8.3. Caractéristiques principales
 - 6.8.4. Solutions actuelles du marché
 - 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
 - 6.8.6. Cybersécurité dans la BI et Data Science
- 6.9. Nouveau concept commercial
 - 6.9.1. Pourquoi la BI ?
 - 6.9.2. Obtenir l'information
 - 6.9.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
 - 6.9.4. Raisons d'investir dans la BI
- 6.10. Outils et solutions de BI
 - 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil ?
 - 6.10.2. *Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau*
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planification et gestion Projet BI
 - 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
 - 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
 - 6.11.3. Exigences et objectifs
- 6.12. Applications de gestion d'entreprise
 - 6.12.1. Systèmes d'information et gestion d'entreprise
 - 6.12.2. Applications pour la gestion d'entreprise
 - 6.12.3. Systèmes *Enterprise Resource Planning* ou ERP
- 6.13. Transformation numérique
 - 6.13.1. Cadre conceptuel de la la transformation numérique
 - 6.13.2. Transformation numérique; éléments clés, bénéfiques et inconvénients
 - 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises
- 6.14. Technologies et tendances
 - 6.14.1. Principales tendances dans le domaine de la technologie qui changent les modèles commerciaux
 - 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes

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

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

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

- 7.7. Stratégies du Marketing Numérique
 - 7.7.1. Définir la stratégie de marketing numérique
 - 7.7.2. Outil de la stratégie du Marketing numérique
- 7.8. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients.
 - 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
 - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
 - 7.8.3. Hyper-segmentation
- 7.9. Gestion des campagnes numériques
 - 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de Publicité numérique ?
 - 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de Marketing en ligne
 - 7.9.3. Erreurs des campagnes de Publicité numérique
- 7.10. Plan de Marketing en ligne
 - 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne ?
 - 7.10.2. Étapes pour créer un plan de Marketing en ligne
 - 7.10.3. Avantages de disposer d'un plan de Marketing en ligne
- 7.11. *Blended Marketing*
 - 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Différence entre le Marketing en Ligne et Offline
 - 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Recommandations en *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Bénéfices du *Blended Marketing*
- 7.12. Stratégie de vente
 - 7.12.1. Stratégie de vente
 - 7.12.2. Méthodes de vente
- 7.13. Communication d'entreprise
 - 7.13.1. Concept
 - 7.13.2. Importance de la communication avec l'organisation
 - 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation
 - 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
 - 7.13.5. Éléments de communication
 - 7.13.6. Problèmes de communication
 - 7.13.7. Scénario de la communication

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

Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

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

- 8.5. Gestion de projets de recherche
 - 8.5.1. L'étude de marché comme un processus
 - 8.5.2. Les étapes de la planification d'une étude de marché
 - 8.5.3. Les étapes de l'exécution d'une étude de marché
 - 8.5.4. Gestion d'un projet d'étude
- 8.6. L'étude des marchés internationaux
 - 8.6.1. Étude des marchés internationaux
 - 8.6.2. Processus d'étude de marchés internationaux
 - 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les études de marchés Internationaux
- 8.7. Études de faisabilité
 - 8.7.1. Concept et utilité
 - 8.7.2. Schéma d'études de faisabilité
 - 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité
- 8.8. Publicité
 - 8.8.1. Antécédents historiques de la Publicité
 - 8.8.2. Cadre conceptuel de la Publicité : Principes, concept de *briefing* et positionnement
 - 8.8.3. Agences de publicité, agences de médias et professionnelles de la Publicité
 - 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
 - 8.8.5. Tendances et défis en matière de Publicité
- 8.9. Développement du plan de Marketing
 - 8.9.1. Concept du plan de Marketing
 - 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
 - 8.9.3. Décisions stratégiques du Marketing
 - 8.9.4. Décisions opérationnelles de Marketing
- 8.10. Stratégies de promotion et *Merchandising*
 - 8.10.1. Communication Marketing Intégrée
 - 8.10.2. Plan de Communication Publicitaire
 - 8.10.3. Le *Merchandising* comme technique de communication
- 8.11. Planification des médias
 - 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
 - 8.11.2. Moyens de communication
 - 8.11.3. Plan de médias
- 8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises
 - 8.12.1. Le rôle de la gestion commerciale
 - 8.12.2. Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale entreprise/marché
 - 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
 - 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles
- 8.13. Négociation commerciale
 - 8.13.1. Négociation commerciale
 - 8.13.2. Les enjeux psychologiques de la négociation
 - 8.13.3. Principales méthodes de négociation
 - 8.13.4. Le processus de négociation
- 8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale
 - 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
 - 8.14.2. Modèles de prise de décision
 - 8.14.3. Outils décisionnels et analytiques
 - 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision
- 8.15. Direction et gestion du réseau de vente
 - 8.15.1. *Sales Management*. Gestion des ventes
 - 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
 - 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
 - 8.15.4. Systèmes de rémunération des réseaux commerciaux propres et externes
 - 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des commerciaux en se basant sur l'information
- 8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
 - 8.16.1. Recrutement de ses propres représentants commerciaux et d'agents commerciaux
 - 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
 - 8.16.3. Le code de déontologie du personnel commercial
 - 8.16.4. Conformité :
 - 8.16.5. Normes commerciales de consuite généralement acceptées

- 8.17. Gestion des comptes clés
 - 8.17.1. Concept de gestion des comptes clés
 - 8.17.2. Le *Key Account Manager*
 - 8.17.3. Stratégie de gestion des comptes clés
- 8.18. Gestion financière et budgétaire
 - 8.18.1. Seuil de rentabilité
 - 8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de gestion et du plan de vente annuel
 - 8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques commerciales
 - 8.18.4. Gestion du cycle, des rotations, de la rentabilité et des liquidités
 - 8.18.5. Compte de résultat

Module 9. Innovation et Gestion de Projets

- 9.1. Innovation
 - 9.1.1. Introduction à l'innovation
 - 9.1.2. L'innovation dans l'écosystème entrepreneurial
 - 9.1.3. Instruments et outils pour le processus d'innovation des entreprises
- 9.2. Stratégies d'innovation
 - 9.2.1. Intelligence stratégique et innovation
 - 9.2.2. Stratégies d'innovation
- 9.3. Project *Management* pour *Start-ups*
 - 9.3.1. Concept de *start-up*
 - 9.3.2. Philosophie *Lean Startup*
 - 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
 - 9.3.4. Le rôle d'un gestionnaire de projets dans une *start-up*
- 9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise
 - 9.4.1. conceptuelle d'un un modèle d'entreprise
 - 9.4.2. Conception validation de modèle économique
- 9.5. Direction et gestion des projets
 - 9.5.1. Direction et gestion des projets : identification des opportunités de développer des projets d'innovation au sein de l'entreprise
 - 9.5.2. Principales étapes ou phases de la conduite et de la gestion des projets d'innovation

- 9.6. Gestion du changement dans les projets : Gestion de la formation
 - 9.6.1. Concept de gestion du changement
 - 9.6.2. Le processus de gestion du changement
 - 9.6.3. La mise en œuvre du changement
- 9.7. Gestion de la communication de projets
 - 9.7.1. Gestion de la communication des projets
 - 9.7.2. Concepts clés pour la gestion des communications
 - 9.7.3. Tendances émergentes
 - 9.7.4. Adaptation à l'équipe
 - 9.7.5. Planification de la gestion des communications
 - 9.7.6. Gestion des communications
 - 9.7.7. Surveiller les communications
- 9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes
 - 9.8.1. Méthodologies d'innovation
 - 9.8.2. Principes de base du *Scrum*
 - 9.8.3. Différences entre les aspects principaux du *Scrum* et les méthodologies traditionnelles
- 9.9. Création d'une *start-up*
 - 9.3.1. Création d'une *start-up*
 - 9.3.2. Organisation et culture
 - 9.3.3. Les dix principaux motifs pour lesquels échouent les *start-ups*
BORRAR BORRAR
- 9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets
 - 9.10.1. Planification des risques
 - 9.10.2. Éléments de création d'un plan de gestion des risques
 - 9.10.3. Outils de création d'un plan de gestion des risques
 - 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

Module 10. Management Directif

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concept *General Management*
 - 10.1.2. L'action du Manager Général
 - 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 10.1.4. Transformation du travail de la direction

- 10.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 10.3. Direction des opérations
 - 10.3.1. Importance de la gestion
 - 10.3.2. La chaîne de valeur
 - 10.3.3. Gestion de qualité
- 10.4. Discours et formation de porte-parole
 - 10.4.1. Communication interpersonnelle
 - 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 10.4.3. Obstacles à la communication
- 10.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 10.5.1. Communication interpersonnelle
 - 10.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
 - 10.5.3. La communication dans les organisations
 - 10.5.4. Outils dans l'organisation
- 10.6. La communication en situation de crise
 - 10.6.1. Crise
 - 10.6.2. Phases de la crise
 - 10.6.3. Messages : 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. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 10.9.3. Outils de construction du Personal Branding

- 10.10. Leadership et gestion d'équipes
 - 10.10.1. Leadership et styles de leadership
 - 10.10.2. Capacités et défis du leader
 - 10.10.3. Gestion des processus de changement
 - 10.10.4. Gestion d'équipes multiculturelles

Module 11. Lean Manufacturing Principes et Contexte

- 11.1. *Lean Manufacturing*
 - 11.1.1. *Lean Manufacturing*. Origine
 - 11.1.2. Principes de *Lean Manufacturing*
 - 11.1.3. Bénéfices de la Méthodologie *Lean Manufacturing*
- 11.2. *Toyota Production System* (TPS). La philosophie de production dans l'usine de Toyota
 - 11.2.1. Systèmes de Production Toyota (TPS)
 - 11.2.2. Principes clés du TPS
 - 11.2.3. Les piliers de la TPS
- 11.3. Précurseurs du *Lean Manufacturing*
 - 11.3.1. Kiichiro Toyoda, Taiichi Ohno et Shigeo Shingo
 - 11.3.2. Edward Deming
 - 11.3.3. James Womack, Daniel Jones et Michael George
- 11.4. Concept "*Lean*" et son application dans la production
 - 11.4.1. Identification de la valeur et cartographie du flux de valeur
 - 11.4.2. Création du flux continu et établissement de la production Pull
 - 11.4.3. Recherche de la perfection
- 11.5. Lean Manufacturing et Total Quality Management
 - 11.5.1. Lean Manufacturing et Total Quality Management
 - 11.5.2. Points communs entre *Lean Manufacturing* et Total Quality Management
 - 11.5.3. Différences entre *Lean Manufacturing* et Total Quality Management
- 11.6. *Lean Manufacturing* et 6 Sigma
 - 11.6.1. *Lean Manufacturing* et 6 Sigma
 - 11.6.2. Points communs entre *Lean Manufacturing* et 6 Sigma
 - 11.6.3. Différences entre *Lean Manufacturing* et 6 Sigma

- 11.7. *Lean Manufacturing* et réingénierie des processus
 - 11.7.1. *Lean Manufacturing* et réingénierie des processus
 - 11.7.2. Points communs entre *Lean Manufacturing* et réingénierie des processus
 - 11.7.3. Différences entre *Lean Manufacturing* et réingénierie des processus
- 11.8. *Lean Manufacturing* et *Theory of Constraints* (TOC)
 - 11.8.1. *Lean Manufacturing* et *Theory of Constraints* (TOC)
 - 11.8.2. Points communs entre *Lean Manufacturing* et *Theory of Constraints* (TOC)
 - 11.8.3. Différences entre *Lean Manufacturing* et *Theory of Constraints* (TOC)
- 11.9. *Lean Manufacturing* Intégration avec l'Industrie 4.0.
 - 11.9.1. Évolution de *Lean Manufacturing* à l'ère de l'Industrie 4.0
 - 11.9.2. Intégration de *Lean Manufacturing* avec l'Industrie 4.0.
 - 11.9.3. Avenir de *Lean Manufacturing* à l'ère de l'Industrie 4.0
 - 11.10. Application de la philosophie lean dans d'autres domaines : *Lean Logistics*, *Lean Office*, *Lean Service*
 - 11.10.1. *Lean Logistics*, *Lean Office*, *Lean Service*. Applications
 - 11.10.2. Application dans la *Lean Logistics*
 - 11.10.3. Application dans la *Lean Office*
 - 11.10.4. *Lean Service*

Module 12. Valeur et Gaspiillage (Muda): Identification et élimination des activités sans valeur ajoutée

- 12.1. Concept de "valeur" selon la perspective du client
 - 12.1.1. Satisfaction des besoins des clients
 - 12.1.2. Valeur perçue vs. valeur tangible
 - 12.1.3. Relation valeur / prix
- 12.2. *Quality Function Deployment*
 - 12.2.1. *Quality Function Deployment*. Concept et définition
 - 12.2.2. Technique d'identification des besoins des clients
 - 12.2.3. Déploiement de la qualité
- 12.3. Mura dans la *Lean Manufacturing*
 - 12.3.1. Variabilité de la demande
 - 12.3.2. Variabilité de la production
 - 12.3.3. Variabilité dans l'approvisionnement
- 12.4. Muri dans la *Lean Manufacturing*
 - 12.4.1. Surcharge dans l'équipement
 - 12.4.2. Surcharge dans le personnel
 - 12.4.3. Surcharge dans les systèmes
- 12.5. Mudas liées à la fabrication
 - 12.5.1. Surproduction
 - 12.5.2. Types et causes de la surproduction
 - 12.5.3. Traitements superflus
- 12.6. Mudas liées à la qualité
 - 12.6.1. Défauts de qualité à retravailler ou à supprimer
 - 12.6.2. Causes des défauts de qualité
 - 12.6.3. Déchets et retouches
- 12.7. Mudas liées au transport
 - 12.7.1. Transports superflus
 - 12.7.2. Causes des temps d'attente
 - 12.7.3. Stratégies pour éviter / réduire les temps d'attente
- 12.8. Mudas liées à l'excès de stocks
 - 12.8.1. Excès de stocks de MP
 - 12.8.2. Excès de stocks en processus
 - 12.8.3. Excès de stocks de produit fini
- 12.9. Mudas liées aux temps d'attente / morts
 - 12.9.1. Types de temps d'attente
 - 12.9.2. Causes des temps d'attente
 - 12.9.3. Stratégies pour éviter / réduire les temps d'attente
- 12.10. Nouvelles Mudas définis
 - 12.10.1. Manque de formation du personnel
 - 12.10.2. Mauvaise utilisation des compétences et des capacités du personnel
 - 12.10.3. Ressources consacrées à des processus non stratégiques ou non prioritaires

Module 13. Cartographie du flux de valeur : Analyse et Cartographie des flux de matériaux, d'informations et d'activités dans un processus. Optimisation des flux

- 13.1. La cartographie du flux de valeur. *Value Stream Mapping* (VSM)
 - 13.1.1. Flux de valeur
 - 13.1.2. La cartographie du flux de valeur
 - 13.1.3. Sélection d'une famille de produits
- 13.2. Connexion, stratégie et tactique avec le VSM
 - 13.2.1. *The Quality Cost Delivery* (QCD). Le client décide
 - 13.2.2. Le *Hoshin Kanri*, de la vision à la tactique
 - 13.2.3. La Gestion Visuelle comme mécanisme pour établir des priorités et aligner
- 13.3. Cartographie de flux de valeur en l'état actuel
 - 13.3.1. Schéma d'une cartographie de flux de valeur
 - 13.3.2. Symboles utilisés dans la conception de la cartographie de flux de valeur
 - 13.3.3. Collecte des données
- 13.4. Les temps d'une cartographie de flux de valeur VSM
 - 13.4.1. *Takt Time*, le rythme marqué par le client
 - 13.4.2. Temps de cycle
 - 13.4.3. *Lead Time*, le temps nécessaire *end-to-end*
- 13.5. La chaîne de valeur *Lean*
 - 13.5.1. Problème de surproduction
 - 13.5.2. Caractéristiques d'une chaîne de valeur *Lean*
 - 13.5.3. Création de flux continu pour créer des processus *Lean*
- 13.6. Cartographie de flux de valeur dans le futur
 - 13.6.1. Schéma d'une cartographie de flux de valeur
 - 13.6.2. Symboles utilisés pour sa conception future
 - 13.6.3. De la cartographie future au plan de travail
- 13.7. Planification et amélioration de la chaîne de valeur
 - 13.7.1. Planification de la mise en œuvre
 - 13.7.2. Hiérarchisation des activités
 - 13.7.3. Lier le VSM à la stratégie

- 13.8. *Value Supply Chain Management*
 - 13.8.1. Cartographie de l'état actuel de la chaîne d'approvisionnement
 - 13.8.2. Symboles utilisés pour sa conception
 - 13.8.3. Conception de la chaîne d'approvisionnement future
- 13.9. *Value Stream Project Management*, le *Projet Lean*
 - 13.9.1. Particularités d'un projet vs. un processus
 - 13.9.2. Le flux de valeur d'un projet
 - 13.9.3. Analyse de l'état actuel et la conception du futur
- 13.10. *Yokoten*
 - 13.10.1. *Yokoten*. Principes fondamentaux
 - 13.10.2. Les 3 phases du *Yokoten*
 - 13.10.3. *Standard Solution Cycle*

Module 14. Flux Continu : Conception des processus pour un flux de travail fluide et continu

- 14.1. Flux continu
 - 14.1.1. La création de flux dans le *Toyota Production System*
 - 14.1.2. Les quatorze principes de la culture de *Toyota Way*
 - 14.1.3. *Total Flow Management*, l'union de la création de flux et le *Pull Flow System*
- 14.2. Processus
 - 14.2.1. Typologie des processus industriels
 - 14.2.2. Départements vs. Processus vs. flux
 - 14.2.3. Intégration des processus
- 14.3. Flux
 - 14.3.1. Les différents types de flux : Matériaux, équipements, personnes et information
 - 14.3.2. *Job-shop* vs. *Flow-shop*
 - 14.3.3. Flux turbulents vs. Flux linéaires
- 14.4. Machines, équipements et lignes
 - 14.4.1. La fiabilité du *hardware* en tant qu'élément essentiel pour la création de flux
 - 14.4.2. La philosophie *Jidoka* en tant qu'élément indispensable dans la création de flux
 - 14.4.3. Machine monument vs. machine *Lean*

- 14.5. Matériaux
 - 14.5.1. Plan d'implantation traditionnel et plan d'implantation *Lean*
 - 14.5.2. PFEP (*Plan-For-Each-Part*)
 - 14.5.3. Production par lots ou en flux continu (*One-piece-flow*)
- 14.6. Personnes
 - 14.6.1. Le client interne, concept dans un environnement *Lean*
 - 14.6.2. Le rôle d'un manager *Lean*
 - 14.6.3. Le rôle d'un opérateur *Lean*
- 14.7. Information
 - 14.7.1. Système d'Information Générale de l'Entreprise (ERP)
 - 14.7.2. Systèmes concrets d'information de l'environnement industriel
 - 14.7.3. Tableau de bord, en tant qu'élément du *Daily Management System*
- 14.8. *Lean Flow System*
 - 14.8.1. Expulsion du Muda dans le processus de production
 - 14.8.2. La cellule autonome comme paradigme *Lean*
 - 14.8.3. Outils de soutien *Lean*: 5S, *Visual Management*, SMED
- 14.9. Exemples d'application de la création de flux
 - 14.9.1. Exemple de mise en œuvre dans le secteur automobile
 - 14.9.2. Exemple d'application dans le secteur métallurgique
 - 14.9.3. Exemple d'utilisation dans le secteur de l'alimentation
- 14.10. Création de flux : Conception, mise en œuvre et amélioration des processus de production. Application pratique
 - 14.10.1. Conception pour la création de flux
 - 14.10.2. Mise en œuvre du flux continu
 - 14.10.3. Amélioration des processus de production

Module 15. Pull System : Mise en œuvre d'un système de production axé sur la demande pour contrôler la production et minimiser les stocks

- 15.1. *Pull System*. Principes fondamentaux
 - 15.1.1. *Pull Flow System*: Le quatrième principe du *Lean Thinking*
 - 15.1.2. Processus Push vs. processus Pull
 - 15.1.3. Stabilité, flexibilité, synchronisation, concentration
- 15.2. Demande
 - 15.2.1. Types de demande
 - 15.2.2. *Takt Time*, *Production Time*, *Lead Time*
 - 15.2.3. Contrat Production + Logistique
- 15.3. Flux
 - 15.3.1. End-to-End : Des fournisseurs aux clients
 - 15.3.2. Connexion Logistique + Production
 - 15.3.3. Routes d'approvisionnement
- 15.4. Machines, équipements et lignes
 - 15.4.1. Train logistique
 - 15.4.2. Conteneurs
 - 15.4.3. Racks
- 15.5. Matériaux
 - 15.5.1. Entrepôts
 - 15.5.2. Supermarchés
 - 15.5.3. Bord de ligne
- 15.6. Personnes
 - 15.6.1. Les gestionnaires du système *Pull Flow*
 - 15.6.2. Les opérateurs logistiques et de production
 - 15.6.3. Le "*Mizusumashi*" ("*Water spider*")
- 15.7. Information
 - 15.7.1. Heijunka (nivellement) : Boîte de nivellement + Boîte Logistique
 - 15.7.2. Kanban
 - 15.7.3. Conformateur de lots + Séquenceur
- 15.8. *Lean Pull Flow System*
 - 15.8.1. Équilibrage (balance)
 - 15.8.2. Séquencement en ligne
 - 15.8.3. Outils de soutien *Lean* : *VSM*, *OEE*, *Standard Work*, *One-point-lesson*, *Andon*
- 15.9. Exemples d'application du *Pull Flow System*
 - 15.9.1. Exemple de mise en œuvre dans le secteur automobile
 - 15.9.2. Exemple d'application dans le secteur métallurgique
 - 15.9.3. Exemple d'utilisation dans le secteur de l'alimentation

- 15.10. Sistemas *Pull* : Conception, mise en œuvre et amélioration des processus de production. Application pratique
 - 15.10.1. Conception d'un système *Pull*
 - 15.10.2. Mise en œuvre du *Pull Flow System*
 - 15.10.3. Amélioration de l'information dans les processus de production

Module 16. Gestion de la Qualité dans la Lean

- 16.1. La gestion de la qualité dans la *Lean Manufacturing*
 - 16.1.1. Qualité définie comme satisfaction des clients
 - 16.1.2. Qualité de production : Régularité et conformité
 - 16.1.3. Spécifications et coûts de la qualité
- 16.2. Mesure de la qualité : Indicateurs de qualité
 - 16.2.1. Définition des indicateurs
 - 16.2.2. élaboration des indicateurs
 - 16.2.3. Exemples de tableaux de bord de qualité
- 16.3. Systèmes de qualité et vision de la qualité Lean
 - 16.3.1. Systèmes de qualité et réglementations
 - 16.3.2. Compatibilité de l'ISO - TS avec la *Lean Manufacturing*
 - 16.3.3. Compatibilité de l'EFQM et la *Lean Manufacturing*
- 16.4. Concept de "*Genchi Genbutsu*" (Gemba) et gestion de la qualité. Pertinence
 - 16.4.1. Concept de "*Genchi Genbutsu*" (Gemba)
 - 16.4.2. Application du concept dans la pratique. Exemple dans le secteur automobile
 - 16.4.3. Application du concept dans la pratique. Exemples du secteur des biens d'équipement
- 16.5. Standardisation et simplification dans la gestion de la qualité en utilisant *Standard Work*
 - 16.5.1. *Standard Work*. Concept et bénéfices
 - 16.5.2. Application de *Standard Work* dans l'industrie
 - 16.5.3. Exemple de l'application de *Standard Work* dans un processus
- 16.6. La philosophie Jidoka pour la détection précoce de problèmes de qualité
 - 16.6.1. Détection de problèmes de qualité dès l'origine
 - 16.6.2. Arrêt de la chaîne de production
 - 16.6.3. Exemples d'application de la philosophie Jidoka dans l'industrie

- 16.7. Andon comme outils dans la gestion de la qualité
 - 16.7.1. Définition, origine et bénéfices de Andon
 - 16.7.2. Types de Andon et exemples
 - 16.7.3. Mise en œuvre du système Andon
- 16.8. Poka-Yoke. Technique de qualité
 - 16.8.1. Poka-Yoke. Types et causes des erreurs qu'il évite
 - 16.8.2. Processus de conception d'un Poka-Yoke
 - 16.8.3. Exemple de Poka-Yoke
- 16.9. Management visuel
 - 16.9.1. Visualisation des processus
 - 16.9.2. Signalisation visuelle
 - 16.9.3. Enregistrements visuels
- 16.10. Gestion de la qualité lean et IdO et *Blockchain*
 - 16.10.1. Bénéfices d'allier IdO et la gestion de la qualité dans la Lean
 - 16.10.1.1. Capteurs pour la surveillance des processus
 - 16.10.1.2. Systèmes de traçabilité en temps réel et analyse des données pour la gestion de la qualité
 - 16.10.2. Bénéfices d'allier *Lean et Blockchain* dans la gestion de la qualité
 - 16.10.2.1. Application des smart contracts pour l'assurance qualité et la conformité réglementaire
 - 16.10.2.2. Conception et mise en œuvre d'une infrastructure de Blockchain sécurisée et évolutive pour la gestion de la qualité

Module 17. Amélioration continue, *Kaizen*

- 17.1. L'amélioration continue et le *Kaizen* dans la *Lean Manufacturing*
 - 17.1.1. Amélioration continue et *Kaizen*
 - 17.1.2. Le cycle PDCA/ PDSA. Comparaison des méthodes de résolution de problèmes
 - 17.1.3. Encourager la participation de l'ensemble de l'organisation à *Kaizen*
- 17.2. Mise en œuvre du cycle PDCA / PDSA
 - 17.2.1. Plan
 - 17.2.2. Do
 - 17.2.3. *Check/Study*
 - 17.2.4. Act
 - 17.2.5. Exemples d'application

- 17.3. Mise en œuvre de 6M pour identifier les opportunités d'amélioration
 - 17.3.1. Analyse de la méthode
 - 17.3.2. Analyse des machines
 - 17.3.3. Analyse des matériaux
 - 17.3.4. Analyse du système de mesure
 - 17.3.5. Analyse de l'environnement extérieur
 - 17.3.6. Analyse des problèmes générés par les personnes ?
 - 17.4. Méthodes statistiques de contrôle des processus
 - 17.4.1. Contrôle des processus et méthodes statistiques dans le contrôle des processus
 - 17.4.2. Statistiques pour le contrôle des processus
 - 17.4.3. Méthodes statistiques courantes dans le contrôle des processus
 - 17.5. Analyse des causes : Outils
 - 17.5.1. Diagramme d' *Ishikawa*
 - 17.5.2. 5 pourquoi
 - 17.5.3. Autres techniques pour l'analyse des causes
 - 17.6. Applications des 5 S dans l'amélioration continue
 - 17.6.1. *Seiri* (Classification) : Élimination des éléments superflus
 - 17.6.2. *Seiton* (Ordre) : Organisation de l'espace de travail
 - 17.6.3. *Seiso* (Propreté) : Entretien d'un environnement de travail propre et ordonné
 - 17.6.4. *Seiketsu* (Normalisation) : Établissement de normes et de procédures
 - 17.6.5. *Shitsuke* (Discipline) : Maintien des normes et de l'amélioration continue
 - 17.7. Amélioration continue et IdO
 - 17.7.1. Collecte de données en temps réel pour l'analyse des processus
 - 17.7.2. Automatisation des processus pour réduire la variabilité et améliorer la qualité
 - 17.7.3. Amélioration de l'efficacité et réduction des coûts grâce à la surveillance à distance des processus
 - 17.8. Durabilité de la culture *Kaizen* à long terme
 - 17.8.1. Engagement à long terme de l'encadrement supérieur
 - 17.8.2. Intégration de *Kaizen* comme partie de la culture d'entreprise et non comme un ajout/accessoire
 - 17.8.3. Mesure des résultats et incitations à long terme pour les améliorations, en les adaptant au contexte organisationnel
 - 17.9. Exemples pratiques de l'amélioration continue dans différentes industries
 - 17.9.1. Exemple dans l'industrie du secteur automobile
 - 17.9.2. Exemple dans l'industrie du secteur de l'alimentation
 - 17.9.3. Exemple dans l'industrie des fournitures de la construction
 - 17.10. Tendances futures dans l'amélioration continue
 - 17.10.1. Développement d'outils et de plateformes numériques pour l'amélioration continue
 - 17.10.2. Intégration de nouvelles approches de gestion de projets : Conception centrée sur l'utilisateur et le développement basé sur les preuves
 - 17.10.3. Intégration de l'intelligence émotionnelle dans l'amélioration continue
- Module 18. Évolution de l'organisation de la production dans un système Lean**
- 18.1. L'organisation de la production dans un système *Lean*
 - 18.1.1. L'organisation de la production. Concepts clés
 - 18.1.2. Structure et organisation de l'entreprise
 - 18.1.3. Systèmes de production et organisation du travail
 - 18.2. Différences organisationnelles entre un systèmes de production traditionnel et un système *Lean*
 - 18.2.1. Types de structure organisationnelle
 - 18.2.2. Différences organisationnelles entre un systèmes traditionnel et un système *Lean*
 - 18.2.3. Avantages organisationnels du système *Lean*
 - 18.3. Concept de "Cellules de Travail" (*Work Cells*) et leur impact sur l'efficacité et l'amélioration continue
 - 18.3.1. Avantages des "Cellules de travail"
 - 18.3.2. Structure / Types de "Cellules de Travail"
 - 18.3.3. Routines de gestion de "Cellules de Travail" pour influencer l'efficacité et l'amélioration continue
 - 18.4. Mise en œuvre de "Groupes d'amélioration continue" (*Kaizen Teams*) pour garantir un accent mis sur l'amélioration continue et la résolution de problèmes
 - 18.4.1. Intégration du Concept *Kaizen Teams* dans l'organisation
 - 18.4.2. Activités et méthodologie
 - 18.4.3. Rôles et responsabilités du *Kaizen Teams*

- 18.5. Importance de l'“Autonomie et la Responsabilité” dans l'évolution vers un système Lean et l'amélioration de l'efficacité et de la qualité
 - 18.5.1. Les équipes autogérées et agiles, clés de l'évolution organisationnelle
 - 18.5.2. Le développement des personnes comme valeur ajoutée à l'organisation Lean
 - 18.5.3. Structure pour conduire l'“Autonomie et la responsabilité” vers un système Lean
- 18.6. Utilisation du *Standard Work* pour normaliser les processus et encourager l'amélioration continue
 - 18.6.1. *Standard Work*. Éléments clés
 - 18.6.2. Bénéfices du *Standard Work* comme objet de l'amélioration continue
 - 18.6.3. Mise en œuvre du *Standard Work* dans les organisations
- 18.7. Système de promotion de la polyvalence et formation dans les organisation Lean : La matrice de la polyvalence
 - 18.7.1. Système de promotion de la polyvalence et formation dans les organisation Lean : La matrice de la polyvalence
 - 18.7.2. Avantages d'un système de polyvalence
 - 18.7.3. Mise en œuvre du système de promotion de la polyvalence
- 18.8. Évolution de l'organisation de la production à travers l'élimination des gaspillages et l'amélioration continue
 - 18.8.1. Analyse des activités sans valeur ajoutée comme pratique Lean
 - 18.8.2. Stratégie d'élimination / réduction des gaspillages
 - 18.8.3. Mise en œuvre d'un modèle d'élimination / réduction des gaspillages
- 18.9. Mise en œuvre de Cellules de Travail et de groupes d'amélioration continue dans différentes industries Exemples pratiques
 - 18.9.1. Mise en œuvre de Cellules de travail dans le secteur Automobile
 - 18.9.2. Mise en œuvre de Cellules de travail dans le secteur Textile
 - 18.9.3. Mise en œuvre de Cellules de travail dans le secteur de l'Alimentation
- 18.10. Importance de l'évolution de l'organisation de la production vers un système Lean
 - 18.10.1. Principaux aspects dans l'évolution vers un système Lean
 - 18.10.2. Amélioration de la productivité et de l'organisation de la production
 - 18.10.3. Utilité du système Lean pour l'évolution de l'organisation de la production

Module 19. TPM (*Total Productive Maintenance*), OEE (*Overall Equipment Effectiveness*)

- 19.1. TPM Total Productive Maintenance
 - 19.1.1. TPM *Total Productive Maintenance*. Principes fondamentaux
 - 19.1.2. Émergence, objectifs et avantages
 - 19.1.3. Piliers de la TPM
- 19.2. Amélioration de l'efficacité de la machine OEE : Techniques d'identification et solution des problèmes
 - 19.2.1. Identification des problèmes d'efficacité
 - 19.2.2. Solution des problèmes d'efficacité
 - 19.2.3. Suivi de l'efficacité de la machine
- 19.3. Techniques de réduction des temps d'inactivité dans le processus de production, planification et programmation de la maintenance
 - 19.3.1. Planification de la production et maintenance
 - 19.3.2. Maintenance autonome
 - 19.3.3. SMED
- 19.4. Gestion de la maintenance des équipements et des achats. Critères de décision
 - 19.4.1. Besoins et spécifications techniques
 - 19.4.2. Coûts et investissement
 - 19.4.3. Évaluation du fournisseur : Critères
- 19.5. Maintenance préventive. Prévention des failles dans les équipements
 - 19.5.1. Installation des équipements : Critères de maintenance
 - 19.5.2. Maintenance préventive
 - 19.5.3. Exemple d'un plan de maintenance préventive dans le secteur ferroviaire
- 19.6. Maintenance prédictive : Prédiction des failles dans les équipements
 - 19.6.1. Maintenance prédictive
 - 19.6.2. Capteurs des équipements
 - 19.6.3. Élaboration d'algorithme avec l'IA
- 19.7. Techniques d'amélioration de la sécurité dans le processus de production, identification et élimination des dangers sur le lieu de travail
 - 19.7.1. Identification des dangers sur le lieu de travail
 - 19.7.2. Évaluation des risques et mesures de protection
 - 19.7.3. Plans d'urgence

- 19.8. Guide pour la mise en œuvre du TPM dans l'organisation, planification, formation et mise en œuvre des systèmes de maintenance
 - 19.8.1. Les 14 pas pour la mise en œuvre de TPM
 - 19.8.2. Planification de la mise en œuvre
 - 19.8.3. Formation et maintenance de TPM
 - 19.9. Améliorer l'efficacité énergétique : Comment optimiser l'utilisation de l'énergie et réduire les coûts à travers la mise en œuvre de TPM
 - 19.9.1. Efficacité énergétique des équipements
 - 19.9.2. Mesure de la consommation et de l'efficacité
 - 19.9.3. Identification et élimination des pertes énergétiques et amélioration
 - 19.10. Exemple de mise en œuvre de TPM
 - 19.10.1. Exemple d'application dans le secteur ferroviaire
 - 19.10.2. Exemples dans le secteur pharmaceutique
 - 19.10.3. Exemple d'application dans le secteur
- Module 20. Mise en œuvre *Lean* : Stratégies et meilleures pratiques pour la mettre en œuvre *Lean Manufacturing* dans une organisation**
- 20.1. Mise en œuvre *Lean*. Début du projet
 - 20.1.1. Vision et raisons du changement
 - 20.1.2. Définition du cadre d'action et objectifs
 - 20.1.3. Sélection de l'équipement initial promoteur du projet
 - 20.1.4. Définition du Project Charter
 - 20.2. Analyse de l'état actuel des processus de l'entreprise : Évaluation et identification des domaines à améliorer et opportunités de la mise en œuvre de la philosophie *Lean*
 - 20.2.1. Identification des processus clés
 - 20.2.2. Analyse de l'état actuel de l'organisation et les processus
 - 20.2.3. Analyse technique / culturelle actuelle et les principaux systèmes de gestion
 - 20.3. Sélection d'une équipe de travail multidisciplinaire pour conduire le projet de mise en œuvre de la philosophie *Lean* dans l'entreprise
 - 20.3.1. Identification des capacités et des compétences nécessaires
 - 20.3.2. Sélection des personnes
 - 20.3.3. Formation de l'équipe *Kaizen Teams*
 - 20.4. Définition et établissement des objectifs clairs et mesurables pour la mise en œuvre de la philosophie *Lean* dans l'entreprise
 - 20.4.1. Définition des indicateurs
 - 20.4.2. Mesure des indicateurs
 - 20.4.3. Définitions des objectifs à atteindre dans les différents horizons
 - 20.5. Planification et développement du projet pour la mise en œuvre de la philosophie *Lean* dans l'entreprise Affectation des ressources et calendrier de la mise en œuvre
 - 20.5.1. Définition du champ d'application
 - 20.5.2. Définition des actions à développer et des ressources nécessaires
 - 20.5.3. Définition du calendrier
 - 20.6. Formation de l'équipe de travail : Formation sur la méthodologie *Lean* à l'équipe de travail sélectionnée et des autres emplois de l'entreprise
 - 20.6.1. Évaluation des connaissances / capacités de l'équipe de mise en œuvre
 - 20.6.2. Conception du plan de formation
 - 20.6.3. Développement du plan d'e formation
 - 20.7. Sélection des pilotes à développer au début
 - 20.7.1. Critères de sélection de portée des pilotes
 - 20.7.2. critères de sélection des personnes à impliquer qui n'appartiennent pas à l'équipe de promotion
 - 20.7.3. Évaluation initiale avant d'initier les pilotes
 - 20.8. Développement et mise en œuvre des pilotes et *Quick Wins*
 - 20.8.1. Développement d'un plan détaillé pour mettre en œuvre *Lean* dans les processus pilotes sélectionnés
 - 20.8.2. Mise en œuvre de *Quick Wins*. Identification et exécution de *Quick Wins*: Améliorations à Mettre en œuvre à court terme dans les processus pilotes
 - 20.8.3. Suivi continu et ajustements des pilotes pour mesurer les résultats et réaliser les ajustements nécessaires
 - 20.9. Mise en place d'indicateurs de performance globaux : Définition des indicateurs et clés de performance (KPIs) pour mesurer la réussite de la mise en œuvre de la philosophie *Lean*
 - 20.9.1. Définition des objectifs SMART à moyen et long terme
 - 20.9.2. Définition des indicateurs clés à suivre
 - 20.9.3. Suivi et communication des avancées
 - 20.10. Développement du plan d'extension de la philosophie *Lean* au reste de l'organisation
 - 20.10.1. Identification des domaines d'extension : Critères
 - 20.10.2. Établir le plan d'extension : Rythme et ressources
 - 20.10.3. Mise en œuvre du projet, suivi et communication

04 Objectifs

L'objectif principal de ce programme universitaire de TECH est de fournir aux étudiants des connaissances avancées sur la gestion et l'optimisation des processus de production, en les préparant à diriger avec succès dans des environnements industriels hautement compétitifs. Les diplômés seront capables de mettre en œuvre des stratégies innovantes, de gérer efficacement les ressources et de diriger des équipes multidisciplinaires, en acquérant une vision globale de la production et de son impact sur la croissance de l'entreprise.





“

Vous concevrez des stratégies qui réduisent l'impact sur l'environnement et optimisent les ressources, conformément aux objectifs de développement durable”



Objectifs généraux

- ◆ Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- ◆ Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité.
- ◆ Approfondir les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'entreprise
- ◆ Encourager la création de stratégies d'entreprise qui définissent le scénario à suivre par l'entreprise pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs
- ◆ Différencier les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité de l'entreprise
- ◆ Travailler de manière plus efficace, plus agile et plus alignée avec les nouvelles technologies et les outils actuels
- ◆ Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- ◆ Définir la meilleure façon de gérer les Ressources Humaines de l'entreprise, afin d'obtenir de meilleures performances de leur part
- ◆ Clarifier l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements
- ◆ Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise





Objectifs spécifiques

Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

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

Module 2. Gestion stratégique et Management Directif

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

Module 3. Gestion des personnes et des talents

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

Module 4. Gestion économique et financière

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

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

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

Module 6. Gestion des systèmes d'information

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

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

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

Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

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

Module 9. Innovation et Gestion de Projets

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

Module 10. Direction Générale

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

Module 11. Lean Manufacturing Principes et Contexte

- ◆ Approfondir les principes fondamentaux du *Lean Manufacturing* et son contexte dans l'amélioration de l'efficacité des processus de production
- ◆ Former à l'identification des domaines dans lesquels la production allégée peut être mise en œuvre pour optimiser les opérations et réduire les coûts

Module 12. Valeur et Gaspillage (Muda): Identification et élimination des activités sans valeur ajoutée

- ◆ Valorisation du processus de production, en concentrant les efforts sur ce qui profite réellement au client
- ◆ Formation sur le concept de Muda et sur la manière dont l'élimination des déchets contribue à une production plus efficace et plus rentable

Module 13. Cartographie du flux de valeur : Analyse et Cartographie des flux de matériaux, d'informations et d'activités dans un processus. Optimisation des flux

- ◆ Acquérir des compétences pour détecter les goulets d'étranglement et les domaines d'amélioration dans le flux de travail, en optimisant les ressources et le temps
- ◆ Appliquer la cartographie de la chaîne de valeur pour améliorer l'efficacité opérationnelle et réduire les temps de cycle dans les processus de production

Module 14. Flux Continu : Conception des processus pour un flux de travail fluide et continu

- ◆ Acquérir les compétences nécessaires pour réorganiser les processus de production afin d'éliminer les interruptions et d'accroître l'efficacité opérationnelle
- ◆ Développer la capacité à appliquer les principes du flux continu pour améliorer le débit et la qualité des produits

Module 15. Pull System : Mise en œuvre d'un système de production axé sur la demande pour contrôler la production et minimiser les stocks

- ◆ Former à la mise en œuvre d'un *Pull System*, basé sur la demande du client, afin de contrôler la production et d'éviter la surproduction
- ◆ Promouvoir la compréhension de la manière dont le *Pull System* contribue à l'amélioration de la flexibilité et à la réduction des coûts dans le processus de production

Module 16. Gestion de la Qualité dans la Lean

- ♦ Gérer les outils et les méthodologies de qualité (tels que Six Sigma) à mettre en œuvre dans un environnement *Lean*, en visant la perfection dans les processus
- ♦ Favoriser la compréhension de la façon dont l'approche Lean peut promouvoir une approche holistique de la qualité, en minimisant les défauts et la variabilité

Module 17. Amélioration continue, Kaizen

- ♦ Mettre en œuvre de petites améliorations sur une base régulière qui génèrent de grands résultats au fil du temps
- ♦ Promouvoir une culture de l'amélioration continue à tous les niveaux de l'organisation, de la direction générale aux niveaux opérationnels

Module 18. Évolution de l'organisation de la production dans un système Lean

- ♦ Approfondir l'évolution des opérations et de la gestion de la production, en promouvant un changement vers une culture Lean plus axée sur l'amélioration et l'optimisation
- ♦ Développer la capacité à mener la transition vers un système Lean, en gérant les défis et les résistances qui peuvent survenir au cours du processus

Module 19. TPM (Total Productive Maintenance), OEE (Overall Equipment Effectiveness)

- ♦ Former à la mise en œuvre de programmes de TPM pour maximiser la disponibilité et l'efficacité des équipements, en minimisant les temps d'arrêt
- ♦ Développer des compétences dans l'utilisation de l'OEE en tant qu'indicateur clé pour évaluer l'efficacité globale de l'équipement et garantir une performance optimale

Module 20. Mise en œuvre Lean : Stratégies et meilleures pratiques pour la mettre en œuvre Lean Manufacturing dans une organisation

- ♦ Former à l'élaboration et à la mise en œuvre d'un plan stratégique pour l'adoption de la Lean Manufacturing dans différents types d'organisations
- ♦ Diriger la transformation d'une organisation vers un système *Lean*, en mettant en œuvre les meilleures pratiques et en gérant la résistance au changement



La formation en ligne avec TECH Euromed University garantit une expérience académique moderne et accessible qui améliorera votre avenir professionnel dans le domaine de la Gestion de la Production”

05

Opportunités de carrière

À l'issue de ce Mastère Avancé MBA, les professionnels auront une compréhension avancée des stratégies de gestion et d'optimisation des processus de production. Ils seront ainsi en mesure de mettre en œuvre des systèmes efficaces qui stimulent la productivité et réduisent les coûts, en intégrant l'innovation et la durabilité. Cela leur permettra d'assumer des rôles de leadership dans la gestion de la production, en renforçant leur profil professionnel dans un environnement commercial compétitif et mondialisé.



“

Vous superviserez les systèmes de contrôle qui assurent la planification et le suivi en temps réel des processus de production”

Profil des diplômés

Les titulaires de ce diplôme universitaire sont hautement qualifiés pour diriger les processus de production dans des environnements commerciaux dynamiques. Ils ont également une connaissance approfondie des stratégies d'optimisation, des méthodologies Lean et des outils numériques avancés, qui sont essentiels pour garantir l'efficacité et la durabilité de la production. Ils sont en outre prêts à gérer des équipes, à mettre en œuvre des solutions innovantes et à coordonner des projets complexes, contribuant ainsi à la croissance compétitive et globale des organisations.

Vous mettrez en œuvre des technologies émergentes telles que l'Intelligence Artificielle pour automatiser les tâches de production complexes et routinières.

- ♦ **Leadership stratégique** : Les professionnels acquièrent la capacité de diriger des équipes de production avec une vision stratégique, en motivant les employés et en alignant leurs efforts sur les objectifs de l'organisation
- ♦ **Gestion des Ressources** : Capacité à optimiser l'utilisation des ressources humaines, matérielles et financières dans les processus de production, en garantissant l'efficacité et la durabilité
- ♦ **Prise de Décision Fondée sur des Données** : Développent la capacité d'analyser les données pertinentes afin de prendre des décisions éclairées et stratégiques qui ont un impact positif sur la production et les résultats de l'entreprise
- ♦ **Compétence en matière d'Innovation** : Aptitude à identifier les possibilités d'amélioration continue et à mettre en œuvre des solutions innovantes dans les processus de production et les modèles d'exploitation





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

- 1. Responsable de la Production** : Responsable de la planification, de la coordination et de la supervision des opérations de production afin de garantir l'efficacité et la qualité des processus industriels
- 2. Gestionnaire des Opérations** : Professionnel chargé d'optimiser les ressources de l'entreprise et de veiller à la bonne exécution des processus de production et de logistique
- 3. Consultant en Gestion de la Production** : Spécialiste qui conseille les entreprises sur les stratégies et les méthodologies permettant d'améliorer la productivité et l'efficacité de leurs opérations
- 4. Chef d'Établissement Industriel** : Se concentre sur la gestion des ressources humaines et techniques d'une usine, en garantissant la réalisation des objectifs de production et des normes de qualité
- 5. Spécialiste du Contrôle de la Production** : Professionnel chargé de concevoir et de superviser les systèmes de contrôle qui assurent la planification et le suivi des processus de production
- 6. Coordinateur de Lean Manufacturing** : Expert dans la mise en œuvre de techniques d'amélioration continue visant à réduire les déchets, à optimiser les ressources et à accroître la compétitivité des processus de production
- 7. Directeur de la Chaîne d'Approvisionnement** : Responsable de la gestion intégrale de la chaîne d'approvisionnement, depuis l'acquisition des matières premières jusqu'à la livraison du produit final au client
- 8. Responsable de l'Innovation dans la Production** : Professionnel chargé de la recherche et du développement de nouvelles technologies et de nouveaux procédés pour moderniser et optimiser la production industrielle
- 9. Gestionnaire de Projets de Production** : Spécialiste de la direction de projets liés à la planification, à l'exécution et au contrôle des activités de production en vue d'atteindre les objectifs de l'entreprise
- 10. Analyste des Processus de Production** : Professionnel chargé d'évaluer et d'améliorer les processus de production par l'analyse de données et la mise en œuvre de solutions stratégiques

06

Méthodologie d'étude

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

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



“

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

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

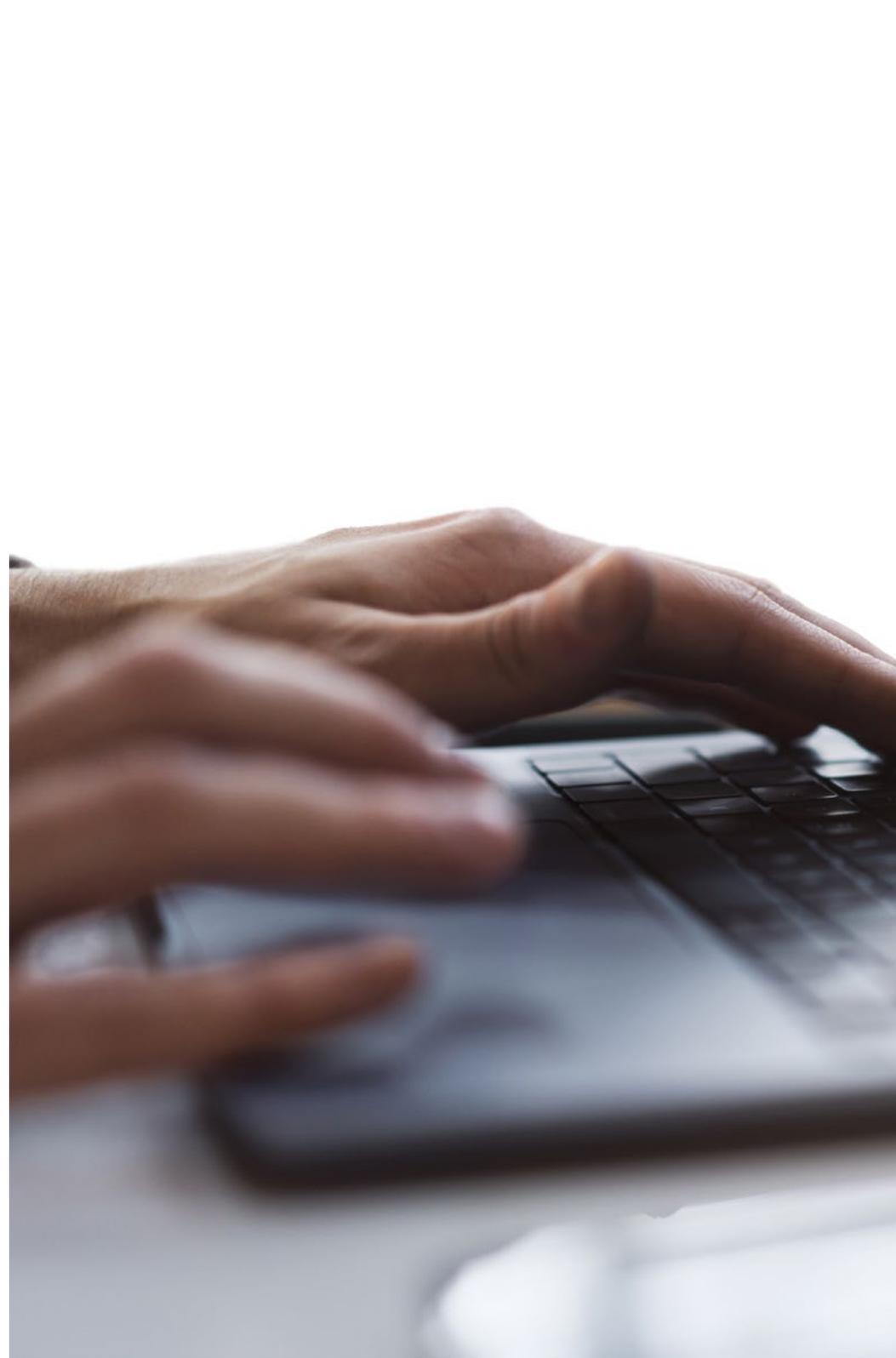
Dans la méthodologie d'étude de TECH Euromed University, l'étudiant est le protagoniste absolu.

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

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

“

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



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

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

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

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

“

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

Case studies ou Méthode des cas

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

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

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



Méthode Relearning

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

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

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

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



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

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

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

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

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



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

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

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

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

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

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

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

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



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



Matériel didactique

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

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



Pratique des aptitudes et des compétences

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



Résumés interactifs

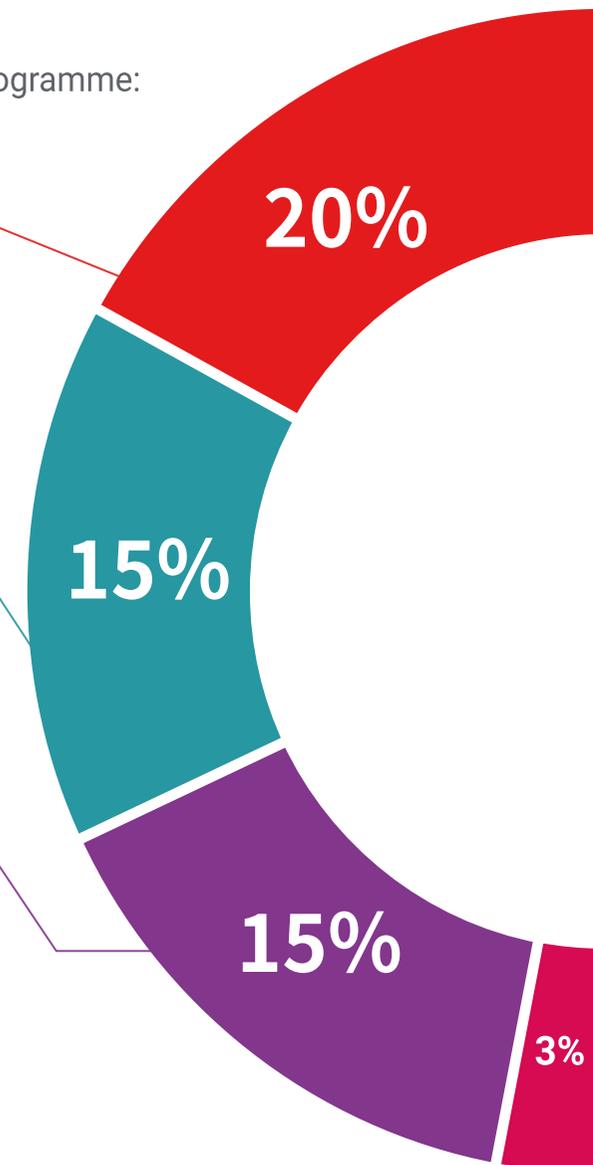
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

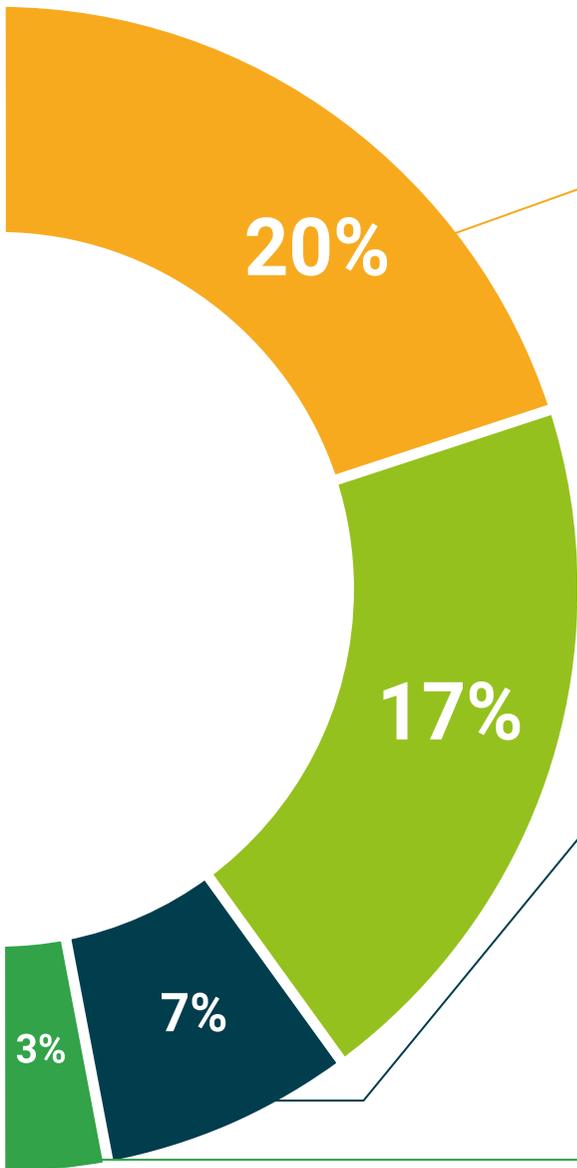
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

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





Case Studies

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



Testing & Retesting

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



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode Learning from an Expert permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Guides d'action rapide

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



07

Corps Enseignant

La priorité de TECH Euromed University est de mettre les diplômes universitaires les plus complets et les plus récents à la disposition de tous les acteurs de la scène universitaire. Pour ce faire, elle met en œuvre un processus rigoureux pour constituer son corps enseignant respectif. Grâce à cela, l'actuel Mastère Avancé bénéficie de la participation de références authentiques dans le domaine de la Gestion de la Production. Ces professionnels ont développé un large éventail de matériel pédagogique qui se distingue à la fois par sa qualité et sa pleine applicabilité aux exigences du marché du travail d'aujourd'hui.



“

Vous bénéficierez du soutien de l'équipe pédagogique, composée de véritables références dans le domaine de la Gestion de la Production"

Directrice Internationale Invitée

Avec plus de 20 ans d'expérience dans la conception et la direction d'équipes mondiales d'acquisition de talents, Jennifer Dove est une experte du **recrutement et de la stratégie dans le domaine des technologies**. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes à responsabilité dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement *Fortune 50*, notamment **NBCUniversal et Comcast**. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance. En tant que **Vice-présidente de l'Acquisition des Talents** chez **Mastercard**, elle supervise la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les Ressources Humaines afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. En particulier, elle vise à **constituer des équipes diversifiées, inclusives et très performantes** qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. En outre, elle est experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs collaborateurs du monde entier. Elle est également chargée d'**amplifier la marque employeur** et la proposition de valeur de **Mastercard** par le biais de publications, d'événements et de médias sociaux. Jennifer Dove a démontré son engagement en faveur d'un développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des **Ressources Humaines** et en aidant à recruter de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu une licence en Communication Organisationnelle à l'Université de **Miami**, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines. D'autre part, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à **intégrer la technologie** dans les **processus de recrutement** et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions aux défis à venir. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de **bien-être au travail** qui ont permis d'accroître de manière significative la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur International Invité

Leader technologique ayant plusieurs décennies d'expérience dans de grandes entreprises technologiques multinationales, 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 leader et un gestionnaire d'équipes très efficaces, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un niveau élevé d'engagement parmi ses employés. Il est doué pour la stratégie et l'innovation exécutive, développant de nouvelles idées et étayant ses succès par des données de qualité. Son expérience chez Amazon lui a permis de gérer et d'intégrer les services informatiques de l'entreprise aux États-Unis. Chez Microsoft il a dirigé une équipe de 104 personnes, chargée de fournir une infrastructure informatique à l'échelle de l'entreprise et de soutenir les départements d'ingénierie des produits dans l'ensemble de l'entreprise.

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

Directeur International Invité

Romi Arman est un expert international de renom qui compte plus de vingt ans d'expérience dans les domaines de la **Transformation Numérique, du Marketing, de la Stratégie et du Conseil**. Tout au long de sa longue carrière, il a pris de nombreux risques et est un **défenseur** constant de **l'innovation** et du **changement** dans l'environnement professionnel. Fort de cette expertise, il a travaillé avec des PDG et des organisations d'entreprises du monde entier, les poussant à s'éloigner des modèles d'entreprise traditionnels. Il a aidé des entreprises telles que Shell Energy à devenir de **véritables leaders du marché**, axés sur leurs **clients** et le **monde numérique**. Les stratégies conçues par Arman ont un impact latent, car elles ont permis à plusieurs entreprises **d'améliorer l'expérience des consommateurs, du personnel et des actionnaires**. Le succès de cet expert est quantifiable par des mesures tangibles telles que le **CSAT, l'engagement des employés** dans les institutions où il a travaillé et la croissance de l'**indicateur financier EBITDA** dans chacune d'entre elles. De plus, au cours de sa carrière professionnelle, il a nourri et **dirigé des équipes très performantes** qui ont même été récompensées pour leur **potentiel de transformation**. Chez Shell, en particulier, le dirigeant s'est toujours efforcé de relever trois défis : **répondre aux demandes complexes des clients en matière de décarbonisation, soutenir une "décarbonisation rentable" et réorganiser un paysage fragmenté sur le plan des données, numérique et de la technologie**. Ainsi, ses efforts ont montré que pour obtenir un succès durable, il est essentiel de partir des besoins des consommateurs et de jeter les bases de la transformation des processus, des données, de la technologie et de la culture. D'autre part, le dirigeant se distingue par sa maîtrise des **applications commerciales** de l'Intelligence Artificielle, sujet dans lequel il est titulaire d'un diplôme post-universitaire de l'École de Commerce de Londres. Parallèlement, il a accumulé de l'expérience dans les domaines de **l'IoT et de Salesforce**.



M. Arman, Romi

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



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

Directeur International Invité

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, il a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les **mise 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 Search**, le **Prix du Programme de Génération de Leads à l'Exportation** et le **Prix du Meilleur Modèle de Vente EMEA**. M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste d'**Analyste Principal** en 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

“

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

Directeur International Invité

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

Les résultats de ce manage de haut niveau international sont liés à sa capacité avérée à synthétiser les informations dans des cadres clairs et à exécuter des actions concrètes alignées sur des objectifs commerciaux spécifiques. En outre, il est reconnu pour sa proactivité et sa capacité à s'adapter à des rythmes de travail rapides. À tout cela, cet expert ajoute une forte conscience commerciale, une vision du marché et une véritable passion pour les produits. En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de Marketing pour l'habillement et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des détaillants et des consommateurs. Dans ce cadre, La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que chef d'équipe dans les services de Design, de Communication et de Ventes. D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à stimuler la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Parallèlement, il a été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également été responsable des conditions, des coûts, des processus et des délais de livraison de différentes opérations. Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des principaux 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

“

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

Directeur International Invité

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

“

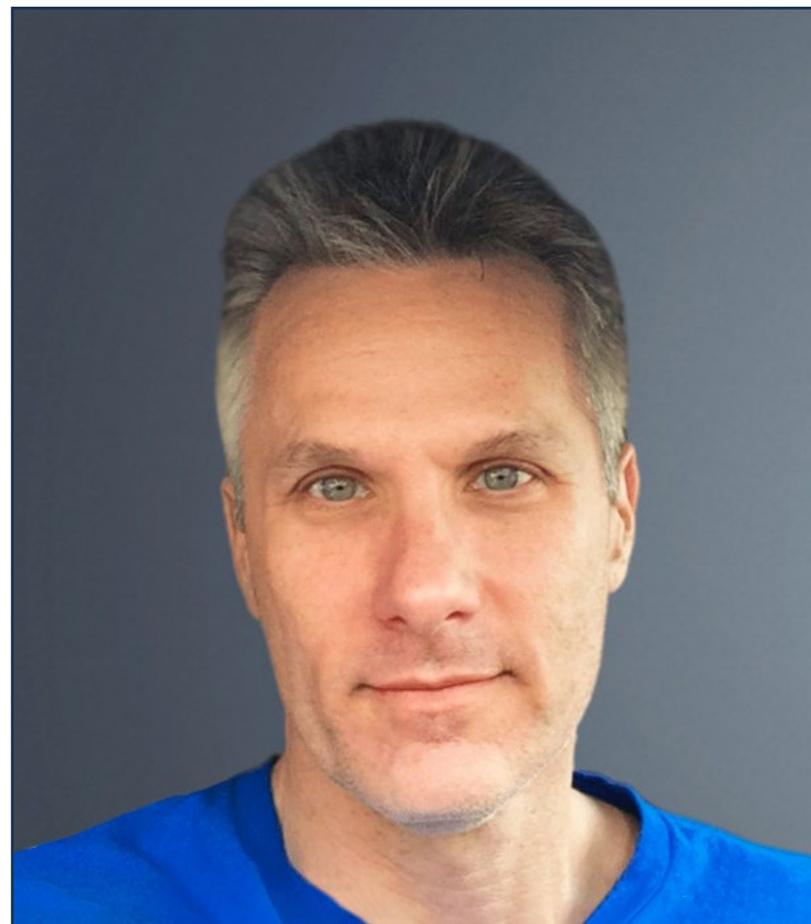
Grâce à TECH Euromed University, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde"

Directeur International Invité

Scott Stevenson est un expert reconnu dans le secteur du **Marketing Numérique** qui, depuis plus de 19 ans, est lié à l'une des entreprises les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros. Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle déterminant dans la **supervision de la logistique** et des **flux de travail créatifs** sur une variété de 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 Gestionnaire de Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

Directrice Internationale Invitée

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

En ce sens, elle a développé une solide carrière professionnelle de plus de deux décennies dans ce domaine, qui l'a amenée à faire partie d'entités internationales de référence prestigieuses telles que **Coca-Cola**. Son rôle consiste à superviser et à gérer la communication d'entreprise, ainsi qu'à contrôler l'image de l'organisation. Parmi ses principales contributions, elle a dirigé la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne Yammer**. Grâce à cela, les employés ont renforcé leur engagement envers la marque et ont créé une communauté qui a considérablement amélioré la transmission des informations. En outre, elle a été chargée de gérer la communication des **investissements stratégiques** de l'entreprise dans différents pays d'Afrique. Elle a par exemple géré les dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités dans le développement économique et social du pays. Elle a également reçu de nombreux **prix** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi veillé à ce que les entreprises conservent un profil élevé et à ce que les consommateurs les associent à un haut niveau de qualité. En outre, dans le cadre de son engagement ferme en faveur de l'excellence, elle a participé activement à des **Conférences** et à des **Symposiums** de renommée mondiale afin d'aider les professionnels de l'information à rester à la pointe des techniques les plus sophistiquées pour **élaborer des plans de communication stratégique** réussis. Elle a ainsi aidé de nombreux experts à anticiper les situations de crise institutionnelle et à gérer efficacement les événements indésirables.



Mme Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Direction



M. Jover Miravittles, Luis

- ♦ Président et Associé Fondateur Grupo Quarck, S.L. Founding Partner
- ♦ Senior Partner chez LOGIXS
- ♦ Vice-président de €-Corp. S.L.
- ♦ IQS Executive Education Director
- ♦ Professeur Associé à l'IE Business School
- ♦ Coordinateur du Master en Gestion Intégrale des Entreprises à l'Université Ibéroaméricaine de Mexico
- ♦ Conseiller de l'Association patronale Cecot
- ♦ Ingénieur Chimiste à l'Institut Chimique de Sarria (IQS)
- ♦ Master en Administration des Affaires MBA IESE
- ♦ Membre du comité d'organisation de Hispack

Professeurs

M. Antoni Aguilar, Josep

- ♦ Fondateur et Président d'Actio Crealor Consulting
- ♦ Country Manager du Kaizen Institute
- ♦ Consultant en opérations & SCM
- ♦ Directeur de production chez Magna International
- ♦ IQS Executive Education
- ♦ Professeur à l'EUNCET Business School
- ♦ Diplôme en Business Administration de l'University of Lincoln

M. Pietro García, Sergio

- ♦ Consultant et Directeur. Lean & Agile. Operations & Strategy Management Consultant
- ♦ Consultant en opérations et restructuration chez Adoria Consulting.
- ♦ Ingénieur des Processus et de l'Amélioration Continue chez Kostal Eléctrica
- ♦ *Lean Management* Professeur à LaSalle BCN
- ♦ Professeur de *Operations & Supply Chain* au IQS Executive Education
- ♦ Associate Operations Consultant & Professeur chez Cambra de Comerç de Sabadell
- ♦ Licence d'Ingénieur Industriel, spécialisation en organisation et gestion d'entreprises de l'Université Polytechnique de Catalogne

M. Gambarte Montiel, Rubén

- ♦ Consultant Industriel
- ♦ Consultant et Conseiller en transformation numérique industrielle chez Bestplant
- ♦ Consultante associée en Lean Management et Lean Six Sigma chez BPR group SRL, Actio Global, AYO Consulting
- ♦ Quality Assurance Manager
- ♦ Operations Manager et Lean Manager chez Solfer Componenti SRL
- ♦ Diplôme en Ingénierie Chimique Supérieure de l'Université de Cantabrie
- ♦ Master Executive Lean Supply Chain Management. Direction des opérations de la fondations de l'Université Polytechnique de Catalogne
- ♦ Master en lean Six à Green Belt & Black Belt de la Festo Academy

M. Vitriago Pérez, Gustavo

- ♦ Project Manager chez Euroports
- ♦ Software Implementation Consultant chez Software Tecnic Tecnocim
- ♦ Senior Consultant chez ACTIO Consulting Group
- ♦ Consultant Lean Six Sigma
- ♦ Consultant Senior chez Business Performance Consulting
- ♦ Continuous Improvement Specialist & Auditor chez Esteban Ikeda/JC
- ♦ Licence en Sciences Navales Administration et Logistique Navale
- ♦ Master en Logistique Intégrale de Johnson Controls Internacional
- ♦ Master en Production Automatisée et Robotique de l'Université Polytechnique de Catalogne
- ♦ Black Belt Certification Training - Six Sigma de la Kanban University

Mme Díaz Pizarro, Cristina

- Directrice adjointe d'Agence à la Banque Santander
- Double diplôme en Administration en Gestion d'Entreprises et Tourisme de l'Université d'Estrémadure
- Certification MIFID II en matière de Conseil Financier
- Spécialiste en Neuromarketing de l'INEAF Business School
- Experte en Neuromarketing de l'IAB Spain

M. Núñez Mejías, José María

- Chef de Rédaction et Scénariste d'articles en Droit Virtuel
- Master en Droit de l'Université de Cáceres
- Diplôme en Droit de l'Université de Cáceres

M. Ribote García, Sergio

- Spécialiste en Qualité et Lean Manufacturing
- Technicien de Qualité ISO 9001 chez Smurfit Kappa
- Gestionnaire d'Équipes de travail et Leadership de l'École Vision y Valor
- Master en Lean Manufacturing de l'Université de Burgos
- Master en Community Management de l'Université Nationale d'Éducation à Distance
- Technicien supérieur des Télécommunications et des Systèmes Informatiques du Centre San José Artesano

M. Galindo García, Carlos Agustín

- Consultant Spécialisé en Prévention des Risques Professionnels et en Lean Manufacturing
- Coordinateur de la QEHS chez ALGECO Construcciones Modulares S.L.U.
- Chef de Services 360° chez ALGECO Construcciones Modulares S.L.U.
- Master en Environnement et Qualité de l'Université Camilo José Cela
- Master en Prévention des Risques Professionnels avec une Spécialité en Hygiène de la Fondation Université Entreprise de la Région de Murcie
- Master en Prévention des Risques Professionnels avec une Spécialité en Sécurité et Ergonomie de la Fondation Université Entreprise de la Région de Murcie
- Licence en Pédagogie à l'Université de Murcie

M. Panaggio, Marcos Andrés

- Operations Manager Indépendant et Universitaire
- Gérant des Opérations et Gérant de Succursale en Transports Malvinas
- Gérant des Opérations chez Supertrans
- Gérant Corporatif d'Excelnce Opérationnelle chez InterCement – Camargo Corrêa
- Master en Éducation et Développement Numérique Pédagogique de l'Institut Européen de Diplôme Supérieur
- Master en Logistic and Supply Chain Management de l'Université de Barcelone
- Diplôme d'Analyste Technique Financier et de la Bourse de l'Université Technologique Nationale
- Diplôme du Programme de Développement pour le Leadership de l'Université de San Andrés
- Ingénieur Mécanique de l'Université Nationale de Mar de Plata
- Maître d'Œuvre de l'École Nationale de l'Enseignement Technique

M. Moleiro Naval, Pablo

- ◆ Directeur d'Alstom Lean Manufacturing Academy chez Alstom Transport
- ◆ Consultant en Amélioration Continue et Gestion et Industrialisation de projets
- ◆ Master en Ingénierie et Gestion des Télécommunications de l'École Polytechnique Supérieure de Castelldefel
- ◆ Ingénieur Supérieur en Télécommunications de l'École Polytechnique Supérieure de Castelldefels

M. Corvillo Díaz, Rafael

- ◆ Avocat chez CORVILLO ABOGADOS, S.L.P.
- ◆ Créateur de l'outil Ius Pro-Health®
- ◆ Diplôme en Droit de l'Université d'Estrémadure
- ◆ Master en Droit Sanitaire de l'Université CEU San Pablo
- ◆ Médiateur Civil et Commercial de l'UEX

M. Pedrera Rosado, Alejandro

- ◆ Co-fondateur et Directeur Juridique de Hesperian Wares LLC
- ◆ Représentant de Partnerships chez Factorial
- ◆ Expert en Numérisation du Droit
- ◆ Master en Accès à la Profession Juridique de l'Université d'Estrémadure
- ◆ Diplôme en Droit de l'Université d'Estrémadure

08 Diplôme

Le MBA en Gestion de la Production garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Global University, et un autre par Euromed University of Fes.



“

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

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

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

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

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

TECH est membre de :



Diplôme : **Mastère Avancé MBA en Gestion de la Production**

Modalité : **en ligne**

Durée : **2 ans**

Accréditation : **120 ECTS**



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



Mastère Avancé MBA en Gestion de la Production

- » 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 de la Production

TECH est membre de :

