

Mastère Spécialisé

MBA en Direction d'Entreprises Créatives





Mastère Spécialisé MBA en Direction d'Entreprises Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/jeux-video/master/master-mba-direction-entreprises-creatives

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 26

06

Méthodologie

page 38

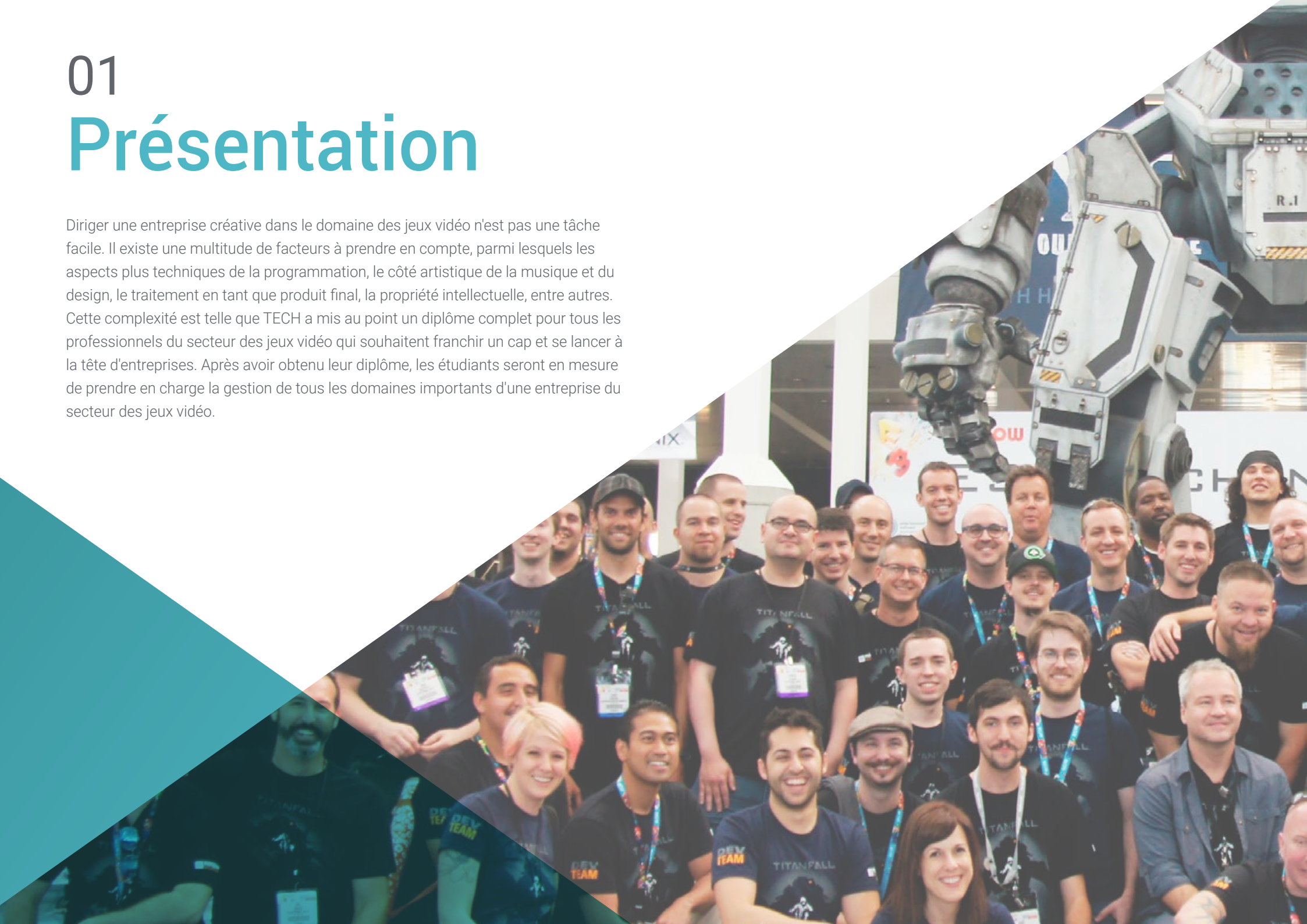
07

Diplôme

page 46

01 Présentation

Diriger une entreprise créative dans le domaine des jeux vidéo n'est pas une tâche facile. Il existe une multitude de facteurs à prendre en compte, parmi lesquels les aspects plus techniques de la programmation, le côté artistique de la musique et du design, le traitement en tant que produit final, la propriété intellectuelle, entre autres. Cette complexité est telle que TECH a mis au point un diplôme complet pour tous les professionnels du secteur des jeux vidéo qui souhaitent franchir un cap et se lancer à la tête d'entreprises. Après avoir obtenu leur diplôme, les étudiants seront en mesure de prendre en charge la gestion de tous les domaines importants d'une entreprise du secteur des jeux vidéo.





“

Votre leadership sera en mesure d'amener les entreprises de jeux vidéo pour lesquelles vous travaillez au sommet"

L'industrie des jeux vidéo est complexe, car, bien qu'il s'agisse d'un secteur en plein essor comptant des millions d'acheteurs dans le monde, la compétitivité est incroyablement élevée. À cela s'ajoutent les caractéristiques techniques du secteur, telles que les différentes plateformes sur lesquelles lancer des titres (consoles, mobiles ou ordinateurs) ainsi que les outils de travail qui sont constamment mis à jour.

À cela s'ajoute la difficulté du processus créatif qu'implique le développement d'un jeu vidéo, car il fait intervenir plusieurs départements de conception, d'animation, de modélisation et d'art qui doivent être bien coordonnés et disposer d'un bon flux de travail pour garantir le respect des délais et des objectifs.

Ainsi, TECH a développé ce MBA en gestion d'entreprise créative pour guider tous les professionnels du secteur des jeux vidéo qui souhaitent orienter leur carrière professionnelle vers la gestion et la coordination des industries de ce secteur. Pendant le cours, les étudiants apprendront toutes les vicissitudes des entreprises de jeux vidéo, ainsi qu'une méthodologie de gestion avancée pour pouvoir mener à bien tout type de projet.

L'enseignement peut également être appris 100% en ligne, ce qui donne aux étudiants la flexibilité d'étudier le support pédagogique à leur propre rythme et en fonction de leurs obligations personnelles.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Créatives** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché. Les caractéristiques les plus remarquables de la formation sont:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en gestion d'entreprise
- ◆ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du cours fournit des informations concrètes sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en la gestion des entreprises créatives
- ◆ Les 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



Si gérer des entreprises dans le secteur des jeux vidéo est votre rêve, c'est la formation que vous recherchez"

“

Parier sur un secteur en croissance continue et diriger les entreprises les plus puissantes”

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du secteur qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par les problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du cours académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Vous serez en mesure de coordonner efficacement une multitude d'équipes de travail liées aux jeux vidéo.

TECH vous offre toutes les facilités nécessaires pour étudier le diplôme à votre propre rythme.



02 Objectifs

L'objectif de ce MBA en Direction d'Entreprises Créatives à TECH est de former les étudiants aux méthodologies de travail et à la gestion d'équipes multidisciplinaires, adaptées au secteur des jeux vidéo. Comme il s'agit d'entreprises éminemment créatives, les étudiants apprendront des techniques spécifiques de gestion de la créativité. Une qualification tout à fait nécessaire pour tous les professionnels qui veulent se spécialiser dans la gestion des entreprises du secteur des jeux vidéo.





“

Spécialisez-vous dans la Direction d'Entreprises Créatives et prenez la tête des entreprises de jeux vidéo les plus avant-gardistes"



Objectifs généraux

- ◆ Offrir des connaissances utiles pour la spécialisation des étudiants, en leur fournissant des compétences pour le développement et l'application d'idées originales dans leur travail personnel et professionnel
- ◆ Comprendre comment la créativité et l'innovation sont devenues les forces motrices de l'économie et de l'industrie du jeu vidéo
- ◆ Résoudre problèmes dans des environnements nouveaux et dans des contextes interdisciplinaires dans le domaine de la gestion de la créativité
- ◆ Intégrer ses propres connaissances à celles des autres, en portant des jugements éclairés et en raisonnant sur la base des informations disponibles dans chaque cas
- ◆ Savoir gérer le processus de création et de mise en œuvre de nouvelles idées sur un thème spécifique ou un jeu vidéo
- ◆ Acquérir des connaissances spécifiques pour la gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte de l'industrie du jeu vidéo
- ◆ Posséder les outils nécessaires pour analyser les réalités économiques, sociales et culturelles dans lesquelles les industries créatives se développent et se transforment aujourd'hui
- ◆ Acquérir les compétences nécessaires pour développer et faire évoluer leur profil professionnel dans des environnements commerciaux et entrepreneuriaux
- ◆ Obtenir des connaissances pour gérer les entreprises et les organisations dans le nouveau contexte des industries créatives
- ◆ Organiser et planifier les tâches en utilisant les ressources disponibles afin de les réaliser dans des délais précis
- ◆ Utiliser nouvelles technologies de l'information et de la communication comme outils de Formation et d'échange d'expériences dans le domaine d'étude
- ◆ Développer des compétences en communication, tant à l'écrit qu'à l'oral, ainsi que faire des présentations professionnelles efficaces dans la pratique quotidienne
- ◆ Acquérir des compétences en matière d'études de marché, de vision stratégique, de méthodologies numériques et de co-création



Objectifs spécifiques

Module 1. Nouvelles industries créatives

- ◆ Connaître et savoir gérer les domaines économique-financiers de l'entreprise
- ◆ Acquérir une compréhension approfondie de l'importance des industries créatives sur le plan économique
- ◆ Approfondir ses connaissances dans le domaine des arts visuels et du spectacle
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie du patrimoine historique, naturel et culturel

Module 2. Protection des produits créatifs et immatériels sur le marché actuel

- ◆ Connaître les réglementations applicables aux produits créatifs et immatériels, telles que la propriété intellectuelle et industrielle et le droit de la publicité
- ◆ Appliquer les normes étudiées au travail quotidien en tant que manager d'entreprises créatives

Module 3. Gestion économique et financière de créatives

- ◆ Connaître la structure financière d'une entreprise de création
- ◆ Avoir des connaissances suffisantes pour assurer la gestion comptable et financière d'une entreprise de création
- ◆ Comprendre comment les investissements doivent être réalisés dans ce secteur
- ◆ Savoir comment fixer les prix des produits dans l'industrie créative

Module 4. *Futures Thinking* comment transformer aujourd'hui en demain

- ◆ Acquérir une compréhension approfondie de la méthodologie *Futures Thinking*
- ◆ Comprendre les signaux qui indiquent qu'un changement dans la façon de travailler doit avoir lieu
- ◆ Comprendre ce que peut être l'avenir afin d'anticiper et de créer des stratégies innovantes qui favorisent la croissance de l'entreprise
- ◆ Penser la durabilité comme un objectif à atteindre à travers toutes les actions proposées

Module 5. Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives

- ◆ Connaître les nouvelles tendances dans les méthodes d'achat des consommateurs
- ◆ Comprendre que le client doit être au centre de toutes les stratégies de l'entreprise
- ◆ Appliquer les techniques et les outils du *design thinking*
- ◆ Appliquer différentes ressources et techniques de recherche

Module 6. *Creative branding*: communication et gestion créative de la marque

- ◆ Comprendre le processus de création et d'évolution d'une marque
- ◆ Savoir créer l'identité graphique de la marque
- ◆ Connaître les principales techniques et outils de communication
- ◆ Être capable d'effectuer le *briefing* de l'entreprise

Module 7. Leadership et innovation dans les industries créatives

- ◆ Appliquer les ressources créatives au développement des entreprises
- ◆ Comprendre que l'innovation est un élément essentiel de toute entreprise créative
- ◆ Connaître les obstacles à l'innovation dans l'industrie créative
- ◆ Être capable de diriger la stratégie d'innovation d'une entreprise





Module 8. La transformation numérique dans l'industrie créative

- ◆ Savoir comment mener à bien la transformation numérique dans les entreprises créatives
- ◆ Connaître les impacts de la quatrième révolution industrielle
- ◆ Appliquer les concepts et stratégies du big data à l'entreprise créative
- ◆ Appliquer la technologie *blockchain*

Module 9. Nouvelles stratégies de marketing numérique

- ◆ Appliquer les outils de marketing numérique, en tenant compte du public auquel les messages s'adresseront
- ◆ Réaliser des analyses web qui fournissent à l'entreprise des informations lui permettant de savoir comment orienter sa stratégie publicitaire
- ◆ Utiliser les réseaux sociaux comme outils de marketing et de publicité
- ◆ Appliquer les outils de *inbound Marketing*

Module 10. L'esprit d'entreprise dans les industries créatives

- ◆ Être capable de réaliser des projets entrepreneuriaux dans les industries créatives
- ◆ Développer des compétences de leadership appropriées
- ◆ Savoir identifier les opportunités sur le marché
- ◆ Appliquer des outils de génération d'idées, tels que le *brainstorming*

“

*Le meilleur diplôme
disponible pour diriger des
entreprises créatives dans
le secteur des jeux vidéo”*

03 Compétences

Les compétences que les étudiants acquerront au cours du MBA en gestion des entreprises créatives seront d'une grande utilité sur le lieu de travail lorsqu'il s'agira d'occuper le poste de responsable ou de directeur de tout groupe de travail lié au domaine des jeux vidéo. TECH veille à ce que ses programmes soient de la plus haute qualité possible, offrant à ses étudiants un contenu complet et étendu afin qu'ils acquièrent les compétences les plus demandées sur le marché du travail.



“

*Une qualification qui élèvera le niveau de travail
de toutes les équipes de jeux vidéo dont vous
êtes responsable”*



Compétences générales

- ◆ Travailler dans des entreprises du secteur de la création, en sachant comment les gérer avec succès
- ◆ Avoir une connaissance approfondie du fonctionnement et du contexte mondial des nouvelles industries créatives

“

Avec ce MBA en Direction d'Entreprises Créatives, vous aurez tout ce qu'il faut pour réussir en tant que leader dans l'industrie du jeu vidéo”





Compétences spécifiques

- ◆ Avoir une connaissance approfondie de tous les aspects de la protection des produits créatifs, de la protection de la propriété intellectuelle au droit de la publicité
- ◆ Savoir réaliser une gestion économique et financière correcte des entreprises de l'industrie créative
- ◆ Savoir calculer le profit, la rentabilité et les coûts dans le cadre de projets de l'industrie créative
- ◆ Posséder des compétences complètes en matière de méthodologie en *future thinking* afin de pouvoir en appliquer les avantages dans le travail quotidien
- ◆ Savoir réaliser une gestion correcte du changement et prédire l'avenir des entreprises de l'industrie créative
- ◆ Être capable d'effectuer une gestion efficace des consommateurs pour les entreprises créatives
- ◆ Savoir gérer la communication à un niveau intégral pour les entreprises du secteur de la création
- ◆ Pouvoir participer activement au processus de *branding* dans les entreprises créatives
- ◆ Avoir des connaissances approfondies qui permettent au professionnel de gérer le processus de numérisation dans les industries créatives
- ◆ Savoir comment appliquer des stratégies innovantes de Marketing digital pour les entreprises créatives
- ◆ Fournir à l'étudiant des connaissances complètes qui lui permettront de devenir un entrepreneur dans le secteur de la création, en tirant le meilleur parti de son idée première
- ◆ Aider le professionnel à acquérir les outils pour gérer le leadership au sein de ces industries

04

Direction de la formation

TECH a réuni une équipe d'enseignants issus de divers domaines de l'industrie créative pour le développement de ce MBA en Direction d' Entreprises Créatives; Ces professionnels, chargés de l'élaboration et de la rédaction du support pédagogique, ont accumulé une vaste expérience de gestion réussie d'entreprises créatives dans divers domaines. L'étudiant a donc la garantie de la qualité professionnelle des enseignants pour étudier un diplôme valable et adapté aux temps nouveaux.



“

Les meilleurs professeurs vous donneront le type d'éducation que vous recherchez pour diriger des entreprises de jeux vidéo"

Directeur invité international

S. Mark Young est un expert de renommée internationale qui a concentré ses recherches sur l'Industrie du Divertissement. Ses conclusions ont été récompensées à de nombreuses reprises, notamment par le Prix 2020 pour l'Ensemble de sa carrière en Comptabilité et Gestion, décerné par la Société Américaine de Comptabilité (American Accounting Association). Il a également reçu trois prix pour sa contribution à la littérature académique dans ces domaines.

L'une des étapes les plus importantes de sa carrière a été la publication de l'étude "Narcissism and Celebrities", en collaboration avec le Dr Drew Pinsky. Ce texte rassemble des données directes sur des personnalités célèbres du Cinéma et de la Télévision. En outre, dans cet article, qui deviendra plus tard un livre à succès, l'expert analyse les comportements narcissiques des stars du cinéma et la façon dont ils sont devenus normalisés dans les médias modernes. Dans le même temps, l'impact de ces comportements sur la jeunesse contemporaine a été abordé.

Tout au long de sa vie professionnelle, Young s'est également intéressé à l'organisation et à l'orientation de l'industrie cinématographique. Il a notamment étudié des modèles permettant de prédire le succès des grands films au box-office. Il a également contribué à la comptabilité par activités et à la conception de systèmes de contrôle. En particulier, son influence sur la mise en œuvre d'une gestion efficace basée sur la Balanced Scorecard est bien connue.

Le travail universitaire a également marqué sa vie professionnelle, et il a été élu à la Chaire de Recherche George Bozanic et Holman G. Hurt en Affaires Sportives et Divertissantes. Il a également enseigné et participé à des programmes d'études liés à la Comptabilité, au Journalisme et à la Communication. Parallèlement, ses études de premier et de deuxième cycle l'ont mené dans de prestigieuses universités américaines telles que Pittsburgh et l'Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- Directeur de la Chaire George Bozanic et Holman G. Hurt sur les Affaires du Sport et du Divertissement
- Historien Officiel de l'Équipe Masculine de Tennis de l'Université de Californie du Sud
- Chercheur académique spécialisé dans le Développement de Modèles Prédicatifs pour l'Industrie Cinématographique
- Co-auteur du livre "Narcissism and Celebrities"
- Doctorat en Sciences Comptables de l'Université de Pittsburgh
- Master en Comptabilité de l'Ohio State University
- Licence en Sciences Économiques de l'Oberlin College
- Membre du Centre pour l'Excellence dans l'Enseignement

“

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

Direction



Dr Velar, Marga

- ♦ Directrice du Marketing d'Entreprise chez SGN Group (New York)
- ♦ Directrice de Forefashion Lab
- ♦ Professeur au Centre Universitaire Villanueva, à l'ISEM Fashion Business School et à la faculté de Communication de l'Université de Navarre
- ♦ Doctorat en Communication de l'Université Carlos III de Madrid
- ♦ Diplôme en Communication Audiovisuelle et diplôme en Communication et Gestion de la Mode du Centre Universitaire Villanueva, Université Complutense
- ♦ MBA en Gestion des Affaires de la Mode par l'ISEM Fashion Business School

Professeurs

Mme Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ◆ Conseiller juridique du PDG de l'entreprise Eley Hawk
- ◆ Professeur au Collège du Barreau de Madrid dans le cadre du Master en Droit Numérique, Innovation et Technologies Emergentes
- ◆ Conseiller juridique dans le domaine du droit de la publicité pour Autocontrol (Association pour l'autorégulation de la communication commerciale)
- ◆ Concepteur de multiples projets pour des entreprises telles que Estudio Mariscal, RBA Ediciones (magazines National Geographic et El Mueble) et Laboratorios Echevarne
- ◆ Diplôme de droit et de design de l'université Pompeu Fabra de Barcelone
- ◆ Spécialisée en Propriété Intellectuelle avec un Master Officiel de l'Université Pontificia Comillas (ICADE) à Madrid

M. Sanjosé, Carlos

- ◆ Chef du service numérique de MURPH
- ◆ Créateur de contenu pendant plus de 8 ans chez Liceo25, société mère de médias en ligne tels que 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine ou Libra, entre autres
- ◆ Spécialiste du marketing et de la stratégie numériques, des médias sociaux et des publicités sociales, des plateformes de commerce électronique et du marketing par courriel
- ◆ Diplôme en publicité et relations publiques

Dr San Miguel, Patricia

- ◆ Directeur et créateur de l'observatoire pour l'analyse de l'impact numérique des marques de mode Digital Fashion Brands
- ◆ Professeur de marketing numérique à l'ISEM Fashion Business School et à l'Université de Navarre
- ◆ Doctorat de l'Université de Navarre
- ◆ Diplôme en publicité et relations publiques de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA de l'ISEM
- ◆ Auteur du livre Influencer Marketing

Mme Bravo Duran, Sandra

- ◆ Conférencier dans différentes universités et écoles de commerce dans le secteur de la mode et du luxe
- ◆ Experte en Trend Forecasting y Customer Insights
- ◆ Sociologie et en économie de l'Université de Salamanca
- ◆ Executive Master's Degree in Fashion Business Management par l'ISEM Fashion Business School
- ◆ Programme Innovation Sociale, Durabilité et Réputation des Entreprises de Mode à l'ISEM
- ◆ Candidat au doctorat en créativité appliquée de l'Université de Navarre

M. Justo, Rumén

- ◆ Conseiller en affaires et en entrepreneuriat à l'Université de La Laguna (EmprendeULL)
- ◆ Fondateur de la société de production JR Producciones
- ◆ Cofondateur des start-ups E-MOVE, E-CARS et SENDA ECOWAY
- ◆ PDG de SENDA ECOWAY
- ◆ Mentor accrédité du Réseau de Mentorat d'Espagne à la CEOE
- ◆ Coach Lean chez Olympo Boxes, de la Chambre de commerce de Santa Cruz de Tenerife
- ◆ Diplôme en administration des affaires
- ◆ Máster en PRL par SGS
- ◆ Diplôme de troisième cycle en veille technologique
- ◆ Diplôme de troisième cycle en en Roadmapping à l'UPC
- ◆ Expert en gestion des ressources humaines par l'Université de Vigo

Mme Arroyo Villoria, Cristina

- ◆ Partenaire et directeur de projets et d'entrepreneuriat dans une usine d'industries créatives
- ◆ Planification stratégique, développement commercial et stratégie de communication et de marketing
- ◆ Diplôme en sciences du travail de l'université de Valladolid
- ◆ Master en Direction des RH de l'Ecole de Commerce San Pablo CEU
- ◆ Master en Technologie Éducative de l'École de Commerce Bureau Veritas





Dr Paule Vianez, Jessica

- ◆ Maître de Conférences en Finance / Département d'Économie d'Entreprise de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Doctorat avec mention internationale en Sciences Sociales et Juridiques de l'École Doctorale Internationale de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Diplôme en Finances et Comptabilité de l'Université d'Estrémadure
- ◆ Diplôme d'Administration et de Gestion des Entreprises de l'Université d'Estrémadure
- ◆ Master en Traitement Informatique de l'Information Statistique de l'Université Complutense de Madrid

Mme Gallego Martinez, Ana Belén

- ◆ Consultant indépendant Belen Galmar Accompagnement des entreprisesH
- ◆ Diplôme de droit de l'Université Complutense de Madrid.
- ◆ MBA - Master en Gestion et Administration des Entreprises, spécialisé dans la Gestion Financière de l'Université Camilo José Cela
- ◆ Programme Exécutif en Transformation Numérique École d'organisation industrielle

05

Structure et contenu

Le contenu de ce MBA en gestion d'entreprise créative à TECH est structuré en une série de modules au contenu clair et concis, permettant à l'étudiant d'acquérir facilement toutes les connaissances disponibles. L'étudiant pourra se familiariser avec un domaine totalement innovant tel que la direction d'entreprises créatives, avec des méthodologies et des techniques de gestion avancées applicables au domaine des jeux vidéo.



“

*Vous obtiendrez les postes de direction
que vous souhaitez dans le secteur
grâce aux enseignements de ce diplôme”*

Module 1. Nouvelles industries créatives

- 1.1. Nouvelles industries créatives
 - 1.1.1. De l'industrie culturelle à l'industrie créative
 - 1.1.2. Les industries créatives d'aujourd'hui
 - 1.1.3. Activités et secteurs qui composent les industries créatives
- 1.2. Activités et secteurs qui composent les industries créatives
 - 1.2.1. Contribution
 - 1.2.2. Les moteurs de la croissance et du changement
 - 1.2.3. Perspectives d'emploi dans les industries créatives
- 1.3. Nouveau contexte mondial des industries créatives
 - 1.3.1. Radiographie des industries créatives dans le monde
 - 1.3.2. Sources de financement des industries créatives dans chaque pays
 - 1.3.3. Études de cas: modèles de gestion et politiques publiques
- 1.4. Patrimoine naturel et culturel
 - 1.4.1. Patrimoine historique et culturel
 - 1.4.2. Sous-produits et services des musées, sites archéologiques et historiques et paysages culturels
 - 1.4.3. Patrimoine culturel immatériel
- 1.5. Arts visuels
 - 1.5.1. Arts plastiques
 - 1.5.2. Photographie
 - 1.5.3. Artisanat
- 1.6. Arts du spectacle
 - 1.6.1. Théâtre et danse
 - 1.6.2. Musique et festivals
 - 1.6.3. Fêtes et cirque
- 1.7. Médias audiovisuels
 - 1.7.1. Film, télévision et contenu audiovisuel
 - 1.7.2. Radio, podcasts et contenu audio
 - 1.7.3. Jeux vidéo

- 1.8. Publications actuelles
 - 1.8.1. Littérature, essais et poésie
 - 1.8.2. Maisons d'édition
 - 1.8.3. Presse
- 1.9. Services créatifs
 - 1.9.1. Design et mode
 - 1.9.2. Architecture et aménagement paysager
 - 1.9.3. Publicité
- 1.10. Connexions de l'économie créative ou orange
 - 1.10.1. Modèle en cascade - cercles concentriques
 - 1.10.2. *Spillovers* de créativité, de production et de connaissances
 - 1.10.3. La culture au service de l'économie créative

Module 2. Protection des produits créatifs et immatériels

- 2.1. Protection juridique des actifs incorporels
 - 2.1.1. Propriété intellectuelle
 - 2.1.2. Propriété industrielle
 - 2.1.3. Droit de la publicité
- 2.2. Propriété intellectuelle I
 - 2.2.1. Droit applicable
 - 2.2.2. Aspects et questions pertinents
 - 2.2.3. Cas pratiques
- 2.3. Propriété intellectuelle II
 - 2.3.1. Registre de la propriété intellectuelle
 - 2.3.2. Symboles de réserve de droits et autres moyens de protection
 - 2.3.2. Licences pour la diffusion de contenus
- 2.4. Propriété intellectuelle III
 - 2.4.1. Sociétés de collecte
 - 2.4.2. La Commission de la propriété intellectuelle
 - 2.4.3. Organismes compétents



- 2.5. Propriété industrielle I: marques
 - 2.5.1. Droit applicable
 - 2.5.2. Aspects et questions pertinents
 - 2.5.3. Applications réelles
- 2.6. Propriété industrielle II: dessins et modèles industriels
 - 2.6.1. Droit applicable
 - 2.6.2. Aspects et questions pertinents
 - 2.6.3. Pratique juridique
- 2.7. Propriété industrielle III: brevets et modèles d'utilité
 - 2.7.1. Droit applicable
 - 2.7.2. Aspects et questions pertinents
 - 2.7.3. Étude de cas
- 2.8. Propriété intellectuelle et industrielle: pratique
 - 2.8.1. Propriété intellectuelle vs. propriété industrielle (droit comparé)
 - 2.8.2. Questions pratiques pour la résolution des conflits
 - 2.8.3. Étude de cas: les étapes à suivre
- 2.9. Droit de la publicité I
 - 2.9.1. Droit applicable
 - 2.9.2. Aspects et questions pertinents
 - 2.9.3. Jurisprudence en matière de publicité
- 2.10. Droit de la publicité II
 - 2.10.1. Autorégulation de la publicité
 - 2.10.2. Autosurveillance
 - 2.10.3. Jury de publicité

Module 3. Gestion économique et financière de créatives

- 3.1. La nécessité d'une durabilité économique
 - 3.1.1. La structure financière d'une entreprise créative
 - 3.1.2. La comptabilité dans une entreprise créative
 - 3.1.3. Triple bilan
- 3.2. Revenus et dépenses de l'entreprise créative d'aujourd'hui
 - 3.2.1. Comptabilité analytique
 - 3.2.2. Type de coûts
 - 3.2.3. Répartition des coûts
- 3.3. Les types de bénéfices dans l'entreprise
 - 3.3.1. Marge de contribution
 - 3.3.2. Seuil de rentabilité
 - 3.3.3. Évaluation des alternatives
- 3.4. Investissement dans le secteur de la création
 - 3.4.1. Investissement dans l'industrie créative
 - 3.4.2. Valorisation d'un investissement
 - 3.4.3. La méthode Van: Valeur Actuelle Nette
- 3.5. La rentabilité dans l'industrie créative
 - 3.5.1. Rentabilité économique
 - 3.5.2. Coût-efficacité du temps
 - 3.5.3. Rentabilité financière
- 3.6. La trésorerie: Liquidité et solvabilité
 - 3.6.1. Flux de trésorerie
 - 3.6.2. Bilan et compte de résultat
 - 3.6.3. Liquidation et effet de levier
- 3.7. Formules de financement actuellement sur le marché de la création
 - 3.7.1. Fonds de capital-risque
 - 3.7.2. *Business angels*
 - 3.7.3. Appels à propositions et subventions

- 3.8. La tarification des produits dans l'industrie créative
 - 3.8.1. Fixation des prix
 - 3.8.2. Profit vs. Concours Compétences
 - 3.8.3. Stratégie de fixation des prix
- 3.9. Stratégie de fixation des prix dans le secteur de la création
 - 3.9.1. Types de stratégies de tarification
 - 3.9.2. Avantages
 - 3.9.3. Inconvénients
- 3.10. Budgets opérationnels
 - 3.10.1. Outils de planification stratégique
 - 3.10.2. Éléments inclus dans le budget opérationnel
 - 3.10.3. Élaboration et mise en œuvre du budget opérationnel

Module 4. *futures thinking*: Futures Thinking: comment transformer aujourd'hui en demain?

- 4.1. Méthodologie *futures thinking*
 - 4.1.1. Le *futures thinking*
 - 4.1.2. Avantages de l'utilisation de cette méthodologie
 - 4.1.3. Le rôle du "futuriste" dans l'entreprise créative
- 4.2. Signes de changement
 - 4.2.1. Signes de changement
 - 4.2.2. Identification des signaux de changement
 - 4.2.3. Types de contrats à terme
- 4.3. Types de futurs
 - 4.3.1. Voyage dans le passé
 - 4.3.2. Les quatre types de contrats à terme
 - 4.3.3. Application de la méthodologie *futures thinking* au travail
- 4.4. *Future forecasting*
 - 4.4.1. Recherche de *drivers*
 - 4.4.2. Comment créer une prévision d'avenir?
 - 4.4.3. Comment écrire un scénario futur?

- 4.5. Techniques de stimulation mentale
 - 4.5.1. Passé, avenir et empathie
 - 4.5.2. Faits vs expérience
 - 4.5.3. Voies alternatives
- 4.6. Prospective collaborative
 - 4.6.1. L'avenir comme un jeu
 - 4.6.2. *Roue du futur*
 - 4.6.3. L'avenir selon différentes approches
- 4.7. Des victoires épiques
 - 4.7.1. De la découverte à la proposition d'innovation
 - 4.7.2. La victoire épique
 - 4.7.3. L'équité dans le jeu de l'avenir
- 4.8. Futurs préférés
 - 4.8.1. Le futur préféré
 - 4.8.2. Techniques
 - 4.8.3. Travailler à rebours à partir de l'avenir
- 4.9. De la prédiction à l'action
 - 4.9.1. Images de l'avenir
 - 4.9.2. Les artefacts du futur
 - 4.9.3. Les artefacts du futur
- 4.10. SDGS. Une vision globale et multidisciplinaire de l'avenir
 - 4.10.1. Le développement durable comme objectif mondial
 - 4.10.2. La gestion de la nature par l'homme
 - 4.10.3. Durabilité sociale

Module 5. Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives

- 5.1. L'utilisateur dans le contexte
 - 5.1.1. L'évolution récente du consommateur
 - 5.1.2. L'importance de la recherche
 - 5.1.3. Analyse des tendances
- 5.2. Stratégie avec la personne au centre
 - 5.2.1. La stratégie *human centric*
 - 5.2.2. Clés et bénéfices d'être *human centric*
 - 5.2.3. Les Success Stories
- 5.3. Les données dans la stratégie *human centric*
 - 5.3.1. Les données dans la stratégie *human centric*
 - 5.3.2. La valeur des données
 - 5.3.3. Vue à 36° du client
- 5.4. Implantation de la stratégie *human centric* dans l'industrie créative
 - 5.4.1. Transformation d'informations dispersées en connaissance du client
 - 5.4.2. Analyse des opportunités
 - 5.4.3. Stratégies et initiatives de maximisation
- 5.5. Méthodologie *human centric*
 - 5.5.1. De la recherche au prototypage
 - 5.5.2. De la recherche au prototypage
 - 5.5.3. Outils
- 5.6. *Design Thinking*
 - 5.6.1. Le *design thinking*
 - 5.6.2. Méthodologie
 - 5.6.3. Techniques et outils du *design thinking*
- 5.7. Le positionnement de la marque dans l'esprit de l'utilisateur
 - 5.7.1. Analyse du positionnement
 - 5.7.2. Typologie
 - 5.7.3. Méthodologie et outils

- 5.8. *User insights* dans les entreprises créatives
 - 5.8.1. Les insights et son importance
 - 5.8.2. *Customer journey* et la pertinence du *journey map*
 - 5.8.3. Techniques d'enquête
- 5.9. Profilage des utilisateurs (archétypes *buyer* personne)
 - 5.9.1. Archétypes
 - 5.9.2. *Buyer* personne
 - 5.9.3. Méthodologie d'analyse
- 5.10. Ressources et techniques de recherche
 - 5.10.1 Techniques en contexte
 - 5.10.2 Techniques de visualisation et de création
 - 5.10.3. Techniques de contraste vocal

Module 6. *Creative branding*: communication et gestion créative de la marque

- 6.1. *Brands and branding*
 - 6.1.1. Les marques
 - 6.1.2. Évolution du *branding*
 - 6.1.3. Positionnement, personnalité de la marque, notoriété
- 6.2. Développement de la marque
 - 6.2.1. Marketing mix
 - 6.2.2. Architecture de la marque
 - 6.2.3. Identité de la marque
- 6.3. Expression de la marque
 - 6.3.1. Identité graphique
 - 6.3.2. Expression visuelle
 - 6.3.3. Autres éléments reflétant la marque
- 6.4. Communication
 - 6.4.1. Approches
 - 6.4.2. *Points de contact de la marque*
 - 6.4.3. Techniques et outils de communication



- 6.5. *Contenu de la marque*
 - 6.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
 - 6.5.2. Lessor du contenu de marque
 - 6.5.3. Créer un lien avec le public grâce à des histoires uniques
- 6.6. *Récit visuel*
 - 6.6.1. Analyse de la marque
 - 6.6.2. Concepts publicitaires créatifs
 - 6.6.3. Vente créative
- 6.7. *Expérience client*
 - 6.7.1. *Customer experience (cx)*
 - 6.7.2. *Customer journey*
 - 6.7.3. Alignement de la marque et cx
- 6.8. *Planification stratégique*
 - 6.8.1. Objectifs
 - 6.8.2. Identification des audiences et *insights*
 - 6.8.3. Conception de la stratégie
- 6.9. *Performance*
 - 6.9.1. *Le briefing*
 - 6.9.2. Tactiques
 - 6.9.3. Plan de production
- 6.10. *Évaluation*
 - 6.10.1. Ce qu'il faut évaluer
 - 6.10.2. Comment évaluer (outils de mesure)
 - 6.10.3. Communication des résultats

Module 7. Leadership et innovation dans les industries créatives

- 7.1. La créativité appliquée à l'industrie
 - 7.1.1. Expression créative
 - 7.1.2. Ressources créatives
 - 7.1.3. Techniques de création
- 7.2. La nouvelle culture de l'innovation
 - 7.2.1. Le contexte de l'innovation
 - 7.2.2. Pourquoi l'innovation échoue
 - 7.2.3. Théories académiques
- 7.3. Dimensions et leviers de l'innovation
 - 7.3.1. Les plans ou dimensions de l'innovation
 - 7.3.2. Attitudes à l'égard de l'innovation
 - 7.3.3. Entrepreneuriat et technologie
- 7.4. Contraintes et obstacles à l'innovation dans l'industrie créative
 - 7.4.1. Contraintes personnelles et de groupe
 - 7.4.2. Contraintes sociales et organisationnelles
 - 7.4.3. Contraintes industrielles et technologiques
- 7.5. Innovation fermée et innovation ouverte
 - 7.5.1. De l'innovation fermée à l'innovation ouverte
 - 7.5.2. Pratiques pour la mise en œuvre de l'innovation ouverte
 - 7.5.3. Expériences d'innovation ouverte dans les entreprises
- 7.6. Modèles d'entreprise innovants dans les IICC
 - 7.6.1. Modèles d'entreprise innovants dans les IICC
 - 7.6.2. Étude de cas
 - 7.6.3. La révolution du secteur
- 7.7. Diriger et gérer une stratégie d'innovation
 - 7.7.1. Favoriser l'adoption
 - 7.7.2. Diriger le processus
 - 7.7.3. *Cartes de portefeuille*

- 7.8. Financer l'innovation
 - 7.8.1. Directeur financier: investisseur en capital-risque
 - 7.8.2. Financement dynamique
 - 7.8.3. Relever les défis
- 7.9. Hybridation: innover dans l'économie créative
 - 7.9.1. Intersection de secteurs
 - 7.9.2. Générer des solutions disruptives
 - 7.9.3. L'effet Médecis
- 7.10. Nouveaux écosystèmes créatifs et innovants
 - 7.10.1. Créer des environnements innovants
 - 7.10.2. La créativité comme mode de vie
 - 7.10.3. Icosystèmes

Module 8. La transformation numérique dans l'industrie créative

- 8.1. *Digital future* de l'industrie créative
 - 8.1.1. La transformation numérique
 - 8.1.2. Situation du secteur et comparaison
 - 8.1.3. Les défis à venir
- 8.2. Quatrième révolution industrielle
 - 8.2.1. La révolution industrielle
 - 8.2.2. Application
 - 8.2.3. Impacts
- 8.3. Les catalyseurs numériques de la croissance
 - 8.3.1. Efficacité, accélération et amélioration des opérations
 - 8.3.2. Transformation numérique continue
 - 8.3.3. Solutions et services pour les industries créatives
- 8.4. L'application du big data à l'entreprise
 - 8.4.1. Valeur des données
 - 8.4.2. Les données dans la prise de décision
 - 8.4.3. *Une entreprise axée sur les données*
- 8.5. Technologie cognitive
 - 8.5.1. IA et interaction numérique
 - 8.5.2. IoT et robotique
 - 8.5.3. Autres pratiques numériques
- 8.6. Utilisations et applications de la technologie *blockchain*
 - 8.6.1. *Blockchain*
 - 8.6.2. Valeur pour le secteur IICC
 - 8.6.3. Polyvalence des transactions
- 8.7. L'omni-canal et le développement du transmédia
 - 8.7.1. Impact sur le secteur
 - 8.7.2. Analyse du défi
 - 8.7.3. Évolution
- 8.8. Écosystèmes entrepreneuriaux
 - 8.7.1. Le rôle de l'innovation et le *venture capital*
 - 8.7.2. L'éco-système *start-up* les acteurs qui le composent
 - 8.7.3. Comment maximiser la relation entre l'agent créatif et les *start-up*?
- 8.9. Nouveaux modèles commerciaux perturbateurs
 - 8.9.1. Basé sur le marketing (plateformes et *marketplaces*)
 - 8.9.2. Basé sur la prestation de service (modèles *freemium*, *premium* ou souscription)
 - 8.9.3. Basé sur la communauté (à travers le *crowdfunding*, *redes sociales* o *blogs*)
- 8.10. Méthodologies pour promouvoir la culture de l'innovation dans l'industrie créative
 - 8.10.1. Stratégie d'innovation Océan Bleu
 - 8.10.2. Stratégie de l'Innovation de *lean start-up*
 - 8.10.3. Stratégie d'innovation agile

Module 9. Nouvelles stratégies de marketing Numérique

- 9.1. Technologie et publics
 - 9.1.1. La stratégie numérique et les différences entre les types d'utilisateurs
 - 9.1.2. Le public cible, les facteurs d'exclusion et les générations
 - 9.1.3. Le *Ideal Customer Profile* (ICP) et le *buyer persona*
- 9.2. Analyse numérique pour le diagnostic
 - 9.2.1. L'analyse en amont de la stratégie numérique
 - 9.2.2. Moment 0
 - 9.2.3. KPI et métriques, typologies, classification selon les méthodologies
- 9.3. *E-entertainment*: l'impact du e-commerce dans l'industrie du divertissement
 - 9.3.1. E-commerce, typologie et plateformes
 - 9.3.2. L'importance de la conception de sites web: UX et UI
 - 9.3.3. Optimisation de l'espace en ligne: exigences minimales
- 9.4. *Médias sociaux et marketing d'influence*
 - 9.4.1. Impact et évolution du marketing de réseau
 - 9.4.2. Persuasion, contenu clé et actions virales
 - 9.4.3. Planification de campagnes de marketing social et d' influencer marketing
- 9.5. *Mobile marketing*
 - 9.5.1. *Utilisateur mobile*
 - 9.5.2. Web mobile et Apps
 - 9.5.3. Actions de *mobile marketing*
- 9.6. La publicité dans les environnements en ligne
 - 9.6.1. La publicité en RRSS et les objectifs des *Social Ads*
 - 9.6.2. L'entonnoir de conversion ou *purchase funnel*: categories
 - 9.6.3. Plateformes de *Social Ads*
- 9.7. La méthodologie *Inbound Marketing*
 - 9.7.1. *Social Selling*, piliers fondamentaux et stratégie
 - 9.7.2. La plateforme de CRM dans une stratégie digitale
 - 9.7.3. L' *Inbound Marketing* ou marketing d'attraction: action et SEO

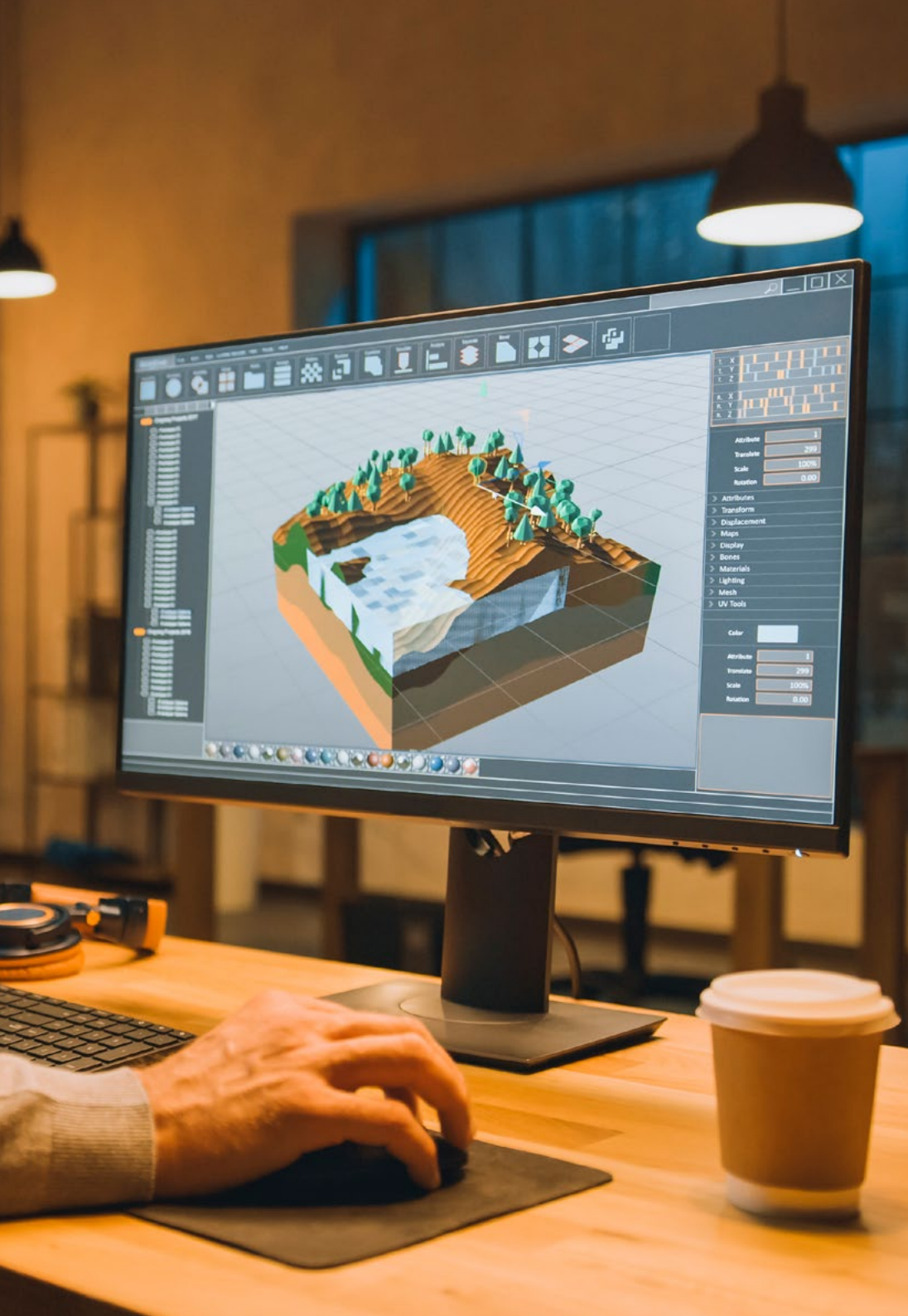
- 9.8. Automatisation du marketing
 - 9.8.1. Email Marketing et typologie d'emails
 - 9.8.2. Automatisation du de l' email marketing, applications, plateformes et avantages
 - 9.8.3. L'émergence du *Bot & Chatbot Marketing*: typologie et plateformes
- 9.9. Outils de gestion des données
 - 9.9.1. CRM en stratégie numérique, typologies et applications, plateformes et tendances
 - 9.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* et *Business Intelligence*
 - 9.9.3. *Big data*, l'intelligence artificielle et la *Data Science*
- 9.10. Mesurer le rapport coût-efficacité
 - 9.10.1. ROI: la définition du retour sur investissement et ROI vs. ROA
 - 9.10.2. Optimiser le retour sur investissement
 - 9.10.3. Chiffres clés

Module 10. L'esprit d'entreprise dans les industries créatives

- 10.1. Le projet entrepreneurial
 - 10.1.1. Entrepreneuriat, types et cycle de vie
 - 10.1.2. Profil de l'entrepreneur
 - 10.1.3. Sujets d'intérêt pour l'esprit d'entreprise
- 10.2. Leadership personnel
 - 10.2.1. Conscience de soi
 - 10.2.2. Compétences entrepreneuriales
 - 10.2.2. Développement des compétences et des capacités de leadership entrepreneurial
- 10.3. Identification des possibilités d'innovation et d'entrepreneuriat
 - 10.3.1. Analyse des mégatendances et des forces concurrentielles
 - 10.3.2. Comportement des consommateurs et estimation de la demande
 - 10.3.3. Évaluation de l'opportunité commerciale
- 10.4. Génération d'idées commerciales dans l'industrie créative
 - 10.4.1. Outils pour la génération d'idées: *brainstorming*, mappes mentales, *drawstorming*, etc.
 - 10.4.2. Conception de la proposition de valeur: canvas, 5 w
 - 10.4.3. Élaboration de la proposition de valeur

- 10.5. Prototypage et validation
 - 10.5.1. Développement de prototypes
 - 10.5.2. Validation
 - 10.5.3. Ajustements du prototypage
- 10.6. Conception du modèle commercial
 - 10.6.1. Le modèle d'entreprise
 - 10.6.2. Méthodologies pour la création de modèles d'entreprise
 - 10.6.3. Conception du modèle commercial de l'idée proposée
- 10.7. Direction de l'équipe
 - 10.7.1. Profils d'équipe en fonction des tempéraments et de la personnalité
 - 10.7.2. Compétences de chef d'équipe
 - 10.7.3. Méthodes de travail en équipe
- 10.8. Marchés culturels
 - 10.8.1. Nature des marchés culturels
 - 10.8.2. Types de marchés culturels
 - 10.8.3. Identification des marchés culturels locaux
- 10.9. Plan marketing et *Branding* personnel
 - 10.9.1. Projection du projet personnel et entrepreneurial
 - 10.9.2. Plan stratégique à court et moyen terme
 - 10.9.3. Variables pour mesurer le succès
- 10.10. Pitch de vente
 - 10.10.1. Présentation du projet aux investisseurs
 - 10.10.2. Présentation du projet aux investisseurs
 - 10.10.3. Développer des compétences de communication efficaces





“

*Une expérience académique
qui sera fondamentale
pour améliorer votre
formation dans ce domaine
professionnel”*

06

Méthodologie

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

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

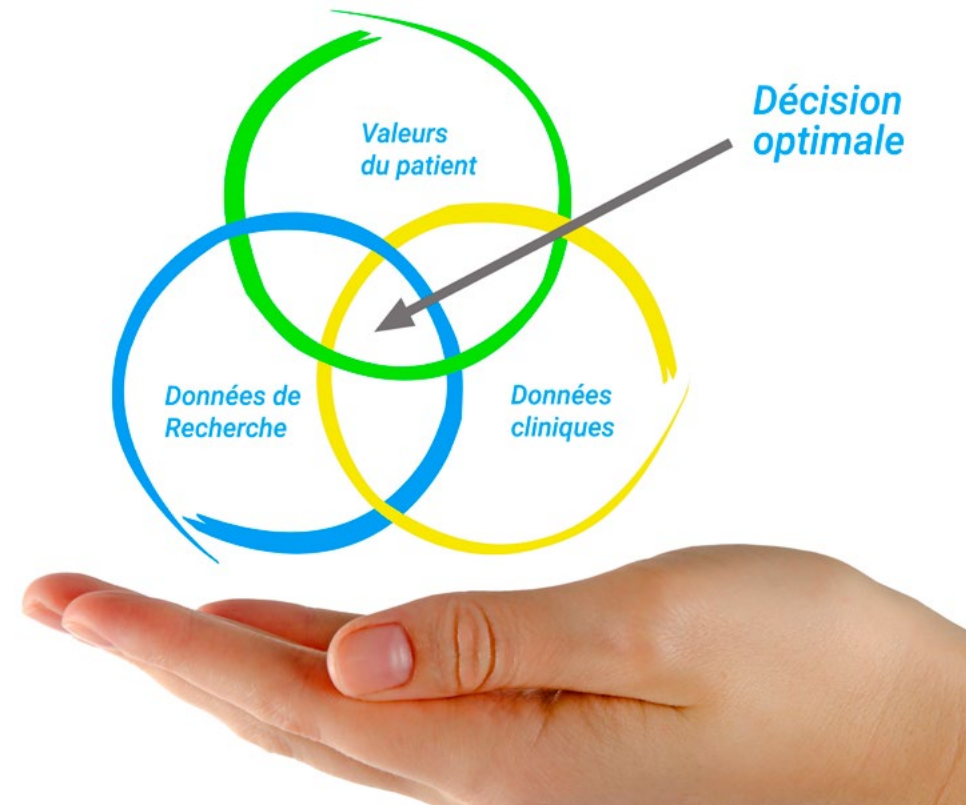
Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

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

“

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



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“

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

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

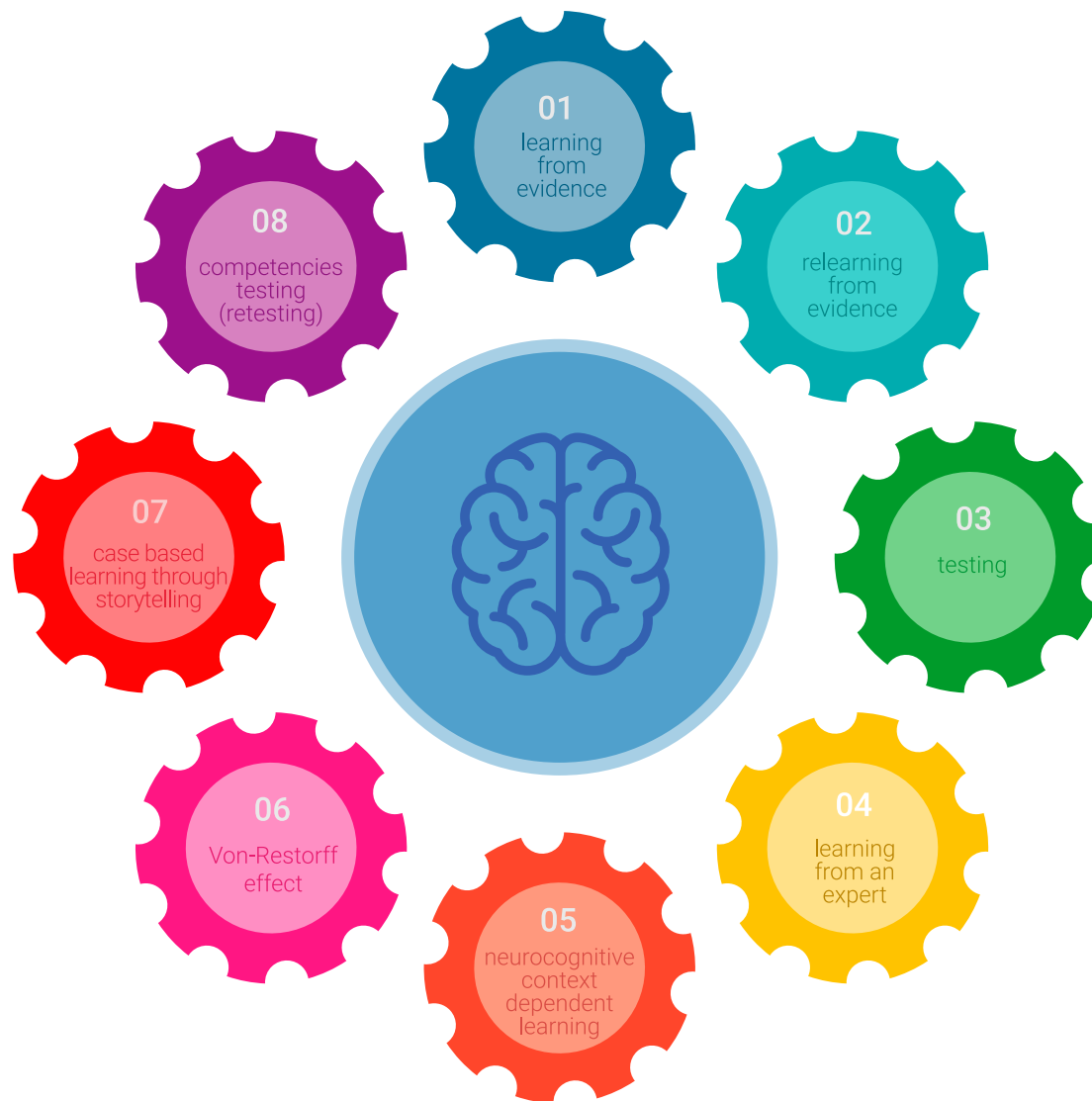
Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Pendant 4 ans, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.



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

Notre université est actuellement université hispanophone à posséder la licence l'autorisant à utiliser la méthode d'apprentissage Relearning. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.

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

Le Relearning vous permettra d'apprendre 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.

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

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



Dans ce programme, vous aurez accès aux meilleurs supports pédagogiques élaborés spécialement pour vous:



Support d'étude

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

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



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et génère de la confiance pour les futures décisions difficiles.



Pratique des aptitudes et des compétences

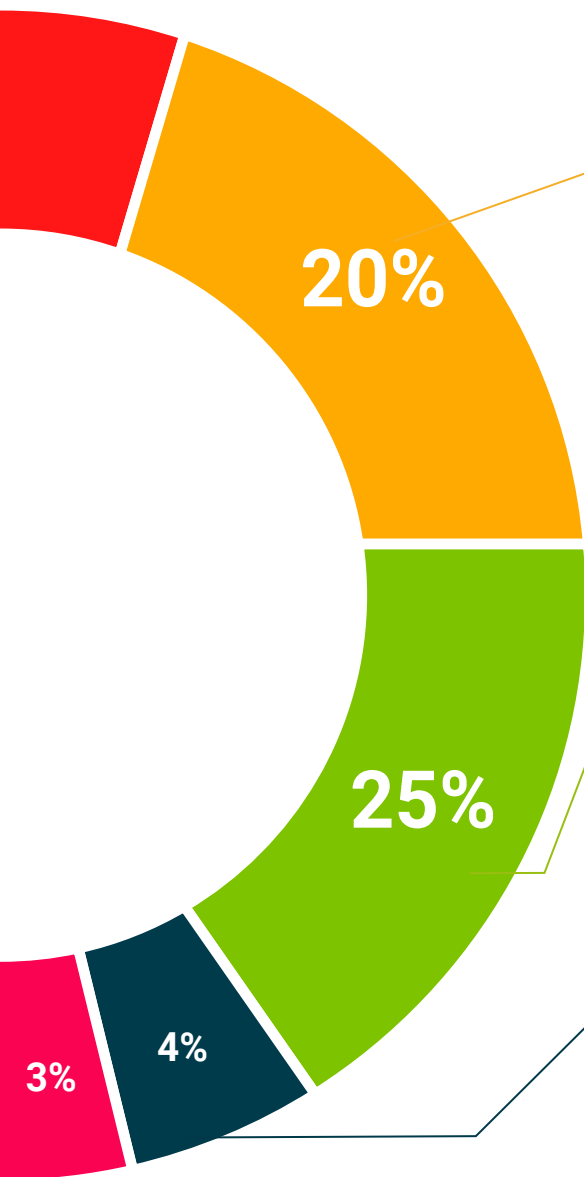
Vous réaliserez des activités de développement des compétences et des compétences spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Bibliographie complémentaire

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





Case Studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

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

Ce système unique de formation à la présentation de contenus multimédias a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation: vous pouvez ainsi constater vos avancées et savoir si vous avez atteint vos objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Créatives vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Mastère Spécialisé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Créatives** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Spécialisé** par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Créatives**

N.º d'heures Officielles: **1.500 h.**



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

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé
MBA en Direction
d'Entreprises Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

MBA en Direction d'Entreprises Créatives

