

# Executive Mastère Conseil en Affaires

M C A



**tech** université  
technologique



## Executive Mastère Conseil en Affaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé a: Diplômés, licenciés, ingénieurs, architectes et équivalents, ayant déjà entamé une carrière professionnelle en tant que consultant.

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-conseil-affaires](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-conseil-affaires)

# Sommaire

01

Accueil

---

*page 4*

02

Pourquoi étudier chez TECH?

---

*page 6*

03

Pourquoi notre programme?

---

*page 10*

04

Objectifs

---

*page 14*

05

Compétences

---

*page 20*

06

Structure et contenu

---

*page 24*

07

Méthodologie

---

*page 40*

08

Profil de nos étudiants

---

*page 48*

09

Direction de la formation

---

*page 52*

10

Impact sur votre carrière

---

*page 58*

11

Avantages pour votre  
entreprise

---

*page 62*

12

Diplôme

---

*page 66*

# 01

# Accueil

La mondialisation et les multiples avancées technologiques ont engendré un changement des modèles d'entreprise traditionnels. Le conseil aux entreprises se fonde sur l'analyse de la situation d'une entreprise, en obtenant une vision globale qui permet de traiter chaque domaine de manière indépendante et de garantir son évolution future. Il est donc nécessaire de disposer de professionnels capables de réaliser cette analyse et de s'adapter aux nouvelles tendances du marché. Au terme de ce programme, un expert en affaires recevra les outils qui lui permettront de comprendre la réalité actuelle des entreprises et de se spécialiser dans le domaine, pouvant ainsi accéder à de nouvelles options professionnelles, comme le directeur d'un portefeuille d'investissements ou la personne chargée de réaliser les plans de communication d'une entreprise.



Executive Mastère en Conseil en Affaires.  
TECH Université Technologique



“

*Consolidez vos compétences professionnelles et développez une carrière réussie dans le secteur du conseil aux entreprises en vous inscrivant à un programme actualisé développé par un corps enseignant ayant une grande expérience dans de grands postes de conseil”*

02

# Pourquoi étudier à TECH?

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



“

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

## À TECH Université Technologique



### Innovation

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

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



### Les plus hautes exigences

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

**95%**

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



### Networking

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

**+100.000**

dirigeants formés chaque année

**+200**

nationalités différentes



### Empowerment

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

**+500**

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



### Talents

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

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



### Contexte Multiculturel

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

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.



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



### Analyse

---

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



### Excellence académique

---

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



### Économie d'échelle

---

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



### Apprenez auprès des meilleurs

---

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



*À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”*

03

# Pourquoi notre programme?

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

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



A black and white close-up portrait of a middle-aged man with short hair, smiling broadly, showing his teeth. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape on the right side of the page.

“

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

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

01

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

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

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

02

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

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

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

03

### Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

### Vous assumerez de nouvelles responsabilités

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

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

05

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

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

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

06

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

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

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

07

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

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

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

08

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

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

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

# 04

# Objectifs

Ce Executive Mastère a été conçu pour aider les experts en affaires à se spécialiser dans le conseil, en développant de nouvelles compétences professionnelles pour une carrière réussie dans le secteur. À l'issue du programme, l'étudiant sera prêt à relever de nouveaux défis au sein d'une entreprise ou à lancer un projet indépendant, en fournissant des services à l'industrie. De cette manière, ils contribueront au développement économique de la société.



“

*L'objectif de ce Executive Mastère est d'exposer la réalité du conseil aujourd'hui, en vous permettant de comprendre cet environnement et de vous spécialiser afin de diriger une équipe d'investissement engagée dans l'avenir de l'entreprise"*

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.  
Ils travaillent ensemble pour les atteindre**

Le **Executive Mastère en Conseil en Affaires** vous permettra de:

01

Apprendre les types de services fournis dans le conseil aux entreprises en fonction des tendances, des perturbations commerciales et technologiques et des besoins de changement et d'adaptation exigés par les entreprises

04

Comprendre les éléments d'une structure et d'une méthodologie d'analyse d'un secteur industriel, ou d'une entreprise. Comprendre les sources de la concurrence, la chaîne d'approvisionnement, les clients, les substituts potentiels ou les obstacles à l'entrée des entreprises

02

Acquérir une vision complète de la réalité des entreprises de conseil aux entreprises, comment elles sont organisées, comment elles fournissent leurs services, de quels professionnels elles ont besoin pour développer leurs services, quels types de projets elles réalisent et comment elles les réalisent d'un point de vue méthodologique

03

Comprendre le processus général de planification stratégique et la manière dont il apporte une valeur ajoutée aux organisations

05

Fournir aux étudiants les connaissances essentielles sur l'importance et les effets de la dette, ainsi que sur les alternatives au financement bancaire et les particularités des processus de refinancement, si actuels de nos jours





06

Connaître les outils d'évaluation et les principaux moteurs de la création de valeur dans l'entreprise

08

Du plus général au plus particulier, l'étudiant apprendra à différencier la stratégie de l'entreprise et la manière de la mettre en œuvre dans son fonctionnement



09

Connaître les techniques et les méthodologies pour le développement de projets liés à l'analyse et à l'amélioration et à la transformation des processus, en détaillant des aspects tels que l'optimisation, la numérisation et la robotisation des processus par la technologie, en introduisant des aspects tels que le process mining, le activity mining et la robotisation

07

Comprendre les possibilités de lever des fonds sur les marchés des capitaux et les implications des opérations de fusion et d'acquisition des entreprises

10

Comprendre à quoi ressemble un processus de vente général dans le domaine du conseil

11

Identifier les différents types d'entreprises en termes de modèle organisationnel

12

Comprendre comment la fonction financière est organisée dans les entreprises, et quels modèles opérationnels existent dans les organisations commerciales





13

Comprendre le concept souvent mal compris d'innovation

14

Analyser le nouveau rôle de la technologie dans les affaires, les nouvelles tendances et leur application directe à l'aide de cas réels spécifiques

# 05

# Compétences

Ce Executive Mastère prépare les étudiants à améliorer leurs compétences et à devenir des consultants d'affaires experts, en renforçant leurs capacités à prendre des décisions qui stimulent les résultats d'une entreprise. Ils pourront faire avancer leur carrière et évoluer dans une organisation en tant que CFO (*Chief Financial Officer*) ou prendre les rênes de leur profession et se lancer comme CEO (*Chief Executive Officer*) de leur propre entreprise. Tout cela, grâce à un programme stimulant et actualisé, disponible en mode en ligne.





“

*Un consultant en entreprise est un expert dans son secteur, capable de conseiller et de prendre des décisions basées sur la logique et les données empiriques”*

01

Améliorer les compétences pour écouter activement les besoins de l'entreprise, en comprenant toutes les parties impliquées dans l'entreprise

02

Développer la capacité à impliquer les membres clés de l'organisation sans perturber leurs fonctions quotidiennes

03

Atteindre des objectifs réels et effectuer une analyse dynamique entre l'entreprise et ses clients

04

Améliorez vos compétences en communication pour exprimer vos idées avec clarté

05

Utiliser correctement les canaux d'investissement (propres et tiers), pour inclure les nouvelles technologies dans une entreprise



06

Comprendre les fonctions financières et les modèles opérationnels qui existent en leur sein

08

Proposer des alternatives valables pour l'entreprise et son environnement, sans oublier la qualité innovante, utile, pratique et concrète



09

Être capable de gérer tout projet de transformation technologique

07

Utiliser et extraire des informations analytiques pour appuyer leurs propositions et leurs recherches

10

Être capable de décomposer le travail en phases, activités et tâches afin de respecter les délais fixés par le client

# 06

## Structure et contenu

Le Executive Mastère en Conseil en Affaires est un programme entièrement en ligne. Les professionnels et les chefs d'entreprise qui souhaitent se spécialiser dans ce domaine n'auront pas à interrompre leurs activités quotidiennes pour assister à une session universitaire. Il leur appartiendra donc de déterminer le moment et le lieu où ils pourront assumer la charge de cours. Pendant 12 mois, ils bénéficieront d'une expérience unique et stimulante qui servira de base à leur réussite dans le monde des affaires.





“

*Vous voulez franchir une étape supplémentaire dans votre carrière? Devenir un prestigieux Directeur administratif et financier? Alors ce programme est pour vous. Inscrivez-vous maintenant et accédez au syllabus le plus complet du marché”*

## Programme d'études

Il arrive souvent que des entreprises contactent des consultants professionnels pour obtenir des informations qui les aideront à améliorer leurs stratégies de vente, leurs plans de communication ou leurs projections annuelles. C'est pourquoi ce poste est devenu si demandé de nos jours, faisant d'un programme tel que ce Executive Mastère en Conseil en Affaires de TECH Université Technologique une référence pour toutes les personnes intéressées par ce domaine.

Le contenu que les étudiants trouveront dans ce Executive Mastère en Conseil en Affaires, est conçu pour promouvoir leurs compétences managériales et pour prendre des décisions qui bénéficient à toute entreprise, en tenant compte d'un critère analytique qui soutient tout plan de développement.

Ainsi, tout au long des 1.500 heures de formation, l'étudiant aura accès à de multiples études de cas présentées par des experts du secteur. Apprendre les bases fondamentales de ce secteur, comme le type de services fournis dans le conseil aux entreprises, en tenant compte des tendances et des domaines sociaux.

Un plan conçu pour l'amélioration professionnelle des étudiants et qui les préparera à atteindre l'excellence dans le domaine du Conseil en Affaires. Grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances du marché, ce syllabus est adapté aux besoins des professionnels, présentant un mode entièrement en ligne.

Ce Executive Mastère se déroule sur 12 mois et est divisé en 10 modules:

<b>Module 1</b>	Le conseil aux entreprises et le rôle du consultant
<b>Module 2</b>	Stratégie
<b>Module 3</b>	<i>Corporate Finance</i> et M&A
<b>Module 4</b>	Opérations, processus et efficacité
<b>Module 5</b>	Marketing et ventes dans le secteur du conseil
<b>Module 6</b>	Organisation, personnel et culture organisationnelle
<b>Module 7</b>	La fonction financière
<b>Module 8</b>	Innovation
<b>Module 9</b>	Technologie et numérisation
<b>Module 10</b>	Gestion intégrée des projets

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

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Spécialisé en Conseil en Affaires entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de formation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

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



**Module 1. Le conseil aux entreprises et le rôle du consultant**

**1.1. La réalité commerciale à laquelle s'adresse le conseil aux entreprises**

- 1.1.1. Classification des entreprises
- 1.1.2. Structure de l'entreprise
- 1.1.3. Avantages concurrentiels et survie des entreprises

**1.2. Évolution, changement et transformation**

- 1.2.1. Environnement perturbateur
- 1.2.2. Leviers de transformation
- 1.2.3. Accélérateurs de changement

**1.3. Types de services de conseil**

- 1.3.1. Services de conseil
- 1.3.2. Services spécifiques de conseil aux entreprises
- 1.3.3. Une vue du consulting par secteur d'activité

**1.4. Intégration du conseil aux entreprises à d'autres services professionnels**

- 1.4.1. Audits
- 1.4.2. Fiscalité / Juridique
- 1.4.3. Risque et conformité
- 1.4.4. Technologie
- 1.4.5. Opérations

**1.5. Conseil interne ou externe**

- 1.5.1. Perspectives et champs d'action
- 1.5.2. Raisons du choix
- 1.5.3. Capacités et accélérateurs

**1.6. Typologie des entreprises fournissant des services de conseil**

- 1.6.1. Sociétés de conseil par domaine de prestation de services
- 1.6.2. Cabinets de conseil spécialisés
- 1.6.3. Aperçu graphique et tendances du marché

**1.7. Rôles, aptitudes et compétences du consultant**

- 1.7.1. Rôles et compétences
- 1.7.2. Compétences

**1.8. Modalités de recrutement**

- 1.8.1. "Projet fermé"
- 1.8.2. *Time & Materials*
- 1.8.3. Sous-traitance et *Bodyshopping*
- 1.8.4. Autres modalités

**1.9. Mise en œuvre: les phases du consulting**

- 1.9.1. Préparation
- 1.9.2. Analyse et diagnostique
- 1.9.3. Plan d'action
- 1.9.4. Application ou mise en œuvre
- 1.9.5. Terminaison
- 1.9.6. Autres concepts et modalités: co-définition, "agile"

**1.10. Organisation d'une société de conseil**

- 1.10.1. Adresse
- 1.10.2. Secteurs
- 1.10.3. Fonctions
- 1.10.4. Par vision géographique du champ d'application: mondial

**Module 2. Stratégie**

<b>2.1. La stratégie</b> 2.1.1. Éléments ou composantes de la stratégie d'entreprise 2.1.1.1. Les phases de la réflexion stratégique 2.1.1.2. Ambition vs. Ex-stratégie 2.1.2. Environnement concurrentiel et analyse sectorielle 2.1.2.1. Concepts et méthodes 2.1.2.2. Différenciateurs 2.1.3. Les phases d'une stratégie 2.1.3.1. Les étapes clés de la gestion stratégique des entreprises	<b>2.2. Le cycle stratégique</b> 2.2.1. Éléments de la planification stratégique 2.2.1.1. Analyse sectorielle 2.2.1.2. Le diagnostic 2.2.1.3. La projection 2.2.1.4. Choix stratégiques 2.2.2. Définition et mise en œuvre de la stratégie 2.2.3. Le processus de révision de la stratégie: analyse et considérations	<b>2.3. L'analyse sectorielle - Les 5 forces de Porter</b> 2.3.1. Concurrents 2.3.1.1. Analyse de la concurrence 2.3.1.2. Source de différenciation 2.3.2. Fournisseurs 2.3.2.1. Analyse des principaux fournisseurs 2.3.2.2. Les fournisseurs sont essentiels pour l'entreprise 2.3.2.3. Alternatives et pouvoir de négociation. Business vs. Fournisseur	2.3.3. Clients 2.3.3.1. Analyse de la clientèle 2.3.3.2. Le processus d'achat et les modèles de décision 2.3.4. Substituts 2.3.4.1. Produits, services ou solutions de rechange pour les clients 2.3.4.2. Positionnement des alternatives sur le marché 2.3.5. Obstacles à l'entrée 2.3.5.1. Analyse des barrières à l'entrée en relation avec l'entreprise
<b>2.4. Diagnostic organisationnel</b> 2.4.1. La différenciation concurrentielle. Analyse du portefeuille de produits et de services 2.4.2. Analyse de la rentabilité, des forces et des faiblesses. Analyse des capacités sur les principaux marchés	<b>2.5. Projection stratégique</b> 2.5.1. Prévisions de marché et macroéconomiques 2.5.1.1. Macroéconomie et comportement sectoriel dans les cycles économiques 2.5.2. Le cas de base 2.5.2.1. Analyse de la situation dans le cas de non action 2.5.2.2. Projection d'un cas de base 2.5.2.3. Remise en cause des condamnations	2.5.3. Analyser les tendances du marché 2.5.3.1. Tendances du secteur 2.5.3.2. Tendances géographiques 2.5.3.3. Innovation 2.5.4. Construction de scénarios 2.5.4.1. Hypothèses d'entrée du scénario 2.5.4.2. Modélisation de scénarios 2.5.4.3. Le <i>Stress-test</i> des scénarios. Résilience stratégique	<b>2.6. Choix stratégiques</b> 2.6.1. Créer un portefeuille d'initiatives 2.6.1.1. Croissance des activités principales 2.6.1.2. Expansion internationale 2.6.1.3. Nouvelles sources de croissance 2.6.1.4. Améliorations opérationnelles 2.6.2. Hiérarchisation des initiatives 2.6.2.1. Mesurer l'impact 2.6.2.2. Comprendre les besoins en ressources 2.6.2.3. Matrices de priorisation
2.6.3. Le choix de la stratégie 2.6.3.1. Formulation stratégique <i>Top-down</i> 2.6.3.2. Communication 2.6.3.3. Mesure	<b>2.7. Lancement, mise en œuvre et examen d'une stratégie</b> 2.7.1. Lancement de la stratégie 2.7.1.1. Lancement d'un programme stratégique 2.7.1.2. La structure du plan stratégique et ses initiatives 2.7.1.3. Les responsables des initiatives 2.7.1.4. Les objectifs de la stratégie et les initiatives	2.7.2. Le bureau de la stratégie 2.7.2.1. L'équipe d'un bureau de stratégie 2.7.2.2. Suivi de la mise en œuvre de la stratégie, du modèle de gouvernance 2.7.2.3. Les éléments d'une mise en œuvre réussie de la stratégie 2.7.3. L'examen stratégique 2.7.3.1. Environnements VUCA 2.7.3.2. Le processus de révision de la stratégie	<b>2.8. Le management et son rôle dans la stratégie</b> 2.8.1. Le rôle du top management dans la prise de décision stratégique 2.8.1.1. Le rôle du PDG 2.8.1.2. Le rôle de la ligne de front N-1 2.8.1.3. Le rôle du <i>Middle Management</i> 2.8.2. L'organisation 2.8.2.1. Alignement stratégique de l'organisation 2.8.3. La culture et son importance dans la mise en œuvre de la stratégie
<b>2.9. Expansion internationale</b> 2.9.1. Avantages des multinationales 2.9.1.1. Economies d'échelle 2.9.1.2. La projection internationale comme base de différenciation 2.9.1.3. Gestion globale des risques	2.9.2. Expansion sur d'autres marchés 2.9.2.1. Expansion de l'activité principale vers d'autres marchés 2.9.2.2. Formes d'entrée sur d'autres marchés 2.9.2.3. Lieu des activités 2.9.3. Modèles d'organisation et d'expansion	<b>2.10. La croissance inorganique comme source de valeur</b> 2.10.1. Stratégie d'entreprise Stratégie super compétitive des diplômés 2.10.1.1. Principales sources de valeur d'une stratégie d'entreprise 2.10.1.2. Croissance inorganique et organique	2.10.2. Croissance inorganique vs. Croissance organique 2.10.2.1. Les synergies comme source de valeur pour une stratégie d'entreprise par rapport à la croissance organique vs. Gestion de portefeuille 2.10.3. Évaluer le succès ou l'échec des modèles de croissance

**Module 3. Corporate Finance et M&A**

**3.1. Corporate finance**

- 3.1.1. Analyse financière. NOF, WC, Ratios d'exploitation, financiers et de rentabilité
- 3.1.2. Croissance durable ou sans financement supplémentaire
- 3.1.3. Analyse de DuPont ou ROE

**3.2. La valeur temporelle de l'argent**

- 3.2.1. Valeur temporelle de l'argent
- 3.2.2. Types de *Cash flows*
- 3.2.3. Taux d'actualisation et rentabilité
- 3.2.4. Flux de trésorerie actualisés

**3.3. Évaluation d'entreprises et de projets d'investissement**

- 3.3.1. Évaluation de l'entreprise
- 3.3.2. Outils pour l'analyse et l'évaluation des projets d'investissement: VAN, TIR et *Payback*
- 3.3.3. Méthodes d'évaluation des actions
- 3.3.4. Valorisation à l'aide de multiplicateurs
- 3.3.5. Évaluation DCF
- 3.3.6. Aspects avancés et singularités en matière d'évaluation

**3.4. Décisions de financement**

- 3.4.1. Coût et effets de la dette
- 3.4.2. Le montant de la dette à emprunter
- 3.4.3. Type de dette
- 3.4.4. Instruments de financement bancaire

**3.5. Alternatives au financement bancaire**

- 3.5.1. L'importance de la diversification
- 3.5.2. *Direct Lending*
- 3.5.3. Financement participatif

**3.6. Refinancement de la dette**

- 3.6.1. Processus de refinancement
- 3.6.2. Indicateur Bancaire de Référence
- 3.6.3. Accord de refinancement
- 3.6.4. Approbation judiciaire

**3.7. Marchés des capitaux**

- 3.7.1. Marchés d'actions
- 3.7.2. Marché des prêts syndiqués
- 3.7.3. Marchés obligataires
- 3.7.4. Marchés de capitaux hybrides
- 3.7.5. Marchés des changes
- 3.7.6. Produits dérivés
- 3.7.7. *Project Finance*

**3.8. Fusions et acquisitions (M&A)**

- 3.8.1. Principales raisons des fusions et acquisitions
- 3.8.2. À quoi ressemble un processus de fusion et d'acquisition
- 3.8.3. Structures de financement dans les processus de fusion et d'acquisition (M&A)

**3.9. Due diligence financier**

- 3.9.1. Principes fondamentaux du DD financier (Due Diligence)
- 3.9.2. Examen du compte de résultat
- 3.9.3. Examen du bilan
- 3.9.4. Examen des *Cash Flows*
- 3.9.5. Aspects pertinents du processus

**3.10. Private Equity et Venture Capital**

- 3.10.1. Types d'investissement en PE
- 3.10.2. Instrumentation et financement des transactions de PE
- 3.10.3. Mécanismes de rémunération de la direction et structuration du *Equity*

**Module 4. Opérations, processus et efficacité****4.1. Les opérations**

- 4.1.1. Stratégie vs. Opérations
- 4.1.2. Les acteurs des opérations

**4.2. La structure des opérations**

- 4.2.1. Séquence des activités
- 4.2.2. Chaîne de conception
- 4.2.3. Chaîne de valeur
- 4.2.4. Chaîne de services

**4.3. Les variables de l'opération**

- 4.3.1. Variables d'opération
- 4.3.2. Analyse des processus
- 4.3.3. Analyse des flux

**4.4. Autres considérations sur les variables de fonctionnement**

- 4.4.1. Ressources humaines
- 4.4.2. Analyse des systèmes d'information
- 4.4.3. Résolution des conflits

**4.5. Processus d'entreprise**

- 4.5.1. Aperçu du processus
- 4.5.2. *Frontoffice*
- 4.5.3. *Backoffice*

**4.6. Le processus opérationnel par excellence: la chaîne d'approvisionnement**

- 4.6.1. La chaîne d'approvisionnement
- 4.6.2. Les défis de la chaîne d'approvisionnement
- 4.6.3. Solutions d'exploitation

**4.7. Efficacité des processus**

- 4.7.1. Processus critiques
- 4.7.2. Identification des domaines à améliorer
- 4.7.3. Indicateurs de mesure de l'efficacité

**4.8. Optimisation, numérisation et transformation des processus**

- 4.8.1. *Business process management (BPM)*
- 4.8.2. Processus d'exploration (*Process Mining*)
- 4.8.3. (Exploration de tâches) (*Task Mining*)
- 4.8.4. Automatisation des processus (RPA)

**4.9. Stratégies d'externalisation et de centralisation des processus**

- 4.9.1. BPO vs. CSC dans les processus
- 4.9.2. Conceptualisation d'un CSC
- 4.9.3. Aspects critiques d'un CSC

**4.10. Amélioration continue des opérations**

- 4.10.1. Le domaine de la qualité et des processus dans l'organisation
- 4.10.2. Réaliser une amélioration continue
- 4.10.3. La transformation numérique associée à l'amélioration continue

**Module 5.** Marketing et ventes dans le secteur du conseil

**5.1. La fonction marketing et vente dans le secteur du conseil**

- 5.1.1. Marketing et positionnement
- 5.1.2. Relation entre le marketing et les ventes
- 5.1.3. Ventes dans le domaine du conseil

**5.2. Transformer une idée en proposition commerciale**

- 5.2.1. Le processus
- 5.2.2. L'offre
- 5.2.3. Validation et faisabilité
- 5.2.4. La taille du marché: TAM, SAM, SOM
- 5.2.5. Le client cible
- 5.2.6. Étude de marché

**5.3. Structurer le processus de vente**

- 5.3.1. La structure générale du processus de vente
- 5.3.2. Le *Funnel* de ventes
- 5.3.3. Phases et étapes de chaque partie du processus

**5.4. Le processus de création**

- 5.4.1. Sources d'origine
- 5.4.2. Respect des délais
- 5.4.3. Prochaines étapes

**5.5. Possibilités de qualification**

- 5.5.1. L'activité de votre client
- 5.5.2. Opportunités de qualification: processus et critères
- 5.5.3. L'importance de générer de la valeur

**5.6. Interaction avec les différentes parties prenantes**

- 5.6.1. L'acheteur et le reste des parties prenantes
- 5.6.2. Interaction avec eux: stratégies
- 5.6.3. Profils d'interaction humaine: l'importance d'adapter le message à l'audience

**5.7. Principaux éléments d'une proposition**

- 5.7.1. Structure et contenu minimaux
- 5.7.2. Résumé exécutif
- 5.7.3. Portée et gestion des risques

**5.8. L'importance de la génération de valeur dans une proposition de marché**

- 5.8.1. Comment parler de valeur?
- 5.8.2. Différence entre valeur et prix
- 5.8.3. Différents modèles de tarification: implications et risques

**5.9. Négociation et processus de clôture**

- 5.9.1. Étapes typiques d'une négociation
- 5.9.2. L'importance de générer des alternatives
- 5.9.3. Gestion des risques et des contrats

**5.10. Diriger un processus de vente**

- 5.10.1. Durée et gestion du processus de vente
- 5.10.2. La technologie dans le processus de vente
- 5.10.3. Suivi du processus
- 5.10.4. L'importance du *Feedback*



**Module 6. Organisation, personnel et culture organisationnelle****6.1. Organisations, typologie et aspects clés**

- 6.1.1. Taxonomie des organisations en fonction de la taille/échelle et des fonctions Grande entreprise vs. entreprise de taille moyenne
- 6.1.2. Cas particulier: *Démarrage*

**6.2. La fonction Ressources humaines**

- 6.2.1. Place dans l'organisation
- 6.2.2. Principales contraintes de la fonction RH
  - 6.2.2.1. Organisation
  - 6.2.2.2. Talent
- 6.2.3. Principales attributions

**6.3. Départements internes**

- 6.3.1. Gestion des talents
- 6.3.2. Gestion des performances
- 6.3.3. Formation et développement
- 6.3.4. Formation et développement

**6.4. Dimensionnement des départements**

- 6.4.1. Chaîne de valeur
- 6.4.2. Gap analysis people - emplois
- 6.4.3. Charge de travail et dimensionnement
- 6.4.4. Leviers d'efficacité
  - 6.4.4.1. Redéfinir le catalogue de services
  - 6.4.4.2. Consolidation
  - 6.4.4.3. Automatisation
  - 6.4.4.4. Outsourcing

**6.5. Productivité, attraction, rétention et activation des talents**

- 6.5.1. Productivité
- 6.5.2. Les leviers de la productivité
- 6.5.3. Leviers d'attraction, de rétention et d'attraction des talents

**6.6. Compensation monétaire vs. Non-monétaire**

- 6.6.1. Modèles d'échelons salariaux
- 6.6.2. Modèles de compensation non monétaires
  - 6.6.2.1. Modèle de travail
  - 6.6.2.2. Communauté d'entreprises
  - 6.6.2.3. Image de l'entreprise
- 6.6.3. Compensation monétaire vs. Non-monétaire

**6.7. Formation et développement**

- 6.7.1. Alignement de la culture et des objectifs stratégiques
- 6.7.2. Structure d'un projet typique
- 6.7.3. La culture d'entreprise et sa mise en œuvre

**6.8. Gestion du changement**

- 6.8.1. Les composantes de l'analyse dans la gestion du changement
- 6.8.2. Importance de la gestion du changement dans les projets complexes
- 6.8.3. Structure d'un projet typique

**6.9. Transformation dans des environnements d'entreprise complexes**

- 6.9.1. La transformation
- 6.9.2. Structure d'un projet typique
- 6.9.3. Facteurs de transformation

**6.10. Transformation ou gestion du changement**

- 6.10.1. Principales différences entre les projets
- 6.10.2. Rôle de gestionnaire du changement ou de gestionnaire de la transformation
- 6.10.3. Outils de gestion

Module 7. La fonction financière

<p><b>7.1. La fonction financière</b></p> <p>7.1.1. Les fonctions et le rôle habituels du directeur financier</p> <p>7.1.2. Structure organisationnelle de la fonction financière</p> <p>7.1.3. Défis et tendances de la fonction financière</p> <p>7.1.3.1. Rétrospective de la fonction financière</p> <p>7.1.3.2. Vers une fonction financière allégée</p> <p>7.1.3.3. Facteurs clés</p>	<p><b>7.2. Financements opérationnels</b></p> <p>7.2.1. Finance et comptabilité</p> <p>7.2.2. Comptabilité financière</p> <p>7.2.2.1. Participations en actions</p> <p>7.2.2.2. Bilan</p> <p>7.2.2.3. Compte de résultat</p> <p>7.2.2.4. <i>Bilan</i></p> <p>7.2.2.5. Ratios d'exploitation: ROE, ROA</p> <p>7.2.2.6. Besoins de trésorerie d'exploitation</p> <p>7.2.2.7. Fonds de roulement</p> <p>7.2.3. Les clés de l'analyse du bilan</p> <p>7.2.4. Les clés de l'analyse du compte de résultat</p>	<p><b>7.3. Comptabilité analytique</b></p> <p>7.3.1. Taxonomie des coûts</p> <p>7.3.2. Types de répartition des coûts</p> <p>7.3.2.1. Coût standard</p> <p>7.3.2.2. Modèles analytiques</p> <p>7.3.3. Types de modèles analytiques</p> <p>7.3.3.1. <i>Direct costing</i></p> <p>7.3.3.2. <i>Full costing</i></p> <p>7.3.3.3. <i>Activity Based Costing</i></p>	<p><b>7.4. Trésorerie et risques financiers</b></p> <p>7.4.1. La fonction de trésorerie</p> <p>7.4.2. Modèle d'organisation et de gouvernance de la fonction trésorerie</p> <p>7.4.3. Fonctions</p> <p>7.4.3.1. <i>Gestion du fonds de roulement</i></p> <p>7.4.3.2. <i>Cash Flow Management</i></p> <p>7.4.3.3. <i>Liquidity Management</i></p> <p>7.4.4. Tendances</p> <p>7.4.5. Systèmes et applications liés à la trésorerie</p>
<p>7.4.6. Rapports de trésorerie</p> <p>7.4.6.1. Structure des rapports de trésorerie</p> <p>7.4.6.2. Classification des différents types de recettes et de paiements</p> <p>7.4.6.3. Le budget des recettes et des paiements</p> <p>7.4.6.4. Optimisation des excédents de trésorerie</p> <p>7.4.6.5. Conclusions pratiques sur la gestion d'entreprise</p>	<p><b>7.5. Corporate Performance Management (CPM)</b></p> <p>7.5.1. Planification financière stratégique</p> <p>7.5.1.1. Processus</p> <p>7.5.1.2. Bonnes pratiques</p> <p>7.5.1.3. Modèles (structure, fonds de roulement, dette/fonds propres, fiscalité, autres)</p>	<p>7.5.2. Budget</p> <p>7.5.2.1. Dimensions du budget</p> <p>7.5.2.2. Techniques de budgétisation</p> <p>7.5.2.3. Problèmes courants</p> <p>7.5.3. Consolidation</p> <p>7.5.3.1. La taxonomie d'entreprise dans la consolidation des sociétés mères</p> <p>7.5.3.2. Soc. dépendant</p> <p>7.5.3.3. Soc. Multigroupe</p> <p>7.5.3.4. Soc. Associé</p>	<p>7.5.3.5. Méthodes de consolidation</p> <p>7.5.3.5.1. Global</p> <p>7.5.3.5.2. Proportionnel</p> <p>7.5.3.5.3. Équivalent</p> <p>7.5.3.6. Étapes du processus</p> <p>7.5.3.6.1. Homogénéiser</p> <p>7.5.3.6.2. Ajouter</p> <p>7.5.3.6.3. Ajuster</p> <p>7.5.3.6.4. Rapports</p> <p>7.5.4. Problèmes courants</p>
<p><b>7.6. Reporting financier</b></p> <p>7.6.1. Les faits</p> <p>7.6.2. Sources d'information</p> <p>7.6.3. Typologie des solutions de <i>Reporting</i></p> <p>7.6.4. Méthodologies de mise en œuvre</p> <p>7.6.5. Avantages attendus</p>	<p><b>7.7. Adapter la fonction financière à la nouvelle ère numérique</b></p> <p>7.7.1. Tendances</p> <p>7.7.1.1. Gestion des talents et conception organisationnelle</p> <p>7.7.1.2. Processus numériques / Automatisation</p>	<p>7.7.1.3. Systèmes ERP de nouvelle génération</p> <p>7.7.1.4. Cloud et SaaS</p> <p>7.7.1.5. Internet des objets</p> <p>7.7.1.6. <i>Blockchain</i></p> <p>7.7.1.7. <i>Big Data &amp; Analytiques</i></p> <p>7.7.2. Les défis de la gestion financière</p>	<p>7.7.3. Solutions</p> <p>7.7.3.1. Stratégie, intégration, transformation de la fonction</p> <p>7.7.3.2. Efficacité et automatisation (RPA / Intelligence Artificielle)</p> <p>7.7.3.3. <i>Performance Improvement</i></p> <p>7.7.3.4. Gestion de la trésorerie</p> <p>7.7.3.5. Gouvernance et contrôle interne</p>
<p><b>7.8. Modèles organisationnels et opérationnels de la fonction financière</b></p> <p>7.8.1. Modèles organisationnels de la fonction financière</p> <p>7.8.2. Centralisation vs. décentralisation</p>	<p>7.8.3. Centralisation: introduction aux différents modèles</p> <p>7.8.3.1. <i>Shared Services Center (SSC)</i></p> <p>7.8.3.2. <i>Multi-Function Shared Services (MFSS)</i></p> <p>7.8.3.3. <i>Global Business Services (GBS)</i></p> <p>7.8.3.4. <i>Integrated business services (IBS)</i></p> <p>7.8.3.5. <i>Business Process Outsourcing (BPO)</i></p>	<p><b>7.9. Gouvernance et contrôle interne</b></p> <p>7.9.1. Le rôle du contrôle interne</p> <p>7.9.2. Contrôle interne de l'information financière</p> <p>7.9.3. Cadre de référence</p> <p>7.9.4. Système de contrôle interne sur les rapports financiers</p> <p>7.9.5. Travail de surveillance et rôle du comité d'audit</p>	<p><b>7.10. Consultation de la fonction financière</b></p> <p>7.10.1. Conseil pour la fonction financière en fonction du domaine d'activité</p> <p>7.10.2. Typologie des projets</p> <p>7.10.3. Organisation de projets de conseil financier</p>

**Module 8. Innovation**
**8.1. L'innovation**

- 8.1.1. Innovation
  - 8.1.1.1. Innovation et erreurs de concept
  - 8.1.1.2. Principes de base de l'innovation
  - 8.1.1.3. Redéfinir l'innovation
- 8.1.2. Erreurs courantes
  - 8.1.2.1. Tomber dans le piège de la cohérence et du compromis
  - 8.1.2.2. Confondre les problèmes techniques avec les problèmes d'innovation
  - 8.1.2.3. Développer des solutions tactiques à des problèmes stratégiques et vice versa

**8.2. Pensée et culture innovantes**

- 8.2.1. Le talent nécessaire pour innover
  - 8.2.1.1. Le mythe de l'expert
  - 8.2.1.2. La variété est la clé du succès
  - 8.2.1.3. Le talent des entreprises innovantes
  - 8.2.1.4. Profil idéal du responsable de l'innovation d'une entreprise
- 8.2.2. Culture de la collaboration
  - 8.2.2.1. Sans collaboration, il n'y a pas d'innovation
  - 8.2.2.2. Vers une culture de collaboration
  - 8.2.2.3. Valeurs
- 8.2.3. Modèles pour l'instauration d'une culture de l'innovation

**8.3. Les compétences douces comme moteur de l'innovation**

- 8.3.1. La révolution des compétences non techniques
  - 8.3.1.1. La révolution 4.0
  - 8.3.1.2. La révolution douce
  - 8.3.1.3. Les compétences non techniques
  - 8.3.1.4. Compétences générales et compétences spécifiques
- 8.3.2. Les compétences non techniques
  - 8.3.2.1. Compétences non techniques nécessaires à l'innovation
  - 8.3.2.2. Développer des compétences douces pour innover sur soi-même
  - 8.3.2.3. Développer des compétences douces pour innover dans les affaires

**8.4. Écosystèmes d'innovation**

- 8.4.1. L'écosystème de l'innovation
  - 8.4.1.1. L'hélice triple et quadruple
  - 8.4.1.2. Acteurs de l'écosystème de l'innovation
  - 8.4.1.3. Construire un écosystème d'innovation pour une entreprise Innovation ouverte.
- 8.4.2. Innovation ouverte.
  - 8.4.2.1. Avantages et faiblesses des différents modèles
  - 8.4.2.2. Quand et dans quelle mesure ouvrir l'innovation
  - 8.4.2.3. Exemples
- 8.4.3. Principaux outils d'innovation collaborative
  - 8.4.3.1. Outils analogiques
  - 8.4.3.2. Outils numériques
  - 8.4.3.3. Processus de choix de l'entreprise

**8.5. Système d'innovation commerciale**

- 8.5.1. Systèmes d'innovation
  - 8.5.1.1. L'importance de la taille
  - 8.5.1.2. Le système d'innovation, un costume sur mesure pour l'organisation
  - 8.5.1.3. Types de systèmes d'innovation
- 8.5.2. Le cycle de l'innovation
  - 8.5.2.1. La méthode scientifique
  - 8.5.2.2. Phases du cycle d'innovation
  - 8.5.2.3. Gestion des défaillances
- 8.5.3. Éléments fondamentaux d'un système
  - 8.5.3.1. Gestion des connaissances
  - 8.5.3.2. Mesurer l'innovation
  - 8.5.3.3. Financer l'innovation

**8.6. Identifier les problèmes et les possibilités d'innovation**

- 8.6.1. Identification du problème
  - 8.6.1.1. Problèmes opérationnels et stratégiques
  - 8.6.1.2. Classification des problèmes
  - 8.6.1.3. Comment établir une carte des problèmes
- 8.6.2. Hiérarchisation des problèmes
  - 8.6.2.1. Éliminer les problèmes techniques
  - 8.6.2.2. La matrice de hiérarchisation des priorités
  - 8.6.2.3. Exercices en groupe
- 8.6.3. Disséquer les problèmes et définir les défis
  - 8.6.3.1. Problèmes et défis
  - 8.6.3.2. Dissection du problème
  - 8.6.3.3. Définir les défis
  - 8.6.3.4. Dimensionnement des défis (retour potentiel)

**8.7. Développement de solutions innovantes**

- 8.7.1. Conception de solutions innovantes
  - 8.7.1.1. Techniques de créativité
  - 8.7.1.2. *Building Blocks* pour innover
  - 8.7.1.3. Formation à la créativité
- 8.7.2. Identification des risques
  - 8.7.2.1. Risques liés à la production
  - 8.7.2.2. Risques du marché
  - 8.7.2.3. Risques financiers
  - 8.7.2.4. Matrice de priorisation des scénarios
- 8.7.3. Expérimentation et validation itérative
  - 8.7.3.1. Raison d'être de l'expérimentation et non de l'enquête
  - 8.7.3.2. Conception de tests et d'expériences en fonction du type de risque
  - 8.7.3.3. Mesure des résultats, analyse, conclusions et itération

**8.8. Développements urbains durables innovants et intelligents (Smart Cities)**

- 8.8.1. Promouvoir l'innovation dans le développement durable et intelligent
  - 8.8.1.1. L'innovation comme moteur du développement durable
  - 8.8.1.2. Impacts recherchés
- 8.8.2. Innovation dans les villes intelligentes
  - 8.8.2.1. *Villes intelligentes*
  - 8.8.2.2. L'innovation dans le développement des villes
  - 8.8.2.3. Favoriser l'écosystème innovant des villes
  - 8.8.2.4. Coopération public-privé

- 8.8.3. L'innovation dans les régions intelligentes
  - 8.8.3.1. L'innovation dans le développement des régions
  - 8.8.3.2. Promouvoir l'écosystème innovant dans les régions
  - 8.8.3.3. L'impact des régions intelligentes

**8.9. Financement public de l'innovation**

- 8.9.1. Financement de l'innovation
  - 8.9.1.1. Justification du financement
  - 8.9.1.2. Objectifs du financement de l'innovation
  - 8.9.1.3. Avantages du financement de l'innovation

- 8.9.2. Financement public de l'innovation
  - 8.9.2.1. Financement public
  - 8.9.2.2. Sources de financement européennes
  - 8.9.2.3. Impact des projets financés par des fonds publics

Module 9. Technologie et numérisation

**9.1. Le nouveau rôle de la technologie dans l'entreprise**

- 9.1.1. Digitalisation
- 9.1.2. Portée de la numérisation dans les entreprises
- 9.1.3. La responsabilité dans l'entreprise

**9.2. Les grandes tendances technologiques et leur application dans l'entreprise**

- 9.2.1. Innover à l'ère numérique
- 9.2.2. Des idées à la valeur
- 9.2.3. Quatre technologies à prendre en compte (*Cloud*, *IA*, *5G* et *Blockchain*)

**9.3. Le secret est dans les données**

- 9.3.1. *Les entreprises axées sur les données*
- 9.3.2. La valeur des données
- 9.3.3. Le nuage change tout
- 9.3.4. *Science des données*

**9.4. Vendre la technologie et la numérisation dans les entreprises**

- 9.4.1. Plates-formes de valeurs dans l'organisation
- 9.4.2. L'importance de l'environnement de la numérisation
- 9.4.3. Méthodologie de la transformation numérique
  - 9.4.3.1. L'étoile polaire

- 9.4.3.2. Commencer petit et évoluer rapidement
- 9.4.3.3. Priorités et *Roadmap*
- 9.4.3.4. *Business Case*: sans impact et retour il n'y a rien
- 9.4.3.5. Modes de mise en œuvre: le concept de "tour de contrôle" comme garant du succès

**9.5. Un nouveau modèle de fonctionnement**

- 9.5.1. L'organisation numérique
- 9.5.2. *Innovation ouverte*, *Lean Start up*, *Design Thinking* et *Agile*
- 9.5.3. Le nouveau processus de création de produits et services numériques dans l'organisation du *Discovery* au *value hacking*

9.5.4. Le MVP et le processus de développement itératif

- 9.5.4.1. Le département informatique: les fonctions informatiques
- 9.5.4.2. Organisation et gouvernance
- 9.5.4.3. Les célèbres vendeurs

**9.6. Mise en œuvre des systèmes d'information**

- 9.6.1. Objectif: l'impact
- 9.6.2. Carte des *Stakeholders*
- 9.6.3. Les technologies et les produits les plus appropriés

**9.7. Formes d'exécution et d'organisation dans la mise en œuvre**

- 9.7.1. Le processus de mise en œuvre
- 9.7.2. Organisation dans la mise en œuvre
- 9.7.3. Coût et avertissements à prendre en compte

**9.8. Gestion du personnel et du changement**

- 9.8.1. Changement culturel
- 9.8.2. Le projet de gestion du changement
- 9.8.3. La communication, élément essentiel d'une gestion efficace du changement

**9.9. Développement de nouveaux modèles commerciaux basés sur la technologie**

- 9.9.1. Cadre pour le développement de nouveaux modèles d'entreprise
- 9.9.2. Stratégies d'approche
- 9.9.3. Les véhicules d'investissement. *Corporate Venture Capital*

**9.10. Aide à l'entreprise pour le développement de projets informatiques**

- 9.10.1. Cadre pluriannuel pour le soutien de la CE
- 9.10.2. *EU Next Generation Funds*

**Module 10.** Gestion intégrée des projets

**10.1. Gestion intégrée des projets**

- 10.1.1. Le projet et sa relation avec la direction
  - 10.1.1.1. Le projet
  - 10.1.1.2. La gestion
  - 10.1.1.3. Le cycle de vie
  - 10.1.1.4. Rôles dans la gestion de projet
  - 10.1.1.5. Avantages de la gestion de projet
- 10.1.2. Typologie des projets
  - 10.1.2.1. Processus
  - 10.1.2.2. Intégration et technologie
  - 10.1.2.3. Stratégie
- 10.1.3. Organisation du projet

**10.2. Considérations pertinentes en matière de gestion de projet**

- 10.2.1. PMBOK
  - 10.2.1.1. Aspects pertinents
  - 10.2.1.2. Principaux avantages
- 10.2.2. *Bureau de la réalisation de la valeur*
  - 10.2.2.1. Aspects pertinents
  - 10.2.2.2. Principaux avantages

10.2.3. *Waterfall*

- 10.2.3.1. Aspects pertinents
  - 10.2.3.2. Principaux projets visés par cette méthodologie
  - 10.2.3.3. Principaux avantages
- 10.2.4. AGILE
- 10.2.4.1. Aspects pertinents
  - 10.2.4.2. Principaux projets visés par cette méthodologie
  - 10.2.4.3. Principaux avantages

**10.3. Gestion de la portée et des attentes**

- 10.3.1. Plan de gestion de la portée
  - 10.3.1.1. Portée
  - 10.3.1.2. Principales caractéristiques
  - 10.3.1.3. Vérification de la portée
- 10.3.2. Gestion des attentes
  - 10.3.2.1. Identifier les attentes des clients
  - 10.3.2.2. Portée de la matrice vs. Attentes
  - 10.3.2.3. Vérifier et clôturer le périmètre final
- 10.3.3. Risques et avantages

**10.4. Planification du projet**

- 10.4.1. Planification d'un projet
  - 10.4.1.1. Planification des objectifs, des activités et des étapes clés
  - 10.4.1.2. Planification des principaux éléments livrables
  - 10.4.1.3. Outils de planification(*Dashboard*)

10.4.2. Planification de l'équipe

- 10.4.2.1. Techniques et outils d'estimation des ressources (*Top-down, Bottom up, estimation Delphi, estimation paramétrique, etc.*)
  - 10.4.2.2. Estimation des ressources: rôles, responsabilités et coûts
  - 10.4.2.3. Plan de continuité des services
- 10.4.3. Planification du temps
- 10.4.3.1. Séquence des activités
  - 10.4.3.2. Élaboration du calendrier de travail
  - 10.4.3.3. Contrôle de l'horaire de travail

**10.5. Gestion de l'équipe (RH)**

- 10.5.1. Plan d'équipe
  - 10.5.1.1. Plan d'action pour le personnel
  - 10.5.1.2. Sélection de l'équipe de projet
  - 10.5.1.3. Systèmes d'évaluation des performances
- 10.5.2. Développer l'équipe de projet
  - 10.5.2.1. Acquisition d'équipements
  - 10.5.2.2. Affectation des équipements au projet

10.5.3. Gestion de l'équipe de projet

- 10.5.3.1. Doit coordonner et diriger l'équipe de manière efficace.
- 10.5.3.2. Des outils pour gérer le travail des équipes de manière collaborative
- 10.5.3.3. Gestion des conflits
- 10.5.3.4. Plan de continuité des services
- 10.5.3.5. *Feedback* et évaluation des performances de l'équipe

**10.6. Gestion des coûts**

- 10.6.1. Estimation des coûts
  - 10.6.1.1. Plan de gestion des coûts
  - 10.6.1.2. Estimation du coût du projet
  - 10.6.1.3. Techniques et outils de gestion des coûts
- 10.6.2. Budgétisation
  - 10.6.2.1. Détermination du budget
  - 10.6.2.2. Méthodes de sélection des budgets
  - 10.6.2.3. Techniques et outils pour la définition du budget

10.6.3. Contrôle des coûts

- 10.6.3.1. Objectifs du contrôle des coûts
- 10.6.3.2. Mesure de l'avancement des coûts du projet
- 10.6.3.3. Techniques et outils de contrôle des coûts

**10.7. Gestion des communications Communication**

- 10.7.1. Identification des (*Stakeholders*)
  - 10.7.1.1. Identification des parties prenantes internes et externes
  - 10.7.1.2. Identification des attentes des parties prenantes
  - 10.7.1.3. Techniques et outils pour l'identification et la catégorisation des parties prenantes

10.7.2. Le plan de communication

- 10.7.2.1. Identification des messages clés pour chaque typologie de parties prenantes
- 10.7.2.2. Identification et définition des principaux canaux de communication
- 10.7.2.3. Analyse des besoins de communication
- 10.7.2.4. Typologie des communications: verbal-écrit / formel-informel
- 10.7.2.5. Techniques et outils de communication

- 10.7.3. Contrôle des actions de communication
  - 10.7.3.1. Planification des actions (calendrier, ressources, délais, résultats attendus, etc.)
  - 10.7.3.2. Outils de suivi des actions de communication
  - 10.7.3.3. Mesurer les résultats des actions de communication

## 10.8. Gestion de la qualité

- 10.8.1. Analyse de la qualité et contrôle de la qualité (*Quality Analysis - QA*)
  - 10.8.1.1. Gestion de la qualité
  - 10.8.1.2. Résultats escomptés
  - 10.8.1.3. Indicateurs (normes) pour la mesure de la qualité
- 10.8.2. Actions d'assurance qualité
  - 10.8.2.1. Planification des activités de révision: rapports mensuels, annuels, etc.
  - 10.8.2.2. Audits de qualité
  - 10.8.2.3. Amélioration continue

- 10.8.3. Contrôle de la qualité du projet
  - 10.8.3.1. Outils de *Feedback* de la qualité des produits livrables
  - 10.8.3.2. Gestion de la conformité et de la non-conformité des livrables
  - 10.8.3.3. Le *Peer Review* et ses principaux avantages
  - 10.8.3.4. Mesurer la qualité des produits livrables

## 10.9. Gestion des risques

- 10.9.1. Planification des risques
  - 10.9.1.1. Planification de la gestion des risques
  - 10.9.1.2. Identification des risques
  - 10.9.1.3. Outils de catégorisation des risques
- 10.9.2. Suivi du plan d'urgence
  - 10.9.2.1. Analyse quantitative et qualitative des risques
  - 10.9.2.2. Évaluation de la probabilité et de l'impact
  - 10.9.2.3. Outils de suivi

- 10.9.3. Suivi et contrôle des risques
  - 10.9.3.1. Registre des risques: propriétaires, actions, symptômes, niveaux de risque
  - 10.9.3.2. Planification des mesures d'atténuation
  - 10.9.3.3. Audit et surveillance des risques
  - 10.9.3.4. Suivi des résultats des plans d'action mis en œuvre
  - 10.9.3.5. Réévaluation du risque

## 10.10. Clôture du projet et gestion du changement

- 10.10.1. Gestion du changement
  - 10.10.1.1. Transfert de connaissances
  - 10.10.1.2. Phases du transfert de connaissances
  - 10.10.1.3. Planifier le transfert de connaissances: formation, matériel, etc.

- 10.10.2. Clôture du projet
  - 10.10.2.1. Collecte d'informations
  - 10.10.2.2. Analyse finale et principales conclusions
  - 10.10.2.3. La réunion de clôture
  - 10.10.2.4. L'analyse des prochaines étapes
- 10.10.3. L'impact du projet
  - 10.10.3.1. L'importance de mesurer les impacts obtenus
  - 10.10.3.2. Impact au sein de l'organisation
  - 10.10.3.3. Gérer l'impact sur les clients



07

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le 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 laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”*

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

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

“

*Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”*



*Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.*



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

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, 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 commerciale la plus actuelle.



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

La méthode des cas est 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. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs 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 différents éléments didactiques dans chaque leçon.

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

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

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

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. 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 se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

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

D'après les dernières 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 manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



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



### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, 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, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



### Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant 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.



### Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



### Lectures complémentaires

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





#### Case studies

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 direction d'entreprise sur la scène internationale.



#### Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



#### Testing & Retesting

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



08

# Profil de nos étudiants

Aujourd'hui, les professionnels des affaires travaillent pour tous les types d'entreprises et d'organisations afin d'améliorer leurs performances, leur efficacité et leur rentabilité. Ce programme s'adresse donc aux diplômés, aux ingénieurs, aux architectes qui ont déjà commencé leur carrière dans ce secteur et qui souhaitent approfondir et maîtriser les derniers développements et les tendances du marché.





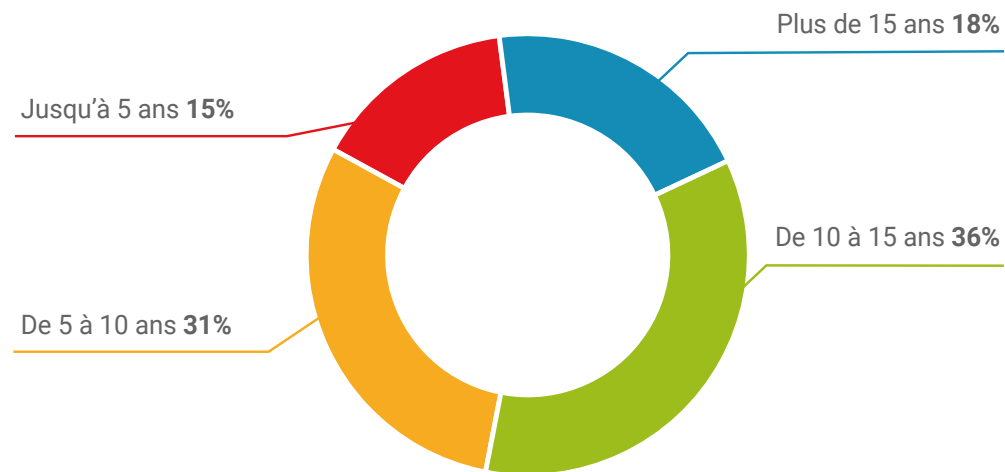
“

*Prenez votre courage à deux mains et commencez dès aujourd'hui un programme qui vous mènera au succès dans le monde du conseil aux entreprises”*

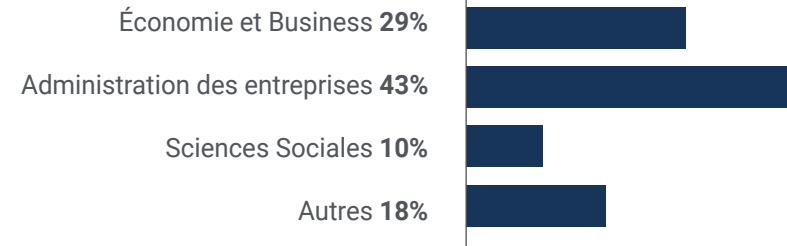
## Âge moyenne

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

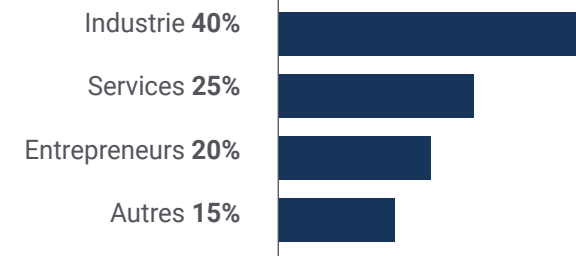
## Années d'expérience



## Formation

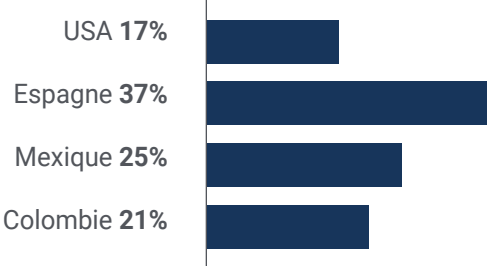


## Profil académique



### Distribution géographique

---



## Maria Bastilleros

---

PDG d'une société de conseil

*"En tant que professionnel, il est arrivé un moment dans ma carrière où un changement était nécessaire. Réaliser ce projet et me consacrer entièrement à ce qui me passionne le plus: la finance. C'est pourquoi, grâce à ce programme, j'ai réussi à trouver une nouvelle voie, en créant ma propre entreprise de manière indépendante pour soutenir les autres et trouver une stratégie qui leur permette de se développer"*

09

# Direction de la formation

Ce programme se distingue par la qualité du corps enseignant chargé de dispenser chaque session académique. Il s'agit de professionnels de haut niveau, dotés d'une grande expérience et d'un solide palmarès dans le monde des affaires. De plus, ils sont tous en activité, donc toujours au courant de la réalité des affaires et de la nécessité de ce type de services.



“

*Les meilleurs experts en conseil aux entreprises vous offrent leur expérience et leur parcours professionnel dans un programme au contenu didactique et académique de premier ordre”*

## Directeur invité international

Récompensée par la Société des Relations Publiques d'Amérique pour sa diffusion scientifique à travers de multiples webinaires, Erin Werthman est devenue une prestigieuse Administratrice d'Entreprise hautement spécialisée dans le domaine du Marketing et de la Communication.

Elle a travaillé pour des organisations internationales de premier plan telles que Collegis Education. Parmi ses principales réalisations, elle a mis au point des solutions intégrées en matière de technologie et d'efficacité opérationnelle qui ont permis d'optimiser considérablement les activités opérationnelles des institutions. Par exemple, elle a géré un portefeuille de clients de plus de 15 millions de dollars, tout en réalisant une marge bénéficiaire brute de 58 %. Elle a également créé une atmosphère de travail collaboratif, où les équipes se conforment aux normes les plus élevées pour assurer la satisfaction des clients.

En outre, elle a été chargée d'élaborer de nombreux plans stratégiques d'entreprise dans des situations de crise. En conséquence, elle a aidé les entreprises à jouir d'une excellente image au sein de la communauté. Dans le même temps, en anticipant les revers potentiels découlant de son travail, elle a veillé à ce que les entités puissent continuer à fonctionner efficacement même dans des conditions défavorables. Elle a également établi des relations proactives et transparentes avec les médias. Elle a ainsi pu maximiser la visibilité et la réputation des organisations.

Dans son engagement pour l'excellence, elle intervient régulièrement lors de conférences et de symposiums internationaux. Elle y partage ses connaissances globales sur des sujets tels que la Responsabilité Sociale, les Relations Publiques et la Publicité. Il convient de noter que ses performances professionnelles ont été récompensées à plusieurs reprises par des prix, comme celui qu'elle a reçu au Rasmussen College pour ses compétences en matière de leadership, son attitude résolue et l'amélioration de ses campagnes publicitaires.



## Mme Werthman, Erin

---

- Directrice des Médias et experte associée chez Bain & Company, Minnesota, États-Unis
- Associée Principale chez Collegis Education, Bloomington, Minnesota
- Directrice de la Stratégie Média et du Développement de la Marque au Rasmussen College, Minneapolis, Minnesota
- Directrice des Relations Publiques et du Développement au Collège de Médecine de l'Université de l'Illinois
- Licence en Anglais - Rédaction Rhétorique Professionnelle à l'Université de l'Illinois Urbana-Champaign
- MBA en Commerce et Marketing à l'Université Benedictine, Illinois
- Certification Bain de Durabilité en Action de Bain & Company
- Membre du Conseil d'Administration Riverview Elementary School PTA

“

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

## Direction



### M. Pérez-Ayala, Luis Yusty

- ◆ Directeur des finances et du contrôle de gestion de la division Ingénierie, Infrastructures, Énergie et Marine de SENER
- ◆ Professeur de finances dans le cadre du Master en conseil et gestion d'entreprise de l'Université Polytechnique de Madrid (UPM)
- ◆ *Travel & Hospitality Industry Technology Lead* chez Accenture pour l'Espagne, le Portugal, Andorre et Israël
- ◆ *Senior Manager* chez Accenture, dans le domaine de l' *Intelligent Finance*
- ◆ *Associate Director* chez EY, dans le domaine CFO Services - *Financial Accounting Advisory Services*
- ◆ *Senior Manager* en KPMG, dans le domaine du conseil aux entreprises - Fonction financière
- ◆ Diplôme en administration et gestion des affaires (UCLM)
- ◆ Diplôme en économie (UCLM)
- ◆ *Master en gestion des revenus (Université de Cornell)*
- ◆ *Master en vente (Sales Business School)*
- ◆ *Certificate programmes* en contrôle de gestion, gestion financière et fiscale



## Professeurs

### Mme Silva, Camila

- ♦ Partenaire TA Iberia chez Johnson & Johnson
- ♦ Consultant senior RH - Ackermann International - Espagne
- ♦ Coaching & Mentoring - Fundação Getúlio Vargas - Brésil
- ♦ Master en droit et philosophie - Universidad Complutense de Madrid - Espagne
- ♦ Avocat - Pereira dos Santos Advogados - Brésil
- ♦ Diplôme de droit - Faculdade de Direito de Curitiba - Brésil

### M. Aguado - Muñoz Olmedilla, Álvaro

- ♦ Manager dans le domaine de la chaîne d'approvisionnement et des opérations chez ACCENTURE.
- ♦ Consultant SAP pour le domaine de la gestion de la chaîne d'approvisionnement chez VIEWNEXT (une filiale d'IBM)
- ♦ Conférencier collaborateur pour le logiciel de gestion d'entreprise (SAP Business One) à l'Université Polytechnique de Madrid (UPM)
- ♦ Ingénieur agronome de l'Université polytechnique de Madrid (UPM)
- ♦ Maîtrise en technologie et contrôle des aliments au Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)

### M. Gallego Cañas, Alberto

- ♦ *Senior Manager* – Función Financiera chez PwC
- ♦ *Senior Finance Manager* – Groupe Editorial SM
- ♦ Diplôme en économie de l'université Complutense de Madrid
- ♦ MBA de l'ESCP Business School (Londres)
- ♦ Programme avancé de *Corporate Finance* de l'IEB (Instituto de estudios bursátiles) de Madrid

### M. Sallés, José María

- ♦ Auteur, conférencier, consultant et mentor
- ♦ Administrateur de la Fondation Mereze
- ♦ Entrepreneur dans le secteur hôtelier
- ♦ Membre du comité d'experts du programme Ports 4.0 (Ports of Spain Tradetech Fun)
- ♦ Cofondateur de Wtransnet, 1ère plateforme en ligne pour la logistique et le transport
- ♦ Diplôme en gestion et administration des entreprises à l'EADA-Barcelone

### M. Safón, Pablo

- ♦ Directeur principal, Dette et Restructuration, BDO
- ♦ Senior Manager, Fonction Finance, PwC Espagne
- ♦ Directeur financier (CFO) et directeur des investissements à Grupo Inversor Dadelos
- ♦ Consultant dans le domaine des services de conseil en comptabilité financière chez EY Espagne.
- ♦ Diplôme en administration et gestion d'entreprise de l'Université polytechnique de Valence (UPV)
- ♦ *Executive MBA* à l'IE Business School
- ♦ Maîtrise en conseil financier et en assurances de l'Université polytechnique de Valence (UPV)
- ♦ Cours et programmes de troisième cycle en évaluation d'entreprise, modélisation financière, finance d'entreprise, *Corporate Finance*, M&A et *Private Equity* dans diverses écoles de commerce

**M. de Sopeña Fernández, Ignacio**

- ♦ Responsable mondial du conseil aux entreprises chez VASS, spécialisé dans l'amélioration des performances et la transformation des organisations par la stratégie, les processus et la technologie
- ♦ Responsable mondial du conseil aux entreprises chez VASS
- ♦ Directeur et professeur du module Finances du Master de conseil et gestion d'entreprise de l'Université polytechnique de Madrid (UPM)
- ♦ Chargé de cours dans le module Opérations, processus et efficacité du Master en conseil aux entreprises de TECH Espagne
- ♦ Associé-conseil dans le domaine des services aux directeurs financiers - Financial Accounting Advisory Services (FASS) chez EY
- ♦ Directeur du consulting chez KPMG et Grant Thornton
- ♦ Diplôme d'économie et de gestion d'entreprise de la CUNEF (Universidad Complutense de Madrid)
- ♦ PDD de l'école de commerce IESE

**M. Carabaño, Mario**

- ♦ Associé en charge du secteur public et de la transformation numérique chez Grant Thornton
- ♦ Expert spécialisé dans les domaines de l'innovation, de la transformation numérique, du financement public de la R&D&I, de l'industrie 4.0, de l'innovation stratégique et de la culture de l'innovation
- ♦ Partenaire de Mentés a la Carta Espagne
- ♦ Co-auteur de «The Secret of Innovation» et conférencier international sur les thèmes de la transformation numérique (secteur public et privé), de l'innovation et du financement public





#### **M. Gavilanes Navarro, Alberto**

- ♦ *Senior Manager* de transformation numérique et de la technologie à Kearney
- ♦ *Senior Manager* de la transformation numérique chez Accenture
- ♦ *Responsable des canaux numériques* chez Naturgy
- ♦ Directeur des projets stratégiques d'entreprise chez Prosegur pour l'unité commerciale Surveillance
- ♦ Diplôme d'ingénieur en informatique de l'université de Nebrija
- ♦ Master en conseil et mise en œuvre de systèmes d'information par Deusto

#### **M. Carreño Ocaña, Rubén**

- ♦ *Director & Head of Corporate & Human Strategy* chez CBRE
- ♦ *Head of EMEA Portfolio & Location Network* chez CBRE
- ♦ *Chief Transformation Officer* chez KPMG
- ♦ *Senior Manager Risk Consulting* chez KPMG
- ♦ *Senior Manager Strategy & Operations* chez KPMG
- ♦ Manager Infrastructure, Transport, Gouvernement et Santé chez Accenture pour EMEA
- ♦ Ingénieur industriel (UC3M)

#### **M. Lara Oria, Enrique**

- ♦ Directeur chez *Axis Corporate* de Transformation, Innovation y Numérique
- ♦ Associé responsable de la division de conseil en stratégie et *Management Consulting* chez KPMG Colombia
- ♦ Expérience antérieure dans le conseil aux entreprises chez KPMG, IBM *Global Business Services* et Accenture

#### **M. Hernando, Javier**

- ♦ Associé de la fonction financière et responsable de *Corporate Treasury* chez PwC
- ♦ Auditeur financier chez EY Madrid et Dublin
- ♦ Professeur adjoint à l'*IE University*
- ♦ Co-auteur du livre «Le cube du leader»

# 10

# Impact sur votre carrière

Toutes les entreprises doivent s'adapter aux changements imposés par les sociétés, les gouvernements, les technologies, etc. Chaque jour est un défi, il est donc nécessaire d'avoir des professionnels qui connaissent et identifient ce type de situations le plus tôt possible afin d'en tirer profit et de stimuler favorablement les résultats de toute entreprise.



“

*Ce n'est pas le moment d'hésiter. Chez TECH, vous trouverez le plan de contenu dont vous avez besoin pour dynamiser votre carrière"*

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

Le Executive Mastère en Conseil en Affaires de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions dans l'environnement des entreprises et des affaires. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

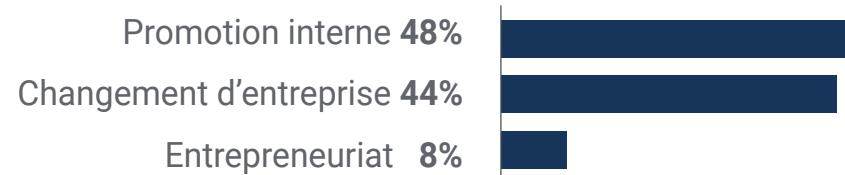
*Il n'y a pas de meilleur moment pour un changement que maintenant, les entreprises demanderont immédiatement vos services à la fin de ce programme.*

*Si vous souhaitez apporter un changement positif dans votre profession, le master en conseil aux entreprises vous aidera à y parvenir.*

### Le moment du changement



### Type de changement



## Amélioration du salaire

---

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25%** pour nos étudiants.



11

# Bénéfices pour votre entreprise

Le Executive Mastère en Conseil en Affaires améliorera la carrière professionnelle de tous les étudiants qui souhaitent devenir indépendants dans ce secteur. Pour ce faire, ils obtiendront les connaissances les plus récentes dans le domaine, enseignées par des experts prestigieux. Pour autant, ils sauront se démarquer au niveau international et mener au succès toute entreprise qui rejoindra leur portefeuille de clients.





“

*Dans cette nouvelle ère, vous trouverez d'excellentes opportunités pour vous développer et vous spécialiser en tant qu'expert en conseil aux entreprises"*

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

01

### **Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel**

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

---

02

### **Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents**

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

03

### **Former des agents du changement**

Vous serez capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles.

---

04

### **Des possibilités accrues d'expansion internationale**

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

05

### Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou du Business Development de son entreprise.

---

06

### Augmentation de la compétitivité

Ce Mastère dotera vos professionnelles des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire progresser l'organisation.



# 12 Diplôme

Le Executive Mastère en Conseil en Affaires vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

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

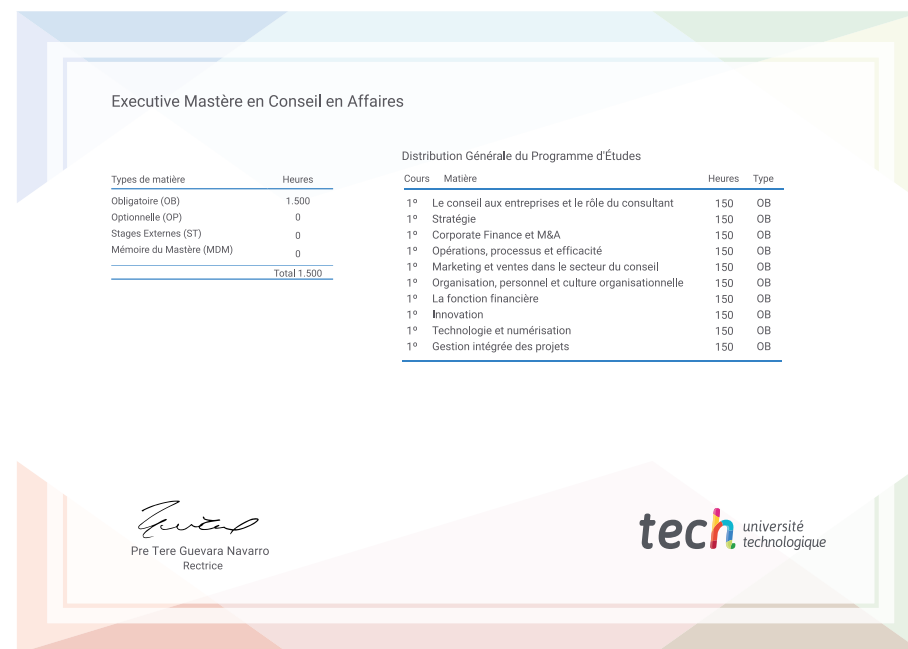
Ce **Executive Mastère en Conseil en Affaires** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception son correspondant diplôme d'**Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Executive Mastère en Conseil en Affaires**

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.



## Executive Mastère Conseil en Affaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Executive Mastère Conseil en Affaires

