

Executive Mastère

MBA en Direction des Achats

M B A D C





Executive Mastère MBA en Direction des Achats

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: Diplômés et professionnels ayant une expérience avérée

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-direction-achats

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

Page 6

03

Pourquoi notre programme?

Page 10

04

Objectifs

Page 14

05

Compétences

Page 18

06

Structure et contenu

Page 22

09

Méthodologie

Page 34

04

Profil de nos étudiants

Page 42

09

Direction de la formation

Page 46

10

Impact sur votre carrière

Page 64

11

Bénéfices pour votre entreprise

Page 68

12

Diplôme

Page 72

01 Présentation

La transformation significative du concept traditionnel d'achat dans le monde des affaires actuel, exige des entreprises qu'elles s'adaptent aux demandes et aux besoins actuels du secteur, en approfondissant et en améliorant leurs services dans les différents domaines couverts par cette discipline, tels que la logistique, la production, la finance, le marketing, les projets, les achats et les approvisionnements. Avec ce programme de TECH, les étudiants élargiront leurs connaissances en matière de gestion des affaires et ils disposeront des compétences nécessaires pour développer des stratégies de négociation positives avec les fournisseurs, ainsi que pour définir les implications financières de la gestion des achats sur la rentabilité de l'entreprise. Les diplômés auront également accès à 10 *Masterclasses* données par une référence internationale dans ce domaine.



Exécutive Mastère en MBA en Direction des Achats
TECH Université Technologique



“

Ne manquez pas l'occasion d'élargir vos compétences grâce aux Masterclasses que le Directeur International, invité par TECH pour ce diplôme, met à votre disposition"

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 de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

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 propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. 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

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

+100 000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les 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



Talent

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 mettre en avant leurs intérêts 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

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous apprendrez à connaître la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

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



Analyse

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



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. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours 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**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les 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.



Chez 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 la porte à 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.



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur 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 acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

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

03

Consolidation des 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 obtiendrez 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 étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour 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 de TECH Université Technologique.

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

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Après le programme, les étudiants seront capables de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.



“

L'un de nos principaux objectifs est de vous aider à développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement les achats de votre entreprise"

**TECH considère les objectifs de ses étudiants comme les siens
Ils collaborent pour les atteindre**

Le Executive Mastère en MBA en Direction des Achats formera l'élève à:

01

Définir les politiques d' et approvisionnement dans le cadre de la logistique intégrée

02

Définir les politiques, pratiques et leviers qui façonnent la gestion des achats, ainsi que les relations client-fournisseur

03

Utiliser les outils d'achat les plus appropriés pour la sélection et l'évaluation des meilleurs fournisseurs

04

Structuration des besoins dans le domaine des marchés publics

05

Mise en œuvre d'un plan pour améliorer la productivité et réduire les coûts



06

Évaluer et mesurer les résultats grâce à l'identification d'indicateurs clés

08

Élaborer le plan stratégique du département des achats

09

Définir les implications financières de la gestion des achats sur la rentabilité de l'entreprise

09

Développer des stratégies de négociation qui génèrent des relations stables et positives avec les fournisseurs

10

Acquérir des compétences de leadership qui permettront de mener à bien le travail professionnel avec plus d'aisance



05

Compétences

Après avoir passé les évaluations du MBA en Direction des Achats, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante.





“

Les compétences que vous développerez à l'issue de ce programme vous permettront d'atteindre les objectifs suivants

01

Réaliser le diagnostic financier de l'entreprise

02

Réaliser une analyse de marché qui permet de connaître la situation de l'entreprise et de ses concurrents

03

Améliorer les processus d'achat et d'approvisionnement

04

Comprendre l'importance des audits dans le processus d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise

05

Comprendre l'entreprise et le processus logistique d'un point de vue stratégique international



06

Effectuer et gérer l'exécution et l'audit des achats

08

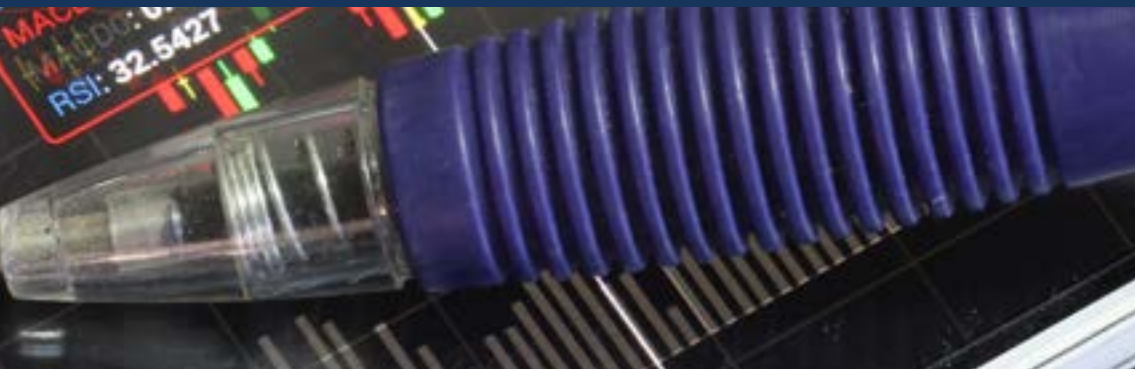
Avoir une planification logistique internationale qui améliore les bénéfices de l'entreprise

09

Appliquer les plus hauts niveaux de qualité dans tous les processus et projets

09

Trouver et sélectionner les fournisseurs les plus appropriés pour l'entreprise



06

Structure et contenu

Le MBA en Direction des Achats est un programme sur mesure qui est enseigné 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts.

Un programme qui se déroule sur 12 mois et se veut une expérience unique et stimulante qui pose les bases de votre réussite professionnelle, en recherchant toujours l'amélioration continue de votre formation.



“

Les efforts déployés au niveau éducatif seront récompensés au niveau professionnel. C'est pourquoi vous devez toujours chercher à mettre à jour vos connaissances"

Plan d'études

Le MBA en Direction des Achats de TECH Université Technologique est un programme intensif qui étudie les étudiants à relever à faire face aux décisions en matière de communication commerciale. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours des 2.700 heures d'étude, vous l'étudiant analyserez beaucoup de cas pratiques via un travail individuel, et vous obtiendrez un apprentissage approfondi qui pourra être d'une grande utilité dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur de différents domaines de l'entreprise et est destiné à spécialiser des managers qui comprennent la gestion des achats d'un point de vue stratégique et innovant.

Un plan conçu pour l'élève, axé sur son amélioration professionnelle et qui le prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la direction et de la gestion d'entreprise. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous fournira les compétences nécessaires pour résoudre les situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme est développé sur une période de 12 mois et est divisé en 14 modules:

Module 1	Management et leadership
Module 2	Logistique et gestion économique
Module 3	Investigation du marché
Module 4	Fonction des achats et des marchés publics
Module 5	Gestion stratégique des achats
Module 6	Supplier relationship management
Module 7	Gestion de projet et de qualité pour les acheteurs
Module 8	Impact socio-écologique
Module 9	Global sourcing
Module 10	Performance et audit
Module 11	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 12	Gestion des Personnes et des Talents
Module 13	Gestion Commerciale et Marketing Stratégique
Module 14	Management Exécutif

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH vous offre la possibilité de suivre ce Executive Mastère en MBA en Direction des Achats entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

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



Module 1. Management et leadership

1.1. General management

- 1.1.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
- 1.1.2. Politique de Gestion et Processus
- 1.1.3. Society and Enterprise

1.2. Direction stratégique

- 1.2.1. Établir la position stratégique: Mission, Vision et Valeurs
- 1.2.2. Développement de nouvelles affaires
- 1.2.3. Croissance et consolidation de l'entreprise

1.3. Stratégie concurrentielle

- 1.3.1. Analyse du marché
- 1.3.2. Avantage concurrentiel durable
- 1.3.3. Retour sur investissement

1.4. Stratégie d'entreprise

- 1.4.1. Driving corporate strategy
- 1.4.2. Pacing corporate strategy
- 1.4.3. Driving corporate strategy

1.5. Planification et stratégie

- 1.5.1. Pertinence de la Gestion Stratégique dans le processus de Contrôle de Gestion
- 1.5.2. Analyse de l'environnement et de l'organisation
- 1.5.3. Lean Management

1.6. Gestion des talents

- 1.6.1. Gestion du Capital Humain
- 1.6.2. Environnement, stratégie et mesures
- 1.6.3. L'innovation dans la gestion des personnes

1.7. Développement de la gestion et le leadership

- 1.7.1. Leadership et styles de leadership
- 1.7.2. Motivation
- 1.7.3. Intelligence émotionnelle
- 1.7.4. Réunions efficaces

1.8. Gestion du changement

- 1.8.1. Analyse des performances
- 1.8.2. Faire face au changement. Résistance au changement
- 1.8.3. Gestion des processus de changement
- 1.8.4. Gestion d'équipes multiculturelles

1.9. Négociation

- 1.9.1. Négociation interculturelle
- 1.9.2. Approches de la négociation
- 1.9.3. Techniques de négociation efficaces
- 1.9.4. Restructuration

Module 2. Logistique et gestion économique

2.1. Diagnostic financier

- 2.1.1. Indicateurs pour l'analyse des états financiers
- 2.1.2. Analyse de la rentabilité
- 2.1.3. Rentabilité économique et financière d'une entreprise

2.2. Analyse économique des décisions

- 2.2.1. Contrôle Budgétaire
- 2.2.2. Analyse de la concurrence. Analyse comparative
- 2.2.3. La prise de décision. Investissement ou désinvestissement des entreprises

2.3. Évaluation de l'investissement et portfolio management

- 2.3.1. Rentabilité des projets d'investissement et la création de valeur
- 2.3.2. Modèles pour l'évaluation des projets d'investissement
- 2.3.3. Analyse de sensibilité, élaboration de scénarios et arbres de décision

2.4. Gestion financière pour la gestion des achats

- 2.4.1. Effet multiplicateur des achats sur les bénéfices
- 2.4.2. Rentabilité et réduction des coûts
- 2.4.3. Coût d'opportunité des actifs

2.5. Contrôle économique des achats

- 2.5.1. KPIs, indicateurs clés de gestion des achats
- 2.5.2. Impact sur les coûts totaux d'une bonne gestion des KPIs
- 2.5.3. Tableau de bord économique et de contrôle des achats

2.6. Gestion des Entrepôts, des Stocks et de la Logistique

- 2.6.1. Gestion de la logistique des achats
- 2.6.2. Gestion des Stocks
- 2.6.3. Gestion des Entrepôts

2.7. Supply chain management

- 2.7.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 2.7.2. Changement de la structure de la demande
- 2.7.3. Changement de la stratégie d'exploitation

2.8. Processus logistiques

- 2.8.1. Organisation et gestion par les processus
- 2.8.2. Approvisionnement, production, distribution
- 2.8.3. Qualité, coûts et outils de la qualité
- 2.8.4. Service après-vente

2.9. Logistique et clients

- 2.9.1. Analyse et prévision de la demande
- 2.9.2. Prévision et planification des ventes
- 2.9.3. Collaborative planning forecasting and replacement

2.10. Logistique internationale

- 2.10.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 2.10.2. Formes et moyens de paiement internationaux
- 2.10.3. Plateformes logistiques internationales

Module 3. Investigation du marché

3.1. Nouvel environnement concurrentiel	3.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative	3.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative	3.4. Segmentation du marché
3.1.1. Innovation technologique et impact économique	3.2.1. Variables et échelles de mesure	3.3.1. Techniques directes: focus group	3.4.1. Types de marché
3.1.2. Société de connaissance	3.2.2. Sources d'information	3.3.2. Techniques anthropologiques	3.4.2. Concept et analyse de la demande
3.1.3. Le nouveau profil du consommateur	3.2.3. Techniques d'échantillonnage	3.3.3. Techniques indirectes	3.4.3. Segmentation et critères
	3.2.4. Traitement et analyse des données	3.3.4. Two face mirror et méthode Delphi	3.4.4. Définition du public cible
3.5. Types de comportement d'achat	3.6. Systèmes d'information de Marketing	3.7. Gestion de projets de recherche	3.8. Marketing intelligence
3.5.1. Comportement complexe	3.6.1. Approches conceptuelles des systèmes d'information de Marketing	3.7.1. Outils d'analyse de l'information	3.8.1. Big Data
3.5.2. Comportement de réduction de la dissonance	3.6.2. Data Warehouse and Datamining	3.7.2. Élaboration d'un plan de gestion des attentes	3.8.2. Expérience utilisateur
3.5.3. Comportement de recherche variée	3.6.3. Systèmes d'information géographique	3.7.3. Évaluation de la faisabilité du projet	3.8.3. Application des techniques
3.5.4. Le comportement habituel d'achat			

Module 4. Fonction des achats et des marchés publics

4.1. Achats et chaîne de valeur	4.2. Développement de la stratégie d'achat	4.3. Analyse des prix, des coûts et de la valeur d'achat	4.4. Gestion des Risques dans les Achats
4.1.1. Mission, objectif et structure du département des achats et du sourcing	4.2.1. Spécifications d'achat	4.3.1. <i>Category Management</i>	4.4.1. Nature du risque
4.1.2. Principales composantes du service des achats	4.2.2. Gestion des reçus, des commandes et des bons de livraison	4.3.2. Systèmes d'appels d'offres et de demandes de devis	4.4.2. Risques sur le marché de l'offre
4.1.3. Achats et flux logistique de l'entreprise	4.2.3. Gestion des incidents et des stocks	4.3.3. Indices de prix internationaux	4.4.3. Assurance
4.1.4. Gestion des indicateurs, tableau de bord		4.3.4. Prix dynamique	4.4.4. Risques de prix, volatilité
4.5. E-procurement	4.6. Les Achats dans différents secteurs et industries		
4.5.1. <i>E-business et E-sourcing</i>	4.6.1. Passation de marchés de services		
4.5.2. Enchères et enchères inversées	4.6.2. Acquisition de biens d'équipement		
4.5.3. Coûts de mise en œuvre et systèmes les plus couramment utilisés	4.6.3. Achat de produits de <i>merchandising</i> , marketing, publicité		
4.5.4. <i>E-purchasing</i>	4.6.4. Informatique, transports et autres secteurs		
	4.6.5. Les marchés publics dans le secteur public		

Module 5. Gestion stratégique des achats

5.1. Gestion stratégique des achats

- 5.1.1. Nouveaux défis en matière de gestion des achats, de sourcing et des approvisionnements
- 5.1.2. Fonction d'achat dans l'entreprise et dans la chaîne d'approvisionnement
- 5.1.3. Fonction d'achat en tant que fournisseur de ressources

5.2. Lean management dans les processus d'achat

- 5.2.1. Lean Buying
- 5.2.2. Outsourcing dans la SCM
- 5.2.3. Lean Supplying

5.3. Conception de la stratégie d'achat

- 5.3.1. Externalisation
- 5.3.2. Externalisation des processus
- 5.3.3. Mondialisation
- 5.3.4. Délocalisation

5.4. Outsourcing-insourcing

- 5.4.1. Modèles et processus d'achats
- 5.4.2. Modèles de segmentation
- 5.4.3. Rôle du e-Procurement

5.5. Approvisionnement stratégique

- 5.5.1. Sélection des fournisseurs et stratégie
- 5.5.2. Création de valeur à partir de l'approvisionnement stratégique
- 5.5.3. Opérateurs logistiques dans l'approvisionnement

5.6. Conception et gestion des entrepôts

- 5.6.1. Conception avancée des entrepôts
- 5.6.2. Picking et Sorting
- 5.6.3. Contrôle des flux de matériel

5.7. Lean Warehouse

- 5.7.1. Principes fondamentaux de Lean Warehousing
- 5.7.2. Systèmes de gestion des stocks
- 5.7.3. La radiofréquence dans la conception des entrepôts

5.8. Gestion du transport et de la distribution

- 5.8.1. Coordination entre le transport et l'entreposage
- 5.8.2. Zones d'activités logistiques (ZAL)

5.9. Logistique interne

- 5.9.1. Calcul des besoins
- 5.9.2. Typologie des entrepôts dans un système JIT
- 5.9.3. Fournitures DOUKI SEISAN
- 5.9.4. Lean materials handling

Module 6. Supplier relationship management

6.1. Planification de la recherche de fournisseurs

- 6.1.1. Processus d'offre et développement de critères
- 6.1.2. Identification des fournisseurs potentiels
- 6.1.3. Sélection des fournisseurs

6.2. Critères de sélection des fournisseurs

- 6.2.1. Critères économiques
- 6.2.2. Critères de qualité
- 6.2.3. Autres critères

6.3. Gestion de la relation avec le fournisseur

- 6.3.1. L'éthique dans les relations
- 6.3.2. Planification du recrutement
- 6.3.3. Passation de marchés de services

6.4. Intégrer les fournisseurs dans la chaîne de valeur

- 6.4.1. Phases du processus d'intégration
- 6.4.2. Risques et paramètres de contrôle
- 6.4.3. Suivi
- 6.4.4. Rupture de l'intégration

6.5. Gestion et gestion et administration des contrats

- 6.5.1. Négociation et démarrage
- 6.5.2. Suivi et contrôle des résultats
- 6.5.3. Fermeture du contrat

Module 7. Gestion de projet et de qualité pour les acheteurs

7.1. Lean management 7.1.1. Principes de base du Lean Management 7.1.2. Groupes d'amélioration et résolution de problèmes 7.1.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité	7.2. Outils Lean pour la gestion des projets 7.2.1. Outils d'amélioration de qualité 7.2.2. Outils d'amélioration de coûts 7.2.3. Outils d'amélioration de terme 7.2.4. Outils pour améliorer la participation du personnel	7.3. Application pratique du Lean management: principes et règles de base 7.3.1. Identifier le gaspillage dans les Achats et la Passation de marchés 7.3.2. Application pratique des 4 règles Lean 7.3.3. Définition unique des sous-processus par le SIPOC	7.4. Lean six sigma dans les processus d'achats 7.4.1. Maximiser la valeur grâce à l'approche d'amélioration DMAIC 7.4.2. Diagnostic de la capacité du processus et du potentiel d'amélioration 7.4.3. Utilisation des mesures de processus et de performance dans le domaine des Achats
7.5. Gestion de qualité des projets 7.5.1. Planification des projets sur la base des exigences et des spécifications 7.5.2. Besoins des clients et évaluation de la concurrence 7.5.3. Objectifs, relations et corrélations 7.5.4. Analyse des modes de défaillance et de leurs effets	7.6. Gestion de la qualité totale et gestion avancée des projets 7.6.1. Total Quality Management 7.6.2. Six Sigma comme système global de gestion d'entreprise 7.6.3. Modèle EFQM	7.7. Carte de la chaîne de valeur dans les processus d'achats 7.7.1. Identification des objectifs concrets d'amélioration 7.7.2. Ajustement et équilibrage des processus pour réduire les temps de non-valeur et optimiser les ressources	

Module 8. Impact socio-écologique

8.1. Responsabilité sociale des entreprises 8.1.1. Vision stratégique de la Responsabilité Sociale des Entreprises 8.1.2. Systèmes et modèles pour la mise en œuvre de la RSE 8.1.3. Organisation de la RSE 8.1.4. Rôles et responsabilités	8.2. SCM y corporate responsibility 8.2.1. La création de valeur dans une économie de biens incorporels 8.2.2. RSE: Engagement de l'entreprise 8.2.3. Impact social, environnemental et économique	8.3. Finance et investissement responsables 8.3.1. Transparence de l'information 8.3.2. Financement et investissement responsable 8.3.3. Économie sociale, coopérativisme et responsabilité sociale des entreprises	8.4. Les entreprises et l'environnement 8.4.1. Développement durable 8.4.2. Réponse des entreprises face aux problèmes environnementaux 8.4.3. Déchets et émissions
8.5. Systèmes et outils de gestion responsable 8.5.1. Systèmes de gestion de la responsabilité sociale 8.5.2. Systèmes de gestion de la qualité, de l'environnement et de la santé et sécurité au travail 8.5.3. Audits			

Module 9. Global sourcing

9.1. Environnement économique mondial

- 9.1.1. Principes fondamentaux de l'économie mondiale
- 9.1.2. La mondialisation des entreprises et des marchés financiers
- 9.1.3. Growth and development in emerging markets
- 9.1.4. Système monétaire international

9.2. Adapter les achats à l'approvisionnement Mondial

- 9.2.1. Structure d'achat
- 9.2.2. Besoin de nouvelles compétences
- 9.2.3. Intermédiaires

9.3. Gestion des importations

- 9.3.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 9.3.2. Institutions et accords commerciaux internationaux
- 9.3.3. Gestion des canaux et achats internationaux

9.4. Distribution logistique internationale

- 9.4.1. Plateformes logistiques internationales
- 9.4.2. Opérateur de transport international
- 9.4.3. Hubs et distribution

9.5. Incoterms et gestion documentaire internationale

- 9.5.1. Exportation ou implantation
- 9.5.2. Le contrat d'agence, de distribution et de vente et d'achat international
- 9.5.3. Propriété industrielle et intellectuelle
- 9.5.4. Classement douanière

9.6. Formes et moyens de paiement internationaux

- 9.6.1. Le choix des moyens de paiement
- 9.6.2. Crédit documentaire
- 9.6.3. Garantie bancaire et crédit documentaire

9.7. International Lean logistics

- 9.7.1. Principes du Lean avec application à la logistique internationale
- 9.7.2. Principales implications et exigences
- 9.7.3. Autres méthodologies d'amélioration des processus

Module 10. Performance et audit

10.1. Aspects généraux des indicateurs de performance des entreprises

- 10.1.1. Fonctions des indicateurs de gestion
- 10.1.2. Panel des Indicateurs et Balance Score Card
- 10.1.3. Indicateurs logistiques

10.2. Indicateurs d'Achat de Matériaux de Départ

- 10.2.1. Indicateurs d'efficacité
- 10.2.2. Indicateurs économiques
- 10.2.3. Indicateurs de la relation client interne
- 10.2.4. Indicateurs de l'efficacité des marchés publics
- 10.2.5. Indicateurs d'efficacité des marchés publics
- 10.2.6. Objectifs de la passation de marchés

10.3. Indicateurs d'Achats de Services

- 10.3.1. Indicateurs économiques
- 10.3.2. Indicateurs de l'efficacité des achats
- 10.3.3. Indicateurs d'efficacité
- 10.3.4. Indicateurs de relations
- 10.3.5. Indicateurs de la relation client interne

10.4. Autres indicateurs

- 10.4.1. Indicateurs de performance
- 10.4.2. Indicateurs de productivité de l'équipe d'achat

10.5. Audit des achats

- 10.5.1. Objectifs de l'audit
- 10.5.2. Portée de l'audit sur les contrôles des achats
- 10.5.3. Audits internes, formation, politiques et procédures des contractants

10.6. Benchmarking dans la gestion des achats

- 10.6.1. Types de benchmarking
- 10.6.2. Réaliser un benchmark du marché
- 10.6.3. Réalisations et avantages de l'application du benchmarking dans un département des achats
- 10.6.4. Mesurer le benchmarking

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
11.1. Mondialisation et Gouvernance

- 11.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
- 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 11.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

11.2. Leadership

- 11.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
- 11.2.2. Leadership dans les entreprises
- 11.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
- 11.3.3. Gestion de la Diversité

12.4. Éthique des affaires

- 12.4.1. Éthique et Moralité
- 12.4.2. Éthique des Affaires
- 12.4.3. Leadership et éthique dans les entreprises

11.5. Durabilité

- 11.5.1. Durabilité et développement durable
- 11.5.2. Agenda 2030
- 11.5.3. Les entreprises durables

11.6. Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.6.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.6.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.6.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

11.7. Systèmes et outils de Gestion responsable

- 11.7.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
- 11.7.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 11.7.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 11.7.4. Outils et normes en matière de la RSE

11.8. Multinationales et droits de l'homme

- 11.8.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 11.8.2. Entreprises multinationales face au droit international
- 11.8.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme

11.9. Environnement juridique et Corporate Governance

- 11.9.1. Importation et exportation internationales et exportation
- 11.9.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 11.9.3. Droit International du Travail

Module 12. Gestion des personnes et des talents
12.1. Gestion Stratégique des personnes

- 12.1.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
- 12.1.2. La direction stratégique des personnes

12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

- 12.2.1. Analyse du potentiel
- 12.2.2. Politique de rémunération
- 12.2.3. Plans de carrière/succession

12.3. Évaluation et gestion des performances

- 12.3.1. Gestion des performances
- 12.3.2. La gestion des performances: objectifs et processus

12.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 12.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
- 12.4.2. Identification, formation et développement des talents
- 12.4.3. Fidélisation et rétention
- 12.4.4. Proactivité et innovation

12.5. Motivation

- 12.5.1. La nature de la motivation
- 12.5.2. La théorie de l'espérance
- 12.5.3. Théories des besoins
- 12.5.4. Motivation et compensation économique

12.6. Développer des équipes performantes

- 12.6.1. Les équipes performantes: Équipes auto-gérées
- 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

12.7. La communication managériale

- 12.7.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
- 12.7.2. Département de Communication
- 12.7.3. Le responsable de communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

12.8. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

- 12.8.1. Productivité
- 12.8.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

Module 13. Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise

13.1. Gestion commerciale

- 13.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
- 13.1.2. Stratégie et planification commerciale
- 13.1.3. Le rôle des directeurs commerciaux

13.2. Marketing

- 13.2.1. Concept de marketing
- 13.2.2. Éléments de base du Marketing
- 13.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise

13.3. Gestion Stratégique du Marketing

- 13.3.1. Concept de Marketing stratégique
- 13.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
- 13.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing

13.4. Marketing numérique et e-commerce

- 13.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et du e-commerce
- 13.4.2. Marketing Numérique et moyen qu'il utilise
- 13.4.3. Commerce électronique. Contexte général
- 13.4.4. Catégories du commerce électronique
- 13.4.5. Avantages et inconvénients du *Ecommerce* face au commerce traditionnel

13.5. Marketing Numérique pour renforcer la marque

- 13.5.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de la marque
- 13.5.2. *Branded Content & Storytelling*

13.6. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients.

- 13.6.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 13.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 13.6.3. Hyper-segmentation

13.7. Gestion des campagnes numériques

- 13.7.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
- 13.7.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
- 13.7.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique

13.8. Stratégie de vente

- 13.8.1. Stratégie de vente
- 13.8.2. Méthodes de vente

13.9. Communication d'Entreprise

- 13.9.1. Concept
- 13.9.2. Importance de la communication dans l'organisation
- 13.9.3. Type de la communication dans l'organisation
- 13.9.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 13.9.5. Éléments de la communication
- 13.9.6. Problèmes de communication
- 13.9.7. Scénario de la communication

13.10. Communication et réputation numérique

- 13.10.1. Réputation en ligne
- 13.10.2. Comment mesurer la réputation numérique?
- 13.10.3. Outils de réputation en ligne
- 13.10.4. Rapport sur la réputation en ligne
- 13.10.5. *Branding* en ligne

Module 14. Management Exécutif**14.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches**

14.1.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

14.2. Direction des opérations

14.2.1. Importance de la gestion
14.2.2. La chaîne de valeur
14.2.3. Gestion de qualité

14.3. Discours et formation de porte-parole

14.3.1. Communication interpersonnelle
14.3.2. Compétences communicatives et l'influence
14.3.3. Obstacles à la communication

14.4. Outils de communication personnels et organisationnels

14.4.1. Communication interpersonnelle
14.4.2. Outils de la communication Interpersonnelle
14.4.3. La communication dans les organisations
14.4.4. Outils dans l'organisation

14.5. La communication en situation de crise

14.5.1. Crise
14.5.2. Phases de la crise
14.5.3. Messages: contenu et calendrier

14.6. Préparer un plan de crise

14.6.1. Analyse des problèmes potentiels
14.6.2. Plan
14.6.3. Adéquation du personnel

14.7. Intelligence émotionnelle

14.7.1. Intelligence émotionnelle et communication
14.7.2. Affirmation, empathie et écoute active
14.7.3. Estime de soi et communication émotionnelle

14.8. Branding Personnel

14.8.1. Stratégies pour développer la marque personnelle
14.8.2. Les lois de l'image de marque personnelle
14.8.3. Outils de construction de la marque personnelle

14.9. Leadership et gestion d'équipes

14.9.1. Leadership et styles de leadership
14.9.2. Capacités et défis du leader
14.9.3. Gestion des Processus de Changement
14.9.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

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

Le MBA en Direction des Achats est un programme destiné aux professionnels spécialisés dans la gestion des entreprises, qui souhaitent actualiser leurs connaissances dans ce domaine et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





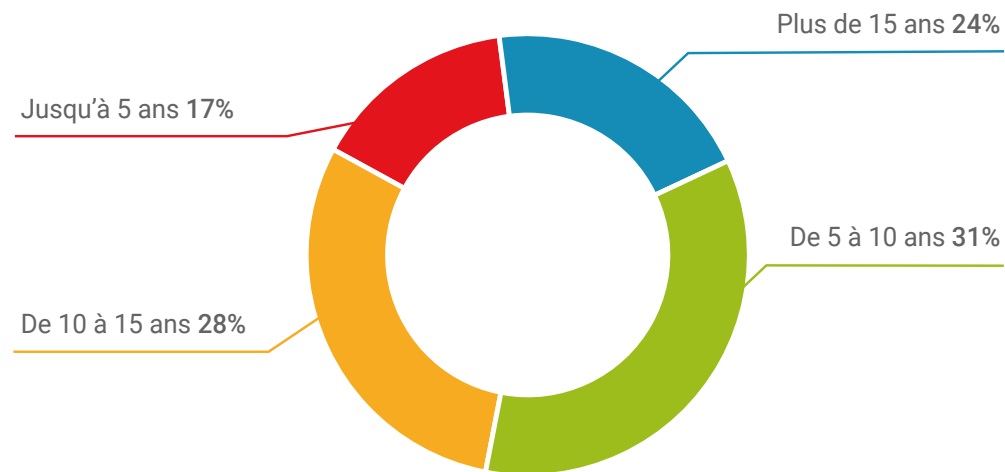
“

Si vous avez de l'expérience en matière de gestion, et que vous recherchez une évolution de carrière en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous”

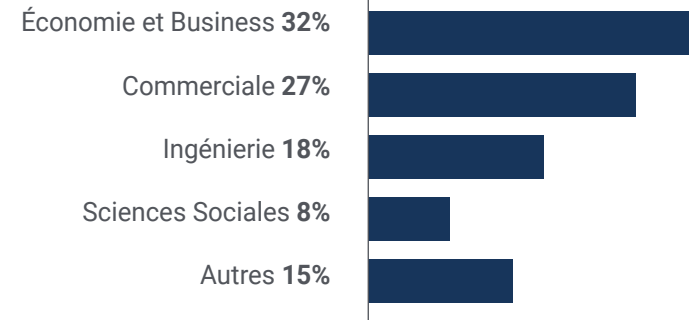
Âge moyen

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

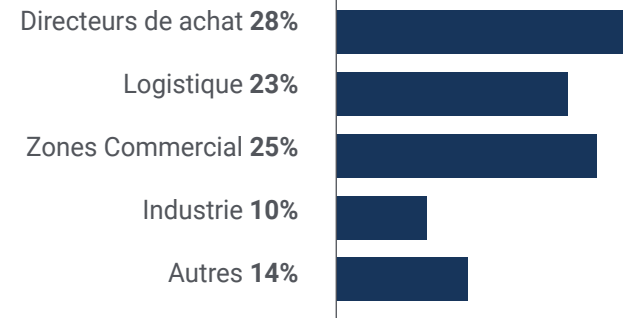
Années d'expérience



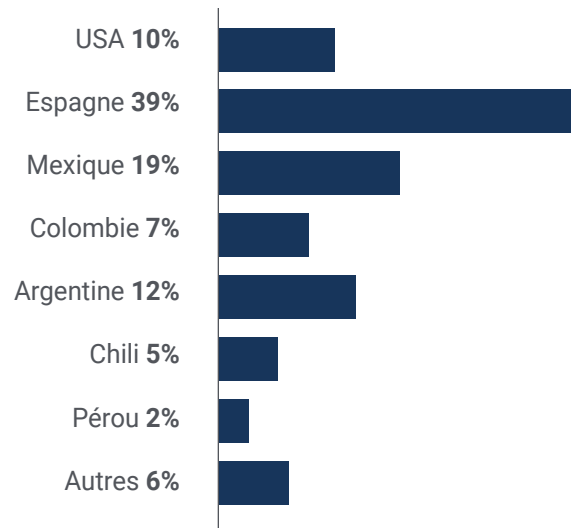
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Santos Rodríguez

Directeur des achats d'une entreprise multinationale

"Après avoir suivi ce programme TECH, j'ai compris de nouveaux concepts et stratégies dans le domaine du MBA en Direction des Achats que je n'avais pas étudiés pendant mes études. Il est donc bon de continuer à suivre des programmes de spécialisation pour se tenir au courant des principales évolutions du secteur"

09

Direction de la formation

TECH s'engage continuellement en faveur de l'excellence académique. C'est pourquoi chacun de ses programmes dispose d'équipes d'enseignants de très haut niveau. Ces experts possèdent une vaste expérience dans leur domaine professionnel et ont obtenu des résultats significatifs grâce à leurs recherches empiriques et à leur travail sur le terrain. En outre, ces spécialistes jouent un rôle de premier plan au sein du diplôme universitaire, puisqu'ils assument les responsabilités de sélectionner les contenus les plus récents et les plus innovants à inclure dans le programme d'études. En même temps, ils participent au développement de nombreuses ressources multimédias d'une grande rigueur pédagogique.



“

Les professionnels de ce corps enseignant ont une grande expérience et les meilleurs résultats dans le domaine de la Direction des Achats”

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arens, Manuel

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

D'autre part, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à intégrer la technologie dans les processus de recrutement et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions aux défis à venir. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de bien-être au travail qui ont permis d'accroître de manière significative la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur invité international

Leader dans le domaine de la technologie, Rick Gauthier a acquis des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, et s'est distingué dans le domaine des **services en nuage** et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un leader et un gestionnaire d'équipes très efficaces, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un niveau élevé d'engagement parmi ses employés.

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

Saisissez l'occasion de vous informer sur les derniers développements dans ce domaine pour les appliquer à votre pratique quotidienne”

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances grâce à une formation de la plus haute qualité? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"

Directeur invité international

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

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

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

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

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



M. La Sala, Andrea

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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



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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde! Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage"

Directeur invité international

Le Docteur Eric Nyquist est un grand professionnel du sport international, qui s'est construit une carrière impressionnante, reconnue pour son **leadership stratégique** et sa capacité à conduire le changement et l'**innovation** dans des **organisations sportives** de classe mondiale.

En fait, il a occupé des postes de haut niveau, notamment celui de **Directeur de la Communication et de l'Impact** à la **NASCAR**, basée en **Floride, aux États-Unis**. Fort de ses nombreuses années d'expérience, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de premier **Vice-président du Développement Stratégique** et de **Directeur Général des Affaires Commerciales**, gérant plus d'une douzaine de disciplines allant du **développement stratégique** au **Marketing du divertissement**.

Nyquist a également laissé une marque importante sur les principales **franchises sportives** de Chicago. En tant que **Vice-président Exécutif** des **Bulls de Chicago** et des **White Sox de Chicago**, il a démontré sa capacité à mener à bien des **affaires** et des **stratégies** dans le monde du **sport professionnel**.

Enfin, il a commencé sa carrière dans le sport en travaillant à **New York** en tant qu'**analyste stratégique principal** pour **Roger Goodell** au sein de la **National Football League (NFL)** et, avant cela, en tant que **Stagiaire Juridique** auprès de la **Fédération de Football des États-Unis**.



Dr Nyquist, Eric

- Directeur de la Communication et de l'Impact, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Senior du Développement Stratégique, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président de la Planification stratégique, NASCAR
- Directeur Senior des Affaires Commerciales à NASCAR
- Vice-président Exécutif, Franchises Chicago White Sox
- Vice-président Exécutif, Franchises des Bulls de Chicago
- Responsable de la Planification des Affaires à la National Football League (NFL)
- Stagiaire en Affaires Commerciales et Juridiques à la Fédération Américaine de Football
- Docteur en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires (MBA) de l'Université de Chicago (Booth School of Business)
- Licence en Économie Internationale du Carleton College

“

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

10

Impact sur votre carrière

TECH est conscient que l'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle. C'est pourquoi, TECH Université Technologique met toutes ses ressources à sa disposition pour qu'il puisse acquérir la formation dont il a besoin pour poursuivre son processus d'apprentissage et, surtout, pour qu'il puisse obtenir l'amélioration professionnelle qu'il souhaite.



“

Notre principal défi est de vous aider à réaliser un meilleur travail et c'est pourquoi nous rivalisons sur la qualité et le professionnalisme"

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

Le MBA en Direction des Achats de TECH Université Technologique est un programme intensif qui le prépare à relever les défis et à prendre des décisions au niveau de l'entreprise. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aidant à réussir.

Si vous voulez vous surpasser vous-même, obtenir un changement positif au niveau professionnel et se connecter avec les meilleurs, c'est votre programme.

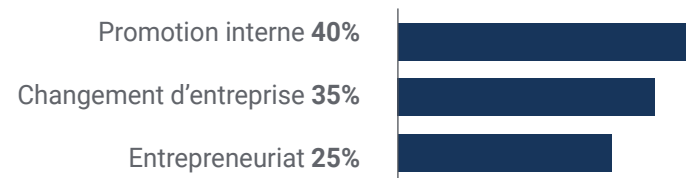
Plongez dans l'étude de ce mastère complet et obtenez cette promotion que vous attendiez.

Obtenez une amélioration professionnelle en peu de temps grâce à cette spécialisation de qualité proposée par TECH Université Technologique.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants.



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA en Direction des Achats contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, la participation à ce programme académique vous permettra de vous améliorer non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant votre formation et en améliorant vos compétences en matière de gestion. En outre, rejoindre la communauté éducative de TECH Université Technologique est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Mettez-vous à jour avec les stratégies les plus efficaces pour le MBA en Direction des Achats, et appliquez-les dans votre travail quotidien"

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

01

Accroître les talents et 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 en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant 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 le Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



12 Diplôme

Le Executive Mastère en MBA en Direction des Achats garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Executive Mastère en MBA en Direction des Achats** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Executive Mastère** délivré 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: **Executive Mastère en MBA en Direction des Achats**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



*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

MBA en Direction des Achats

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

Executive Mastère

MBA en Direction des Achats