

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques

M B A D A P T



Mastère Spécialisé MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: Diplômés de l'université ou licenciés ayant obtenu un diplôme en ingénierie informatique

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-gestion-avancee-projets-technologiques

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 20

06

Structure et contenu

page 26

07

Méthodologie

page 46

08

Profil de nos étudiants

page 54

09

Direction de la formation

page 58

10

Impact sur votre carrière

page 80

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 84

12

Diplôme

page 88

01 Présentation

De nos jours, et avec la numérisation vorace qui s'empare de presque tous les processus, la plupart des entreprises sont obligées de s'appuyer sur la figure du chef de projet technologique. Ce profil doit avoir une connaissance technique approfondie des tâches à accomplir, ainsi que la capacité de gérer habilement l'équipe de travail, afin d'en exploiter au maximum la valeur et les performances. Des programmes tels que celui-ci, que TECH propose aux professionnels du monde des affaires, préparent les étudiants à remplir cette fonction, augmentant ainsi leurs perspectives économiques et leur épanouissement professionnel et personnel. Tout ceci est basé sur un programme d'études de cas complet et actualisé visant à répondre aux besoins du monde technologique des affaires.



Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques
TECH Université Technologique



“

La gestion de projets technologiques requiert une personnalité hautement spécialisée et qualifiée, dotée de grandes compétences en matière de gestion et de leadership. Avec ce Mastère Spécialisé, vous serez en mesure de prendre en charge les projets les plus ambitieux et les plus attrayants dans votre domaine”

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

L'objectif de ce programme est de renforcer les compétences de leadership des étudiants dans le secteur technologique, en leur offrant les meilleurs outils et connaissances spécialisées pour gérer avec succès tout type de projet. Ainsi, elle offre une formation dont le contenu est développé à la fois d'un point de vue technique et d'un point de vue commercial qui tient compte des environnements et des marchés actuels, garantissant ainsi que l'enseignement est à jour et conforme aux dernières tendances.



“

Si votre objectif est de diriger de grands projets technologiques, TECH vous donne les ressources dont vous avez besoin pour être un leader compétent, efficace et productif”

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

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques permet à l'apprenant de:

01

Pouvoir se spécialiser dans les principaux *frameworks* et de la gestion des projets informatiques

04

Déterminer le leadership comme un modèle d'accompagnement par opposition à la méthodologie autoritaire traditionnelle

02

Apprendre les techniques les plus appropriées pour gérer les personnes et les équipes, dans le but de favoriser leur bien-être et leur productivité au travail

03

Travailler sur les différentes méthodes d'analyse pour la prise de décision stratégique

05

Analyser les processus et les exigences pour le développement de projets *software*



06

Aborder les problèmes liés à la gestion des données en termes de protection et de sécurité des données, d'application et de respect de la réglementation en vigueur

08

Étudier la *Enterprise Resource Planning* et le *Customer Relationship Management* pour améliorer la prise de décision

09

Identifier les différentes techniques de business intelligence pour anticiper les problèmes éventuels et proposer des solutions préventives

07

Connaître les méthodologies fondamentales pour le développement de projets telles que SDLC, *Agile* ou orientation objet

10

Étudier la combinaison des connaissances et des techniques de différentes disciplines afin de proposer des solutions interdisciplinaires



11

Développer des compétences de gestion au niveau stratégique, organisationnel et du projet, du point de vue de la proposition de valeur à la conception de stratégies de transformation de l'entreprise

12

Mettre en évidence l'importance des Données dans la gestion de projet et comprendre comment les analyses peuvent être utilisées pour concentrer les efforts de l'équipe

13

Comprendre l'utilisation de Google Analytics comme un outil clé dans l'analyse des données et apprendre à améliorer la prise de décision sur la base des données obtenues

14

Aborder l'importance de l'utilisation correcte des Tableaux de Bord pour automatiser le suivi de la réalisation des objectifs



15

Examiner les méthodes de gestion des incidents afin de les mettre en œuvre pour améliorer le flux de travail

16

Étudier les principaux cadres réglementaires en matière de sécurité et de protection des données afin d'assurer une méthodologie de travail conforme à la législation en vigueur

17

Analyser les réalités divergentes dans lesquelles les entreprises technologiques évoluent face aux changements sociétaux

18

Considérez l'intelligence émotionnelle comme un outil de base pour l'optimisation des résultats de l'entreprise



05

Compétences

À l'issue du Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques, les étudiants seront capables de diriger des équipes dans le domaine technologique de manière agile et efficace, en appliquant une méthodologie innovante d'analyse des données et de gestion de projet. Cela augmentera considérablement leurs compétences professionnelles, ainsi que leurs propres possibilités d'évolution professionnelle en pouvant opter pour de meilleurs postes de direction qui exigent une plus grande spécialisation et de meilleures compétences.





“

Vous répondrez aux exigences que les grandes entreprises technologiques attendent de vous pour mener leurs projets les plus exigeants”

01

Utiliser les principaux outils du marché pour le suivi des KPI afin de contrôler l'exécution et l'avancement du projet par rapport à la stratégie fixée

02

Appliquer la méthodologie *Scrum* et *Kanban* correctement et efficacement dans les projets

03

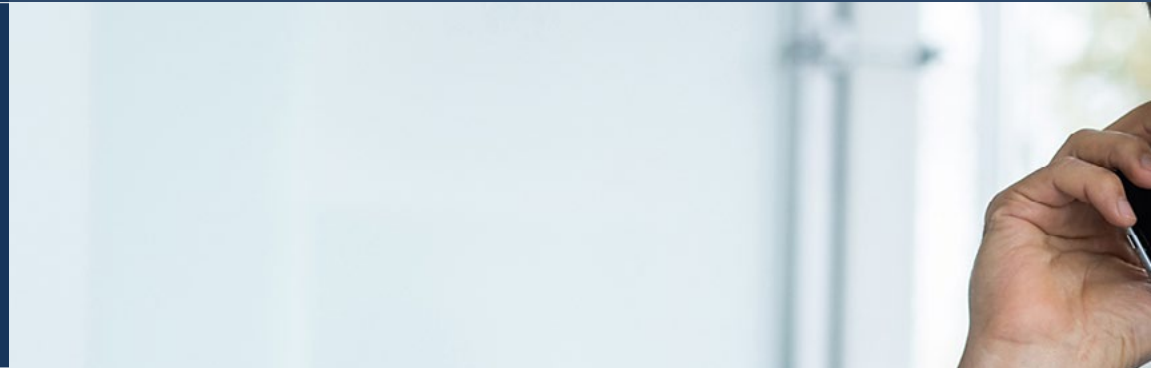
Développer les systèmes de gestion des informations commerciales les plus courants

04

Déterminer l'importance de la gestion de la qualité dans la gestion des projets *software* et apprendre à appliquer les critères nécessaires à son contrôle

05

Concevoir une base de données avec l'analyse des processus et la méthodologie intégrée dans la gestion de projet



06

Communiquer habilement, verbalement et non verbalement, en contribuant à la qualité des relations interpersonnelles dans l'entreprise

08

Déterminer les systèmes de gestion accessibles en temps réel

09

Définir des stratégies de résolution favorable des conflits à l'aide de techniques de négociation innovantes

07

Établir une communication directe entre les services de l'entreprise et les clients

10

Communiquer efficacement les résultats de l'analyse à des publics techniques et non techniques



11

Concevoir des stratégies de contrôle pour le suivi des projets et des processus

12

Proposer, communiquer et élaborer des modèles d'entreprise ou des modèles de transformation d'entreprise en justifiant leurs avantages et leur opportunité pour les organisations

13

Comprendre les différences entre les divers paradigmes de stockage de l'information: *Data Lake*, *Data Warehouse* et *Data Mart*

14

Analyser les sites web ou les plateformes numériques pour optimiser la manière dont l'utilisateur interagit avec leurs différentes fonctionnalités



15

Appliquer des techniques basées sur l'analyse des données pour améliorer les résultats globaux de l'organisation

16

Examiner et auditer le nouveau produit de développement *software* et ses activités connexes tout au long du cycle de développement

17

Développer des techniques pour assurer la conformité aux réglementations sur la protection des données dans le cadre de la gestion de projet

18

Appliquer le *coaching* dans l'environnement professionnel pour améliorer les processus éducatifs



06

Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques est un programme qui s'adapte aux besoins de l'étudiant. Comme il est 100% en ligne, les étudiants peuvent choisir l'horaire d'étude qui convient le mieux à leur disponibilité et à leurs intérêts particuliers. Il s'agit d'une excellente occasion de catapulter la carrière de toute personne qui aspire à des postes de direction dans le domaine technologique.



“

TECH vous garantit l'accès au meilleur cursus disponible en Gestion Avancée des Projets Technologiques avancée afin que vous puissiez postuler aux postes les plus élevés du secteur"

Plan d'études

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques de TECH Université Technologique est un programme complet qui forme les étudiants à la prise de décision et à la direction efficace d'équipes de travail multidisciplinaires, en soulignant l'importance des connaissances techniques nécessaires dans le domaine de la technologie.

Le contenu du Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques contient la méthodologie et les techniques les plus avancées de la direction d'entreprise, toujours axées sur la gestion de projets technologiques.

Au cours des 2 700 heures qui composent le programme, les étudiants étudieront une multitude de cas réels et pratiques, rendant l'expérience éducative plus immersive avec des situations d'affaires réelles.

Ce Mastère Spécialisé explore la nouvelle perspective du leader en tant que figure de confiance, s'éloignant de la perspective autoritaire traditionnelle en traitant de sujets tels que l'intelligence émotionnelle de l'équipe de travail ou la communication non verbale qui vise à améliorer les relations au sein de l'entreprise elle-même.

Un programme d'études qui prépare les étudiants à occuper les postes à responsabilité les plus ambitieux dans l'industrie technologique, en les aidant à atteindre l'excellence dans le domaine du leadership et de la gestion d'entreprise.

Les 15 modules qui composent ce Mastère Spécialisé, enseignés sur 12 mois, sont les suivants:

Module 1	Direction y gestion <i>Agile</i> de projets technologiques
Module 2	Gestion des exigences et analyse des processus dans les projets de développement de logiciels
Module 3	Gestion des affaires: Technologies pour la gestion des ressources et des clients
Module 4	Gestion et contrôle des projets informatiques grâce à l'intelligence économique
Module 5	Suivi et contrôle stratégique des projets informatiques
Module 6	L'analyse numérique pour la prise de décision dans les projets technologiques
Module 7	Améliorer les projets informatiques et les activités par le biais de techniques analytiques
Module 8	Qualité dans la gestion et la mise en œuvre de projets logiciels
Module 9	Conformité réglementaire pour la sécurité de l'information dans les projets technologiques
Module 10	Gestion d'équipe dans les projets informatiques
Module 11	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 12	Gestion des Personnes et des Talents
Module 13	Gestion Économique et Financière
Module 14	Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique
Module 15	Management Exécutif

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Spécialisé en Gestion Avancée des Projets Technologiques 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. Direction et gestion *Agile* des Projets Technologiques

1.1. Gestion de projets

- 1.1.1. Direction et gestion des projets
- 1.1.2. Phases d'un projet

1.2. Gestion de projet selon *Project Management Institute*

- 1.2.1. PMI et PMBOK
- 1.2.2. Projet, programme et portefeuille de projets
- 1.2.3. Évolution Les actifs de processus des organisations travaillant avec des projets

1.3. Gestion de Processus selon *Project Management Institute*

- 1.3.1. Groupes de processus et domaines de connaissances
- 1.3.2. Matrice de processus

1.4. Méthodologies agiles pour la gestion de projets

- 1.4.1. Motivation pour son application
- 1.4.2. Valeurs *Agile* et principes agiles du Manifeste *Agile*
- 1.4.3. Scénarios d'application

1.5. Scrum pour la gestion de projet agile: Description du Framework

- 1.5.1. *Framework* pour la gestion agile
- 1.5.2. Piliers et valeurs de Scrum

1.6. Scrum pour la gestion de projet agile: application du modèle

- 1.6.1. Application du *framework*
- 1.6.2. Personnes, rôles et responsabilités dans Scrum
- 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective et Sprint Refinement*

1.7. Scrum pour la gestion de projet Agile

- 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog et Incrémentiel*
- 1.7.2. Accords dans une équipe Scrum
- 1.7.3. Évaluation des performances

1.8. KANBAN pour la gestion de projet Agile

- 1.8.1. Le modèle
- 1.8.2. Méthode Kanban, éléments et avantages
- 1.8.3. Scénarios d'utilisation typiques

1.9. KANBAN pour la gestion de projet *Agile*: application du modèle

- 1.9.1. Fundame
- 1.9.2. Application
- 1.9.3. Évaluation des performances

1.10. Choix du modèle de gestion de projet

- 1.10.1. Critères de sélection du type de modèle de gestion
- 1.10.2. Traditionnel vs. Méthodes agiles
- 1.10.3. Conclusions

Module 2. Gestion des exigences et analyse des processus dans les projets de développement de *software***2.1. Analyse des systèmes**

- 2.1.1. Fonctions de l'analyste de systèmes
- 2.1.2. Cycle de développement du *software*: SDLC, OO. *Agile*
- 2.1.3. SDLC, OO et *Agile*

2.2. Importance de l'analyse et de la conception des systèmes

- 2.2.1. Systèmes d'information
- 2.2.2. Intégration des technologies de l'information: HW et *software*
- 2.2.3. Sélection de la méthodologie

2.3. Cycle de vie du développement de *software*

- 2.3.1. Campagnes et types
- 2.3.2. Rédemption et dynamisme
- 2.3.3. Types de stratégie
- 2.3.4. Plan de *Marketing* digital

2.4. Modélisation et conception de systèmes. Intégration

- 2.4.1. Dépendances avec d'autres systèmes d'exploitation dans l'organisation
- 2.4.2. Intégration avec les méthodologies de gestion de projet telles que PMBOK
- 2.4.3. Intégration avec les méthodologies agiles

2.5. Collecte des besoins

- 2.5.1. Méthodes interactives: entretiens, JAD et questionnaires
- 2.5.2. Méthodes non interactives: Observation, examen des documents
- 2.5.3. Techniques d'échantillonnage: *Sampling*

2.6. Analyse des processus. DFDs

- 2.6.1. Développement d'un DFD multi-niveaux
- 2.6.2. Types de DFD: physique et logique, événementiel
- 2.6.3. Partitionnement des DFD

2.7. Analyse des processus. Dictionnaire de données

- 2.7.1. Création du dictionnaire de données sur la base des DFD précédents
- 2.7.2. Nomenclature du dictionnaire de données
- 2.7.3. Création de XML pour l'échange de données avec d'autres systèmes

2.8. Analyse des processus. Spécifications du processus

- 2.8.1. Décisions structurées et semi-structurées
- 2.8.2. IF-THE-ELSE
- 2.8.3. Tables de décision et arbres de décision

2.9. Importance de la conception

- 2.9.1. Conception des résultats
- 2.9.2. Conception de l'entrée
- 2.9.3. Validation de la conception

2.10. Conception d'une base de données

- 2.10.1. Normalisation des données
- 2.10.2. Diagrammes E-R: relations de 1 à plusieurs et de plusieurs à plusieurs
- 2.10.3. Dénormalisation

Module 3. Gestion des affaires: technologies pour la gestion des ressources et des clients

3.1. Systèmes de stockage et de gestion des informations d'entreprise

- 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
- 3.1.2. *Customer Relationship Management*
- 3.1.3. *Enterprise Resource Planning vs. Customer Relationship Management*
- 3.1.4. *Enterprise Resource Planning y Customer Relationship Management dans l'entreprise*

3.2. Enterprise Resource Planning

- 3.2.1. Contribution de *Enterprise Resource Planning* dans l'entreprise
- 3.2.2. Mise en œuvre de la gestion
- 3.2.3. Opérations quotidiennes *Enterprise Resource Planning*

3.3. Enterprise Resource Planning et sa gestion

- 3.3.1. Les modules d'une ERO
- 3.3.2. Types de systèmes de *Enterprise Resource Planning*
- 3.3.3. Outils sur le marché

3.4. Customer Relationship Management

- 3.4.1. Contribution de *Enterprise Resource Planning* dans l'entreprise
- 3.4.2. Conception des systèmes d'information
- 3.4.3. *Customer Relationship Management* pour les processus d'amélioration

3.5. Customer Relationship Management pour la conception de projets

- 3.5.1. Situation actuelle de l'environnement
- 3.5.2. Ventes ou fidélité
- 3.5.3. Rentabilité de la fidélisation des clients

3.6. Customer Relationship Management. Travailler avec l'information

- 3.6.1. Marketing et gestion des projets
- 3.6.2. Facteurs de réussite
- 3.6.3. Stratégies

3.7. Customer Relationship Management. Outil de communication

- 3.7.1. Communication
- 3.7.2. L'information
- 3.7.3. Écoute Active
- 3.7.4. Stratégies d'investissements dans système d'information

3.8. Customer Relationship Management. Récupération du client mécontent

- 3.8.1. Détection précoce des erreurs
- 3.8.2. Correction d'erreurs et remédiation
- 3.8.3. Récupération des clients et conception de processus d'amélioration continue

3.9. Projets informatiques

- 3.9.1. Objectifs
- 3.9.2. *Enterprise Resource Planning* et *Customer Relationship Management* pour attirer les clients
- 3.9.3. Conception du projet
- 3.9.4. Évaluation et enregistrement des résultats

3.10. Développement d'un projet informatique

- 3.10.1. Erreurs fréquentes
- 3.10.2. Méthodologie
- 3.10.3. Segmentation et processus
- 3.10.4. Formation
- 3.10.5. Conception d'actions appliquées à *Customer Relationship Management* et *Enterprise Resource Planning*

Module 4. Gestion et contrôle des projets informatiques grâce à l'intelligence économique**4.1. Intelligence économique**

- 4.1.1. Intelligence économique
- 4.1.2. Gestion des données
- 4.1.3. Cycle de vie d'une donnée
- 4.1.4. Architecture
- 4.1.5. Applications

4.2. Gestion les projets informatiques par le biais de techniques analytiques

- 4.2.1. Choix de la Business Intelligence
- 4.2.2. Avantages de la Business Intelligence pour les projets
- 4.2.3. Exemples et applications

4.3. Collecte et stockage

- 4.3.1. Modèles d'entreprise et modèles de données
- 4.3.2. Types de stockage
- 4.3.3. Stockage de *Big Data* dans la Nube

4.4. Traitement massif de données et d'informations

- 4.4.1. Types de traitement des données
- 4.4.2. Techniques pour simplifier le traitement de masse
- 4.4.3. Traitement du Cloud

4.5. Techniques d'analyse

- 4.5.1. Techniques d'analyse
- 4.5.2. Analyse prédictive
- 4.5.3. Analyse des modèles et recommandations
- 4.5.4. Apprentissage automatique évolutif

4.6. Visualisation pour la prise de décision

- 4.6.1. Visualisation et analyse des données
- 4.6.2. Outils
- 4.6.3. La visualisation pour l'analyse des données
- 4.6.4. Conception du rapport

4.7. Consommation d'information des entreprises

- 4.7.1. Tableau de bord
- 4.7.2. Conception et extraction des indicateurs clés de performance
- 4.7.3. Informations géographiques

4.8. Sécurité et gouvernance

- 4.8.1. Sécurité
- 4.8.2. Gouvernance

4.9. Applications réelles aux projets informatiques

- 4.9.1. De la collecte au traitement
- 4.9.2. De l'analyse à la visualisation

4.10. Direction du projet

- 4.10.1. Projet
- 4.10.2. Exigences et objectifs
- 4.10.3. Mise en service et mise en œuvre

Module 5. Suivi et contrôle stratégique des projets informatiques

5.1. Données et informations pour la prise de décision et la gestion de projet

- 5.1.1. Intelligence économique
- 5.1.2. Évolution du concept d'intelligence économique
- 5.1.3. Cycle de vie d'une Donnée

5.2. Techniques d'analyse de l'information

- 5.2.1. Analyse descriptive
- 5.2.2. Analyse prescriptive
- 5.2.3. Analyse prédictive
- 5.2.4. Analyse des modèles et recommandations
- 5.2.5. Contributions de l'analytique aux projets informatiques

5.3. Types de données

- 5.3.1. données structurées
- 5.3.2. données semi-structurées
- 5.3.3. données non structurées

5.4. Stockage et gestion

- 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse et Data Mart*
- 5.4.2. Étapes de la gestion des données: extraction, transformation et chargement
- 5.4.3. Paradigme ETL et ELT

5.5. Gestion des Données pour la mise en œuvre du projet

- 5.5.1. Utilisation de Données dans la conception d'un projet
- 5.5.2. Prise de décision
- 5.5.3. Apports

5.6. Solutions de veille stratégique: *Power BI*

- 5.6.1. Éco-système
- 5.6.2. Possible forces et faiblesses

5.7. Solutions de veille stratégique: *Tableau*

- 5.7.1. Éco-système
- 5.7.2. Forces et faiblesses

5.8. Solutions de veille stratégique: *Qlik*

- 5.8.1. Éco-système
- 5.8.2. Possible forces et faiblesses

5.9. Solutions de veille stratégique: *Prometeus*

- 5.9.1. Éco-système
- 5.9.2. Possible forces et faiblesses

5.10. L'avenir de l'intelligence du Business

- 5.10.1. Applications du Cloud
- 5.10.2. Intelligence économique de l'autoconsommation
- 5.10.3. Intégration avec *Data Science*. Génération de valeur

Module 6. L'analyse numérique pour la prise de décision dans les projets technologiques**6.1. Analyse numérique**

- 6.1.1. Analyse numérique
- 6.1.2. Modus operandi

6.2. Google Analytics: outil d'analyse

- 6.2.1. Google Analytics
- 6.2.2. Quantifier et qualifier: métriques et dimensions
- 6.2.3. Objectifs de l'analyse

6.3. Métriques

- 6.3.1. Métriques de base
- 6.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*) ou métriques avancées
- 6.3.3. L'objectif: la conversion

6.4. Dimensions

- 6.4.1. Campagne/*keyword*
- 6.4.2. Source/média
- 6.4.3. Contenu

6.5. Google Analytics

- 6.5.1. Installation et configuration de l'outil
- 6.5.2. Versions actuelles: UA/GA4
- 6.5.3. Objectifs de conversion. Entonnoir de conversion

6.6. Structure de Google Analytics: zones de travail

- 6.6.1. Comptes
- 6.6.2. Propriétés
- 6.6.3. Vues

6.7. Rapports de Google Analytics

- 6.7.1. En temps réel
- 6.7.2. Audience
- 6.7.3. Acquisition
- 6.7.4. Comportement
- 6.7.5. Conversions

6.8. Rapports avancés de Google Analytics

- 6.8.1. Rapports personnalisés
- 6.8.2. Panels
- 6.8.3. APIs

6.9. Filtrage:

- 6.9.1. Filtres et segments. Utilisabilité
- 6.9.2. Segments prédéfinis et personnalisés
- 6.9.3. Listes de remarketing

6.10. Plan d'Analyse Numérique

- 6.10.1. Mesure
- 6.10.2. Mise en œuvre dans l'environnement technologique
- 6.10.3. Conclusions

Module 7. Améliorer les projets informatiques et les activités par le biais de techniques analytiques

7.1. L'analyse des données dans les entreprises

- 7.1.1. L'analyse des données dans les entreprises
- 7.1.2. La valeur
- 7.1.3. Gestion de projet basée sur la valeur

7.2. Marketing Numérique

- 7.2.1. Marketing digital
- 7.2.2. Avantages du marketing numérique

7.3. Marketing digital. Préparation

- 7.3.1. Campagne
- 7.3.2. Exécution et mesure
- 7.3.3. Variantes de la stratégie numérique
- 7.3.4. Planification

7.4. Marketing digital. Exécution

- 7.4.1. Applications
- 7.4.2. Intégration dans les environnements web

7.5. Cycle de vie

- 7.5.1. *Customer journey* vs. campagnes
- 7.5.2. Mesure

7.6. Gestion des Données

- 7.6.1. *Datawarehouse* et *Datalab*
- 7.6.2. Applications pour la génération de bases de données de campagnes
- 7.6.3. Options d'entraînement

7.7. Exclusions de la campagne

- 7.7.1. Types
- 7.7.2. GDPR et Robinson
- 7.7.3. Anonymisation des Données

7.8. Tableaux de bord

- 7.8.1. Audience
- 7.8.2. *Storytelling*
- 7.8.3. Applications

7.9. Conclusions de la valeur de l'analyse des données

- 7.9.1. Aperçu des clients
- 7.9.2. Stratégie et types d'analyse
- 7.9.3. Applications

7.10. Application dans les scénarios d'entreprise

- 7.10.1. *Clustering* de portefeuilles
- 7.10.2. Modèles de risques prédictifs
- 7.10.3. Caractérisation des clients du portefeuille
- 7.10.4. Traitement des images
- 7.10.5. Modèles de propositions d'offres

Module 8. Qualité de la gestion et de la mise en œuvre de projets logiciels**8.1. Qualité du *software***

- 8.1.1. Méthodologies et normes
- 8.1.2. Rapports sur la *software*: le rapport CHAOS du groupe Standish
- 8.1.3. Certifications de la qualité de *Software*: ISO, AENOR

8.2. Codage sécurisé

- 8.2.1. Codage: raisons et types de codes
- 8.2.2. Règles de codage

8.3. Qualité des données grâce à la validation des entrées

- 8.3.1. Saisie efficace des données
- 8.3.2. Méthodes de "*data-entry*": OCR, *Keyboard*, RFID, etc
- 8.3.3. Tests et essais de validation des données

8.4. Gestion de qualité totale: *Six Sigma*

- 8.4.1. TQM
- 8.4.2. *Six Sigma*: Méthodologie et culture
- 8.4.3. Conception de systèmes "*Top Down*" et programmation modulaire
- 8.4.4. Documentation: Méthode de documentation FOLKLORE

8.5. Tests, maintenance et audits

- 8.5.1. Processus d'essai
- 8.5.2. Utilisation des données d'essai
- 8.5.3. Audits et auditeurs externes

8.6. Qualité des produits mis en œuvre dans les réseaux

- 8.6.1. Technologie "*Client-Server*"
- 8.6.2. Technologie "*Cloud Computing*"

8.7. Formation des utilisateurs

- 8.7.1. Stratégies de formation des utilisateurs
- 8.7.2. Guides de formation

8.8. Stratégies de conversion/migration vers de nouveaux systèmes

- 8.8.1. Stratégies de migration: parallèle, graduelle
- 8.8.2. Plan de migration/conversion
- 8.8.3. Gestion du propriétaire des données

8.9. Sécurité

- 8.9.1. Sécurité physique et logique: destruction des documents
- 8.9.2. Commerce électronique
- 8.9.3. Plan "*Disaster-Recovery*"

8.10. Évaluation

- 8.10.1. Techniques d'évaluation de qualité
- 8.10.2. Évaluation dans les environnements web

Module 9. Conformité réglementaire pour la sécurité de l'information dans les projets technologiques

9.1. Règlementation sur la protection des données

- 9.1.1. Cadre réglementaire
- 9.1.2. Sujets tenus de se conformer à la réglementation
 - 9.1.2.1. Contrôleurs, contrôleurs conjoints et processeurs
- 9.1.3. La figure du délégué à la protection des données

9.2. Traitement des données à caractère personnel

- 9.2.1. Légalité, équité et transparence
- 9.2.2. Limitation de l'objet
- 9.2.3. Minimisation des données, exactitude et limitation de la période de conservation
- 9.2.4. Intégrité et confidentialité
- 9.2.5. Responsabilité proactive

9.3. Protection des données dès la conception et par défaut

- 9.3.1. Pseudonymisation des données
- 9.3.2. Minimisation des données
- 9.3.3. Mesures organisationnelles proportionnelles à la finalité du traitement

9.4. Bases de licéité ou de légitimité et autorisations de traitement. Communication des données

- 9.4.1. Consentement
- 9.4.2. Relation contractuelle ou mesures précontractuelles
- 9.4.3. Respect d'une obligation légale
- 9.4.4. Protection des intérêts vitaux de la personne concernée ou d'une autre personne
- 9.4.5. Intérêt public ou exercice des pouvoirs publics
- 9.4.6. Intérêt légitime: mise en balance des intérêts

9.5. Droits des personnes

- 9.5.1. Transparence et information
- 9.5.2. Accès
- 9.5.3. Rectification et effacement (droit à l'oubli), limitation et portabilité
- 9.5.4. Opposition et décisions individuelles automatisées
- 9.5.5. Limites aux droits

9.6. Analyse et gestion des risques liés au traitement des données personnelles

- 9.6.1. Identifier les risques et les menaces pour les droits et libertés des personnes physiques
- 9.6.2. Évaluation des risques
- 9.6.3. Plan de Traitement des Risques

9.7. Techniques pour assurer la conformité avec la réglementation sur la Protection des Données

- 9.7.1. Identification de mesures de responsabilisation proactives
- 9.7.2. Enregistrement des activités de traitement
- 9.7.3. Gestion des violations de la sécurité
- 9.7.4. Codes de conduite et certifications

9.8. L'analyse d'impact sur la protection des données personnelles (PIA ou DPIA)

- 9.8.1. Étude des besoins de l' EIPD
- 9.8.2. Méthodologie d'évaluation
- 9.8.3. Identification des risques et des menaces
- 9.8.4. Consultation préalable de l'autorité de surveillance

9.9. Sécurité de l'information

- 9.9.1. Cadres réglementaires en matière de sécurité
- 9.9.2. Évaluation et certification des produits de sécurité des TIC
- 9.9.3. Catalogue des produits et services STIC (CPSTIC)

9.10. autorités de contrôle. Infractions et sanctions

- 9.10.1. Infractions
- 9.10.2. Sanctions
- 9.10.3. Procédure de sanction
- 9.10.4. Autorités de contrôle et mécanismes de coopération

Module 10. Gestion d'équipe dans les projets informatiques**10.1. Gestion des équipes**

- 10.1.1. Compétences en matière de gestion
- 10.1.2. Gestion du capital humain et rôles de l'encadrement
- 10.1.3. Classification et types de compétences de gestion
- 10.1.4. Gestion de la direction du groupe dans les entreprises

10.2. Team Building

- 10.2.1. Gestion des équipes
- 10.2.2. Évaluation des performances
- 10.2.3. Délégation et *empowerment*
- 10.2.4. Gestion des engagements

10.3. Équipe de travail

- 10.3.1. Culture: mission, vision, valeurs
- 10.3.2. Planification et stratégie
- 10.3.3. Organisation et suivi
- 10.3.4. *Feedback et feedforward*
- 10.3.5. Évaluation des résultats

10.4. Les étapes de la constitution d'une équipe

- 10.4.1. Stade de dépendance
- 10.4.2. Stade de contre-dépendance
- 10.4.3. Stade de l'indépendance
- 10.4.4. Stade d'interdépendance

10.5. Organisation de projets informatiques

- 10.5.1. Planification d'entreprise
- 10.5.2. Planification du temps
- 10.5.3. Planification des ressources
- 10.5.4. Planification des coûts

10.6. Gestion des talents dans l'entreprise

- 10.6.1. Talent
- 10.6.2. Gestion des talents
- 10.6.3. Les dimensions du talent
- 10.6.4. Attirer les talents

10.7. La communication dans l'entreprise

- 10.7.1. Le processus de communication dans l'entreprise
 - 10.7.1.1. Relations et communication internes à l'entreprise
 - 10.7.1.2. La relation entre l'organisation et la communication dans l'entreprise: centralisation ou décentralisation?
 - 10.7.1.3. Outils de communication interne et externe

10.7.2. Les relations interpersonnelles dans l'entreprise

- 10.7.2.1. Communication et conflits interpersonnels
- 10.7.2.2. Filtres et obstacles à la communication
- 10.7.2.3. Critique et Écoute Active
- 10.7.2.4. Techniques d'écoute active

10.8. Techniques de négociation dans les affaires

- 10.8.1. Négociation au niveau des cadres dans les entreprises technologiques
 - 10.8.1.1. Négociation
 - 10.8.1.2. Styles de négociation
 - 10.8.1.3. Les phases de la négociation
- 10.8.2. Techniques de négociation
 - 10.8.2.1. Stratégies et tactiques de négociation
 - 10.8.2.2. Types de négociation
- 10.8.3. La figure du sujet de la négociation
 - 10.8.3.1. Caractéristiques du négociateur
 - 10.8.3.2. Types de négociateurs
 - 10.8.3.3. La psychologie dans la négociation

10.9. Coaching et gestion d'entreprise

- 10.9.1. *Coaching* d'entreprise
- 10.9.2. La pratique *coaching*
- 10.9.3. *Coaching* dans les organisations

10.10. Mentorat et gestion d'entreprise

- 10.10.1. Le *Mentoring*
- 10.10.2. Les 4 processus d'un programme de *mentoring*
 - 10.10.2.1. Processus
 - 10.10.2.2. La figure de mentor dans l'entreprise
 - 10.10.2.3. La figure du protégé dans l'entreprise technologique
- 10.10.3. Bénéfices de *mentoring* dans l'entreprise
 - 10.10.3.1. Avantages pour l'organisation: mentor et mentoré
- 10.10.4. Différences entre le *mentoring* et *coaching* A

Module 9. Conformité réglementaire pour la sécurité de l'information dans les projets technologiques

9.1. Règlementation sur la protection des données

- 9.1.1. Cadre réglementaire
- 9.1.2. Sujets tenus de se conformer à la réglementation
 - 9.1.2.1. Contrôleurs, contrôleurs conjoints et processeurs
- 9.1.3. La figure du délégué à la protection des données

9.2. Traitement des données à caractère personnel

- 9.2.1. Légalité, équité et transparence
- 9.2.2. Limitation de l'objet
- 9.2.3. Minimisation des données, exactitude et limitation de la période de conservation
- 9.2.4. Intégrité et confidentialité
- 9.2.5. Responsabilité proactive

9.3. Protection des données dès la conception et par défaut

- 9.3.1. Pseudonymisation des données
- 9.3.2. Minimisation des données
- 9.3.3. Mesures organisationnelles proportionnelles à la finalité du traitement

9.4. Bases de licéité ou de légitimité et autorisations de traitement. Communication des données

- 9.4.1. Consentement
- 9.4.2. Relation contractuelle ou mesures précontractuelles
- 9.4.3. Respect d'une obligation légale
- 9.4.4. Protection des intérêts vitaux de la personne concernée ou d'une autre personne
- 9.4.5. Intérêt public ou exercice des pouvoirs publics
- 9.4.6. Intérêt légitime: mise en balance des intérêts

9.5. Droits des personnes

- 9.5.1. Transparence et information
- 9.5.2. Accès
- 9.5.3. Rectification et effacement (droit à l'oubli), limitation et portabilité
- 9.5.4. Opposition et décisions individuelles automatisées
- 9.5.5. Limites aux droits

9.6. Analyse et gestion des risques liés au traitement des données personnelles

- 9.6.1. Identifier les risques et les menaces pour les droits et libertés des personnes physiques
- 9.6.2. Évaluation des risques
- 9.6.3. Plan de Traitement des Risques

9.7. Techniques pour assurer la conformité avec la réglementation sur la Protection des Données

- 9.7.1. Identification de mesures de responsabilisation proactives
- 9.7.2. Enregistrement des activités de traitement
- 9.7.3. Gestion des violations de la sécurité
- 9.7.4. Codes de conduite et certifications

9.8. L'analyse d'impact sur la protection des données personnelles (PIA ou DPIA)

- 9.8.1. Étude des besoins de l'EIPD
- 9.8.2. Méthodologie d'évaluation
- 9.8.3. Identification des risques et des menaces
- 9.8.4. Consultation préalable de l'autorité de surveillance

9.9. Sécurité de l'information

- 9.9.1. Cadres réglementaires en matière de sécurité
- 9.9.2. Évaluation et certification des produits de sécurité des TIC
- 9.9.3. Catalogue des produits et services STIC (CPSTIC)

9.10. autorités de contrôle. Infractions et sanctions

- 9.10.1. Infractions
- 9.10.2. Sanctions
- 9.10.3. Procédure de sanction
- 9.10.4. Autorités de contrôle et mécanismes de coopération

Module 10. Gestion d'équipe dans les projets informatiques**10.1. Gestion des équipes**

- 10.1.1. Compétences en matière de gestion
- 10.1.2. Gestion du capital humain et rôles de l'encadrement
- 10.1.3. Classification et types de compétences de gestion
- 10.1.4. Gestion de la direction du groupe dans les entreprises

10.2. Team Building

- 10.2.1. Gestion des équipes
- 10.2.2. Évaluation des performances
- 10.2.3. Délégation et *empowerment*
- 10.2.4. Gestion des engagements

10.3. Équipe de travail

- 10.3.1. Culture: mission, vision, valeurs
- 10.3.2. Planification et stratégie
- 10.3.3. Organisation et suivi
- 10.3.4. *Feedback et feedforward*
- 10.3.5. Évaluation des résultats

10.4. Les étapes de la constitution d'une équipe

- 10.4.1. Stade de dépendance
- 10.4.2. Stade de contre-dépendance
- 10.4.3. Stade de Indépendance
- 10.4.4. Stade d'interdépendance

10.5. Organisation de projets informatiques

- 10.5.1. Planification d'entreprise
- 10.5.2. Planification du temps
- 10.5.3. Planification des ressources
- 10.5.4. Planification des coûts

10.6. Gestion des talents dans l'entreprise

- 10.6.1. Talent
- 10.6.2. Gestion des talents
- 10.6.3. Les dimensions du talent
- 10.6.4. Attirer les talents

10.7. La communication dans l'entreprise

- 10.7.1. Le processus de communication dans l'entreprise
 - 10.7.1.1. Relations et communication internes à l'entreprise
 - 10.7.1.2. La relation entre l'organisation et la communication dans l'entreprise: centralisation ou décentralisation?
 - 10.7.1.3. Outils de communication interne et externe

10.7.2. Les relations interpersonnelles dans l'entreprise

- 10.7.2.1. Communication et conflits interpersonnels
- 10.7.2.2. Filtres et obstacles à la communication
- 10.7.2.3. Critique et Écoute Active
- 10.7.2.4. Techniques d'écoute active

10.8. Techniques de négociation dans les affaires

- 10.8.1. Négociation au niveau des cadres dans les entreprises technologiques
 - 10.8.1.1. Négociation
 - 10.8.1.2. Styles de négociation
 - 10.8.1.3. Les phases de la négociation
- 10.8.2. Techniques de négociation
 - 10.8.2.1. Stratégies et tactiques de négociation
 - 10.8.2.2. Types de négociation
- 10.8.3. La figure du sujet de la négociation
 - 10.8.3.1. Caractéristiques du négociateur
 - 10.8.3.2. Types de négociateurs
 - 10.8.3.3. La psychologie dans la négociation

10.9. Coaching et gestion d'entreprise

- 10.9.1. *Coaching* d'entreprise
- 10.9.2. La pratique *coaching*
- 10.9.3. *Coaching* dans les organisations

10.10. Mentorat et gestion d'entreprise

- 10.10.1. Le *Mentoring*
- 10.10.2. Les 4 processus d'un programme de *mentoring*
 - 10.10.2.1. Processus
 - 10.10.2.2. La figure de mentor dans l'entreprise
 - 10.10.2.3. La figure du protégé dans l'entreprise technologique
- 10.10.3. Bénéfices de *mentoring* dans l'entreprise
 - 10.10.3.1. Avantages pour l'organisation: mentor et mentoré
- 10.10.4. Différences entre le *mentoring* et *coaching* A

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

11.1. Mondialisation et Gouvernance

- 11.1.1. Gouvernance et Gouvernement 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 l'entreprise
- 11.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise

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

11.4. Développement de la gestion et le leadership

- 11.4.1. Concept de développement de la gestion
- 11.4.2. Le concept de Leadership
- 11.4.3. Théories du Leadership
- 11.4.4. Styles de Leadership
- 11.4.5. L'intelligence dans le Leadership
- 11.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui

11.5. Éthique des affaires

- 11.5.1. Éthique et Morale
- 11.5.2. Éthique des Affaires
- 11.5.3. Leadership et éthique dans les affaires

11.6. Durabilité

- 11.6.1. Durabilité et développement durable
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Entreprises durables

11.7. Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.7.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

11.8. Systèmes et outils de Gestion responsables

- 11.8.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
- 11.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 11.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 11.8.4. Outils et normes en matière de RSE

11.9. Multinationales et droits de l'homme

- 11.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 11.9.2. Entreprises multinationales et droit international
- 11.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme

11.10. Environnement juridique et Corporate Governance

- 11.10.1. Importation et exportation internationales et Exportation
- 11.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 11.10.3. Droit international du travail

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

12.1. La Direction 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. 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. Équipes performantes: équipes autogérées
- 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

12.7. Gestion du changement

- 12.7.1. Gestion du changement
- 12.7.2. Types de processus de gestion des changements
- 12.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement

12.8. Négociation et gestion des conflits

- 12.8.1. Négociation
- 12.8.2. Gestion des Conflits
- 12.8.3. Gestion de Crise

12.9. La communication managériale

- 12.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
- 12.9.2. Département de communication
- 12.9.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

12.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

- 12.10.1. Productivité
- 12.10.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

Module 13. Gestion Économique et Financière

13.1. Environnement Économique

- 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
- 13.1.2. Institutions financières
- 13.1.3. Marchés financiers
- 13.1.4. Actifs financiers
- 13.1.5. Autres entités du secteur financier

13.2. Comptabilité de Gestion

- 13.2.1. Concepts de base
- 13.2.2. Les Actifs de l'entreprise
- 13.2.3. Le Passif de l'entreprise
- 13.2.4. La Valeur Nette de l'entreprise
- 13.2.5. Le Compte de Résultat

13.3. Systèmes d'information et *business intelligence*

- 13.3.1. Principes fondamentaux et classification
- 13.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
- 13.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet

13.4. Budget et Contrôle de Gestion

- 13.4.1. Le modèle budgétaire
- 13.4.2. Budget d'Investissement
- 13.4.3. Le Budget de Fonctionnement
- 13.4.5. Le Budget de Trésorerie
- 13.4.6. Le Suivi Budgétaire

13.5. Direction Financière

- 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 13.5.2. Département financier
- 13.5.3. Les excédents de trésorerie
- 13.5.4. Les risques liés à la gestion financière
- 13.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

13.6. Planification Financière

- 13.6.1. Définition de la planification financière
- 13.6.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
- 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 13.6.4. Le schéma *Cash Flow*
- 13.6.5. Le tableau des fonds de roulement

13.7. Stratégie Financière de l'Entreprise

- 13.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
- 13.7.2. Produits de financement des entreprises

13.8. Financement Stratégique

- 13.8.1. Autofinancement
- 13.8.2. Augmentation des fonds propres
- 13.8.3. Ressources Hybrides
- 13.8.4. Financement par des intermédiaires

13.9. Analyse et planification financières

- 13.9.1. Analyse du Bilan
- 13.9.2. Analyse du Compte de Résultat
- 13.9.3. Analyse de la Rentabilité

13.10. Analyses et résolution de problèmes

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

Module 14. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique**14.1. Gestion commerciale**

- 14.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
- 14.1.2. Stratégie et planification commerciales
- 14.1.3. Le rôle des responsables commerciaux

14.2. Marketing

- 14.2.1. Concept de Marketing
- 14.2.2. Éléments de base du marketing
- 14.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise

14.3. Gestion Stratégique du Marketing

- 14.3.1. Concept de Marketing stratégique
- 14.3.2. Concept de marketing stratégique
- 14.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du marketing

14.4. Marketing digital et e-commerce

- 14.4.1. Objectifs du Marketing numérique et du commerce électronique
- 14.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
- 14.4.3. Commerce électronique Contexte général
- 14.4.4. Catégories de commerce électronique
- 14.4.5. Avantages et inconvénients d'E-commerce par rapport au commerce traditionnel

14.5. Le Marketing Numérique pour renforcer la marque

- 14.5.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
- 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

14.6. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients

- 14.6.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Hyper-segmentation.

14.7. Gestion des campagnes numériques

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

14.8. Stratégie de vente

- 14.8.1. Stratégie de vente
- 14.8.2. Méthodes de vente

14.9. Communication d'Entreprise

- 14.9.1. Concept
- 14.9.2. Importance de la communication dans l'organisation
- 14.9.3. Type de communication dans l'organisation
- 14.9.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 14.9.5. Éléments de communication
- 14.9.6. Problèmes de communication
- 14.9.7. Scénarios de communication

14.10. Communication et réputation numérique

- 14.10.1. Réputation en ligne
- 14.10.2. Comment mesurer la réputation numérique?
- 14.10.3. Outils de réputation en ligne
- 14.10.4. Rapport sur la réputation en ligne
- 14.10.5. *Branding online*

Module 15. Management Exécutif**15.1. General Management**

- 15.1.1. Concept General Management
- 15.1.2. L'action du Directeur Général
- 15.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 15.1.4. Transformation du travail de la Direction

15.2. Direction des opérations

- 15.2.1. Importance de la direction
- 15.2.2. La chaîne de valeur
- 15.2.3. Gestion de qualité

15.3. La communication en situation de crise

- 15.3.1. Crise
- 15.3.2. Phases de la crise
- 15.3.3. Messages: contenu et calendrier

15.4. Préparer un plan de crise

- 15.4.1. Analyse des problèmes potentiels
- 15.4.2. Planification
- 15.4.3. Adéquation du personnel

15.5. Intelligence émotionnelle

- 15.5.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 15.5.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 15.5.3. Estime de soi et communication émotionnelle

15.6. Branding Personnel

- 15.6.1. Stratégies pour développer le personal branding
- 15.6.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 15.6.3. Outils de construction de la marque personnelle

15.7. Leadership et gestion d'équipes

- 15.7.1. Leadership et styles de leadership
- 15.7.2. Capacités et défis des Leaders
- 15.7.3. Gestion des Processus de Changement
- 15.7.4. 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

Ce Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques s'adresse aux professionnels du domaine technologique qui souhaitent orienter leur carrière vers la gestion d'équipes de travail, avec les connaissances avancées qui sont également requises dans ce domaine. À cette fin, les étudiants reçoivent les meilleures méthodologies, les meilleurs outils de travail et les meilleures connaissances théoriques du sujet, afin de les préparer au mieux à faire face aux responsabilités et aux postes supérieurs.





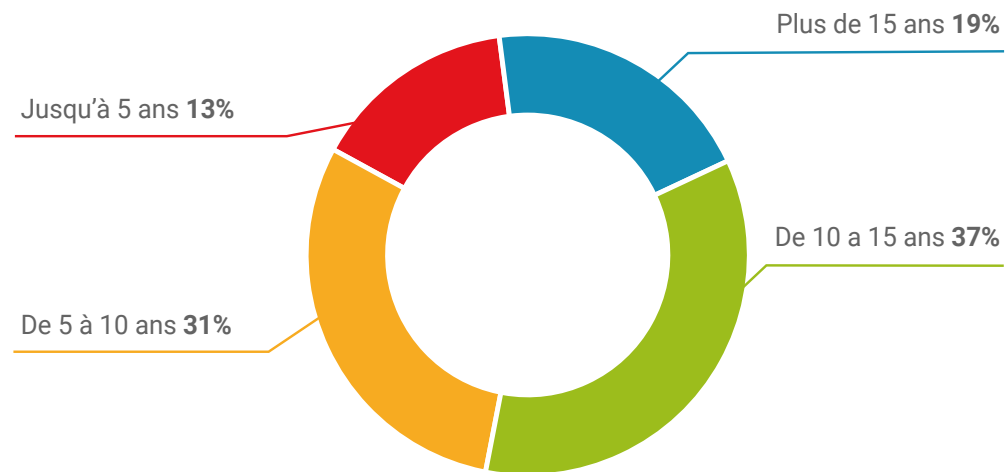
“

Les meilleurs emplois sont réservés aux personnes les mieux préparées. Faites le saut dont votre carrière professionnelle a besoin en suivant ce Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques"

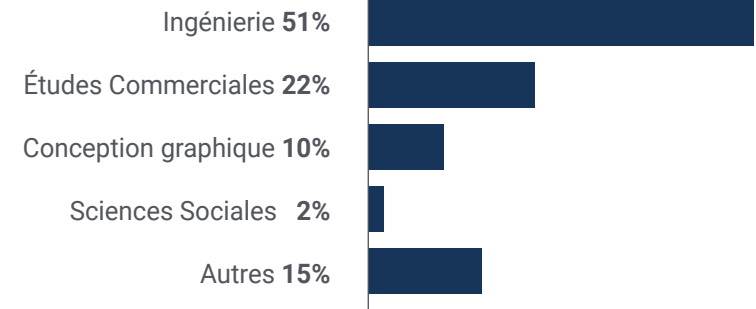
Âge moyen

Entre **35** y **45** ans

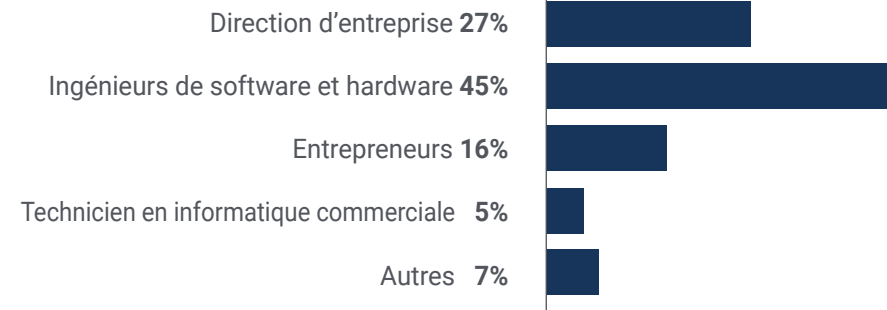
Années d'expérience



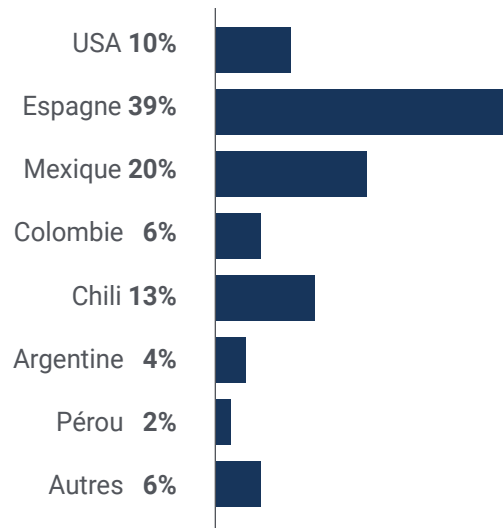
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Miguel Valero Bautista

Chef de Projet Technologique

"J'étais bloqué dans ma carrière professionnelle depuis longtemps, mais grâce au programme de Gestion Avancée des Projets Technologiques avancés de TECH, j'ai pu commencer à postuler à des offres d'emploi de plus en plus importantes et à assumer davantage de responsabilités dans mon environnement. Sans aucun doute, ce diplôme a fait passer ma carrière à un autre niveau"

09

Direction de la formation

TECH réunit pour ce Mastère Spécialisé les meilleurs enseignants de chaque domaine d'action dans le domaine des projets technologiques, afin d'assurer à l'étudiant le meilleur enseignement possible sur le terrain. Les professionnels hautement qualifiés qui composent le corps enseignant apportent leur expérience professionnelle et *know-how* aider les étudiants à atteindre le succès professionnel qu'ils ont eux-mêmes obtenu dans leurs carrières respectives, en acquérant les qualifications nécessaires pour accéder à des postes de direction.



“

Vous ferez partie de l'élite du top management technologique grâce à l'aide des experts que TECH a réunis dans ce Mastère Spécialisé”

Directrice Invitée Internationale

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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



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

Directeur Invité International

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, 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

“

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

Directeur Invité International

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

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

En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de Marketing pour l'habillement et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des 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 internationaux les plus qualifiés et les plus expérimentés vous attendent à TECH pour vous offrir un enseignement de premier ordre, actualisé et fondé sur les dernières données scientifiques. Qu'attendez-vous pour vous inscrire?"

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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

“

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

Directeur Invité International

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

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

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!

Direction



Dr Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO y CTO de *Prometeus* Global Solutions
- CTO en Korporate Technologies de Korporate Technologies
- CTO de AI Shephers GmbH
- Docteur en Ingénierie de Informatique de l'Université de Castilla La Mancha
- Doctorat en Économie, Commerce et Finances de l'Université Camilo José Cela. Prix du Doctorat Extraordinaire
- Docteur en Psychologie par l'Université de Castilla la Mancha
- Master en Technologies Avancées de l'Information de l'Université de Castilla la Mancha
- Master MBA+E (Master en Administration des Affaires et Ingénierie Organisationnelle) de l'Université de Castilla la Mancha
- Professeur associé, enseignant en Licence et en Master d'Ingénierie Informatique à l'Université de Castilla la Mancha
- Enseignant dans le Master *Big Data* et *Data Science* de l'Université Internationale de Valence
- Enseignant du Master en Industrie 4.0 et le Master en Design Industriel et Développement de produits
- Membre du Groupe de Recherche SMILE à l'Université de Castilla la Mancha.

Professeurs

M. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ Administrateur de bases de données Oracle chez NATO, Alten, ViewNext, Everis et le groupe Psa (Peugeot)
- ♦ Chef de projet chez Telefónica
- ♦ Responsable de la Sécurité au FNMT
- ♦ Conseiller technique chez IBM Sterling et IBM Aspera
- ♦ Ingénieur de *software* chez NCR Corporation
- ♦ Expertise informatique dans les domaines Commercial/Civil, Pénal et Extrajudiciaire dans la Communauté de Madrid
- ♦ Ingénieur en Informatique à l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Master de troisième cycle en Sécurité Informatique et Communications de l'Université polytechnique de Madrid

M. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ Analyste Commercial en Gestion de la Valeur client chez Vodafone Espagne
- ♦ Responsable de l'Intégration des Services chez Entelgy pour Telefónica Global Solutions
- ♦ Responsable du compte Clone Server Online chez EDM Electronics
- ♦ Analyste Commercial pour l'Europe du Sud chez Vodafone Global Enterprise
- ♦ Ingénieur en Télécommunications de l'Université européenne de Madrid
- ♦ Master en *Big Data* et *analyse* de l'Université internationale de Valence

M. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Directeur technique et de gestion de projet chez Indra Sistemas
- ♦ Chef du Centre de contrôle et de gestion du trafic de la Direction générale du trafic à Madrid
- ♦ Ingénieur système chez ENA Tráfico
- ♦ Diplôme d'Ingénieur en Électronique Industrielle et Automatisation de l'Université Européenne de Madrid
- ♦ Ingénieur technique industriel en électricité de l'Université Politécnica de Madrid
- ♦ Master en industrie 4.0 de l'Université internationale de La Rioja

Mme Martínez Cerrato, Yésica

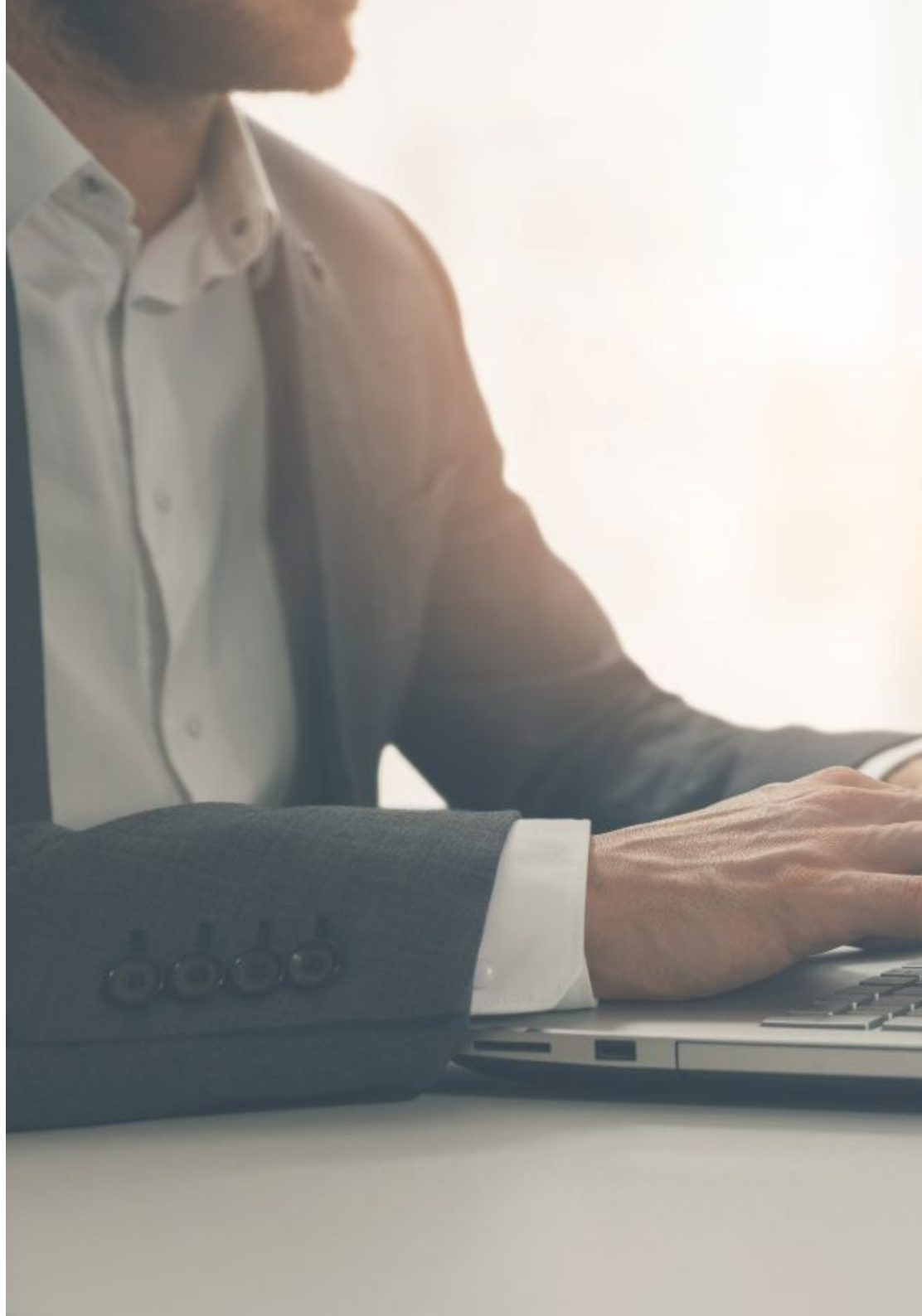
- ♦ Chef de projet dans le domaine de l'Intégration des Grands Comptes chez Correos et Telégrafos
- ♦ Technicien en Informatique - Responsable des salles informatiques de l'OTEC à l'Université d'Alcalá
- ♦ Technicien en produits de sécurité électronique chez Securitas Security Espagne
- ♦ Responsable de la transformation numérique et Analyste en Intelligence Économique chez Ricopia
- ♦ Professeure de cours d'informatique à l'association ASALUMA
- ♦ Diplôme d'ingénieur en électronique des communications de l'université d'Alcalá

M. García Niño, Pedro

- ♦ Spécialiste du Positionnement sur le Web et du référencement/des annonces Google
- ♦ Spécialiste en SEO On-Page /Off-Page
- ♦ Spécialiste Google Ads (SEM / PPC) avec certification officielle
- ♦ Spécialiste de Google Analytics/Analyse du Marketing Numérique et de la mesure des performances
- ♦ Spécialiste en marketing Digital et RRSS
- ♦ Responsable des ventes de services informatiques
- ♦ Technicien en matériel informatique, spécialisé dans hardware/software

Mme García La O, Marta

- ♦ Gestion, administration et *account management* chez Think Planificación et Développement
- ♦ Organisation, supervision et tutorat de cours de formation pour les cadres supérieurs de Think Planificación et Développement
- ♦ Comptable administratif aux Tabacos Santiago et Zeraiche-Stan Roller
- ♦ Spécialiste marketing chez Versas Consultores
- ♦ Diplôme en études commerciales de l'Université de Murcia
- ♦ Master en Gestion Commerciale et Marketing de l'École de Commerce Fundesem





Mme Palomino Dávila, Cristina

- Consultante et auditrice senior GRC chez Oesía Networks
- Sous-direction de l'Audit - Secrétariat Général de la Compagnie Logistique de Hydrocarbures CLH
- Consultante et auditrice senior dans le domaine de la Protection des Données Personnelles et des services de la société de l'information chez Helas Consultores
- Licence en Droit de l'Université de Castilla La Mancha
- Master en Conseil Juridique d'Entreprise de l'Institut d'Entreprise
- Cours Avancé en Gestion de la Sécurité Numérique et Gestion de Crise de l'Université d'Alcalá et le Alliance Espagnole de Sécurité et Crises (AESYC)

10

Impact sur votre carrière

En suivant le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques, les étudiants s'assurent un impact positif sur leur carrière professionnelle. Cela est dû aux compétences et aux connaissances acquises pendant le cours, qui sont les plus demandées par les entreprises technologiques qui cherchent à intégrer des gestionnaires efficaces dans leur personnel. L'étudiant se distinguera par le fait qu'il possède un cursus complet de connaissances et qu'il est à jour des nouvelles réalités technologiques du marché.



“

TECH s'implique à 100% auprès de ses étudiants afin d'élever leurs carrières professionnelles vers les meilleurs postes de direction"

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

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine de la gestion des technologies. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel.

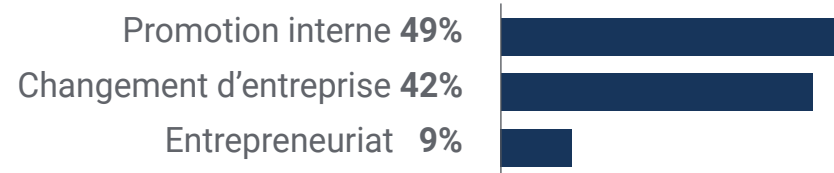
Ne manquez pas l'occasion de poursuivre votre objectif professionnel et vous verrez que vous pouvez atteindre le sommet avec TECH.

Vous améliorerez vos perspectives salariales en gérant des projets technologiques pertinents grâce à ce Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **30,68%** pour nos stagiaires



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel en formant des leaders de haut niveau, capables d'assumer la direction d'équipes de travail hautement spécialisées. Participer à ce Mastère Spécialisé est également une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Au milieu de la transformation numérique de milliers d'entreprises, ce Mastère Spécialisé en Gestion Avancée des Projets Technologiques vous rendra beaucoup plus visible par rapport aux autres candidats qui n'ont pas la même projection ou spécialisation pour gérer des projets"

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 Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé 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 **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques** 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 **Mastère Spécialisé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques**

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.



Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Avancée des Projets Technologiques

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

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Avancée
des Projets Technologiques