

# Executive Mastère

## MBA en Gestion Industrielle

**M B A G I**



## Executive Mastère MBA en Gestion Industrielle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: ingénieurs et diplômés expérimentés qui souhaitent approfondir et mettre à jour leurs connaissances sur tous les aspects nécessaires à prendre en compte pour la bonne gestion d'une entreprise industrielle

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

# 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 24*

06

Structure et contenu

---

*page 28*

07

Méthodologie

---

*page 48*

08

Profil de nos étudiants

---

*page 56*

09

Direction de la formation

---

*page 60*

10

Impact sur votre carrière

---

*page 82*

11

Bénéfices pour votre entreprise

---

*page 86*

12

Diplôme

---

*page 90*

# 01 Présentation

Dans un environnement de plus en plus mondialisé et avec une concurrence toujours plus forte entre les entreprises de différents pays, il est nécessaire de travailler plus efficacement, en alignant toutes les ressources pour atteindre les objectifs prévus. Pour ce faire, les entreprises doivent utiliser les meilleurs outils pour atteindre un niveau de gestion compétitif et efficace afin de pouvoir s'adapter à tout moment aux besoins du marché. Ce programme académique sur le MBA en Gestion Industrielle enseigne les outils et les connaissances nécessaires pour réaliser cette adaptation et être capable de rivaliser dans les meilleures conditions, en obtenant les meilleurs résultats commerciaux et, par conséquent, le succès professionnel exigé par les professionnels du 21<sup>ème</sup> siècle.



**Executive Mastère en MBA en Gestion Industrielle**  
**TECH Université Technologique**

“

*Un programme académique à fort impact spécialement conçu pour former les meilleurs professionnels de la gestion industrielle”*

02

# Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande école de commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

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

## À TECH Université Technologique



### Innovation

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

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



### Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

**95%**

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



### Networking

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

**+100 000**

dirigeants formés chaque année

**+200**

nationalités différentes



### Empowerment

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

**+500**

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



### Talent

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

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



### Contexte Multiculturel

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

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.



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



### Analyse

---

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



### Excellence académique

---

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de Cas. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



### Économie d'échelle

---

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10 000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



### Apprenez avec les meilleurs

---

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



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

03

# Pourquoi notre programme?

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

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



“

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

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

01

### Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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

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

02

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

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

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

03

### Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

### Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

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

*À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.*

05

### Accès à un puissant réseau de contacts

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

*Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.*

06

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

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

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

07

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

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

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

08

### Vous ferez partie d'une communauté exclusive

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

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

# 04 Objectifs

Ce programme est conçu dans le but de renforcer vos compétences dans tout ce qui concerne le MBA en Gestion Industrielle, ainsi que de développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Ainsi, à l'issue du cursus, vous serez en mesure de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale, en gardant toujours à l'esprit l'importance de travailler efficacement, en alignant toutes les ressources pour atteindre les objectifs fixés par l'entreprise.



“

*Notre principal défi est de vous aider à atteindre vos objectifs académiques et pour cette raison, nous vous proposons l'achèvement de ce Executive Mastère très complet"*

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

Le **Executive Mastère en MBA en Gestion Industrielle** vous formera pour:

01

Mettre en œuvre et déployer la stratégie dans l'ensemble de l'organisation en utilisant le tableau de bord prospectif

04

Développer les procédures et les meilleures pratiques en matière de gestion de projet

02

Découvrir, définir et gérer les processus fondamentaux de création de valeur dans l'entreprise

05

Analyser son propre style de leadership, de motivation et de communication et faire preuve de comportements efficaces, en indiquant les moyens les plus appropriés pour susciter l'engagement, l'esprit d'équipe et encourager la responsabilisation des employés.

03

Établir la relation entre la gestion de projet et la stratégie d'entreprise

06

Analyser les aspects importants lors de l'évaluation des performances de leur équipe et la mettre en œuvre avec succès et en accord avec la stratégie de l'organisation



07

Effectuer une analyse complète de l'environnement commercial actuel

10

Analyse approfondie du processus de conception d'un nouveau produit, depuis la conception CAO jusqu'à l'accord sur la conformité de la conception aux exigences, en passant par l'analyse des défauts et le dessin

08

Interpréter un bilan pour éviter les risques à l'avenir

11

Acquérir une connaissance détaillée de la dynamique de fonctionnement des unités de production et de l'interaction entre leurs fonctions

09

Étude approfondie des techniques, phases et outils liés au design conceptuel qui précède la conception finale du produit, ainsi que la traduction des exigences du client final en spécifications techniques auxquelles le produit devra se conformer

12

Aborder l'importance de la planification de la production comme un outil clé pour la rentabilité de l'entreprise

13

Approfondir les fondements de la pensée Lean et ses principales différences par rapport aux processus de fabrication traditionnels

16

Identifier les coûts de la qualité associés à la gestion de la qualité et mettre en place un système pour les contrôler et les améliorer

14

Analyser les déchets dans l'entreprise, en distinguant la valeur de chaque processus et les types de déchets qui peuvent être trouvés

17

Analyse approfondie des défis de la fonction logistique, de ses activités clés et des coûts associés, de la création de valeur de la fonction logistique et compréhension approfondie des différents types de chaînes d'approvisionnement

15

Établir l'importance de la gestion de la qualité dans tous les secteurs de l'entreprise

18

Développer les différentes stratégies d'optimisation la fonction logistique

19

Diriger et relever les nouveaux modèles commerciaux et les défis associés au développement et à la mise en œuvre de l'industrie 4.0

22

Analyser les déchets dans l'entreprise, en distinguant la valeur de chaque processus et les types de déchets qui peuvent être trouvés

20

Approfondir le besoin de transformation numérique que les nouveaux défis commerciaux suggèrent pour affronter avec succès l'avenir proche

23

Établir les principes des 5S et la manière dont ils peuvent contribuer à améliorer la productivité, ainsi qu'à approfondir sa mise en œuvre dans l'entreprise

21

Approfondir les fondements de la pensée lean et ses principales différences par rapport aux processus de fabrication traditionnels

24

Maîtriser les outils de diagnostic lean

25

Faire une analyse approfondie des outils opérationnels lean tels que SMED, JIDOKA, POKAYOKE, réduction des lots et POUS

26

Approfondir les principes de la méthode Kaizen d'amélioration continue et les différentes méthodologies, ainsi que les principaux obstacles qui peuvent être rencontrés pour la mise en œuvre du Kaizen dans l'entreprise

27

Analyser la feuille de route pour la mise en œuvre du lean dans l'entreprise, en approfondissant les aspects généraux de la mise en œuvre, les différentes phases et les facteurs de succès pour l'application de la philosophie lean dans l'entreprise

28

Identifier les indicateurs clés de performance qui peuvent aider à mesurer les résultats de la mise en œuvre du Lean

29

Établir l'importance de la gestion de la qualité dans tous les secteurs de l'entreprise



30

Identifier les coûts de qualité associés à la gestion de la qualité et mettre en œuvre un système pour les contrôler et les améliorer

32

Rechercher les nouvelles tendances et stratégies dans la fonction logistique et leur mise en œuvre dans l'entreprise



33

Analyser les facteurs de différenciation des chaînes d'approvisionnement réussies et les éléments de différenciation de la chaîne de valeur

31

Appliquer les principes de la philosophie lean à la gestion de la chaîne d'approvisionnement et l'application d'un système Lean à la fonction logistique

34

Approfondir la compréhension de la logistique des pandémies, des différents scénarios et analyser les points critiques de la chaîne d'approvisionnement dans le scénario actuel, ainsi que les types de chaînes d'approvisionnement pour la distribution d'éléments clés tels que les vaccins

35

Approfondir le modèle EFQM, dans sa nouvelle édition, afin de pouvoir le développer dans l'entreprise si l'on veut faire un pas de plus vers l'excellence

36

Appliquer les principaux outils de la qualité qui peuvent être utilisés dans la gestion et l'amélioration de la qualité des produits et des processus





37

Établir l'importance de l'Amélioration Continue et de l'utilisation des deux principales méthodologies: le cycle PDCA avec l'application à la mise en œuvre de Lean Manufacturing et du Six-Sigma

38

Connaissance approfondie de la Qualité des Fournisseurs et de la manière de la gérer, des différents types d'audits et de la manière de les réaliser, des aspects des essais et du laboratoire

05

# Compétences

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





A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has several bars of varying heights. The background is a dark blue diagonal shape.

“

*Ce programme vous permettra d'acquérir  
les compétences nécessaires pour être  
plus brillant dans votre travail quotidien"*

01

Gérer efficacement tous les aspects liés à la gestion industrielle afin d'être en mesure de faire face à la concurrence de manière adéquate, tant dans le présent que dans un avenir riche en défis, opportunités et changements

02

Appliquer les principales clés stratégiques pour mieux affronter la concurrence actuelle et future

03

Maîtriser les outils pour atteindre l'excellence, définir la stratégie d'entreprise et son déploiement dans toute l'organisation, le management par les processus, la typologie structurelle à utiliser pour mieux s'adapter aux changements, ainsi que les aspects à prendre en compte pour la durabilité, la gestion des clients, l'internationalisation de l'entreprise et la gestion du changement, qui devient de plus en plus constant

04

Gérer les projets présentés avec les méthodologies conventionnelles et agiles

05

Gérer adéquatement les RH. afin qu'elles puissent offrir à l'entreprise tout le potentiel qui leur est demandé et apporter la plus grande valeur possible

06

Interpréter les données économiques et financières de l'entreprise, tout en étant capable d'utiliser et de développer les outils nécessaires à une meilleure gestion de tous les aspects liés aux finances de l'entreprise

07

Mieux gérer toutes les étapes et phases nécessaires à la conception et au développement de nouveaux produits

10

Appliquer la philosophie de travail de *Lean Manufacturing* dans le but de réduire les déchets afin d'optimiser les ressources et de donner à l'entreprise la flexibilité et la réponse nécessaires aux exigences du marché.

08

Planifier et contrôler la production afin d'optimiser les ressources et de s'adapter au mieux à la demande

11

Développer une meilleure gestion de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et améliorer le flux des matériaux depuis les fournisseurs jusqu'à l'expédition des produits au client

09

Gérer la qualité dans toute l'organisation et appliquer les outils les plus importants pour l'amélioration continue des produits et des processus

12

Utiliser et développer les dernières tendances en matière de numérisation et d'industrie 4.0 afin d'être mieux préparé à affronter la concurrence sur des marchés nouveaux et en mutation

# 06

## Structure et contenu

Le MBA en Gestion Industrielle est un programme conçu en fonction des besoins des étudiants du 21e siècle. Il est enseigné dans un format 100% en ligne afin que les professionnels puissent choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à leur disponibilité, leurs horaires et leurs intérêts. Cela garantit aux étudiants qu'en étudiant ici, ils auront accès au recueil de contenus le plus complet et le plus actualisé du marché. Tout cela, dans le cadre d'un plan d'études élaboré sur 12 mois et qui se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de la réussite professionnelle de l'étudiant.



“

*Notre programme d'études vous fournira les connaissances dont vous avez besoin pour réussir dans la gestion de projets industriels"*

## Plan d'études

Le panorama actuel, hautement mondialisé et marqué par la concurrence, a contraint les entreprises à mettre en place des environnements de travail hautement efficaces qui leur permettent d'atteindre leurs objectifs. Pour y parvenir, les entreprises doivent utiliser les meilleurs outils pour atteindre un niveau de gestion compétitif et efficace afin de pouvoir s'adapter à tout moment aux besoins du marché. Ce Executive Mastère enseigne les outils et les connaissances nécessaires pour réaliser cette adaptation et pouvoir concourir dans les meilleures conditions.

En raison de la nécessité de s'adapter en permanence aux changements qui se produisent dans l'environnement, qui peuvent être de toutes sortes, il est nécessaire pour une entreprise d'agir comme un système adaptable. C'est pourquoi il est essentiel que tous les professionnels, même s'ils ne sont responsables que d'un seul secteur de l'entreprise, soient conscients de l'impact sur les autres secteurs et, surtout, sur le client final. En d'autres termes, ils doivent avoir des connaissances transversales.

C'est pourquoi ce Executive Mastère approfondit tous les aspects liés à la gestion industrielle, et fournit une meilleure vue d'ensemble afin de prendre de meilleures décisions. Pour ce faire, le programme s'appuie sur des professionnels de renom, au prestige reconnu, disposant de connaissances approfondies et d'une grande expérience pour apporter une grande valeur aux enseignements dispensés.

Son contenu combine des aspects théoriques et une approche éminemment pratique qui permet aux étudiants d'acquérir une compréhension approfondie de la réalité de l'entreprise industrielle. De cette façon, il fournira aux étudiants la capacité et les outils nécessaires pour gérer efficacement tous les aspects liés à la gestion industrielle, afin d'être en mesure de rivaliser de manière adéquate à la fois dans le présent et dans un avenir plein de défis, d'opportunités et de changements.

Les connaissances réelles de chacun des enseignants dans leur domaine de gestion de l'industrie font que les matières enseignées sont de grande qualité et sont liées au travail quotidien de la profession et avec une vision d'adaptation à l'avenir. Tout cela permet de concevoir un contenu spécialement adapté à la réalité de la profession et aux outils que tout professionnel doit maîtriser pour faire face de manière adéquate aux changements continus auxquels il est confronté.

Ainsi, ce programme offrira aux professionnels un renouvellement des connaissances qui les placera à la pointe des derniers développements dans chacun des domaines de la connaissance.

Ce programme se déroule sur une période de 12 mois et se divise en 15 modules:

<b>Module 1</b>	Clés stratégiques pour améliorer la compétitivité
<b>Module 2</b>	Gestion de projets
<b>Module 3</b>	Leadership et gestion des personnes
<b>Module 4</b>	Les finances d'entreprise. Une approche économique-financière
<b>Module 5</b>	Conception et développement de produits
<b>Module 6</b>	Planification et contrôle de la production
<b>Module 7</b>	<i>Lean manufacturing</i>
<b>Module 8</b>	Gestion de la qualité
<b>Module 9</b>	La fonction logistique, clé de la compétitivité
<b>Module 10</b>	Industrie 4.0 et intelligence économique. L'entreprise numérisée
<b>Module 11</b>	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
<b>Module 12</b>	Gestion des Personnes et des Talents
<b>Module 13</b>	Gestion Économique et Financière
<b>Module 14</b>	Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique
<b>Module 15</b>	Management Exécutif



## Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 12 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra d'autogérer votre temps d'étude.

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

**Module 1. Clés stratégiques pour améliorer la compétitivité**

**1.1. L'excellence dans les affaires d'aujourd'hui**

- 1.1.1. S'adapter aux environnements VUCA
- 1.1.2. Satisfaction des parties prenantes (*Stakeholders*)
- 1.1.3. *World Class Manufacturing*
- 1.1.4. Mesure de l'excellence: *Net Promoter Score*

**1.2. Concevoir la stratégie de l'entreprise**

- 1.2.1. Processus général de définition de la stratégie
- 1.2.2. Définition de la situation actuelle. Modèles de positionnement
- 1.2.3. Mouvements stratégiques possibles
- 1.2.4. Modèles d'action stratégiques
- 1.2.5. Stratégies fonctionnelles et organisationnelles
- 1.2.6. Analyse de l'environnement et de l'organisation. Analyse SWOT la prise de décision

**1.3. Déploiements de la stratégie. Tableau de bord prospectif**

- 1.3.1. Mission, vision, valeurs et principes d'action
- 1.3.2. La nécessité d'un Tableau de bord équilibré
- 1.3.3. Perspectives à utiliser au CMI
- 1.3.4. La Carte stratégique
- 1.3.5. Phase de mise en œuvre d'un bon CMI
- 1.3.6. Le plan général d'un CMI

**1.4. Gestion des processus**

- 1.4.1. Description d'un processus
- 1.4.2. Types de processus. Principaux processus
- 1.4.3. Priorité des processus
- 1.4.4. Représentation d'un processus
- 1.4.5. Mesurer les processus pour les améliorer
- 1.4.6. Carte de processus
- 1.4.7. Réingénierie des processus

**1.5. Typologies structurelles. Les organisations agiles. ERR**

- 1.5.1. Typologies structurelles
- 1.5.2. L'entreprise vue comme un système adaptatif
- 1.5.3. L'entreprise horizontale
- 1.5.4. Caractéristiques et facteurs clés des organisations agiles (ERR)
- 1.5.5. Les Organisations du futur: l'organisation TEAL

**1.6. Conception de modèle d'entreprise**

- 1.6.1. Modèle Canvas pour la conception du modèle d'entreprise
- 1.6.2. La méthodologie *Lean Startup* dans la création de nouvelles entreprises et de nouveaux produits
- 1.6.3. La stratégie Blue Ocean

**1.7. Responsabilité Sociale des Entreprises et Durabilité**

- 1.7.1. Responsabilité sociale des entreprises (RSE): ISO 26000
- 1.7.2. Objectifs de Développement Durable ODD
- 1.7.3. Agenda 2030

**1.8. Customer Management**

- 1.8.1. La nécessité de gérer les relations avec les clients
- 1.8.2. Éléments du *Customer Management*
- 1.8.3. La technique et le *Customer Management*. Les CRM

**1.9. Management dans les environnements internationaux**

- 1.9.1. L'importance de la internationalisation
- 1.9.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
- 1.9.3. Développement du Plan d'internationalisation
- 1.9.4. Mise en œuvre du Plan d'internationalisation
- 1.9.5. Outils d'aide à l'exportation

**1.10. Gestion du changement**

- 1.10.1. La dynamique du changement dans les entreprises
- 1.10.2. Obstacles au changement
- 1.10.3. Facteurs d'adaptation au changement
- 1.10.4. La méthodologie de Kotter pour la gestion du changement



**Module 2. Gestion de projets****2.1. Le projet**

- 2.1.1. Éléments fondamentales du projet
- 2.1.2. Le directeur du projet
- 2.1.3. L'environnement dans lequel les projets fonctionnent

**2.2. Gestion de la portée du projet**

- 2.2.1. Analyse de la portée
- 2.2.2. Planification de la portée du projet
- 2.2.3. Contrôle de la portée du projet

**2.3. Gestion du calendrier**

- 2.3.1. L'importance de la planification
- 2.3.2. Gestion du calendrier du projet. *Project Schedule*
- 2.3.3. Tendances gestion du temps

**2.4. Gestion des coûts**

- 2.4.1. Analyse du coût du projet
- 2.4.2. Sélection financière des projets
- 2.4.3. Planification du coût du projet
- 2.4.4. Contrôle du coût du projet

**2.5. Qualité, ressources et approvisionnement**

- 2.5.1. Qualité totale et gestion de projet
- 2.5.2. Ressources du projet
- 2.5.3. Approvisionnement. Le système de passation de marchés

**2.6. Les parties prenantes du projet et leurs communications**

- 2.6.1. L'importance des *Stakeholders*
- 2.6.2. Gestion des parties prenantes du projet
- 2.6.3. Communications du projet

**2.7. Gestion des risques du projet**

- 2.7.1. Principes fondamentaux de la gestion des risques
- 2.7.2. Processus de gestion des risques liés aux projets
- 2.7.3. Tendances en matière de gestion des risques

**2.8. Gestion intégrée des projets**

- 2.8.1. Planification stratégique et gestion de projet
- 2.8.2. Plan de gestion du projet
- 2.8.3. Processus de mise en œuvre et de contrôle
- 2.8.4. La clôture des projets

**2.9. Méthodologies agiles I: Scrum**

- 2.9.1. Principes Agile et Scrum
- 2.9.2. L'équipe Scrum
- 2.9.3. Événements de Scrum
- 2.9.4. Artifacts de Scrum

**2.10. Méthodologies agiles II: Kanban**

- 2.10.1. Principes de Kanban
- 2.10.2. Kanban et Scrumban
- 2.10.3. Certifications

**Module 3. Leadership et gestion des personnes**

**3.1. Le rôle du leader**

- 3.1.1. Leadership dans la gestion efficace des personnes
- 3.1.2. Types de styles de décision dans la gestion des personnes
- 3.1.3. Le Leader Coach
- 3.1.4. Équipes autogérées et le *empowerment*

**3.2. Motivation des équipes**

- 3.2.1. Besoins et attentes
- 3.2.2. Reconnaissance effective
- 3.2.3. Comment améliorer la cohésion de l'équipe?

**3.3. Communication et résolution des conflits**

- 3.3.1. Communication intelligente
- 3.3.2. Gestion constructive des conflits
- 3.3.3. Stratégies de résolution de conflits

**3.4. L'intelligence émotionnelle dans la gestion des personnes**

- 3.4.1. Émotion, sentiment et état d'esprit
- 3.4.2. L'intelligence émotionnelle
- 3.4.3. Modèle d'aptitude (Mayer et Salovey): identifier, utiliser, comprendre et gérer
- 3.4.4. Intelligence Émotionnelle et sélection du personnel

**3.5. Indicateurs dans la gestion du personnel**

- 3.5.1. Productivité
- 3.5.2. Rotation du personnel
- 3.5.3. Taux de rétention des talents
- 3.5.4. Indice de satisfaction du personnel
- 3.5.5. Délai moyen de pourvoi des postes vacants
- 3.5.6. Durée moyenne de la formation
- 3.5.7. Temps moyen pour atteindre les objectifs
- 3.5.8. Niveaux d'absentéisme
- 3.5.9. Taux d'accidents

**3.6. Évaluation des performances**

- 3.6.1. Composantes et cycle de l'évaluation des performances
- 3.6.2. Évaluation à 360
- 3.6.3. La gestion des performances: un processus et un système
- 3.6.4. Gestion par objectifs
- 3.6.5. Comment fonctionne le processus d'évaluation des performances

**3.7. Plan de Formation**

- 3.7.1. Principes fondamentaux
- 3.7.2. Identification des besoins de formation
- 3.7.3. Plan de formation
- 3.7.4. Indicateurs de formation et de développement

**3.8. Identification du potentiel**

- 3.8.1. Le potentiel
- 3.8.2. Les compétences douces comme initiateur clé du haut potentiel
- 3.8.3. Méthodes d'identification du potentiel: évaluation de l'agilité d'apprentissage (*Lominger*) et Facteurs de croissance

**3.9. La carte des talents**

- 3.9.1. Matrice George Odiorne -4 Caisses
- 3.9.2. Matrice de 9 Caisses
- 3.9.3. Actions stratégiques pour des résultats efficaces en matière de talents

**3.10. Stratégie de développement des talents et retour sur investissement**

- 3.10.1. Modèle d'apprentissage des compétences non techniques 70-20-10
- 3.10.2. Parcours de carrière et de succession
- 3.10.3. ROI des talents

**Module 4. Les finances d'entreprise. Une approche économique-financière**
**4.1. L'entreprise dans notre environnement**

- 4.1.1. Coûts de production
- 4.1.2. Les entreprises sur des marchés concurrentiels
- 4.1.3. Concurrence monopolistique

**4.2. Analyse des états financiers I: le Bilan**

- 4.2.1. L'actif. Les ressources pour CP et LP
- 4.2.2. Le passif. Obligations envers la CP et la LP
- 4.2.3. Le patrimoine net. Rendement des actionnaires

**4.3. Analyse des états financiers II: le Compte de Résultat**

- 4.3.1. La structure du Compte de Résultat. Revenus, coûts, dépenses et bénéfices ou pertes
- 4.3.2. Principaux ratios d'analyse du Compte de Résultats
- 4.3.3. Analyse de la rentabilité

**4.4. Gestion de la trésorerie**

- 4.4.1. Recouvrements et paiements. Préviation *Cash-Forecast*
- 4.4.2. Impact et gestion des déficits/excédents de Trésorerie. Mesures correctives
- 4.4.3. Analyse des flux de trésorerie
- 4.4.4. Gestion et impact du portefeuille de créances Irrécupérables

**4.5. Sources de financement de la CP et de la LP**

- 4.5.1. Financement du CP, instruments
- 4.5.2. Financement du LP, instruments
- 4.5.3. Les taux d'intérêt et leur structure

**4.6. Interaction entre l'entreprise et la banque**

- 4.6.1. Le système financier et les activités bancaires
- 4.6.2. Produits bancaires pour les entreprises
- 4.6.3. L'Entreprise analysée par la banque

**4.7. Comptabilité analytique ou des coûts**

- 4.7.1. Éléments de coût. Décisions fondées sur les coûts
- 4.7.2. Le *Full Costing*
- 4.7.3. Le *Direct Costing*
- 4.7.4. Modèle de coûts par centres et par activités

**4.8. Analyse et évaluation des investissements**

- 4.8.1. L'entreprise et les décisions d'investissement. Scénarios et situations
- 4.8.2. Évaluation des Investissements
- 4.8.3. Évaluation l'entreprise

**4.9. Comptabilité de l'Entreprise**

- 4.9.1. Augmentation et réduction du capital
- 4.9.2. Dissolution, liquidation et transformation des sociétés
- 4.9.3. Regroupements d'entreprises: fusions et acquisitions

**4.10. Financement du commerce extérieur**

- 4.10.1. Marchés étrangers: la décision d'exporter
- 4.10.2. Le marché des changes
- 4.10.3. Moyens de paiement et de recouvrement internationaux
- 4.10.4. Transport, incoterms et assurance

## Module 5. Conception et développement de produits

### 5.1. QFD dans la conception et le développement de produit (*Quality, Function, Deployment*)

- 5.1.1. De la voix du client aux exigences techniques
- 5.1.2. La Maison de la qualité/Phases du développement de la qualité
- 5.1.3. Avantages et limites

### 5.2. *Design Thinking*

- 5.2.1. Conception, besoins, technologie et stratégie
- 5.2.2. Les étapes du processus
- 5.2.3. Techniques et outils utilisés

### 5.3. Ingénierie Simultanée

- 5.3.1. Fondements de l'Ingénierie simultanée
- 5.3.2. Méthodologie de l'Ingénierie simultanée
- 5.3.3. Outils utilisés

### 5.4. Programmation. Planification et définition

- 5.4.1. Exigences. Gestion de la qualité
- 5.4.2. Phases de développement. Gestion du temps
- 5.4.3. Matériaux, faisabilité, procédés. Gestion des coûts
- 5.4.4. Équipe du projet. Gestion des Ressources Humaines
- 5.4.5. Information. Gestion des communications
- 5.4.6. Analyse des risques. Gestion des risques

### 5.5. Produit. Conception et développement de produits

- 5.5.1. Gestion de l'information/PLM/Cycle de vie des produits
- 5.5.2. Modes de défaillance et effets des produits
- 5.5.3. Construction CAO. Révisions
- 5.5.4. Dessins de produits et de fabrication
- 5.5.5. Vérification de la conception

### 5.6. Prototypes. Développement de prototypes

- 5.6.1. Prototypage rapide
- 5.6.2. Plan de contrôle
- 5.6.3. Conception d'expériences
- 5.6.4. Analyse des systèmes de mesure

### 5.7. Processus de production. Conception et développement

- 5.7.1. Modes et effets de l'échec du processus
- 5.7.2. Conception et construction d'outils de fabrication
- 5.7.3. Conception et construction de moyens de contrôle (jauges)
- 5.7.4. Phase d'ajustement
- 5.7.5. Démarrage de la production
- 5.7.6. Évaluation initiale du processus

### 5.8. Produit et processus. Validation

- 5.8.1. Évaluation des systèmes de mesure
- 5.8.2. Tests de validation
- 5.8.3. Contrôle statistique des processus (SPC)
- 5.8.4. Certification des produits

### 5.9. Gestion du changement. Amélioration et actions correctives

- 5.9.1. Type de changement
- 5.9.2. Analyse de la variabilité, amélioration
- 5.9.3. Enseignements tirés et pratiques éprouvées
- 5.9.4. Processus de changement

### 5.10. Innovation et transfert de technologie

- 5.10.1. Propriété Intellectuelle
- 5.10.2. Innovation
- 5.10.3. Transfert de technologie

**Module 6. Planification et contrôle de la production****6.1. Phases de la planification de la production**

- 6.1.1. Planification avancée
- 6.1.2. Prévisions de ventes, méthodes
- 6.1.3. Définition du *Takt-Time*
- 6.1.4. Planification des matières - MRP - Stock minimum
- 6.1.5. Plan de recrutement
- 6.1.6. Exigences en matière d'équipement

**6.2. Plan de production (PDP)**

- 6.2.1. Facteurs à prendre en compte
- 6.2.2. Planification *push*
- 6.2.3. Planification *pull*
- 6.2.4. Systèmes mixtes

**6.3. Kanban**

- 6.3.1. Types de Kanban
- 6.3.2. Utilisation de Kanban
- 6.3.3. Planification autonome: 2bin Kanban

**6.4. Contrôle de la production**

- 6.4.1. Dérogations au PDP et rapports
- 6.4.2. Suivi des performances de production: OEE
- 6.4.3. Surveillance de la capacité totale: TEEP

**6.5. Organisation de la production**

- 6.5.1. Équipement de production
- 6.5.2. Ingénierie des processus
- 6.5.3. Maintenance
- 6.5.4. Contrôle des matériaux

**6.6. Maintenance Productive Totale (TPM)**

- 6.6.1. Maintenance corrective
- 6.6.2. Maintenance autonome
- 6.6.3. Maintenance préventive
- 6.6.4. Maintenance prédictive
- 6.6.5. Indicateurs d'efficacité de la maintenance  
MTBF - MTTR

**6.7. Aménagement de l'usine**

- 6.7.1. Facteurs de conditionnement
- 6.7.2. Production en ligne
- 6.7.3. Production en cellules de travail
- 6.7.4. Applications
- 6.7.5. Méthodologie SLP

**6.8. Just-In-Time (JIT)**

- 6.8.1. Description et origines du JIT
- 6.8.2. Objectifs
- 6.8.3. Mise en œuvre du JIT. Séquençage des produits

**6.9. Théorie des contraintes (TOC)**

- 6.9.1. Principes fondamentaux
- 6.9.2. Les 5 étapes de TOC et leur application
- 6.9.3. Avantages et inconvénients

**6.10. Quick Response Manufacturing (QRM)**

- 6.10.1. Description
- 6.10.2. Points clés pour la structuration
- 6.10.3. Mise en œuvre du QRM

Module 7. Lean manufacturing

**7.1. La pensée LEAN**

- 7.1.1. Structure du système LEAN
- 7.1.2. Les principes du LEAN
- 7.1.3. Lean processus de fabrication allégés ou traditionnels

**7.2. Les déchets dans l'entreprise**

- 7.2.1. Valeur vs. Les déchets dans les environnements LEAN
- 7.2.2. Types de déchets (MUDAS)
- 7.2.3. Le processus de pensée LEAN

**7.3. LES 5 S**

- 7.3.1. Les principes des 5S et comment ils peuvent nous aider à améliorer la productivité
- 7.3.2. LES 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu et Shitsuke
- 7.3.3. Mise en œuvre la 5S dans l'entreprise

**7.4. Outils LEAN de diagnostic. VSM. Cartographie de la chaîne de valeur**

- 7.4.1. Activités à valeur ajoutée (VA), activités nécessaires (NNVA) et activités sans valeur ajoutée (NVA)
- 7.4.2. Les 7 outils de la Value Stream mapping (Carte de la chaîne de valeur)
- 7.4.3. Cartographie des activités du processus
- 7.4.4. Cartographie de la réponse de la Supply chain
- 7.4.5. L'entonnoir de la variété de production
- 7.4.6. Cartographie du filtre de qualité
- 7.4.7. Cartographie de l'amplification de la demande
- 7.4.8. Analyse des points de décision
- 7.4.9. Cartographie de la structure physique

**7.5. Outils LEAN opérationnels**

- 7.5.1. SMED
- 7.5.2. JIDOKA
- 7.5.3. POKAYOKE
- 7.5.4. Réductions des lots
- 7.5.5. POUS

**7.6. Outils LEAN le suivi, la planification et le contrôle de la production**

- 7.6.1. Management visuel
- 7.6.2. Normalisation
- 7.6.3. Nivellement de la production (Heijunka)
- 7.6.4. Fabrication de cellules

**7.7. La méthode Kaizen d'amélioration continue**

- 7.7.1. Principes de Kaizen
- 7.7.2. Méthodologies Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
- 7.7.3. Outils de résolution de problèmes. A3 report
- 7.7.4. Principaux obstacles à la mise en œuvre de Kaizen

**7.8. Feuille de route pour la mise en œuvre LEAN**

- 7.8.1. Aspects généraux de la mise en œuvre
- 7.8.2. Phases de la mise en œuvre
- 7.8.3. Les technologies de l'information dans la mise en œuvre LEAN
- 7.8.4. Facteurs de réussite de la mise en œuvre LEAN

**7.9. KPIs pour mesurer les résultats du LEAN**

- 7.9.1. OEE - Efficacité Globale de l'Équipement
- 7.9.2. TEEP-Total effectif équipement performance
- 7.9.3. FTT-First Time Quality
- 7.9.4. DTD - Temps de quai à quai
- 7.9.5. OTD-Livraison à temps
- 7.9.6. BTS-Fabrication du programme
- 7.9.7. ITO-Taux de rotation des stocks
- 7.9.8. RVA - Ratio de valeur ajoutée
- 7.9.9. PPMs-Parts par million de défauts
- 7.9.10. FR - Taux de livraison
- 7.9.11. IFA-Taux de fréquence des accidents

**7.10. La dimension humaine du LEAN. Systèmes de participation du personnel**

- 7.10.1. L'équipe du projet LEAN. Application du travail en équipe
- 7.10.2. Polyvalence des opérateurs
- 7.10.3. Groupes d'amélioration
- 7.10.4. Programmes de suggestions

**Module 8. Gestion de la qualité****8.1. Qualité totale**

- 8.1.1. Gestion de la qualité totale
- 8.1.2. Client externe et client interne
- 8.1.3. coûts de la qualité
- 8.1.4. L'amélioration continue et la philosophie de Deming

**8.2. Système de gestion de la qualité ISO 9001:15**

- 8.2.1. Les 7 Principes du management de la qualité dans la norme ISO 9001:15
- 8.2.2. L'approche par processus
- 8.2.3. Exigences de la norme ISO 9001:15
- 8.2.4. Couverture et recommandations d'application
- 8.2.5. Cibles de Déploiement dans un modèle de type *Hoshin-Kanri*
- 8.2.6. Audit de certification

**8.3. Systèmes intégrer de gestion**

- 8.3.1. Systèmes de gestion environnemental: ISO 14000
- 8.3.2. Système de gestion des risques professionnels: ISO 45001
- 8.3.3. L'intégration des systèmes de gestion

**8.4. L'excellence dans le management: le modèle EFQM**

- 8.4.1. Principes et fondements du modèle EFQM
- 8.4.2. Les nouveaux critères du modèle EFQM
- 8.4.3. Outil de diagnostic EFQM: matrices REDER

**8.5. Outils de qualité**

- 8.5.1. Outils de base
- 8.5.2. SPC contrôle statistique des processus
- 8.5.3. Plan de contrôle et modèles de contrôle pour la gestion de la qualité des produits

**8.6. Outils avancés et outils de dépannage**

- 8.6.1. AMFE
- 8.6.2. Rapport 8D
- 8.6.3. Les 5 pourquoi?
- 8.6.4. Les 5W + 2H
- 8.6.5. *Benchmarking*

**8.7. Méthodologie d'amélioration continue I: PDCA**

- 8.7.1. Le cycle PDCA et ses étapes
- 8.7.2. Application du cycle PDCA au développement du *Lean Manufacturing*
- 8.7.3. Les clés de la réussite des projets PDCA

**8.8. Méthodologie d'amélioration continue II: Six-Sigma**

- 8.8.1. Description de Six-Sigma
- 8.8.2. Principes de Six-Sigma
- 8.8.3. Sélection des projets Six-Sigma
- 8.8.4. Étapes dans un projet Six-Sigma. Méthodologie DMAIC
- 8.8.5. Rôles dans le Six-Sigma
- 8.8.6. Six-Sigma et *Lean Manufacturing*

**8.9. Qualité des Fournisseurs. Audits Tests et Laboratoire**

- 8.9.1. Qualité de la réception. Qualité convenue
- 8.9.2. Audits internes du système de gestion
- 8.9.3. Audits de produits et de processus
- 8.9.4. Phases pour réaliser des audits
- 8.9.5. Profil de l'auditeur
- 8.9.6. Essais, laboratoires et métrologie

**8.10. Aspects organisationnels de la gestion de la qualité**

- 8.10.1. Le rôle de la direction dans la gestion de la qualité
- 8.10.2. Organisation de la zone de qualité et relation avec les autres zones
- 8.10.3. Cercles de qualité

**Module 9.** La fonction logistique, clé de la compétitivité

**9.1. La fonction logistique de la chaîne d'approvisionnement**

- 9.1.1. La logistique, la clé du succès d'une entreprise
- 9.1.2. Défis logistiques
- 9.1.3. Activités logistiques clés. Comment tirer profit de la fonction logistique
- 9.1.4. Types de chaîne d'approvisionnement
- 9.1.5. Gestion de la chaîne d'approvisionnement
- 9.1.6. Coûts logistiques

**9.2. Stratégies d'optimisation de la logistique**

- 9.2.1. Stratégie du *cross-docking*
- 9.2.2. Application de la méthodologie agile à la gestion logistique
- 9.2.3. *Outsourcing* des processus logistiques
- 9.2.4. Le *picking* ou la préparation efficace des commandes

**9.3. LEAN logistics**

- 9.3.1. *LEAN logistics* dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement
- 9.3.2. Analyse des déchets dans la chaîne logistique
- 9.3.3. Application d'un système lean dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement

**9.4. Gestion et automatisation des entrepôts**

- 9.4.1. Le rôle des entrepôts
- 9.4.2. La gestion d'un entrepôt
- 9.4.3. Gestion des stocks
- 9.4.4. Types d'entrepôts
- 9.4.5. Unités de chargement
- 9.4.6. Organisation d'un entrepôt
- 9.4.7. Éléments de stockage et de manutention

**9.5. Gestion de l'approvisionnement**

- 9.5.1. Le rôle de la distribution comme élément essentiel de la logistique. Logistique interne vs. Logistique externe
- 9.5.2. La relation traditionnelle avec les fournisseurs
- 9.5.3. Le nouveau paradigme de la relation avec les fournisseurs
- 9.5.4. Comment classer et sélectionner nos fournisseurs?
- 9.5.5. Comment développer une gestion efficace des achats?

**9.6. Systèmes d'information et de contrôle logistiques**

- 9.6.1. Exigences d'un système d'information et de contrôle logistique
- 9.6.2. 2 types de systèmes d'information et de contrôle logistiques
- 9.6.3. Applications du *big data* dans la gestion de la logistique
- 9.6.4. L'importance des données dans la gestion logistique
- 9.6.5. Le tableau de bord équilibré appliqué à la logistique. Principaux indicateurs de gestion et de contrôle

**9.7. Logistique inverse**

- 9.7.1. Les clés de la logistique inverse
- 9.7.2. Flux logistiques inversés vs. Direct
- 9.7.3. Opérations dans le cadre de la logistique inverse
- 9.7.4. Comment mettre en place un canal de distribution inversé?
- 9.7.5. Alternatives finales pour les produits dans le canal inverse
- 9.7.6. Coûts de la logistique inverse

**9.8. Nouvelles stratégies logistiques**

- 9.8.1. Intelligence artificielle et robotisation
- 9.8.2. Logistique verte et durabilité
- 9.8.3. Internet des Objets appliqué à la logistique
- 9.8.4. L'entrepôt numérisé
- 9.8.5. *E-business* et nouveaux modèles de distribution
- 9.8.6. L'importance de la logistique du dernier kilomètre

**9.9. Benchmarking des chaînes d'approvisionnement**

- 9.9.1. Points communs des chaînes de valeur performantes
- 9.9.2. Analyse de la chaîne de valeur du groupe Inditex
- 9.9.3. Analyse de la chaîne de valeur d'Amazon

**9.10. La logistique de la pandémie**

- 9.10.1. Scénario général
- 9.10.2. Les points critiques de la chaîne d'approvisionnement dans un scénario de pandémie
- 9.10.3. Implications des exigences de la chaîne du froid sur l'établissement de la chaîne d'approvisionnement en vaccins
- 9.10.4. Types de chaînes d'approvisionnement pour la distribution des vaccins



**Module 10.** Industrie 4.0 et intelligence économique. L'entreprise numérisée**10.1. Automatisation et robotique industrielle**

- 10.1.1. Phases de l'automatisation des processus
- 10.1.2. *Hardware* industriel pour l'automatisation et la robotique
- 10.1.3. Le cycle de travail et sa programmation *software*

**10.2. Automatisation des processus: RPA**

- 10.2.1. Processus administratifs qui peuvent être automatisés
- 10.2.2. Structure du logiciel
- 10.2.3. Exemples d'application

**10.3. Systèmes MES, SCADA, CMMS, WMS, MRPII**

- 10.3.1. Contrôle de la production avec les systèmes MES
- 10.3.2. Ingénierie et maintenance: SCADA ET GMAO
- 10.3.3. Approvisionnement et logistique: SGA ET MPRII

**10.4. Software de *Business Intelligence***

- 10.4.1. Les bases de la BI
- 10.4.2. Structure du logiciel
- 10.4.3. Possibilités d'application

**10.5. Software ERP**

- 10.5.1. Description de l'ERP
- 10.5.2. Champ d'application
- 10.5.3. Principales ERP sur le marché

**10.6. IoT et *Business Intelligence***

- 10.6.1. IoT: le monde connecté
- 10.6.2. Sources des données
- 10.6.3. Contrôle total grâce à l'IoT + BI
- 10.6.4. *Blockchain*

**10.7. Principales Software BI sur le marché**

- 10.7.1. *Power Bi*
- 10.7.2. *Qlik*
- 10.7.3. *Tableau*

**10.8. *Microsoft Power Bi***

- 10.8.1. Caractéristiques
- 10.8.2. Exemples d'application
- 10.8.3. Le futur de *Power Bi*

**10.9. Apprentissage automatique, intelligence artificielle, optimisation et prédiction dans l'entreprise**

- 10.9.1. *Machine learning* et intelligence artificielle
- 10.9.2. Optimisation des processus
- 10.9.3. L'importance des *forecasting* fondées sur les données

**10.10. Le Big Data appliqué à l'environnement des entreprises**

- 10.10.1. Applications dans l'environnement de production
- 10.10.2. Applications au niveau de la gestion stratégique
- 10.10.3. Applications de Marketing et de vente

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

- 15.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

**15.3. Direction des opérations**

- 15.3.1. Importance de la gestion
- 15.3.2. La chaîne de valeur
- 15.3.3. Gestion de qualité

**15.4. Discours et formation de porte-parole**

- 15.4.1. Communication interpersonnelle
- 15.4.2. Compétences communicatives et l'influence
- 15.4.3. Obstacles à la communication

**15.5. Outils de communication  
personnels et organisationnels**

- 15.5.1. Communication interpersonnelle
- 15.5.2. Outils de communication interpersonnelle
- 15.5.3. La communication dans l'organisation
- 15.5.4. Outils dans l'organisation

**15.6. La communication en situation  
de crise**

- 15.6.1. Crise
- 15.6.2. Phases de la crise
- 15.6.3. Messages: contenu et calendrier

**15.7. Préparer un plan de crise**

- 15.7.1. Analyse des problèmes potentiels
- 15.7.2. Planification
- 15.7.3. Adéquation du personnel

**15.8. Intelligence émotionnelle**

- 15.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 15.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 15.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle

**15.9. Personal Branding**

- 15.9.1. Stratégies d'image de Branding Personal
- 15.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 15.9.3. Outils de construction de la marque personnelle

**15.10. Leadership et gestion d'équipes**

- 15.10.1. Leadership et styles de leadership
- 15.10.2. Capacités et défis des Leaders
- 15.10.3. Gestion des Processus de Changement
- 15.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles



“

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

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.



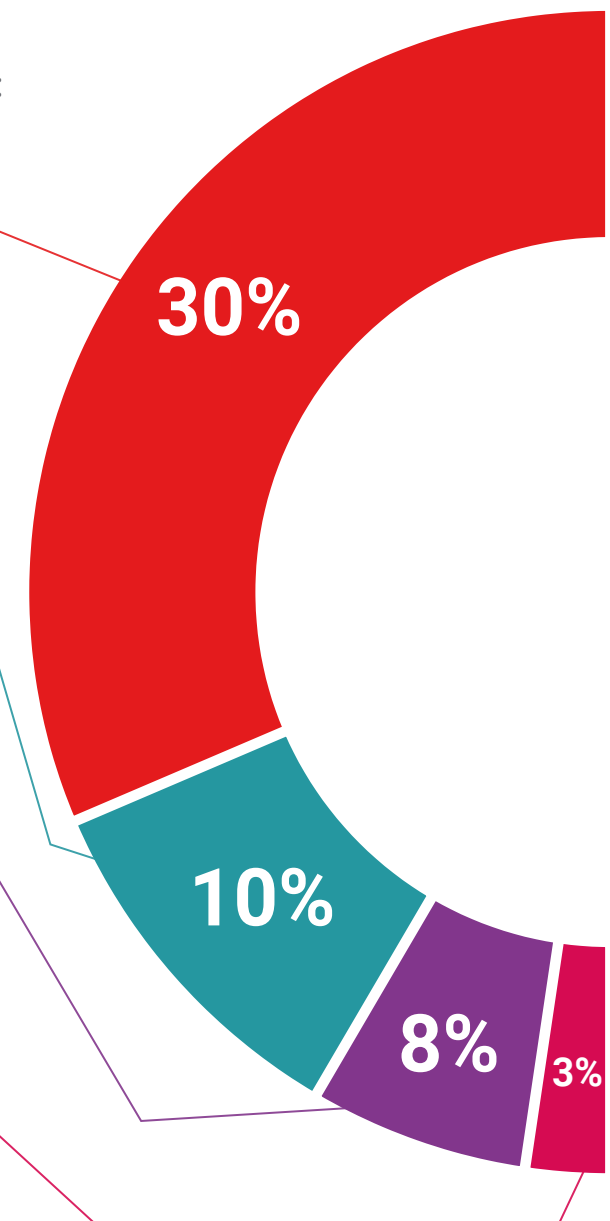
#### Stages en compétences de gestion

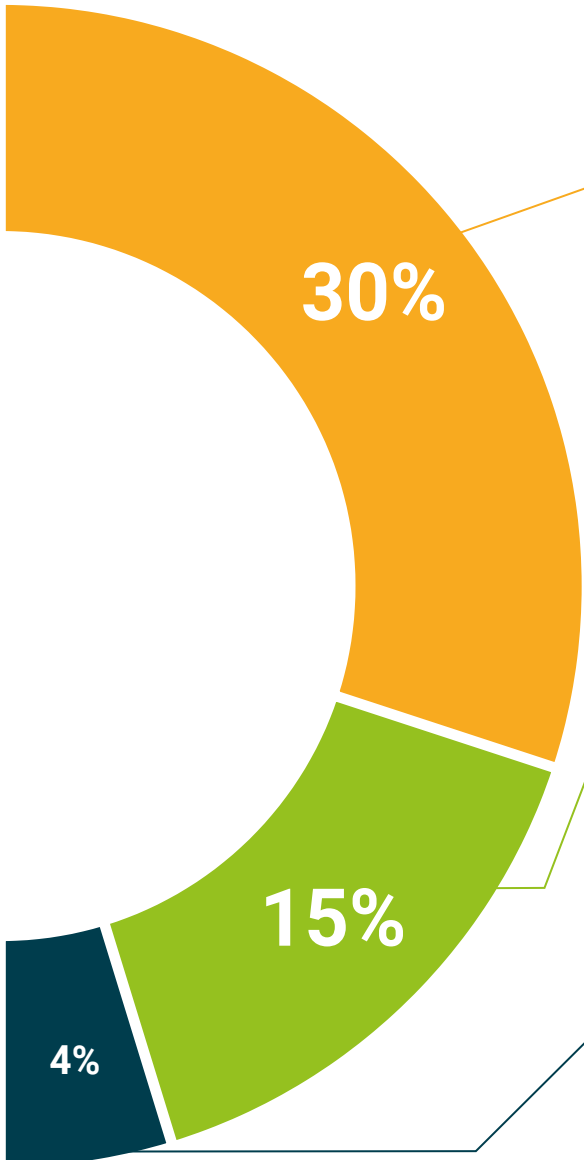
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



#### 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

Executive Mastère en MBA en Gestion Industrielle s'adresse aux ingénieurs et diplômés expérimentés qui souhaitent approfondir et actualiser leurs connaissances sur tous les aspects à prendre en compte pour la bonne gestion d'une entreprise industrielle. Les étudiants titulaires de ces diplômes doivent avoir une base de connaissances suffisante pour suivre les modules du programme d'études. Le Executive Mastère peut également être suivi par des professionnels qui, étant diplômés de l'université dans n'importe quel domaine, ont deux ans d'expérience professionnelle dans le domaine du MBA en Gestion Industrielle.







“

*Si vous avez de l'expérience dans la gestion de projets et que vous recherchez une amélioration intéressante de votre carrière tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous"*

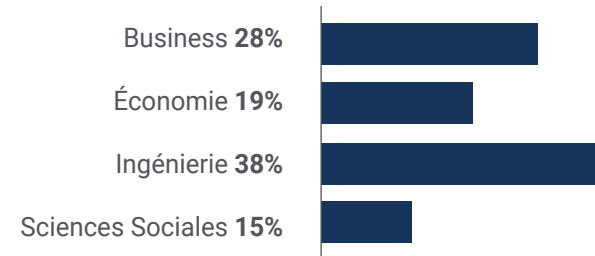
## Âge moyen

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

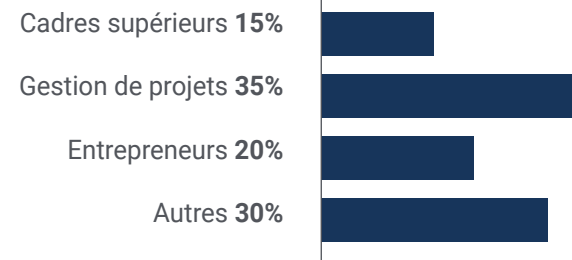
## Années d'expérience



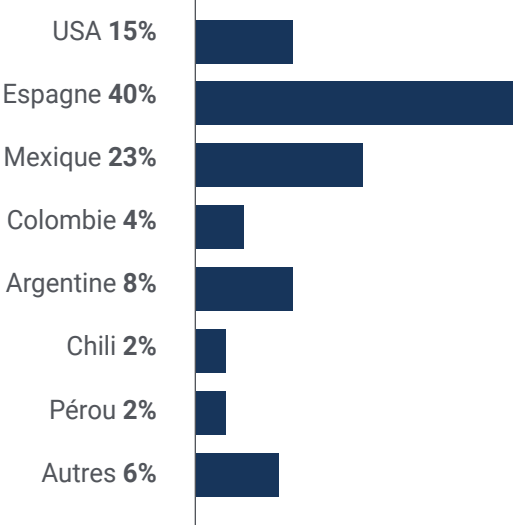
## Formation



## Profil académique



### Distribution géographique



## Adriana Sánchez

Project manager

*"Grâce à ce Executive Mastère, j'ai pu élargir mes connaissances dans un domaine fondamental pour mon développement professionnel. Sans aucun doute, cela a été une occasion unique d'améliorer ma pratique quotidienne et de réaliser l'apprentissage nécessaire pour appliquer de nouvelles techniques dans mon travail"*

09

# Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans tout ce qui concerne la gestion de projet et le MBA en Gestion Industrielle, qui apportent l'expérience de leurs années de travail à ce programme. Par ailleurs, d'autres experts au prestige reconnu participent à sa conception et à son élaboration, complétant ainsi le Executive Mastère programme de manière interdisciplinaire.



“

*Apprenez des professionnels de premier plan les dernières tendances en MBA en Gestion Industrielle, et devenez un expert dans ce domaine”*

## Directeur invité international

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

En tant que Vice-présidente de l'Acquisition des Talents chez Mastercard, elle supervise la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les Ressources Humaines afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. En particulier, elle vise à constituer des équipes diversifiées, inclusives et très performantes qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. En outre, elle est experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs collaborateurs du monde entier. Elle est également chargée d'amplifier la marque employeur et la proposition de valeur de Mastercard par le biais de publications, d'événements et de médias sociaux. Jennifer Dove a démontré son engagement en faveur d'un développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des Ressources Humaines et en aidant à recruter de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu une licence en Communication Organisationnelle à l'Université de Miami, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines.

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



## Mme Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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





## M. Gauthier, Rick

---

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

“

*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 d'**Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques** et **politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

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



## M. Arens, Manuel

---

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

“

*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 Asensi, Francisco Andrés

- ♦ Doctorat en Ingénierie Industrielle en Organisation d'Entreprise de l'Université de Castilla la Mancha (UCLM)
- ♦ Ingénieur Industriel en Organisation Industrielle de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Ingénierie, Qualité, Production, Logistique, Systèmes d'Information et RH., dans des entreprises de différents secteurs industriels
- ♦ Il a mis en œuvre et développé une multitude de systèmes de gestion de l'excellence (Qualité, Scorecard, *Lean Manufacturing*, Amélioration continue et Amélioration des Processus) dans plusieurs entreprises industrielles
- ♦ Coach en *Coaching* Stratégique
- ♦ Auteur de plusieurs livres d'affaires: "L'Entreprise Adaptable", "*Lean Manufacturing*: Indicateurs clés utilisés pour gérer efficacement l'Amélioration Continue", "*Lean Manufacturing*: Les clés de l'amélioration du flux de matières"
- ♦ Auteur de plusieurs ouvrages sur le Développement Personnel et Professionnel: "Líder Total", "Autocoaching"

## Professeurs

### Mme Mollá Latorre, Korinna

- ♦ Responsable de projets internationaux chez AITEX, Institut Technologique Textile, où elle a acquis une vaste expérience dans la gestion de grands projets et d'équipes, liés aux matériaux et technologies textiles, ainsi que dans la gestion des opérations, de la logistique et de la chaîne d'approvisionnement dans les industries du secteur
- ♦ Ingénieur Industriel, Spécialisé en Organisation Industrielle de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Certifié par l' *American Production and Inventory Control Society* (USA) en Gestion de la Production et des Stocks et en Gestion Intégrée des Ressources
- ♦ Directrice des opérations et de la logistique pour Colortex, S.A., mettant en œuvre un système de Lean Manufacturing dans les opérations de l'entreprise
- ♦ Technicienne de projet pour AIJU, Institut Technologique du Jouet (1992- 1993)

### M. Ibáñez Capella, Juan

- ♦ Chef des Installations et des Projets chez *Power Electronics* à Valence, où il a été chargé de l'exécution du projet du nouveau siège de l'entreprise, avec 50 000 m<sup>2</sup> de surface utile et 10 000 m<sup>2</sup> de bureaux
- ♦ Ingénieur Supérieur Industriel à l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ MBA en Gestion Industrielle. IESE Business School. Université de Navarra
- ♦ *Project Manager Professional PMP® #2914541*
- ♦ Anciennement responsable des projets d'installations chez Ferrovial
- ♦ A participé à l'exécution de projets importants tels que: Usine d'acier galvanisé SOLMED à Sagunto (Valence), participation aux travaux de la gare AVE de Saragosse et aux travaux de la 32e édition de l'America's Cup à Valence

### M. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- ♦ Responsable de divers départements techniques (Développement de Produits, Ingénierie Avancée, gestion de projets, Innovation, Gestion de la Qualité)
- ♦ Diplôme d'Ingénieur Industriel (Mécanique) de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Développement du système de gestion de la qualité selon les normes ISO TS 16949 et IATF 16949
- ♦ Participation aux brevets de nouveaux produits
- ♦ Développement du système de gestion du changement
- ♦ Responsable du système mondial de gestion des connaissances
- ♦ Développement du système global de Spécialisation en ingénierie

### M. Navarro Jarque, Francisco

- ♦ Professionnel des Ressources Humaines avec plus de 20 ans d'expérience, avec une spécialisation académique en psychologie et un profil généraliste avec un accent clair sur le service à la clientèle interne et la fourniture de valeur à partir de tous les domaines de la zone
- ♦ Plus de 10 ans de travail au sein d'ISTOBAL, offrant une expérience en matière de négociations collectives et individuelles, de recrutement et de rétention des talents, de développement de politiques de rémunération, de compensation et d'avantages sociaux, et de prévention des risques professionnels, y compris les plans de prévention des risques psychosociaux
- ♦ Au cours de sa carrière, elle a développé les compétences nécessaires pour adapter les actions des RH aux situations changeantes et aux environnements complexes

### **M. Giner Sanchis, David**

- ♦ Gestionnaire de Portefeuille et de Programme dans un Bureau de Gestion de Projet (PMO) Avec le contrôle de la conformité aux indicateurs BSC et aux actions établies pour l'alignement avec la stratégie de l'entreprise
- ♦ Ingénieur Chimiste, titulaire d'un Master en Gestion de Projets de l'Université Polytechnique de Valence et d'un Master Officiel en Gestion de Projets de l'Université Européenne de Valence
- ♦ Plus de 6 ans en tant que chef de projet dans le secteur industriel, suivi et communication des progrès par rapport au plan de projet/déploiement, au calendrier et aux étapes clés
- ♦ Il possède les certifications suivantes *Project Management Professional (PMP)*, *Project Management Office Certified Practitioner (PMO-CP)*, *Agile Scrum Foundation y Design Thinking Professional Certificate (DTPC)* Membre du Conseil d'Administration du Chapitre de Valence du PMI

### **M. Del Olmo, Daniel**

- ♦ Fondateur d'Enira *engineering* S.L 2018., avec deux produits reconnus comme innovants dans l'industrie 4.0 par des organismes officiels (*FactoryBI et Smart Extrusion*)
- ♦ Spécialisation en génie industriel, avec une spécialisation en Électronique et en Automatisation
- ♦ Il a travaillé principalement dans des multinationales du secteur de l'automatisation industrielle et de l'automobile en tant que responsable de l'ingénierie des usines
- ♦ Expérience du *Système de Production* Toyota (TPS) pendant 4 ans chez *NHK Springs Co LTD.* Japon, spécialisation reçue au Japon
- ♦ Chargé de cours dans le cadre du Master MBA en Ppérations à l'Université Européenne de Valence (2018)

### **Mme Aleixandre Andreu, María José**

- ♦ Diplôme en Sciences Commerciales de l'UV (Université de Valence)
- ♦ Il cours pour les directeurs d'agence, spécialisation interne Caisse d'Epargne de la Méditerranée spécialisation pratique et théorique
- ♦ Tutrice de Stage à l'Université Polytechnique de Valence. Années 1998 a 2005
- ♦ Tutrice de Stage à l'Université de Valence de 1998 à 2007
- ♦ Cours de 2 ans directeurs de bureau enseigné par Fundesem
- ♦ Certification EPFA
- ♦ Certification LCCI par l'Université Carlos III
- ♦ Technique et compétences pour les formation. Université Autonome de Barcelone, Octobre 2019
- ♦ Directrice de la banque Commerciale Méditerranée et Banque Sabadell

### **M. Lucero Palau, Tomás**

- ♦ Directeur des Opérations, de la Qualité, de l'Ingénierie et de la Maintenance dans plusieurs entreprises industrielles et automobiles
- ♦ Ingénieur Supérieur Industriel à l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ MBA de l'ESTEMA Business School
- ♦ Expert en Lean Management, appliqué dans plusieurs entreprises en tant que consultant
- ♦ Conférencier au cours ABC des Opérations et de la Logistique à l'EDEM





### **M. Morado Vázquez, Eduardo**

- ♦ Ingénieur Industriel en Conception de Produits par l'UPV (Université du Pays basque)(2000)
- ♦ Assurance qualité chez *Ford Motor Company*,(2000- 2004)
- ♦ MBA et (2011) Master en Prévention des Risques Professionnels(2005)
- ♦ Mise en œuvre et direction de projets d'ingénierie dans des usines de fabrication des secteurs automobile et chimique pour des multinationales de premier plan (Espagne, Royaume-Uni, Allemagne, Mexique),(2004- 2021)
- ♦ Vaste expérience comme *Key User* et formation dans la mise en œuvre de Systèmes de Gestion de la Qualité, de la Sécurité et de l'Environnement (ISO, OSHAS, GMP), d'ERP (SAP, Ross) et d'outils de gestion de la qualité (6-Sigma, FMEA, 8D, QCP), et en tant que responsable de l'ingénierie et de la maintenance, de l'amélioration continue et des processus (TPM, R&M, APQP, LRR, PSM, SMED, Poka-Yoke, etc)
- ♦ Collaboration en tant que mentor pour les étudiants de l'UPV et dans différentes initiatives d'organisations à but non lucratif et de fondations pour la promotion des STEM chez les jeunes de 6 à 18 années (2000-2018)

10

# Impact sur votre carrière

TECH est conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et bien sûr, personnel important. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle.

Et pour ce faire, nous vous offrons une opportunité unique avec ce Executive Mastère, grâce auquel vous pourrez augmenter votre formation et donc améliorer votre pratique quotidienne et vos chances de promotion professionnelle.



“

*Générer un changement positif dans votre carrière professionnelle, tel est notre défi. Nous nous engageons pleinement à vous aider à y parvenir"*

## Prêt à franchir le pas? Une excellente évolution de carrière vous attend

Le MBA en Gestion Industrielle de TECH est un programme intensif qui vous préparera à affronter les défis et les décisions de l'entreprise dans le domaine du MBA en Gestion Industrielle. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aidant à réussir.

Si vous souhaitez vous surpasser, apporter un changement positif sur le plan professionnel et vous constituer un réseau avec les meilleurs, ce programme est fait pour vous.

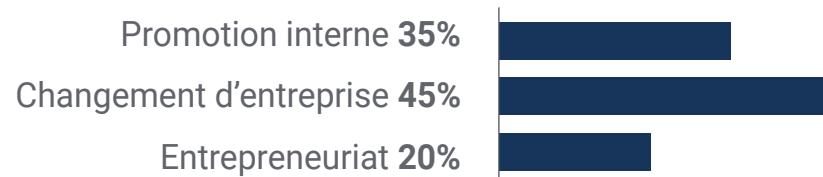
*Obtenez un changement positif dans votre carrière, grâce à l'opportunité offerte par TECH avec ce programme.*

*Ne manquez pas l'occasion de vous spécialiser avec nous. Vous trouverez les informations les plus pertinentes dans ce domaine qui vous permettront de donner un élan à votre profession.*

### Heure du changement



### Type de changement



## Amélioration du salaire

---

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



11

# Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA en Gestion Industrielle contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel en spécialisant des leaders de haut niveau. De cette façon, participer à cette spécialisation est une occasion unique d'accéder à un réseau de contacts puissant dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

*Ce programme vous fournira les clés pour apporter à votre entreprise une nouvelle vision d'entreprise"*

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

**01**

### Accroître les talents et le capital intellectuel

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

---

**02**

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

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

**03**

### Former des agents du changement

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

---

**04**

### Des possibilités accrues d'expansion internationale

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



05

### **Développement de projets propres**

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

---

06

### **Accroître la compétitivité**

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



# 12 Diplôme

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



“

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

Ce **Executive Mastère en MBA en Gestion Industrielle** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

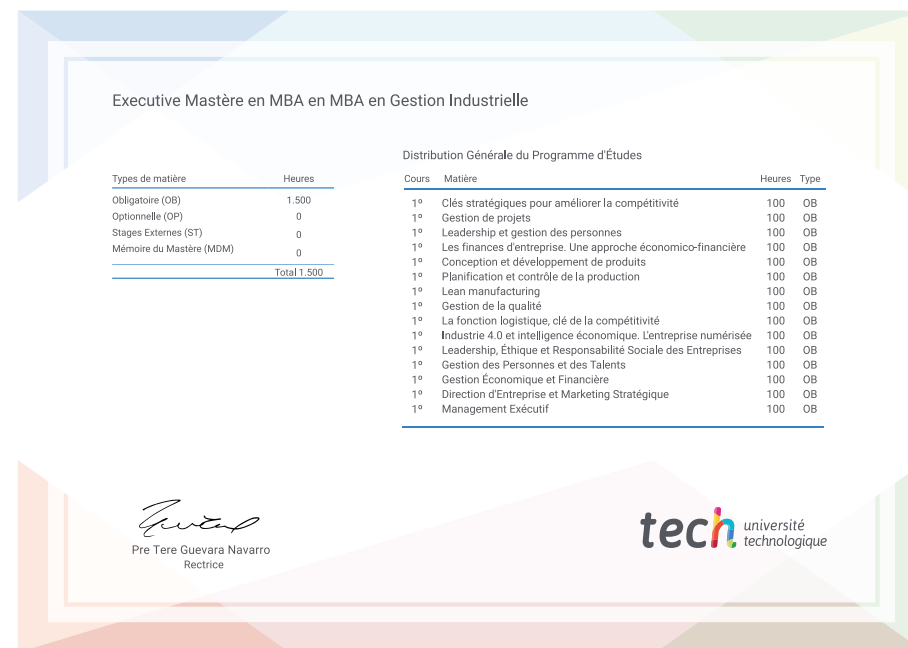
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Executive Mastère** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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: **Executive Mastère en MBA en Gestion Industrielle**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



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



## Executive Mastère MBA en Gestion Industrielle

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

# Executive Mastère

## MBA en Gestion Industrielle