

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Politiques Éducatives

M G P E



## Mastère Spécialisé MBA en Gestion des Politiques Éducatives

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

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

# Sommaire

01

Présentation

---

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

Page 6

03

Pourquoi notre programme?

---

Page 10

04

Objectifs

---

Page 14

05

Compétences

---

Page 20

06

Structure et contenu

---

Page 24

07

Méthodologie

---

Page 42

08

Profil de nos étudiants

---

Page 50

09

Direction de la formation

---

Page 54

10

Impact sur votre carrière

---

Page 72

11

Bénéfices pour votre entreprise

---

Page 76

12

Diplôme

---

Page 80

# 01 Présentation

Le secteur de l'éducation est étroitement lié au développement social. Ses progrès et son adaptation dépendent en grande partie des changements dans l'environnement de l'innovation méthodologique, provenant de la recherche éducative et des avancées technologiques qui créent de nouvelles formes et de nouveaux modèles de travail. Mais ils sont surtout déterminés par les politiques éducatives qui organisent son fonctionnement à tous les niveaux. Ce programme vous permettra d'acquérir la vision la plus large de la réalité éducative actuelle et de son application locale, en incorporant des connaissances spécifiques des zones les plus intéressantes du panorama, afin que le professionnel puisse mettre à jour ses outils personnels et professionnels dans ce domaine.



Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives  
TECH Université Technologique



“

*Un examen approfondi du régime juridique actuel et de la législation applicable aux organisations éducatives”*

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 Mastère Spécialisé est un parcours de haute qualité à travers des contenus des plus actuels concernant les politiques éducatives applicables à l'heure actuelle. Avec un objectif d'apprentissage immersif et transversal, il permettra aux étudiants d'acquérir les compétences d'un spécialiste dans ce domaine de travail.



“

*Apprenez à analyser et à élaborer des politiques qui répondent aux besoins du secteur de l'éducation avec les compétences d'un expert"*

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

Le **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives** formera les étudiants à:

01

Connaître les différentes approches de la nature de l'éducation et de son influence sur la société

04

Identifier, développer et comprendre les concepts clés des théories de la culture afin d'arriver à une meilleure compréhension de la personne en tant qu'être social et culturel

02

Analyser les conséquences de l'inégalité d'éducation entre les groupes ethniques et les sexes en termes de bien-être social et économique



03

Connaître les théories et les fondements de l'Anthropologie Sociale et Culturelle et ses méthodologies

05

Étudier les modèles éducatifs de différents pays et régions



06

Comprendre les phénomènes sociaux et éducatifs qui se produisent dans différents pays

08

Analyser le fonctionnement de certaines sociétés et améliorer la qualité du système éducatif actuel



09

Étudier le rôle du secteur public dans l'éducation, l'importance de l'éducation et du capital humain dans la croissance économique

07

Établir une vue d'ensemble de l'état du système éducatif mondial et contribuer à son amélioration

10

Analyser les effets des différents facteurs qui déterminent la qualité de l'éducation

11

Générer et savoir appliquer les TIC

12

Combiner différentes TIC à l'école comme outil pédagogique

13

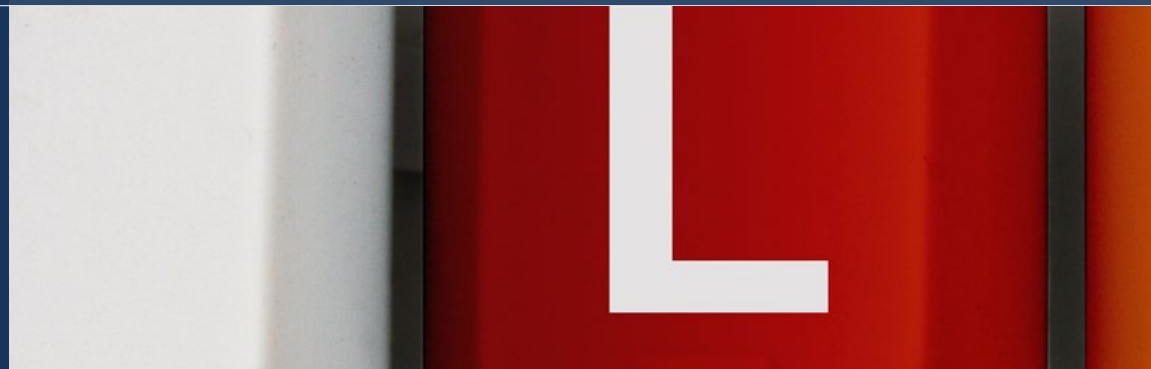
Identifier et découvrir l'importance de la formation continue des enseignants

14

Analyser et intégrer de manière critique les questions les plus pertinentes de la société actuelle qui affectent l'éducation familiale et scolaire

15

Éveiller l'intérêt et la sensibilité à l'égard de la réalité socioculturelle



16

Acquérir les outils nécessaires à l'organisation des élèves

18

Élaborer, interpréter, évaluer et diffuser les rapports d'évaluation des programmes

17

Acquérir les procédures permettant d'évaluer les programmes d'enseignement et de formation.

19

Réfléchir au rôle de la qualité de l'éducation en tant que tendance éducative contemporaine au niveau international



# 05

# Compétences

Le programme en MBA en Gestion des Politiques Éducatives a été conçu en tenant compte des changements qui interviennent dans la société actuelle. Un système vivant qui doit répondre aux changements sociaux et aux nouveaux contextes familiaux. C'est pourquoi l'enseignement supérieur dans ce domaine sera fondamental dans les années à venir, car il permettra aux professionnels d'apporter cette formation supplémentaire qui fera la différence avec le reste des experts du secteur.



“

*Avec une analyse bien fondée des changements et des évolutions auxquels l'éducation doit répondre, ce Mastère Spécialisé est un outil indispensable pour le manager professionnel dans ce domaine”*

01

Obtenir la sécurité juridique des actions et des interventions dans le domaine de l'éducation, qui émanent de la législation applicable

03

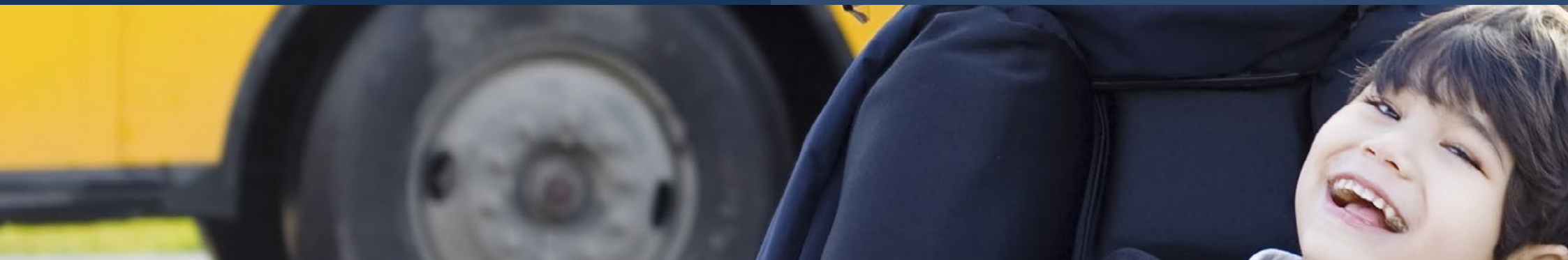
Promouvoir des mesures d'intégration de la diversité

02

Promouvoir la qualité des centres éducatifs et des interventions pédagogiques

04

Analyser l'évolution des systèmes éducatifs d'un point de vue anthropologique



05

Mettre en œuvre des politiques économiques dans le secteur de l'éducation qui optimisent les ressources

07

Évaluer la qualité des processus dans différents domaines des établissements d'enseignement

06

Assurer la gestion de la qualité dans les établissements d'enseignement

08

Développer des programmes éducatifs sur l'égalité et la diversité conformément à la législation en vigueur

06

# Structure et contenu

Développés par des professionnels aux compétences avérées dans ce domaine, les contenus du Mastère Spécialisé ont été créés sur la base d'un critère de qualité élevé dans chacun des moments d'apprentissage. À cette fin, les sujets les plus pertinents et les plus complets ont été sélectionnés, avec les mises à jour les plus intéressantes du moment. C'est pourquoi de plus en plus de professionnels souhaitent se spécialiser dans ce domaine, grâce à des programmes de haute qualité tels que celui proposé par TECH, spécifiquement sur la MBA en Gestion des Politiques Éducatives, qui fournit les informations les plus récentes dans ce domaine.





“

*Tous les aspects que le professionnel de l'éducation impliqué dans le domaine de la gestion doit maîtriser sont compilés et structurés dans un programme de haute qualité"*

## Plan d'études

Le MBA en Gestion des Politiques Éducatives de TECH Global University est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions d'affaires dans le domaine de la gestion de l'environnement. Son contenu est conçu pour promouvoir le développement de compétences managériales qui permettent une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Tout au long des 1500 heures d'études, l'étudiant travaillera sur une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, ce qui vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour évoluer avec succès dans votre pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme aborde en profondeur différents domaines de l'entreprise et s'adresse aux managers pour comprendre la gestion environnementale dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

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

<b>Module 1</b>	Sociologie de l'éducation
<b>Module 2</b>	Anthropologie sociale et culturelle
<b>Module 3</b>	Politique de l'éducation et éducation comparée
<b>Module 4</b>	Économie de l'éducation
<b>Module 5</b>	Technologies de l'information et de la communication pour l'éducation
<b>Module 6</b>	Exclusion sociale et politiques d'inclusion
<b>Module 7</b>	Législation et régime juridique des organisations éducatives
<b>Module 8</b>	Évaluation des programmes éducatifs
<b>Module 9</b>	Politiques de qualité dans les organisations éducatives
<b>Module 10</b>	L'égalité et la diversité en classe
<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>	Gestion Commerciale et Marketing Stratégique
<b>Module 15</b>	Management Exécutif



## Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de la formation, pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

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

## Module 1. Sociologie de l'éducation

### 1.1. Introduction à la sociologie

- 1.1.1. Qu'est-ce que la sociologie?
  - 1.1.1.1. Concepts de base
  - 1.1.1.2. Champ d'application de la sociologie
- 1.1.2. Les débuts de la sociologie
  - 1.1.2.1. Auguste Comte
  - 1.1.2.2. Emile Durkheim
  - 1.1.2.3. Karl Marx
  - 1.1.2.4. Max Weber
- 1.1.3. Les auteurs contemporains
  - 1.1.3.1. Michel Foucault
  - 1.1.3.2. Jürgen Habermas
  - 1.1.3.3. Le rôle du sociologue dans la société

### 1.2. Fondements de la sociologie de l'éducation

- 1.2.1. Objectif de la sociologie de l'éducation
- 1.2.2. Relation entre l'éducation et la sociologie
- 1.2.3. Fonctions sociales de l'éducation

### 1.3. L'éducation en tant qu'institution sociale

- 1.3.1. Concept d'institution sociale
- 1.3.2. Fonctions de l'éducation en tant qu'institution sociale
- 1.3.3. Éducation à la citoyenneté
- 1.3.4. Le rôle transformateur de l'éducation

### 1.4. Principales institutions sociales

- 1.4.1. La famille
- 1.4.2. L'école
- 1.4.3. Société
- 1.4.4. Relations entre la famille, l'école et la société

### 1.5. Théories sur la scolarité I

- 1.5.1. Codes linguistiques de Bernstein
- 1.5.2. Les écoles et le capitalisme industriel. Bowles et Gintis
- 1.5.3. Ivan Illich et le plans d'étude caché
- 1.5.4. Reproduction culturelle

### 1.6. Théories sur la scolarité II

- 1.6.1. Théories de la scolarité II
- 1.6.2. James Coleman
- 1.6.3. Jeannie Oakes

### 1.7. Genre et ethnicité en sociologie de l'éducation

- 1.7.1. Introduction et concepts
- 1.7.2. Le genre et le système éducatif
- 1.7.3. Examen du modèle
- 1.7.4. Éducation et ethnicité

### 1.8. Attention aux différences

- 1.8.1. Attention à la diversité
- 1.8.2. Inclusion et intégration scolaire
- 1.8.3. Enseignement individualisé
- 1.8.4. Procédures pour l'enseignement individualisé

### 1.9. Nouveaux défis pour la sociologie de l'éducation

- 1.9.1. Une société en mutation
- 1.9.2. Mondialisation et éducation
- 1.9.3. Éducation et nouvelles technologies de communication
- 1.9.4. Technologies éducatives

### 1.10. Méthodes de recherche sociologique

- 1.10.1. Concepts de base
- 1.10.2. Le processus de recherche
- 1.10.3. Méthodes de recherche
- 1.10.4. L'influence de la sociologie

**Module 2. Anthropologie Sociale et Culturelle****2.1. Objectif et méthode de l'anthropologie de l'éducation**

- 2.1.1. Définition de l'anthropologie
- 2.1.2. Adaptation, variation et changement
- 2.1.3. Anthropologie générale
- 2.1.4. Sous-disciplines de l'anthropologie
- 2.1.5. Anthropologie appliquée

**2.2. Travail de terrain**

- 2.2.1. Ethnographie
- 2.2.2. Techniques ethnographiques
- 2.2.3. Modèles de recherche
- 2.2.4. Codes éthiques
- 2.2.5. L'enquête

**2.3. Culture**

- 2.3.1. Délimitation conceptuelle
  - 2.3.1.1. Culture et nature
  - 2.3.1.2. Niveaux de culture
- 2.3.2. Ethnocentrisme, relativisme culturel et droits de l'homme
- 2.3.3. Universalité, généralité et particularité
- 2.3.4. Mécanismes de changement culturel
- 2.3.5. Mondialisation

**2.4. Ethnicité**

- 2.4.1. Groupes ethniques et ethnicité
- 2.4.2. Groupes ethniques, nations et nationalités
- 2.4.3. Coexistence pacifique
- 2.4.4. Les racines des conflits ethniques

**2.5. Les modes de vie**

- 2.5.1. Stratégies d'adaptation
- 2.5.2. Recherche de nourriture
- 2.5.3. Culture
- 2.5.4. Pâturage
- 2.5.5. Modes de production
- 2.5.6. Distribution et échange

**2.6. Familles, parenté et filiation**

- 2.6.1. Familles
- 2.6.2. Parenté
- 2.6.3. Calcul de la filiation
- 2.6.4. Terminologie de la filiation

**2.7. Mariage**

- 2.7.1. Mariage entre personnes de même sexe
- 2.7.2. Inceste et exogamie
- 2.7.3. Explications du tabou de l'inceste
- 2.7.4. Endogamie
- 2.7.5. Le mariage comme alliance entre groupes
- 2.7.6. Divorce
- 2.7.7. Mariages au pluriel

**2.8. Systèmes politiques**

- 2.8.1. Bandes et tribus
- 2.8.2. Chefferies
- 2.8.3. États
- 2.8.4. L'origine de l'État

**2.9. Genre**

- 2.9.1. Définition du genre
- 2.9.2. Le genre chez les foragers
- 2.9.3. Sexualités et genre
- 2.9.4. Le genre chez les agriculteurs
- 2.9.5. Patriarcat et violence
- 2.9.6. Féminisation de la pauvreté

**2.10. Anthropologie appliquée**

- 2.10.1. Utilité de l'anthropologie
- 2.10.2. Anthropologie académique
- 2.10.3. Anthropologie et éducation
- 2.10.4. Anthropologie urbaine
- 2.10.5. Anthropologie médicale

### Module 3. Politique de l'Éducation et Éducation Comparée

#### 3.1. Politique et objectif de l'éducation

- 3.1.1. Nature et objectif de la Politique de l'Éducation
- 3.1.2. Idéologies et éducation
- 3.1.3. Les systèmes éducatifs et le problème de leur réforme

#### 3.2. Fondements de l'éducation comparée

- 3.2.1. Définition de éducation comparée
- 3.2.2. Évolution de l'éducation comparée
- 3.2.3. Perspectives actuelles de l'éducation comparée
- 3.2.4. Objectifs et sources de l'éducation comparée

#### 3.3. Méthodologie de la recherche comparative

- 3.3.1. Définition de la conception méthodologique
- 3.3.2. Phases de la recherche comparative en éducation
- 3.3.3. Modèles de recherche
- 3.3.4. Développement de la recherche

#### 3.4. Sources et ressources de l'éducation comparée

- 3.4.1. Organisation de l'information dans l'éducation
- 3.4.2. Ressources et outils utiles pour l'éducation comparée
- 3.4.3. Exemples de plans d'études comparatives

#### 3.5. Les systèmes éducatifs en Europe

- 3.5.1. Modèles de régulation
- 3.5.2. Le modèle scolaire français
- 3.5.3. Le système éducatif en Angleterre
- 3.5.4. Réforme de l'enseignement en Espagne

#### 3.6. Politique éducative supranationale

- 3.6.1. Définition et objet de l'étude
- 3.6.2. Les politiques éducatives supranationales contemporaines
- 3.6.3. Types et approches des politiques supranationales

#### 3.7. Organisations internationales et éducation

- 3.7.1. Pertinence des agences internationales dans l'éducation
- 3.7.2. Agences des Nations Unies
- 3.7.3. La Banque Mondiale

#### 3.8. La politique de l'Union Européenne

- 3.8.1. Les étapes de la politique européenne de l'éducation
- 3.8.2. Objectifs de la politique européenne de l'éducation
- 3.8.3. L'avenir de la politique communautaire en matière d'éducation

#### 3.9. Aperçu international de l'éducation

- 3.9.1. Le contexte mondial de l'éducation
- 3.9.2. Le 21e siècle et l'éducation
- 3.9.3. Éducation, développement durable et paix

#### 3.10. Liens entre la recherche comparative et la politique de l'éducation

- 3.10.1 Contexte actuel entre la recherche comparative et la politique de l'éducation
- 3.10.2. Phases entre les deux disciplines
- 3.10.3. Méthodologie pour l'étude comparative des politiques éducatives

**Module 4. Économie de l'Éducation****4.1. Introduction à l'économie**

- 4.1.1. Concept d'économie
- 4.1.2. Éléments qui définissent l'économie
- 4.1.3. Fonctionnement de l'économie
- 4.1.4. Systèmes économiques

**4.2. Économie de l'éducation**

- 4.2.1. Éducation et économie
- 4.2.2. Histoire de l'économie de l'éducation
- 4.2.3. Aspects économiques de l'éducation

**4.3. Sources et modèles de financement de l'éducation**

- 4.3.1. Mécanismes financiers dans l'éducation
- 4.3.2. Financement de l'enseignement obligatoire
- 4.3.3. Le financement de l'enseignement post-obligatoire
- 4.3.4. Modèles de financement

**4.4. Biens publics et externalités de l'activité éducative**

- 4.4.1. Externalités dans l'éducation
- 4.4.2. Formes d'intervention publique dans l'éducation
- 4.4.3. Les avantages de l'éducation
- 4.4.4. L'éducation comme bien public ou privé?
- 4.4.5. La raison d'être de l'intervention publique dans l'éducation

**4.5. Développement économique et éducation**

- 4.5.1. Éducation et production
- 4.5.2. Éducation et convergence économique
- 4.5.3. Problèmes de définition et d'estimation économiques
- 4.5.4. Contribution de l'éducation à la croissance économique

**4.6. Analyse des déterminants du bien-être économique**

- 4.6.1. Contexte théorique
- 4.6.2. Analyse descriptive du développement économique et social mondial
- 4.6.3. Le développement humain et ses déterminants

**4.7. Production et performance éducatives**

- 4.7.1. Contextualisation de la production éducative
- 4.7.2. Fonction de production éducative
- 4.7.3. Intrants dans le processus de production
- 4.7.4. Modèles de mesure de la production et des résultats de l'éducation
- 4.7.5. Conception et interprétation des données dans la production éducative
- 4.7.6. Valeur économique éducative

**4.8. Marché du travail et éducation**

- 4.8.1. Concepts de base
- 4.8.2. Le fonctionnalisme technologique et la théorie du capital humain
- 4.8.3. Crédentialisme et théorie de la correspondance
- 4.8.4. Théorie du filtre
- 4.8.5. Économie mondialisée et emploi

**4.9. Marché du travail et enseignants**

- 4.9.1. Le marché du travail au XXI<sup>e</sup> siècle
- 4.9.2. Différences entre le marché du travail et le marché du travail éducatif
- 4.9.3. Le professionnel de l'enseignement

**4.10. Investissements et dépenses dans l'éducation**

- 4.10.1. Systèmes éducatifs de l'OCDE
- 4.10.2. Dépenses d'éducation
- 4.10.3. L'éducation en tant qu'investissement
- 4.10.4. Justification de l'intervention publique

Module 5. Technologies de l'information et de la communication pour l'éducation

**5.1. TIC, alphabétisation et compétences numériques**

- 5.1.1. Introduction et objectifs
- 5.1.2. L'école dans la société de la connaissance
- 5.1.3. Les TIC dans le processus d'enseignement et d'apprentissage
- 5.1.4. Alphabétisation et compétences numériques
- 5.1.5. Le rôle de l'enseignant dans la classe
- 5.1.6. Compétences numériques des enseignants
- 5.1.7. Références bibliographiques
- 5.1.8. *Hardware* dans la salle de classe: POI, tablettes et smartphones
- 5.1.9. L'internet comme ressource éducative: web 2.0 et *m-learning*
- 5.1.10. L'enseignant dans le cadre du web 2.0: comment construire une identité numérique?
- 5.1.11. Lignes directrices pour la création de profils d'enseignants
- 5.1.12. Créer un profil d'enseignant sur Twitter
- 5.1.13. Références bibliographiques

**5.2. Création de contenus pédagogiques avec les TIC et leurs possibilités en classe**

- 5.2.1. Introduction et objectifs
- 5.2.2. Conditions pour un apprentissage participatif
- 5.2.3. Le rôle de l'apprenant dans la salle de classe TIC: le *prosommateur*
- 5.2.4. Création de contenu sur le web 2.0: outils numériques
- 5.2.5. Le blog comme ressource pédagogique en classe
- 5.2.6. Lignes directrices pour la création d'un blogue éducatif
- 5.2.7. Éléments du blog pour en faire une ressource pédagogique
- 5.2.8. Références bibliographiques

**5.3. Environnements d'apprentissage personnels pour les enseignants**

- 5.3.1. Introduction et objectifs
- 5.3.2. Formation des enseignants à l'intégration des TIC
- 5.3.3. Communautés d'apprentissage
- 5.3.4. Définir les environnements d'apprentissage personnels
- 5.3.5. Utilisation pédagogique de la vulgarisation et de la PNL
- 5.3.6. Concevoir et créer notre classe PLE
- 5.3.7. Références bibliographiques

**5.4. Apprentissage collaboratif et curation de contenu**

- 5.4.1. Introduction et objectifs
- 5.4.2. L'apprentissage collaboratif pour une introduction efficace des TIC en classe
- 5.4.3. Outils numériques pour le travail collaboratif
- 5.4.4. Curation de contenu
- 5.4.5. La curation de contenu comme pratique didactique pour favoriser les compétences numériques des apprenants
- 5.4.6. Le professeur curateur de contenu. Scoop.it
- 5.4.7. Références bibliographiques

**5.5. Utilisation des réseaux sociaux. La sécurité dans l'utilisation des TIC en classe**

- 5.5.1. Introduction et objectifs
- 5.5.2. Principe de l'apprentissage connecté
- 5.5.3. Réseaux sociaux: outils pour la création de communautés d'apprentissage
- 5.5.4. La communication dans les réseaux sociaux: manier les nouveaux codes de communication

- 5.5.5. Types de réseaux sociaux
- 5.5.6. Comment utiliser les réseaux sociaux en classe création de contenu?
- 5.5.7. Développer les compétences numériques des élèves et des enseignants en intégrant les médias sociaux en classe
- 5.5.8. Introduction et objectifs de la sécurité dans l'utilisation des TIC en classe
- 5.5.9. Identité numérique
- 5.5.10. Risques pour les mineurs sur Internet

- 5.5.11. L'éducation aux valeurs avec les TIC: méthodologie d'apprentissage par le service (SLE) avec des ressources TIC
- 5.5.12. Plateformes de promotion de la sécurité sur Internet
- 5.5.13. La sécurité sur Internet dans le cadre de l'éducation: écoles, familles, élèves et enseignants
- 5.5.14. Références bibliographiques

**5.6. Création de contenus audiovisuels avec des outils TIC PBL et TIC**

- 5.6.1. Introduction et objectifs
- 5.6.2. Taxonomie de Bloom et TIC
- 5.6.3. Le podcast éducatif comme élément didactique
- 5.6.4. Création audio
- 5.6.5. L'image comme élément didactique
- 5.6.6. Outils TIC avec utilisation pédagogique des images

- 5.6.7. Retouche d'images avec les TIC: outils de retouche d'images
- 5.6.8. Qu'est-ce que le PBL?
- 5.6.9. Processus de travail avec ABP et TIC
- 5.6.10. Concevoir un ABP avec les TIC
- 5.6.11. Les possibilités éducatives sur le web 3.0
- 5.6.12. *Youtubeurs* et *instagrameurs*: l'apprentissage informel dans les médias numériques
- 5.6.13. Le didacticiel vidéo comme ressource pédagogique en classe
- 5.6.14. Plateformes de diffusion de matériel audiovisuel
- 5.6.15. Lignes directrices pour la création d'une vidéo éducative
- 5.6.16. Références bibliographiques

**5.7. Réglementation et législation applicables aux TIC**

- 5.7.1. Introduction et objectifs
- 5.7.2. Lois organique la protection des données
- 5.7.3. Guide de recommandations pour la protection de la vie privée des mineurs sur Internet
- 5.7.4. Droits d'auteur: copyright et Creative Commons
- 5.7.5. Utilisation de matériel protégé par le droit d'auteur
- 5.7.6. Références bibliographiques

**5.8. Gamification: motivation et TIC en classe**

- 5.8.1. Introduction et objectifs
- 5.8.2. La gamification entre dans la salle de classe par le biais des environnements d'apprentissage virtuels
- 5.8.3. Apprentissage par le jeu (GBL)
- 5.8.4. Réalité augmentée (RA) dans la salle de classe
- 5.8.5. Types de réalité augmentée et expériences en classe
- 5.8.6. Les codes QR en classe: génération de codes et application pédagogique
- 5.8.7. Expériences en classe
- 5.8.8. Références bibliographiques

**5.9. La compétence médiatique dans la classe de TIC**

- 5.9.1. Introduction et objectifs
- 5.9.2. Favoriser la compétence médiatique des enseignants
- 5.9.3. Maîtriser la communication pour un enseignement motivant
- 5.9.4. Communiquer le contenu pédagogique avec les TIC
- 5.9.5. Importance de l'image en tant que ressource pédagogique
- 5.9.6. Les présentations numériques comme ressource didactique en classe
- 5.9.7. Travailler avec des images en classe
- 5.9.8. Partager des images sur le Web 2.0
- 5.9.9. Références bibliographiques



**5.10. Évaluation de l'apprentissage assisté par les TIC**

- 5.10.1. Introduction et objectifs de l'évaluation de l'apprentissage assisté par les TIC
- 5.10.2. Outils d'évaluation: portfolio numérique et grilles
- 5.10.3. Création d'un E-portfolio avec Google Sites
- 5.10.4. Création de grilles d'évaluation
- 5.10.5. Conception d'évaluations et d'auto-évaluations avec Google Forms
- 5.10.6. Références bibliographiques

**Module 6. Exclusion Sociale et Politiques d'Inclusion****6.1. Concepts de base de l'égalité et de la diversité**

- 6.1.1. Diversité et égalité des chances
- 6.1.2. Cohésion sociale, exclusion, inégalité et éducation
- 6.1.3. Processus d'exclusion dans le domaine de l'éducation formelle et non formelle: aspects différentiels et images de la diversité

**6.2. Nature et origine des principales causes de l'exclusion sociale et des inégalités dans les sociétés modernes et contemporaines**

- 6.2.1. Contexte actuel de l'exclusion sociale
- 6.2.2. Nouvelle réalité socio-démographique
- 6.2.3. Nouvelle réalité du marché du travail
- 6.2.4. Crise de l'État Providence
- 6.2.5. Nouvelles formes relationnelles et nouveaux liens sociaux

**6.3. Exclusion de l'école**

- 6.3.1. Préambule épistémologique
- 6.3.2. Références sociologiques
- 6.3.3. Contexte social qui génère des inégalités
- 6.3.4. Exclusion sociale et intégration
- 6.3.5. Scolarisation et exclusion scolaire
- 6.3.6. Méritocratie et démocratisation de l'enseignement secondaire
- 6.3.7. Le discours néolibéral et les effets du pouvoir

**6.4. Principaux facteurs d'échec scolaire**

- 6.4.1. Définition d'échec scolaire
- 6.4.2. Causes d'échec scolaire
- 6.4.3. Difficultés liées à l'échec
- 6.4.4. Méthodes de diagnostic de l'échec scolaire

**6.5. Scolarité inclusive et interculturalité**

- 6.5.1. Société pluriculturelle et éducation interculturelle
- 6.5.2. L'éducation inclusive comme réponse
- 6.5.3. La coexistence démocratique en classe
- 6.5.4. Propositions méthodologiques pour l'éducation inclusive

**6.6. Approches pratiques de l'attention portée à la diversité**

- 6.6.1. L'éducation inclusive en Espagne
- 6.6.2. L'éducation inclusive en France
- 6.6.3. L'éducation inclusive en Amérique latine

**6.7. L'exclusion numérique dans la société de la connaissance**

- 6.7.1. Les TIC et la fracture numérique
- 6.7.2. Le potentiel des TIC pour l'employabilité
- 6.7.3. Comment améliorer la contribution des TIC à l'inclusion sociale?

**6.8. L'inclusion des TIC dans des écoles diverses**

- 6.8.1. Les TIC comme ressource inclusive
- 6.8.2. Formation des enseignants, TIC et attention à la diversité
- 6.8.3. Adapter les TIC aux besoins des élèves

**6.9. Exclusion sociale et innovation pédagogique**

- 6.9.1. L'inclusion, un nouveau paradigme
- 6.9.2. La dénaturalisation de l'échec scolaire
- 6.9.3. La défense de la diversité
- 6.9.4. Remettre en question l'homogénéité
- 6.9.5. Démission du rôle de l'enseignant

**6.10. Besoins et pratiques en matière de politiques sociales pour l'inclusion**

- 6.10.1. Les politiques d'inclusion comme garantie de l'affirmation des droits
- 6.10.2. Anticiper les problèmes sociaux
- 6.10.3. Participation sociale
- 6.10.4. Articulation à plusieurs niveaux

## Module 7. Législation et Régime Juridique des organisations éducatives

<p><b>7.1. Organisation scolaire</b></p> <p>7.1.1. La complexité de l'organisation scolaire</p> <p>7.1.2. L'organisation scolaire et ses éléments</p>	<p><b>7.2. L'éducation dans le cadre de l'Union Européenne</b></p> <p>7.2.1. Conceptions générales de l'Union Européenne et de l'éducation</p> <p>7.2.2. L'espace européen de l'enseignement supérieur et ses éléments</p> <p>7.2.3. Autres systèmes éducatifs dans l'Union Européenne</p>	<p><b>7.3. Principaux aspects des écoles</b></p> <p>7.3.1. Le calendrier et l'horaire de l'école</p> <p>7.3.2. Le bâtiment de l'école et ses salles de classe</p>	<p><b>7.4. Autres idées essentielles sur l'organisation dans les écoles</b></p> <p>7.4.1. L'organisation du corps étudiant</p> <p>7.4.2. Promotion de l'école</p> <p>7.4.3. Attention à la diversité</p> <p>7.4.4. Tutorat</p> <p>7.4.5. Évaluation de l'école</p> <p>7.4.6. L'environnement éducatif</p>
---	--	---	---

## Module 8. Évaluation des Programmes Éducatifs

<p><b>8.1. Concept et composantes du programme. Évaluation pédagogique</b></p> <p>8.1.1. Évaluation</p> <p>8.1.2. Évaluation et éducation</p> <p>8.1.3. Les composantes de l'évaluation de l'enseignement</p>	<p><b>8.2. Modèles et méthodologies d'évaluation</b></p> <p>8.2.1. Normes pour l'évaluation de l'éducation</p> <p>8.2.2. Modèles d'évaluation de l'éducation</p> <p>8.2.3. L'évaluation en tant que processus</p>	<p><b>8.3. Normes pour la recherche évaluative</b></p> <p>8.3.1. Concept général des normes</p> <p>8.3.2. Organisation et contenu des normes</p> <p>8.3.3. Réflexions sur les normes</p>	<p><b>8.4. Principe de complémentarité. Méthodes et techniques</b></p> <p>8.4.1. Définition du principe de complémentarité</p> <p>8.4.2. Méthodologie pour l'application du principe de complémentarité</p> <p>8.4.3. Techniques de complémentarité</p>
<p><b>8.5. Techniques et outils d'évaluation de l'éducation</b></p> <p>8.5.1. Stratégies d'évaluation de l'éducation</p> <p>8.5.2. Techniques et outils d'évaluation de l'éducation</p> <p>8.5.3. Exemples de techniques d'évaluation de l'éducation</p>	<p><b>8.6. Données, statistiques, fichiers et indicateurs disponibles. Analyse du contenu</b></p> <p>8.6.1. Conceptualisation de l'analyse de contenu</p> <p>8.6.2. Premières propositions méthodologiques en analyse de contenu</p> <p>8.6.3. Composantes de l'analyse des données</p> <p>8.6.4. Techniques d'analyse des données</p>	<p><b>8.7. Enquêtes, questionnaires, entretiens, observations, auto-rapports, tests et échelles</b></p> <p>8.7.1. Concept d'instrument d'évaluation de l'éducation</p> <p>8.7.2. Critères de sélection des outils d'évaluation</p> <p>8.7.3. Types de techniques et d'instruments d'évaluation</p>	<p><b>8.8. Besoins, lacunes et demandes. Évaluation initiale et conception du programme</b></p> <p>8.8.1. Évaluation initiale. Introduction</p> <p>8.8.2. Analyse des besoins</p> <p>8.8.3. Conception du programme</p>
<p><b>8.9. Développement du programme. Évaluation formative du programme</b></p> <p>8.9.1. Introduction</p> <p>8.9.2. Évaluation formative. Développement</p> <p>8.9.3. Conclusions</p>	<p><b>8.10. Conclusion du programme. Évaluation finale, sommative</b></p> <p>8.10.1. Introduction</p> <p>8.10.2. Évaluation finale, sommative</p> <p>8.10.3. Conclusions</p>		

**Module 9. Politiques de Qualité dans les Organisations Éducatives****9.1. La qualité de l'éducation: discours, politiques et pratiques**

- 9.1.1. Introduction: qualité et éducation
- 9.1.2. Qualité de l'enseignement et néolibéralisme
- 9.1.3. Discours sur la politique de l'éducation
- 9.1.4. Le droit à une éducation de qualité

**9.2. Débats sur la qualité de l'éducation**

- 9.2.1. Introduction
- 9.2.2. Qualité et écoles publiques
- 9.2.3. Différend sur la qualité de l'enseignement
- 9.2.4. Conclusions

**9.3. Les discours politiques contemporains sur la qualité de l'éducation au niveau international**

- 9.3.1. Introduction
- 9.3.2. Changements discursifs dans l'éducation
- 9.3.3. Qualité et développement économique
- 9.3.4. Concept de développement humain
- 9.3.5. Discours internationaux sur la qualité de l'éducation

**9.4. Politiques, plans et programmes pour l'amélioration de la qualité de l'éducation**

- 9.4.1. Concept et contexte du mouvement d'amélioration de la qualité des écoles
- 9.4.2. Évolution historique de la qualité des écoles
- 9.4.3. Contributions des politiques d'amélioration de la qualité des écoles
- 9.4.4. Étapes du processus d'amélioration de la qualité des écoles

**9.5. Systèmes d'évaluation de la qualité et de l'éducation**

- 9.5.1. Introduction: qualité et évaluation
  - 9.5.1.1. Fonctions d'évaluation de la qualité
  - 9.5.1.2. Objets d'évaluation de la qualité
  - 9.5.1.3. Caractéristiques de l'évaluation de la qualité
  - 9.5.1.4. Utilisation inappropriée d'évaluation de la qualité
- 9.5.2. Indicateur de qualité
- 9.5.3. Évaluations dans les écoles
- 9.5.4. Conclusions

**9.6. Perspectives d'évaluation de la qualité éducatif**

- 9.6.1. L'évaluation comme agent d'amélioration
- 9.6.2. Approche globale et holistique de l'évaluation
- 9.6.3. Risques potentiels de l'évaluation
- 9.6.4. Conclusions

**9.7. Pratiques contemporaines d'amélioration de la qualité de l'enseignement**

- 9.7.1. Politiques de qualité de l'éducation en Espagne
- 9.7.2. Politiques de qualité de l'éducation en Amérique latine
- 9.7.3. Les politiques de qualité de l'éducation en France

**9.8. Approche de genre et qualité de l'éducation**

- 9.8.1. Genre et qualité de l'éducation
- 9.8.2. Le genre comme élément de qualité
- 9.8.3. Conclusions

**9.9. Approche citoyenne et éducation de qualité**

- 9.9.1. Participation des citoyens et amélioration de la qualité de l'éducation
- 9.9.2. Démocratie et qualité
- 9.9.3. Conclusions

**9.10. Qualité des universités et de l'enseignement**

- 9.10.1. Qualité des universités: concept et dimensions
- 9.10.2. L'université de masse
- 9.10.3. Les acteurs de l'éducation autour de la qualité
- 9.10.4. Recherche, qualité et université
- 9.10.5. Conclusions

## Module 10. Égalité et Diversité en Classe

### 10.1. Concepts de base de l'égalité et de la diversité

- 10.1.1. Égalité, diversité, différence, justice et équité
- 10.1.2. La diversité comme élément positif et consubstantiel à la vie
- 10.1.3. Relativisme et ethnocentrisme
- 10.1.4. Dignité humaine et droits de l'homme
- 10.1.5. Perspectives théoriques sur la diversité en classe
- 10.1.6. Références bibliographiques

### 10.2. Évolution de l'éducation spéciale à l'éducation inclusive dans l'éducation de la petite enfance

- 10.2.1. Concepts clés de l'éducation spéciale à l'éducation inclusive
- 10.2.2. Les conditions d'une scolarité inclusive
- 10.2.3. Promouvoir l'éducation inclusive dans l'éducation maternelle

### 10.3. Caractéristiques et besoins de la petite enfance

- 10.3.1. Acquisition d'habiletés motrices
- 10.3.2. Acquisition du développement psychologique
- 10.3.3. Développement de subjectivation

### 10.4. Exclusion de l'école

- 10.4.1. Le curriculum caché
- 10.4.2. Intolérance et xénophobie
- 10.4.3. Comment détecter les brimades en classe?
- 10.4.4. Références bibliographiques

### 10.5. Principaux facteurs d'échec scolaire

- 10.5.1. Stéréotypes et préjugés
- 10.5.2. Les prophéties auto-réalisatrices, l'effet Pygmalion
- 10.5.3. Autres facteurs influençant l'échec scolaire
- 10.5.4. Références bibliographiques

### 10.6. Écoles inclusives et interculturelles

- 10.6.1. L'école en tant qu'entité ouverte
- 10.6.2. Dialogue
- 10.6.3. Éducation interculturelle et attention à la diversité
- 10.6.4. Qu'est-ce que l'école interculturelle?
- 10.6.5. Problèmes dans l'environnement scolaire
- 10.6.6. Actions
- 10.6.7. Propositions sur l'interculturalité à travailler en classe
- 10.6.8. Références bibliographiques

### 10.7. L'exclusion numérique dans la société de la connaissance

- 10.7.1. L'exclusion numérique dans la société de la connaissance
- 10.7.2. Accès à l'information
- 10.7.3. Web 2.0: des consommateurs aux créateurs
- 10.7.4. Risques liés à l'utilisation des TIC
- 10.7.5. La fracture numérique: un nouveau type d'exclusion
- 10.7.6. L'éducation face à l'exclusion numérique
- 10.7.7. Références bibliographiques

### 10.8. L'inclusion des TIC dans des écoles diverses

- 10.8.1. Inclusion scolaire et e-inclusion
- 10.8.2. E-inclusion à l'école, avantages et exigences
- 10.8.3. Changements dans la conception du processus éducatif
- 10.8.4. Transformations des rôles des enseignants et des apprenants
- 10.8.5. Les TIC comme élément de l'attention portée à la diversité
- 10.8.6. L'utilisation des TIC pour les élèves ayant des besoins de soutien scolaire
- 10.8.7. Références bibliographiques

### 10.9. Méthodes actives d'apprentissage avec les TIC

- 10.9.1. Introduction et objectifs
- 10.9.2. Les TIC et le nouveau paradigme éducatif: la personnalisation de l'apprentissage
- 10.9.3. Méthodologies actives pour un apprentissage efficace renforcé par les TIC
- 10.9.4. Apprendre par la recherche
- 10.9.5. Apprentissage collaboratif et coopératif
- 10.9.6. Apprentissage basé sur des problèmes et des projets
- 10.9.7. *Flipped Classroom*
- 10.9.8. Stratégies pour choisir les TIC adaptées à chaque méthodologie:
- 10.9.9. Références bibliographiques

### 10.10. Apprentissage collaboratif et *Flipped Classroom*

- 10.10.1. Introduction et objectifs
- 10.10.2. Définition de l'apprentissage collaboratif
- 10.10.3. Différences avec l'apprentissage coopératif
- 10.10.4. Outils pour l'apprentissage coopératif et collaboratif: Padlet
- 10.10.5. Définition de *Flipped Classroom*
- 10.10.6. Actions didactiques pour la programmation *flipped*
- 10.10.7. Outils numériques pour créer votre classe inversée
- 10.10.8. Expériences de classe inversée
- 10.10.9. Références bibliographiques

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

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

**11.2. Leadership**

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

**11.3. Cross Cultural Management**

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

**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 Moralité
- 11.5.2. Éthique des Affaires
- 11.5.3. Leadership et éthique dans les entreprises

**11.6. Durabilité**

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

**11.7. Responsabilité Sociale des Entreprises**

- 11.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

**11.8. Systèmes et outils de Gestion responsable**

- 11.8.1. RSE: 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 la 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. Gestion Stratégique des personnes

- 12.1.1. Direction Stratégique et ressources humaines
- 12.1.2. La direction stratégique des personnes

### 12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

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

### 12.3. Évaluation et gestion des performances

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

### 12.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

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

### 12.5. Motivation

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

### 12.6. Développer des équipes performantes

- 12.6.1. Les équipes performantes: les 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. Type de processus de gestion du changement
- 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 des entreprises
- 12.9.2. Département de Communication
- 12.9.3. Le responsable de 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 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. Actif de l'entreprise
- 13.2.3. Passif de l'entreprise
- 13.2.4. Le Patrimoine Net de l'entreprise
- 13.2.5. Le Compte de Profits et Pertes

### 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. Le 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. Gestion Financière

- 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 13.5.2. Le service financier
- 13.5.3. Excédents de trésorerie
- 13.5.4. 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. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 13.6.4. Le tableau des *Cash Flow*
- 13.6.5. Le tableau du 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 financiers de l'entreprise

### 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 de la Situation
- 13.9.2. Analyse du Compte des Résultats
- 13.9.3. Analyse de la Rentabilité

### 13.10. Analyses et résolution de cas/ problèmes

- 13.10.1. Informations financières d'Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

**Module 14. Gestion Commerciale et Marketing Stratégique****14.1. Gestion commerciale**

- 14.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
- 14.1.2. Stratégie et planification commerciale
- 14.1.3. Le rôle des directeurs 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 numérique et e-commerce**

- 14.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et e-commerce
- 14.4.2. Marketing Numérique et moyen qu'il utilise
- 14.4.3. Commerce électronique. Contexte général
- 14.4.4. Catégories du commerce électronique
- 14.4.5. Avantages et inconvénients du *Ecommerce* face au commerce traditionnel

**14.5. Marketing Numérique pour renforcer la marque**

- 14.5.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de la 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 la communication dans l'organisation
- 14.9.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 14.9.5. Éléments de la communication
- 14.9.6. Problèmes de communication
- 14.9.7. Scénario de la 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* en ligne

**Module 15. Management Exécutif**

**15.1. General Management**

- 15.1.1. Concept General Management
- 15.1.2. L'action du Manager 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 la communication Interpersonnelle
- 15.5.3. La communication dans les organisations
- 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. Plan
- 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. Branding Personnel**

- 15.9.1. Stratégie pour développer la marque
- 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 du Leader
- 15.10.3. Gestion des Processus de Changement
- 15.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles





07

# Méthodologie

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

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





“

*Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”*

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

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

“

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



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



## 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*”

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

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

Les étudiants du Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives sont des professionnels qui cherchent à s'améliorer professionnellement, mais qui sont également engagés dans l'amélioration du secteur de l'éducation, qui ont des idées et un dynamisme qu'ils veulent transformer en action. Il s'agit donc d'étudiants qui comprennent l'importance de poursuivre leurs études tout au long de leur vie professionnelle, avec pour objectif principal de rester à l'avant-garde de leur profession, en s'adaptant en douceur aux changements de la société et du secteur.





“

*Transformez vos aspirations en réalité avec ce Mastère Spécialisé à haute intensité qui stimulera votre développement”*

## Âge moyen

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

## Années d'expérience



## Formation

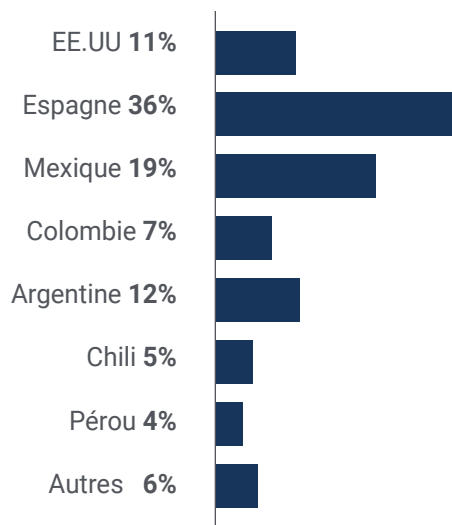


## Profil académique



## Distribution géographique

---



## Pablo Oswaldo López

Spécialiste de l'Enseignement Secondaire

*"J'ai toujours pensé qu'il y avait beaucoup à promouvoir et à améliorer dans le secteur de l'éducation. Ce Mastère Spécialisé me semble être la manière la plus efficace d'aborder un domaine de travail dans lequel j'ai beaucoup à apporter du point de vue de la MBA en Gestion des Politiques Éducatives"*

09

# Direction de la formation

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



“

*Un corps enseignant très complet,  
composé d'experts dotés d'une grande  
expérience, sera à votre disposition  
dans ce programme de TECH"*

## 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 en recrutement et en stratégie technologique. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes de direction dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement Fortune 50, notamment NBCUniversal et Comcast. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance.

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

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

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





## Mme Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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



## M. Gauthier, Rick

---

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



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

## Directeur invité international

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

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

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

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



## M. Arman, Romi

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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

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



## M. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Directeur invité international

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

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

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

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



## M. Gram, Mick

---

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

“

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

## Directeur invité international

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. Stevenson, Scott

---

- ♦ 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

“

*Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde!*

*Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage"*

## Directeur invité international

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

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

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

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



## Dr Nyquist, Eric

---

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

“

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

# 10

## Impact sur votre carrière

Les professionnels des affaires de l'ère actuelle doivent diversifier leurs études au-delà de la gestion des affaires. La société évolue et, par conséquent, les connaissances de ces spécialistes doivent également évoluer. L'obtention de ce Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives ajoutera de la qualité aux qualifications des étudiants en leur offrant toutes ces connaissances qui, bien qu'elles puissent sembler totalement éloignées de leur travail quotidien, peuvent être d'une grande utilité pour orienter les entreprises vers un modèle commercial plus durable qui favorise la durabilité des ressources naturelles.







“

*Les systèmes d'étude et d'apprentissage les plus intéressants du moment, appliqués à un processus de croissance professionnelle d'un intérêt maximal"*

## Les professionnels sont-ils prêts à franchir le pas? Un excellent perfectionnement professionnel les attend

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives de TECH Global University est un programme intensif et de grande valeur visant à améliorer les compétences professionnelles des étudiants dans un domaine de compétence très large. C'est sans aucun doute une occasion unique de s'améliorer sur le plan professionnel, mais aussi sur le plan personnel, car cela implique des efforts et du dévouement.

Les étudiants qui souhaitent s'améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, trouveront leur place à TECH.

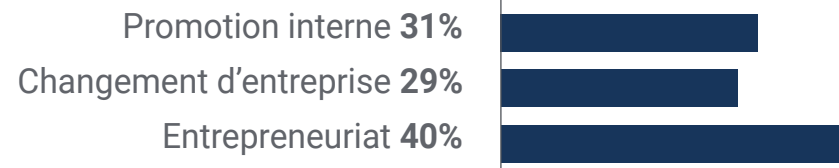
*Prenez un tournant radical dans votre carrière grâce à la spécialisation offerte par ce programme.*

*Un programme de grande valeur académique pour améliorer vos compétences en matière de politique environnementale.*

### Heure du changement



### Type de changement



## Amélioration salariale

---

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



11

# Bénéfices pour votre entreprise

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives de TECH est un programme de haute qualité visant à améliorer la compétitivité des professionnels de l'entreprise pour donner un coup de pouce au système éducatif en général et aux centres éducatifs en particulier, afin d'atteindre une qualité maximale. Cette qualité se traduira par une meilleure attention, une plus grande adaptation à la réalité sociale et un système éducatif typique d'une société inclusive, ouverte et moderne.





“

*Un système éducatif capable  
de répondre aux besoins de  
la société d'aujourd'hui dans  
tous ses aspects”*

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 manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

### Former des agents du changement

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

---

04

### Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

### Développement de projets propres

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

---

06

### Accroître la compétitivité

Ce programme dotera les étudiants des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation.



# 12 Diplôme

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





“

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

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

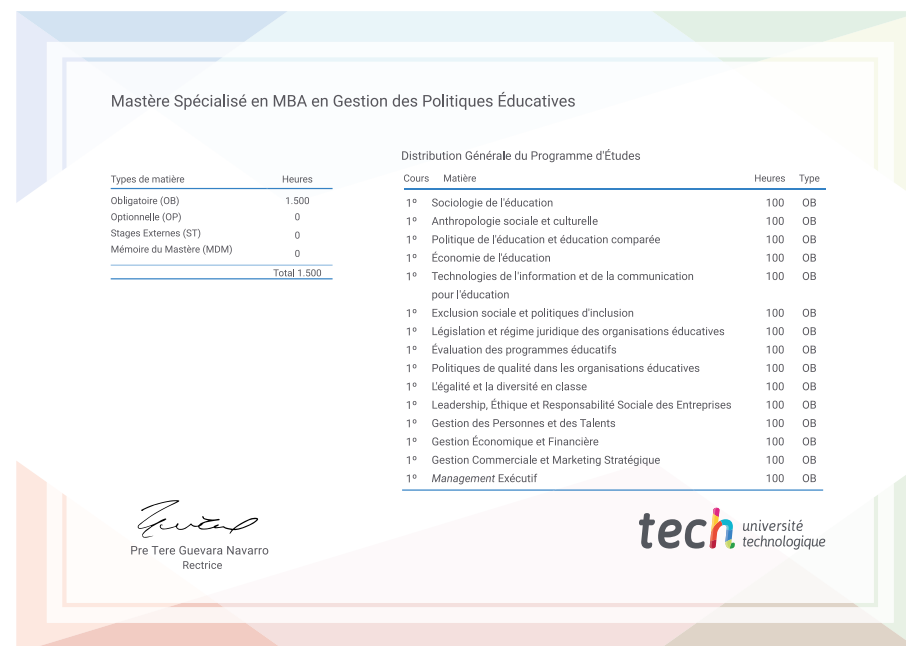
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Politiques Éducatives**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



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



## **Mastère Spécialisé** MBA en Gestion des Politiques Éducatives

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

# Mastère Spécialisé

## MBA en Gestion des Politiques Éducatives

