

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Technique
de Data Science en Entreprise

M B A D T D S E



Mastère Spécialisé MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: professionnels qui souhaitent actualiser leurs connaissances en matière de technologies informatiques avancées et de pointe, dans le but d'élargir leurs compétences

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-gestion-technique-data-science-entreprise

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 40

08

Profil de nos étudiants

Page 48

09

Direction de la formation

Page 52

10

Impact sur votre carrière

Page 74

11

Bénéfices pour votre entreprise

Page 78

12

Diplôme

Page 82

01 Présentation

Aujourd'hui, bon nombre d'outils, de plateformes ou de technologies de pointe deviennent des éléments obsolètes dont l'applicabilité est réduite dans l'environnement des entreprises. Il s'agit sans aucun doute d'un processus imparable et en constante évolution, le plus grand exemple de la révolution technologique actuelle, qui oblige les professionnels des technologies de l'information à une spécialisation permanente.

Son programme d'enseignement est unique en raison de la sélection soignée des technologies, y compris les plus récentes et les demandes dans le domaine de l'entreprise. En outre, l'ajout de modules spécifiques pour l'amélioration de la vision d'entreprise et la gestion d'équipes multidisciplinaires, font un programme différent et capable de répondre à une bonne partie des besoins éducatifs de tout professionnel qui souhaite se positionner comme une référence de la connaissance théorique et pratique des technologies les plus actuelles.



Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise
TECH Université Technologique



“

Réussissez avec les meilleurs et développez les connaissances et les compétences dont vous avez besoin pour commencer une carrière dans le secteur des technologies de l'information avancée”

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:



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"



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.

03

Pourquoi notre programme?

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

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



“

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

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

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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

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

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

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

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

03

Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

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

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

05

Accès à un puissant réseau de contacts

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

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

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

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

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

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

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

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

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

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

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour consolider les compétences de l'étudiant en Gestion Technique de Data Science en Entreprise, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans son développement professionnel. Après le programme, les étudiants seront capables de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.



“

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

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

Le **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise** formera l'étudiant à:

01

Analyser les systèmes ERP et CRM, contribution et avantages

04

Examiner le processus d'exploration des données

02

Concevoir et sélectionner l'outil ERP ou CRM adapté à chaque entreprise

03

Développer chacune des étapes du cycle de vie des données

05

Analyser une plateforme Web et optimiser son fonctionnement



06

Évaluer les sessions et le trafic afin de mieux comprendre l'audience

08

Analyser les différents modèles de données et leur impact sur les applications

09

Analyser les modèles de systèmes classiques et identifier les lacunes de leur utilisation dans les applications distribuées

07

Développer des connaissances spécialisées sur les systèmes durables, évolutifs et fiables

10

Examiner le paradigme de l'informatique distribuée et définir le modèle de microservice

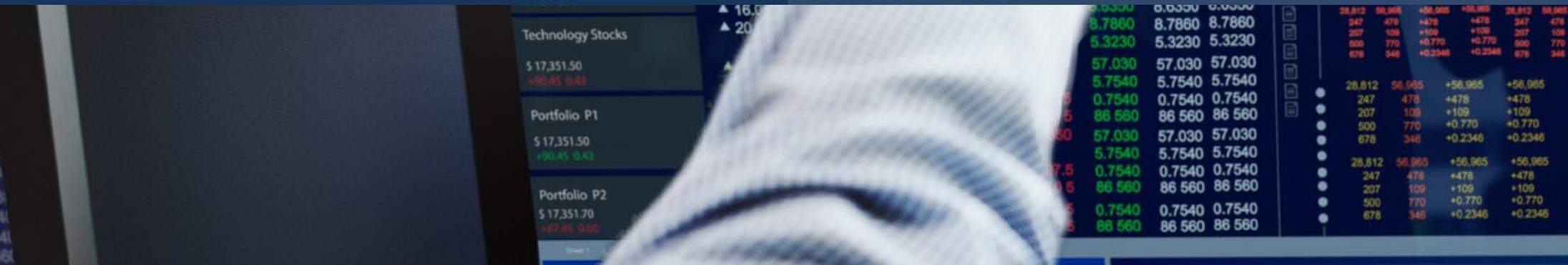


11

Générer des connaissances spécialisées en IoT

13

vAnalyser le concept de la méthodologie *Agile* pour la Gestion de Projet et développer les *Framework SCRUM*



12

Développer une architecture de référence et un *Framework* technologique pour l'IoT

14

Examiner et développer les éléments de la méthode KANBAN pour la gestion de projet

15

Fonder la différenciation de notre entreprise sur les ressources intangibles

17

Présenter un modèle d'entreprise basé sur le flux avec le changement et l'incertitude au lieu de "casser" en opposant des résistances



16

Identifier les opportunités d'amélioration grâce à une prise en charge complète

18

Dynamiser l'entreprise en utilisant la gestion des émotions comme voie de succès

05

Compétences

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



“

Ce programme vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour réussir dans la planification et la gestion du tourisme"

01

Se spécialiser dans les systèmes d'information les plus courants

02

Utiliser des algorithmes, des outils et des plateformes pour appliquer des techniques d'apprentissage automatique

03

Gérer les architectures spécifiques pour le traitement de l'information à haut volume pour son exploitation commerciale

04

Utiliser les principales technologies liées à l'IoT et leur applicabilité dans des environnements réels

05

Réaliser des processus d'analyse web pour mieux comprendre le client potentiel, en tant qu'outil clé pour la gestion des actions stratégiques

06

Gérer plus efficacement les projets et les personnes



07

Répondre aux besoins actuels dans le domaine des technologies de l'information avancées

08

Développer une stratégie commerciale

09

Générer des connaissances spécialisées pour la prise de décisions commerciales

06

Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise est un programme sur mesure, dispensé dans un format 100% en ligne pour que l'étudiant choisisse le moment et le lieu qui conviennent le mieux à sa disponibilité, son emploi du temps et ses intérêts. Ce programme de 12 mois se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite professionnelle.



“

Ce que vous étudiez est très important. Les aptitudes et les compétences que vous acquérez sont les plus importantes. Vous ne trouverez pas de syllabus plus complet que celui-ci, croyez-nous”

Plan d'études

Le MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine de la Gestion Technique de Data Science en Entreprise.

Le contenu du MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise est conçu pour favoriser le développement de compétences permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce MBA traite en profondeur du monde de l'informatique dans l'environnement de l'entreprise, et est destiné à former des professionnels qui comprennent les Technologies Informatiques Avancées en Entreprise d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan élaboré pour vous, axé sur votre perfectionnement professionnel et vous préparant à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des affaires. 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 donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

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

Module 1	Principaux systèmes de gestion de l'information
Module 2	Types de données et cycle de vie des données
Module 3	Numéro - Apprentissage automatique
Module 4	Analyse du Web
Module 5	Systèmes Évolutifs et Fiables d'Utilisation de Données Massives
Module 6	Administration des Systèmes pour les Déploiements Distribués
Module 7	Internet of Things
Module 8	Gestion de projet et méthodes <i>agile</i>
Module 9	Communication, Leadership et Gestion d'Équipes
Module 10	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 11	Gestion des Personnes et des Talents
Module 12	Gestion Économique et Financière
Module 13	Gestion Commerciale et Marketing Stratégique
Module 14	<i>Management Exécutif</i>



Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise complètement en ligne. Pendant les 12 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tout moment à tous les contenus de ce programme, ce qui leur permettra de gérer eux-mêmes leur temps d'étude.

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

Module 1. Principaux systèmes de gestion de l'information

1.1. ERP et CRM

- 1.1.1. ERP
- 1.1.2. Le CRM
- 1.1.3. Différence entre ERP, CRM Point de vente
- 1.1.4. Succès commercial

1.2. ERP

- 1.2.1. ERP
- 1.2.2. Types de ERP
- 1.2.3. Développement de un projet d'implantation d'un ERP
- 1.2.4. ERP. Optimisation des ressources
- 1.2.5. Architecture d'un système ERP

1.3. Informations fournies par l'ERP

- 1.3.1. Informations fournies par l'ERP
- 1.3.2. Avantages et inconvénients
- 1.3.3. L'information

1.4. Systèmes ERP

- 1.4.1. Systèmes et outils actuels ERP
- 1.4.2. Prise de décision
- 1.4.3. Le quotidien d'un ERP

1.5. CRM: le projet d'implantation

- 1.5.1. CRM Projet d'implantation
- 1.5.2. Le CRM comme outils commercial
- 1.5.3. Stratégies pour le système d'information

1.6. CRM: Fidélisations des clients

- 1.6.1. Point de départ
- 1.6.2. Vendre ou fidéliser
- 1.6.3. Facteurs de succès dans notre système de fidélisation
- 1.6.4. Stratégies multi canaux
- 1.6.5. Conception d'actions de fidélisation
- 1.6.6. E-fidélisation

1.7. CRM: campagnes de communication

- 1.7.1. Actions et plan de communication
- 1.7.2. Importance du client informé
- 1.7.3. L'écoute du client

1.8. CRM: prévention des mécontents

- 1.8.1. Perte de clientèle
- 1.8.2. Détection précoce des erreurs
- 1.8.3. Processus d'amélioration
- 1.8.4. Récupération du client mécontent

1.9. CRM: actions spéciales de communication

- 1.9.1. Objectifs et planification d'un événement d'entreprise
- 1.9.2. Conception et réalisation de l'événement
- 1.9.3. Actions du département
- 1.9.4. Analyse des résultats

1.10. Marketing Relationnel

- 1.10.1. Implantation. Erreurs
- 1.10.2. Méthodologie, segmentation et processus
- 1.10.3. Performance, selon le département
- 1.10.4. Outils CRM

Module 2. Types de données et cycle de vie des données

2.1. Statistiques 2.1.1. Statistiques: statistiques descriptives, inférences statistiques 2.1.2. Population, échantillon, individu 2.1.3. Variables: définition, échelles de mesure	2.2. Types de données statistiques 2.2.1. Selon le type 2.2.1.1. Quantitatif: données continues et données discrètes 2.2.1.2. Qualitatif: données binomiales, données nominales et données ordinales	2.2.2. Selon la forme 2.2.2.1. Numérique 2.2.2.2. Texte 2.2.2.3. Logique 2.2.3. Selon la source 2.2.3.1. Primaire 2.2.3.2. Secondaire	2.3. Cycle de vie des données 2.3.1. Étape de cycle 2.3.2. Les étapes du cycle 2.3.3. Les principes du FAIR
2.4. Les premières étapes du cycle 2.4.1. Définition des objectifs 2.4.2. Détermination des besoins en ressources 2.4.3. Diagramme de Gantt 2.4.4. Structure des données	2.5. Collecte des données 2.5.1. Méthodologie de collecte 2.5.2. Outils de collecte 2.5.3. Canaux de collecte	2.6. Nettoyage des données 2.6.1. Phases du nettoyage des données 2.6.2. Qualité des données 2.6.3. Manipulation des données (avec R)	2.7. Analyse des données, interprétations, évaluation des résultats 2.7.1. Mesures statistiques 2.7.2. Indices de ratios 2.7.3. Extraction de données
2.8. Entrepôt de données (Datawarehouse) 2.8.1. Les éléments qui le composent 2.8.2. Conception 2.8.3. Aspects à prendre en compte	2.9. Disponibilité des données 2.9.1. Accès 2.9.2. Utilité 2.9.3. Sécurité		

Module 3. Numéro - Apprentissage automatique

3.1. Connaissance des bases de données 3.1.1. Prétraitement des données 3.1.2. Analyse 3.1.3. Interprétation et évaluation des résultats	3.2. Machine Learning 3.2.1. Apprentissage supervisé et non supervisé 3.2.2. Apprentissage par renforcement 3.2.3. Apprentissage semi-supervisé Autres modèles d'apprentissage	3.3. Classification 3.3.1. Arbres de décision et apprentissage à base de règles 3.3.2. Algorithmes SVM (Support Vector Machines) et KNN (K-Nearest Neighbour) 3.3.3. Métriques pour les algorithmes de classification	3.4. Régression 3.4.1. Régression linéaire et régression logistique 3.4.2. Modèles de régression non linéaires 3.4.3. Analyse des séries chronologiques 3.4.4. Métriques pour les algorithmes de régression
3.5. Clustering 3.5.1. Clustering hiérarchique 3.5.2. Regroupement partitionnel 3.5.3. Métriques pour les algorithmes de Clustering	3.6. Règles de l'association 3.6.1. Mesures d'intérêt 3.6.2. Méthodes d'extraction de règles 3.6.3. Métriques pour les algorithmes de règles d'association	3.7. Multiclassificateurs 3.7.1. <i>Bootstrap aggregation</i> ou <i>bagging</i> 3.7.2. Algorithme <i>Random Forests</i> 3.7.3. Algorithme de <i>Boosting</i>	3.8. Modèles de raisonnement probabiliste 3.8.1. Raisonnement probabiliste 3.8.2. Réseaux bayésiens ou réseaux de croyance 3.8.3. <i>Réseaux bayésiens</i> ou <i>réseaux de croyance</i>
3.9. Perceptron Multi couche 3.9.1. Réseau neuronal 3.9.2. Apprentissage automatique avec les réseaux neuronaux	3.9.3. Descente de gradient, <i>backpropagation</i> et fonctions d'activation 3.9.4. Mise en œuvre d'un réseau de neurones artificiels	3.10. Apprentissage profond 3.10.1. Réseaux Neuronaux Profonds. Introduction 3.10.2. Réseaux convolutifs 3.10.3. <i>Sequence Modeling</i> 3.10.4. <i>Tensorflow</i> et <i>Pytorch</i>	

Module 4. Analyse du Web

4.1. Analyse web

- 4.1.1. Introduction
- 4.1.2. Évolution de Analyse du Web
- 4.1.3. Processus d'analyse

4.2. Google Analytics

- 4.2.1. Google Analytics
- 4.2.2. Utilisation
- 4.2.3. Objectifs

4.3. Hits. Interactions avec le site web

- 4.3.1. Métriques classiques.
- 4.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*)
- 4.3.3. Des taux de conversion adéquats

4.4. Dimensions fréquentes

- 4.4.1. Source
- 4.4.2. Moyenne
- 4.4.3. *Keyword*
- 4.4.4. Campagne
- 4.4.5. Étiquetage personnalisé

4.5. Paramètres de Google Analytics

- 4.5.1. Installation. Création du compte
- 4.5.2. Versions des outils: UA/GA4
- 4.5.3. Étiquette de suivi
- 4.5.4. Objectifs de conversion

4.6. Organisation de Google Analytics

- 4.6.1. Compte
- 4.6.2. Propriété
- 4.6.3. Afficher

4.7. Rapports de Google Analytics

- 4.7.1. En temps réel
- 4.7.2. Audience
- 4.7.3. Acquisition
- 4.7.4. Comportement
- 4.7.5. Conversions
- 4.7.6. Commerce électronique

4.8. Rapports avancés de Google Analytics

- 4.8.1. Rapports personnalisés
- 4.8.2. Panels
- 4.8.3. APIs

4.9. Filtres et segments

- 4.9.1. Filtre
- 4.9.2. Segment
- 4.9.3. Types de segments: prédéfinis/personnalisés
- 4.9.4. Listes de *Remarketing*

4.10. Plan d'Analyse Numérique

- 4.10.1. Mesure
- 4.10.2. Mise en œuvre dans l'environnement technologique
- 4.10.3. Conclusions

Module 5. Systèmes Évolutifs et Fiables d'Utilisation de Données Massives**5.1. Évolutivité, Fiabilité et Maintenabilité**

- 5.1.1. Évolutivité
- 5.1.2. Fiabilité
- 5.1.3. Maintenance

5.2. Modèles de données

- 5.2.1. Évolution des modèles de données
- 5.2.2. Comparaison du modèle relationnel et du modèle NoSQL basé sur les documents
- 5.2.3. Modèle de réseau

5.3. Moteurs de stockage et d'extraction de données

- 5.3.1. Stockage structuré en log
- 5.3.2. Stockage des tables de segmentation
- 5.3.3. Arbres B

5.4. Services, passage de messages et formats de codage de données

- 5.4.1. Flux de données dans les services REST
- 5.4.2. Flux de données dans le passage de messages
- 5.4.3. Formats d'envoi des messages

5.5. Réplication

- 5.5.1. Théorème de la PAC
- 5.5.2. Modèles de cohérence
- 5.5.3. Modèles de réplication basés sur les concepts de leader et de suiveur

5.6. Transactions distribuées

- 5.6.1. Transactions atomiques
- 5.6.2. Transactions distribuées selon différentes approches Calvin, Spanner
- 5.6.3. Sérialité

5.7. Cloisonnement

- 5.7.1. Types de cloisonnement
- 5.7.2. Partitionnement des index
- 5.7.3. Rééquilibrage des partitions

5.8. Traitement par lots

- 5.8.1. Traitement par lots
- 5.8.2. *MapReduce*
- 5.8.3. Approches post *MapReduce*

5.9. Traitement des flux de données

- 5.9.1. Systèmes de messages
- 5.9.2. Persistance des flux de données
- 5.9.3. Utilisations et opérations de flux de données

5.10. Cas d'utilisation Twitter, Facebook, Uber

- 5.10.1. Twitter: l'utilisation des caches
- 5.10.2. Facebook: modèles non relationnels
- 5.10.3. Uber: différents modèles pour différents usages

Module 6. Administration des Systèmes pour les Déploiements Distribués**6.1. Administration classique. Le Modèle monolithique**

- 6.1.1. Applications classiques Modèle monolithique
- 6.1.2. Configuration requise pour les applications monolithiques
- 6.1.3. Administration de systèmes monolithiques
- 6.1.4. Automatisation

6.2. Applications distribuées. Le micro service

- 6.2.1. Paradigme de l'informatique distribuée
- 6.2.2. Modèles basés sur les micro services
- 6.2.3. Exigences du système pour les modèles distribués
- 6.2.4. Applications monolithiques ou distribuées

6.3. Outils de exploitation des ressources

- 6.3.1. Gestion du "fer"
- 6.3.2. Virtualisation
- 6.3.3. Émulation
- 6.3.4. Paravirtualisation

6.4. Modèles IaaS, PaaS et SaaS

- 6.4.1. Modèle IaaS
- 6.4.2. Modèle PaaS
- 6.4.3. Modèle SaaS
- 6.4.4. Modèles de conception

6.5. Containerisation

- 6.5.1. Virtualisation avec cgroups
- 6.5.2. Conteneurs
- 6.5.3. De l'application au conteneur
- 6.5.4. Orchestration de conteneurs

6.6. Regroupement

- 6.6.1. Haute performance et haute disponibilité
- 6.6.2. Modèles de haute disponibilité
- 6.6.3. Cluster en tant que plateforme SaaS
- 6.6.4. Sécurisation du clusters

6.7. Cloud computing

- 6.7.1. Clusters vs. Clouds
- 6.7.2. Types de Clouds
- 6.7.3. Modèle de service en Cloud
- 6.7.4. Souscription excessive

6.8. Suivi et tests

- 6.8.1. Types de suivi
- 6.8.2. Visualisation
- 6.8.3. Tests de l'infrastructure
- 6.8.4. Ingénierie du chaos

6.9. Étude de cas: Kubernetes

- 6.9.1. Structure
- 6.9.2. Administration
- 6.9.3. Déploiement des services
- 6.9.4. Développement de services pour la K8S

6.10. Étude de cas: OpenStack

- 6.10.1. Structure
- 6.10.2. Administration
- 6.10.3. Déploiements
- 6.10.4. Développement de services pour la OpenStack

Module 7. Internet of Things

7.1. Internet of Things (IoT)

- 7.1.1. Internet du futur
- 7.1.2. *Internet of Things* et *Industrial Internet of Things*
- 7.1.3. Le consortium industrial internet

7.2. Architecture de référence

- 7.2.1. L'architecture de référence
- 7.2.2. Couches et composants

7.3. Dispositifs IoT

- 7.3.1. Classification
- 7.3.2. Composants
- 7.3.3. Capteurs et actionneurs

7.4. Protocoles de communication

- 7.4.1. Classification
- 7.4.2. Modèle OSI
- 7.4.3. Technologies

7.5. Plateformes IoT et IIoT

- 7.5.1. La plateforme IoT
- 7.5.2. Plateformes de cloud computing à usage général
- 7.5.3. Plateformes industrielles
- 7.5.4. Plateformes Open Source

7.6. Gestion des données dans les plateformes IoT

- 7.6.1. Mécanismes de gestion
- 7.6.2. Données ouvertes
- 7.6.3. Échange de données
- 7.6.4. Visualisation des données

7.7. Sécurité IoT

- 7.7.1. Exigences de sécurité
- 7.7.2. Zone de sécurité
- 7.7.3. Stratégies de sécurité
- 7.7.4. Sécurité IIoT

7.8. Domaines d'application des systèmes IoT

- 7.8.1. Villes intelligentes
- 7.8.2. Santé et conditions physiques
- 7.8.3. Maison intelligente
- 7.8.4. Autres applications

7.9. Application de l'IIoT à différents secteurs industriels

- 7.9.1. Fabrication
- 7.9.2. Transport
- 7.9.3. Énergie
- 7.9.4. Agriculture et élevage
- 7.9.5. Autres secteurs

7.10. Intégration de l'IIoT dans le modèle de l'industrie 4.0

- 7.10.1. IIoRT (*Internet of Robotics Things*)
- 7.10.2. Fabrication additive 3D
- 7.10.3. *Big Data Analytics*

Module 8. Gestion de Projet et Méthodologies Agile
8.1. Direction et Gestion des Projets

- 8.1.1. Projet
- 8.1.2. Les phases d'un projet
- 8.1.3. Direction et Gestion des Projets

8.2. Méthodologie PMI pour la Gestion de Projets

- 8.2.1. PMI (*Project Management Institute*)
- 8.2.2. PMBOK
- 8.2.3. Différence entre projet, programme et portefeuille de projets
- 8.2.4. Évolution des organisations travaillant avec des projets
- 8.2.5. Les actifs de processus dans les organisations

8.3. Méthodologie du PMI pour la gestion de projet: processus

- 8.3.1. Groupes de processus
- 8.3.2. Domaines de connaissance
- 8.3.3. Matrice de processus

8.4. Méthodologies Agile pour la Gestion de Projets

- 8.4.1. Contexte VUCA (Volatilité, Incertitude, Complexité et Ambiguïté)
- 8.4.2. Valeurs *Agile*
- 8.4.3. Principes du manifeste *Agile*

8.5. Framework Agile SCRUM pour la gestion de projet

- 8.5.1. SCRUM
- 8.5.2. Les piliers de la méthodologie SCRUM
- 8.5.3. Les valeurs dans SCRUM

8.6. Framework Agile SCRUM pour la gestion de projet. Processus

- 8.6.1. Le processus de SCRUM
- 8.6.2. Rôles typiques dans un SCRUM
- 8.6.3. Cérémonies dans SCRUM

8.7. Framework Agile SCRUM pour la Gestion de Projets. Artefacts

- 8.7.1. Artefacts dans un processus SCRUM
- 8.7.2. L'équipe SCRUM
- 8.7.3. Paramètres d'évaluation des performances de l'équipe SCRUM

8.8. Framework Agile KANBAN pour la gestion de projet. Méthode Kanban

- 8.8.1. Kanban
- 8.8.2. Bénéfices de Kanban
- 8.8.3. Méthode Kanban Éléments

8.9. Framework Agile KANBAN pour la gestion de projet. Pratiques de la méthode Kanban

- 8.9.1. Valeurs Kanban
- 8.9.2. Principes de la méthode Kanban
- 8.9.3. Pratiques général de la méthode Kanban
- 8.9.4. Métriques pour évaluer les performances de Kanban

8.10. Comparaison: PMI, SCRUM et KANBAN

- 8.10.1. PMI-SCRUM
- 8.10.2. PMI-KANBAN
- 8.10.3. SCRUM-KANBAN

Module 9. Communication, Leadership et Gestion d'Équipes

9.1. Développement organisationnel dans l'entreprise

- 9.1.1. Climat, culture et développement organisationnel dans l'entreprise
- 9.1.2. Gestion du capital humain

9.2. Modèles de Gestion. Prise de Décisions

- 9.2.1. Changement de paradigme dans les modèles de direction
- 9.2.2. Processus de gestion de l'entreprise technologique
- 9.2.3. La prise de décision. Instruments de planification

9.3. Leadership Délégation et Empowerment

- 9.3.1. Leadership
- 9.3.2. Délégation et *Empowerment*
- 9.3.3. Évaluation des Performances

9.4. Leadership Gestion des talents et engagement

- 9.4.1. La gestion du Talent dans l'entreprise
- 9.4.2. La gestion du Engagement dans l'entreprise
- 9.4.3. Amélioration du service Communication dans l'entreprise

9.5. Coaching Appliqué à l'Entreprise

- 9.5.1. Coaching de gestion
- 9.5.2. Coaching d'équipe

9.6. Mentorat Appliqué à l'Entreprise

- 9.6.1. Profil du mentor
- 9.6.2. Les 4 processus d'un programme de *Mentoring*
- 9.6.3. Outils et techniques dans un processus de *mentorat*
- 9.6.4. Avantages du *mentorat* dans l'environnement de l'entreprise

9.7. Gestion d'équipe I. Relations interpersonnelles

- 9.7.1. Relations interpersonnelles
- 9.7.2. Styles relationnels: approches
- 9.7.3. Réunions et accords efficaces dans des situations difficiles

9.8. Gestion d'équipe II. Les Conflits

- 9.8.1. Les conflits
- 9.8.2. Prévenir, traiter et résoudre les conflits
 - 9.8.2.1. Stratégies de prévention des conflits
 - 9.8.2.2. La gestion de conflits. Principes de base
- 9.8.3. Stratégie pour résoudre les conflits
- 9.8.4. Stress et motivation au travail

9.9. Gestion d'équipe III. Négociation

- 9.9.1. Négociation au niveau des cadres dans les entreprises technologiques
- 9.9.2. Styles de négociation
- 9.9.3. Les phases de la négociation
 - 9.9.3.1. Obstacles à surmonter lors des négociations

9.10. Gestion d'équipe IV. Techniques de négociation

- 9.10.1. Techniques et stratégies de négociation
 - 9.10.1.1. Stratégies et principaux types de négociation
 - 9.10.1.2. Tactiques de négociation et questions pratiques
- 9.10.2. La figure du sujet de la négociation

Module 10. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises**10.1. Mondialisation et Gouvernance**

- 10.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
- 10.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 10.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

10.2. Cross Cultural Management

- 10.2.1. Concept de *Cross Cultural Management*
- 10.2.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
- 10.2.3. Gestion de la Diversité

10.3. Éthique des affaires

- 10.3.1. Éthique et Moralité
- 10.3.2. Éthique des Affaires
- 10.3.3. Leadership et éthique dans les entreprises

10.4. Durabilité

- 10.4.1. Durabilité et développement durable
- 10.4.2. Agenda 2030
- 10.4.3. Les entreprises durables

10.5. Responsabilité Sociale des Entreprises

- 10.5.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 10.5.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 10.5.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

10.6. Systèmes et outils de Gestion responsable

- 10.6.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
- 10.6.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 10.6.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 10.6.4. Outils et normes en matière de la RSE

10.7. Multinationales et droits de l'homme

- 10.7.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 10.7.2. Entreprises multinationales et droit international
- 10.7.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits

10.8. Environnement juridique et Corporate Governance

- 10.8.1. Importation et exportation
- 10.8.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 10.8.3. Droit International du Travail

Module 11. Gestion des Personnes et des Talents

11.1. Gestion Stratégique des personnes

- 11.1.1. Direction Stratégique et ressources humaines
- 11.1.2. La direction stratégique des personnes

11.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

- 11.2.1. Analyse du potentiel
- 11.2.2. Politique de rémunération
- 11.2.3. Plans de carrière/succession

11.3. Évaluation et gestion des performances

- 11.3.1. Gestion des performances
- 11.3.2. La gestion des performances: objectifs et processus

11.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 11.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
- 11.4.2. Identification, formation et développement des talents
- 11.4.3. Fidélisation et rétention
- 11.4.4. Proactivité et innovation

11.5. Motivation

- 11.5.1. La nature de la motivation
- 11.5.2. La théorie de l'espérance
- 11.5.3. Théories des besoins
- 11.5.4. Motivation et compensation économique

11.6. Développer des équipes performantes

- 11.6.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
- 11.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

11.7. Gestion du changement

- 11.7.1. Gestion du changement
- 11.7.2. Type de processus de gestion du changement
- 11.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement

11.8. Négociation et gestion des conflits

- 11.8.1. Négociation
- 11.8.2. Gestion des Conflits
- 11.8.3. Gestion de Crise

11.9. La communication managériale

- 11.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
- 11.9.2. Département de Communication
- 11.9.3. Le responsable de communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

11.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

- 11.10.1. Productivité
- 11.10.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

Module 12. Gestion Économique et Financière**12.1. Environnement Économique**

- 12.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
- 12.1.2. Institutions financières
- 12.1.3. Marchés financiers
- 12.1.4. Actifs financiers
- 12.1.5. Autres entités du secteur financier

12.2. Comptabilité de Gestion

- 12.2.1. Concepts de base
- 12.2.2. Actif de l'entreprise
- 12.2.3. Passif de l'entreprise
- 12.2.4. Le Patrimoine Net de l'entreprise
- 12.2.5. Le Compte de Profits et Pertes

12.3. Systèmes d'information et Business Intelligence

- 12.3.1. Principes fondamentaux et classification
- 12.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
- 12.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet

12.4. Budget et Contrôle de Gestion

- 12.4.1. Le modèle budgétaire
- 12.4.2. Le budget d'Investissement
- 12.4.3. Le budget de Fonctionnement
- 12.4.5. Le budget de Trésorerie
- 12.4.6. Le suivi Budgétaire

12.5. Gestion Financière

- 12.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 12.5.2. Le service financier
- 12.5.3. Excédents de trésorerie
- 12.5.4. Risques liés à la gestion financière
- 12.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

12.6. Planification Financière

- 12.6.1. Définition de la planification financière
- 12.6.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 12.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 12.6.4. Le tableau des *Cash Flow*
- 12.6.5. Le tableau du fonds de roulement

12.7. Stratégie Financière de l'Entreprise

- 12.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
- 12.7.2. Produits financiers de l'entreprise

12.8. Financement Stratégique

- 12.8.1. Autofinancement
- 12.8.2. Augmentation des fonds propres
- 12.8.3. Ressources Hybrides
- 12.8.4. Financement par des intermédiaires

12.9. Analyse et planification financières

- 12.9.1. Analyse du Bilan de la Situation
- 12.9.2. Analyse du Compte des Résultats
- 12.9.3. Analyse de la Rentabilité

12.10. Analyses et résolution de problèmes

- 12.10.1. Informations financières de Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

Module 13. Gestion Commerciale et Marketing Stratégique

13.1. Gestion commerciale

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

13.2. Marketing

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

13.3. Gestion Stratégique du Marketing

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

13.4. Marketing numérique et e-commerce

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

13.5. Marketing numérique pour renforcer la marque

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

13.6. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients.

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

13.7. Gestion des campagnes numériques

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

13.8. Stratégie de vente

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

13.9. Communication d'Entreprise

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

13.10. Communication et réputation numérique

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

Module 14. Management Exécutif**14.1. General Management**

- 14.1.1. Concept General Management
- 14.1.2. L'action du Manager Général
- 14.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 14.1.4. Transformation du travail de la Direction

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

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

14.3. Direction des opérations

- 14.3.1. Importance de la gestion
- 14.3.2. La chaîne de valeur
- 14.3.3. Gestion de qualité

14.4. Discours et formation de porte-parole

- 14.4.1. Communication interpersonnelle
- 14.4.2. Compétences communicatives et l'influence
- 14.4.3. Obstacles à la communication

14.5. Outils de communication personnels et organisationnels

- 14.5.1. Communication interpersonnelle
- 14.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
- 14.5.3. La communication dans les organisations
- 14.5.4. Outils dans l'organisation

14.6. La communication en situation de crise

- 14.6.1. Crise
- 14.6.2. Phases de la crise
- 14.6.3. Messages: contenu et calendrier

14.7. Préparer un plan de crise

- 14.7.1. Analyse des problèmes potentiels
- 14.7.2. Plan
- 14.7.3. Adéquation du personnel

14.8. Intelligence émotionnelle

- 14.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 14.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 14.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle

14.9. Personal Branding

- 14.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 14.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 14.9.3. Outils de construction du Personal Branding

14.10. Leadership et gestion d'équipes

- 14.10.1. Leadership et styles de leadership
- 14.10.2. Capacités et défis du Leader
- 14.10.3. Gestion des Processus de Changement
- 14.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles



Une expérience d'apprentissage unique, clé et décisive pour dynamiser votre développement professionnel et faire le pas définitif"

07

Méthodologie

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



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

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

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

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

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

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

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

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



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

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

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

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



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



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



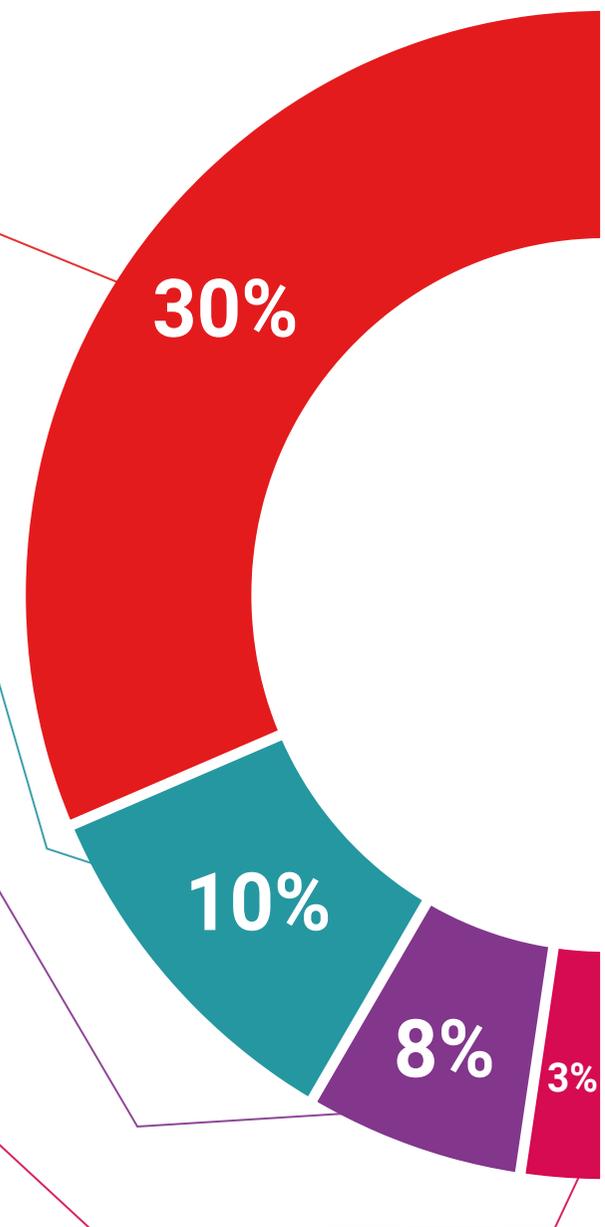
Stages en compétences de gestion

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



Lectures complémentaires

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





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

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



Testing & Retesting

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



08

Profil de nos étudiants

Ce MBA est dirigé aux professionnels qui souhaitent actualiser leurs connaissances en matière de technologies informatiques avancées et de pointe, dans le but d'élargir leurs compétences

La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.

Les professionnels qui comptent sur une expérience d'au moins 2 ans dans le domaine de la Gestion Technique de Data Science en Entreprise, et qui possèdent un diplôme universitaire, pourront également réaliser ce MBA.





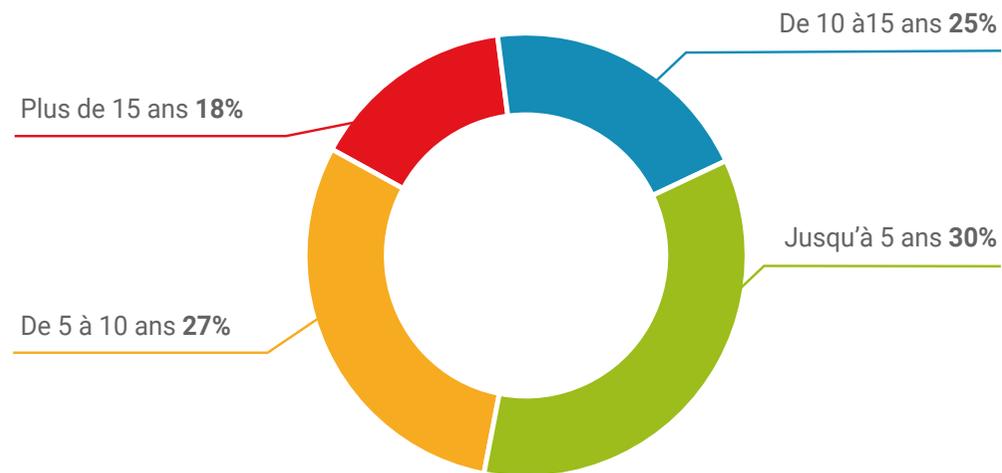
“

Nos étudiants nous choisissent à la recherche d'une amélioration professionnelle, et la plupart d'entre eux l'obtiennent"

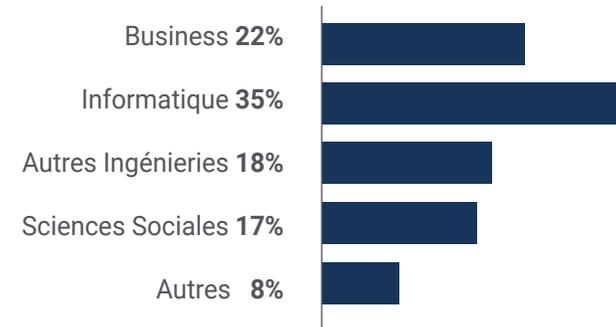
Âge moyen

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

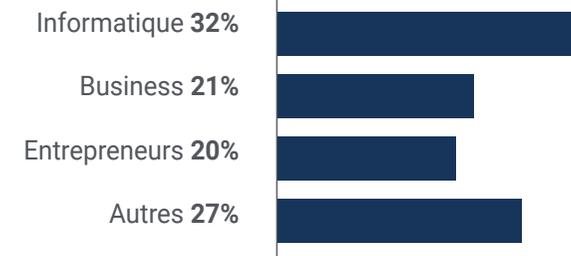
Années d'expérience



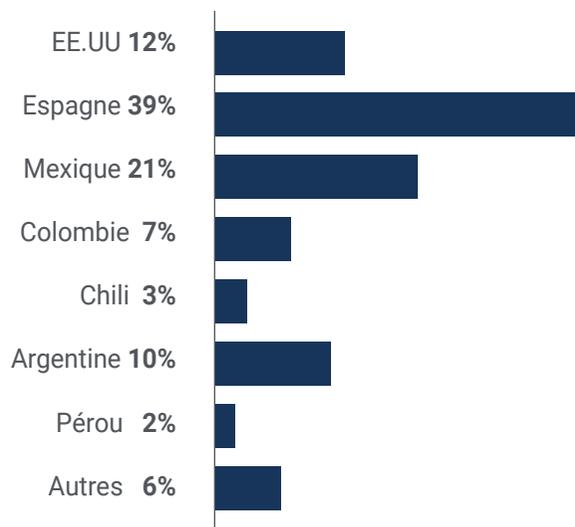
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Marta Rodríguez Hernández

Technicien en Saisie de Données

"J'ai toujours été intéressé par le monde des technologies de l'information et la gestion des données dans une entreprise. Grâce à ce programme de haut niveau, j'ai intégré les dernières avancées du secteur dans ma pratique professionnelle quotidienne. Je tiens à remercier les enseignants pour leur capacité à transmettre et à partager les connaissances de manière simple, précise et ordonnée. Il s'agit sans aucun doute d'un investissement qui présente de grands avantages à court terme"

09

Direction de la formation

Dans sa maxime d'offrir une éducation d'élite pour tous, TECH compte sur des professionnels de renom pour que l'étudiant acquière des connaissances solides dans la Gestion Technique de Data Science en Entreprise. Ce MBA dispose d'une équipe hautement qualifiée et d'une vaste expérience dans le secteur, qui offriront les meilleurs outils pour l'étudiant dans le développement de ses capacités au cours du programme. Ainsi, les étudiants ont les garanties nécessaires pour se spécialiser au niveau international dans un secteur en plein essor qui les catapultera vers la réussite professionnelle.



“

Réussir avec les meilleurs et acquérir les connaissances et les compétences dont vous avez besoin pour entamer une carrière dans le secteur de l'informatique de pointe"

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!"

Direction



Dr Peralta Martín-Palomino, Arturo

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

Professeurs

M. Montoro Montarroso, Andrés

- ◆ Chercheur dans le groupe SMILE de l' Université de Castille La Manche
- ◆ Data Scientist chez Prometheus Global Solutions
- ◆ Diplôme d'Ingénieur en Informatique de l'Université de Castilla-La Mancha
- ◆ Master en Science des Données et Ingénierie Informatique de l'Université de Grenade. (2021)
- ◆ Professeur invité dans le domaine des Systèmes Fondés sur la Connaissance de l'École Supérieure d'Informatique de Ciudad Real, donnant la conférence: "Techniques Avancées d'Intelligence Artificielle: Recherche et analyse de radicaux potentiels dans les Médias Sociaux". (2021)
- ◆ Professeur invité dans la matière d'Exploration de Données de l'École Supérieure d'Informatique de Ciudad Real, donnant la conférence: "Applications de Traitement du langage naturel: Logique Floue l'analyse des messages sur les réseaux sociaux"
- ◆ Intervenant au Séminaire sur la Prévention de la Corruption dans les administrations publiques et l'Intelligence Artificielle. Faculté des Sciences Juridiques et Sociales de Tolède. Conférence sur les « Techniques d'Intelligence Artificielle ». Intervenant au premier Séminaire International sur le Droit Administratif et l'Intelligence artificielle (DAIA). Il organise le Centre d'Études Européennes Luis Ortega Álvarez et l'Institut de Recerca TransJus. Conférence intitulée "Analyse des Sentiments pour la prévention des messages de haine sur les réseaux sociaux"

Mme Palomino Dávila, Cristina

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

M. Peris Morillo, Luis Javier

- ◆ Lead technique chez Capitole Consulting. Dirige une équipe chez Inditex dans l'unité logistique de sa plateforme ouverte
- ◆ Senior Technical Lead et Delivery Lead Support chez HCL
- ◆ Agile Coach et Directeur des Opérations chez Mirai Advisory
- ◆ Membre du comité de direction en qualité de Directeur des Opérations
- ◆ Développeur, chef d'équipe, SCRUM Master, coach Agile, chef de produit chez DocPath
- ◆ Ingénierie Supérieure en Informatique à l' ESI de Ciudad Real (UCLM)
- ◆ Diplôme en gestion de projet par la CEOE-Confédération Espagnole des organisations d'entreprises
- ◆ +50 MOOC suivis, enseignés par des universités de renom telles que l'Université de Stanford, l'Université du Michigan, l'Université de Yonsei, l'Université Polytechnique de Madrid, etc
- ◆ Plusieurs certifications, parmi les plus remarquables ou récentes, sont Azure Fundamentals

Mme García La O, Marta

- ♦ Spécialiste en marketing Digital et RRSS
- ♦ Gestion, administration et gestion des comptes chez Think Planification et Développement
- ♦ Organisation, supervision et tutorat de cours de formation pour cadres supérieurs chez Think Planning and Development
- ♦ Comptable-administratif aux Tabacos Santiago y Zaraiche-Stan Roller
- ♦ Spécialiste marketing chez Versas Consultores
- ♦ Diplôme en Études Commerciales de l'Université de Murcie
- ♦ Master en Gestion Commerciale et Marketing de l'École de Commerce Fundesem

M. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Gestion de projets. INDRA SISTEMAS S.A.
- ♦ Directeur Technique. INDRA SISTEMAS S.A.
- ♦ Ingénieur système. ENA TRÁFICO S.A.U.
- ♦ IFCD048PO: Méthodologie de gestion et de développement de projets logiciels avec SCRUM
- ♦ Leçons: Machine Learning
- ♦ Udey: Deep Learning A-Z. Hands-on Artificial Neural Networks
- ♦ Leçons: IBM: Fundamentals of Scalable Data Science
- ♦ Leçons: IBM: Applied AI with Deep Learning
- ♦ Leçons: IBM: Advance Machine Learning and Signal Processing
- ♦ Diplôme d'Ingénieur en Électronique Industrielle et Automatisation de l'Université Européenne de Madrid
- ♦ Diplôme d'Ingénieur Industrielle et Automatisation de l'Université Européenne de Madrid
- ♦ Master en industrie 4.0 de l'Université internationale de La Rioja(UNIR)
- ♦ Certification professionnelle. SSCE0110: Enseignement pour la formation professionnelle à l'emploi

M. Díaz Díaz-Chirón, Tobías

- ♦ Chercheur au laboratoire ArCO de l' Université de Castille La Manche, un groupe dédié aux projets liés aux architectures et réseaux informatiques
- ♦ Consultant chez Blue Telecom, une société dédiée au secteur des télécommunications
- ♦ Freelance principalement dédié au secteur des télécommunications, spécialisé dans les réseaux 4G/5G
- ♦ OpenStack: déploiement et administration
- ♦ Diplôme d'Ingénieur en Informatique de l'Université de Castilla-La Mancha, avec une spécialisation en architecture et réseaux informatiques
- ♦ Professeur associé à l'Université de Castille-La Manche dans les matières des systèmes distribués, des réseaux informatiques et de la programmation concurrente
- ♦ Conférencier dans le cours Sepecam sur l'administration des réseaux

Mme Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Technicienne en produits de sécurité électronique chez Securitas Security Espagne
- ♦ Analyste de l'intelligence des Affaires à Ricopia Technologies (Alcalá de Henares) Diplôme en Ingénierie Électronique des Communications à l'École Polytechnique Supérieure, Université d'Alcalá
- ♦ Responsable de la formation des nouveaux arrivants aux logiciels de gestion commerciale (CRM, ERP, INTRANET.), produit et procédures chez Ricopia Technologies (Alcalá de Henares)
- ♦ Responsable de la formation des nouveaux stagiaires incorporés aux Classes d'Informatique à l'Université d'Alcalá
- ♦ Cheffe de projet dans le domaine de l'Intégration des Grands Comptes chez Correos y Telégrafos (Madrid)
- ♦ Technicienne informatique, responsable des salles informatiques de l'OTEC, Université d'Alcalá (Alcalá de Henares)
- ♦ Professeure de cours d' Informatique à l' Association ASALUMA (Alcalá de Henares)
- ♦ Bourse de formation comme Technicien Informatique à l'OTEC, Université d'Alcalá



M. García Niño, Pedro

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

Mme Fernández Meléndez, Galina

- ◆ Analyste de Données. Aresi | Gestion de Fincas-Madrid-Espagne
- ◆ Analyste de Données. ADN Mobile Solution-Gijón-Espagne
- ◆ Processus ETL, exploration de données, analyse et visualisation de données, définition d' Indicateurs de Performance Clés, conception et mise en œuvre de Tableau de bord, contrôle de gestion. Développement R, gestion SQL, entre autres. Détermination des modèles, modèles prédictifs, apprentissage automatique
- ◆ Licence en Administration des Affaires. Université bicentenaire d'Aragua-Caracas.
- ◆ Diplôme en Planification et Finances Publiques. École Vénézuélienne de Planification - École des Finances
- ◆ Master en Analyse des Données et Intelligence des Affaires. Université De Oviedo
- ◆ MBA en administration et gestion des affaires. (École européenne de commerce de Barcelone)
- ◆ Master en Big Data et Business Intelligence (École de Commerce Européenne de Barcelone)

10

Impact sur votre carrière

TECH est conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle. Vous trouverez ici de grandes possibilités pour y parvenir. Pour cela, nous comptons sur l'équation parfaite pour une spécialisation de qualité: un programme d'études très actuel et des enseignants de renommée internationale. Il s'agit sans aucun doute d'une opportunité unique qui permettra de donner un coup de fouet à votre carrière en un court laps de temps.



“

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

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

Avec ce programme, l'étudiant pourra progresser drastiquement dans sa profession, même s'il ne fait aucun doute que, pour ce faire, il devra s'investir dans différents domaines, tels que l'économique, le professionnel et le personnel.

Cependant, l'objectif est d'améliorer leur vie professionnelle et, pour cela, il faut lutter.

Grâce à ce programme, vous recevrez un grand nombre d'offres d'emploi avec lesquelles vous pourrez commencer votre évolution professionnelle.

La meilleure façon de réaliser un changement professionnel est de renforcer votre formation. Alors ne doutez pas, étudiez à TECH.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Technique de Data Science contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la formation de leaders de haut niveau.

Participer à ce MBA est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Tous les sujets et domaines de connaissances ont été rassemblés dans un programme complet et d'une actualité absolue, pour amener l'élève au plus haut niveau tant théorique que pratique"

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

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

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

02

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

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

03

Former des agents du changement

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

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

Développement de projets propres

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

06

Accroître la compétitivité

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



12 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Technique de Data Science en Entreprise 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 Technique de Data Science en Entreprise** 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 Technique de Data Science en Entreprise**

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
Technique de Data
Science en Entreprise

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

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Technique
de Data Science en Entreprise

