

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Ventes
de Mode et de Luxe

M B A D V M L



Mastère Spécialisé MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: étudiants et professionnels de l'industrie de la mode qui sont intéressés par l'entreprise, la gestion et la transformation numérique du secteur. Ainsi que tous ceux qui souhaitent donner un élan à leur carrière professionnelle en acquérant de nouvelles connaissances sur le secteur de la mode, nécessaires pour comprendre le fonctionnement interne du secteur, les stratégies et les tendances numériques du moment

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-gestion-ventes-mode-luxe

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

Page 6

03

Pourquoi notre programme?

Page 10

04

Objectifs

Page 14

05

Compétences

Page 20

06

Structure et contenu

Page 26

07

Méthodologie

Page 38

08

Profil de nos étudiants

Page 46

09

Direction de la formation

Page 50

10

Impact sur votre carrière

Page 74

11

Bénéfices pour votre
entreprise

Page 78

12

Diplôme

Page 82

01 Présentation

Dans cette société hyperconnectée, les entreprises de mode sont guidées par les flux de plus en plus rapides, variables et exigeants des nouvelles habitudes de consommation. La stratégie multicanal est une solution efficace et essentielle pour améliorer les ventes et développer une entreprise de mode. Elle présente également des défis uniques pour les entreprises du secteur qui cherchent à développer leur activité à l'aide d'une stratégie dont les rouages fonctionnent à la perfection et où la technologie et la numérisation sont devenues un *must* dans les processus d'achat. C'est pourquoi TECH a créé ce programme dans lequel les principaux défis du secteur sont abordés par une équipe d'enseignants très complète, dont un prestigieux Directeur Invité International.



Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe
TECH Université Technologique



“

Ne manquez pas l'occasion d'affiner vos compétences en matière de direction d'entreprise avec un Directeur Invité International du plus grand prestige dans l'industrie de la Mode"

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

Le MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe permet d'améliorer la stratégie commerciale ou de créer des passerelles entre le physique et le numérique en intégrant un positionnement omnicanal. Ainsi, les parcours se concentreront sur l'exploitation de données objectives pour créer une expérience personnalisée basée sur les préférences des clients, en contrôlant le message de la marque avec un style cohérent sur tous les canaux et en donnant au client plus de moyens d'effectuer un achat. Il s'agit d'en apprendre davantage sur la transformation numérique, le commerce électronique et les nouvelles technologies, mais sans oublier le point de vente physique, le *Storytelling* la compréhension de la Mode en tant qu'industrie et phénomène social, en mettant l'accent sur le monde des tendances et de la durabilité. Cette vision holistique nous permettra de mettre en œuvre avec succès une stratégie omnicanale et de faire en sorte que tout tourne autour des clients et des personnes.



“

L'objectif de ce programme est d'apprendre à concevoir et à mettre en œuvre une stratégie omni-canal au sein d'une enseigne de mode. Un objectif que vous atteindrez à l'aide d'une formation de haut niveau"

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

Le Mastère Spécialisé en **MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe** vous formera à:

01

Être capable de concevoir et de mettre en œuvre une stratégie omnicanale dans une marque de *Fashion Retail*

04

En savoir plus sur le commerce électronique omni-canal et toutes les stratégies numériques

02

Savoir effectuer une analyse correcte du secteur du *Fashion Retail*, du modèle commercial de l'entreprise et des nouvelles tendances de consommation pour faciliter la prise de décision



03

Savoir utiliser les données pour créer une offre et une expérience personnalisées pour les clients

05

Faites en sorte que tout tourne autour des clients et des personnes, créez une fidélité à la marque et générez plus de ventes

06

Découvrez les *Fashion Tools* nécessaires à la gestion omnicanale d'une entreprise de mode et leur application à l'aide d'exemples concrets

08

Comprendre le *Branding*, son évolution et son application dans le monde du Luxe d'aujourd'hui



09

Découvrez comment Instagram est configuré comme une plateforme pour ce type de communication

07

Connaître le concept de Mode, ses origines et son contexte historique afin de pouvoir synthétiser et expliquer les débats clés dans l'étude analytique et réfléchir sur les premières théories de Mode, la société de consommation et la production culturelle et son évolution

10

Comprendre le concept de *Visual Merchandising* à partir du domaine de la Mode, ce qui nous permet d'apprécier la complexité qu'il présente et la disparité des approches du terme qui existent

11

Acquérir les compétences nécessaires pour développer et mettre en oeuvre des actions commerciales au point de vente, améliorer les compétences professionnelles ainsi que les capacités techniques et théoriques dans la vente visuelle

14

Apprenez à utiliser les mesures et les outils d'analyse les plus importants pour le Marketing en ligne

12

Comprendre et gérer les principes de l'optimisation des moteurs de recherche et du Marketing des moteurs de recherche



13

Développer des compétences pour la mise en oeuvre de campagnes publicitaires sur Internet

15

Connaître l'environnement et les nouveaux consommateurs du secteur du *Fashion Retail*, de produits de mode, afin de comprendre leurs besoins et de détecter de nouvelles opportunités sur le marché

16

Comprendre le concept d'omni-canal et l'effet qu'il a sur les clients et la chaîne de valeur d'une entreprise de Mode

18

Découvrez comment l'intérêt pour la durabilité se manifeste de ses origines à nos jours

19

Approfondir les différents types de commerce électronique, les plateformes les plus utilisées et les principales caractéristiques en fonction de la marque ou du produit

17

Apprendre pourquoi la société, à travers les changements sociaux et culturels, modifie sa consommation de mode, exigeant de l'industrie textile une manière différente de faire les choses

20

Prédire les tendances de la Mode par l'identification de modèles de comportement, la construction de séquences de faits et leur traduction dans un schéma de représentation



05

Compétences

Après avoir passé les évaluations du MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.



“

Nous vous donnons l'occasion d'acquérir une compréhension approfondie du secteur de la mode omni-canal et de développer les compétences dont vous avez besoin pour réussir dans ce secteur"

01

Connaître, comprendre et analyser l'environnement physique et numérique

02

Mise en place d'une stratégie omnicanale dans une entreprise de Mode

03

Identifier les opportunités commerciales et les coordonner pour dynamiser les échanges sur le point de vente

04

Développer une connaissance technique de la transformation digitale et une compréhension des principales stratégies digitales actuelles

05

Renforcer la capacité d'analyse omnicanale et de planification stratégique



06

Comprendre, grâce à la recherche, le comportement actuel des consommateurs et son évolution, ce qui permet de concevoir de nouveaux produits et de nouvelles expériences de valeur pour eux

08

Renforcer la capacité d'innovation et de créativité commerciale afin d'optimiser les ressources et la prise de décision



09

Gérer des technologies spécialisées dans le *Retail*, les opérations et la logistique

07

Structurer la coordination et l'optimisation des ressources marketing et commerciales afin d'obtenir de meilleurs résultats dans les points de vente physiques et en ligne

10

Comprendre le marché actuel et futur et la dynamique des relations entre les consommateurs et les marques afin de développer un *Storytelling* de marque appropriées et cohérentes sur tous les points de contact

11

Gérer une organisation omnicanale

14

Savoir utiliser les données pour créer une offre et une expérience personnalisées pour les clients

12

Créer un chemin entre le physique et le numérique et améliorer la relation entre le online et le offline



13

Effectuer une analyse correcte du secteur du *Fashion Retail* de mode, du modèle commercial de l'entreprise et des nouvelles tendances de consommation pour faciliter la prise de décision

15

Contrôler le message de la marque et veiller à ce qu'il soit cohérent et homogène sur tous les canaux

16

Donner aux clients plus de possibilités d'effectuer un achat

18

Faites en sorte que tout tourne autour des clients et des personnes, créez une fidélité à la marque et générez plus de ventes



19

Comprendre et gérer le développement durable dans tous les domaines d'une entreprise de mode

17

En savoir plus sur le commerce électronique omni-canal et toutes les stratégies numériques

20

Découvrez les *Fashion Tools* nécessaires à la gestion omnicanale d'une entreprise de mode et leur application à l'aide d'exemples concrets

06

Structure et contenu

Le contenu de ce programme a été élaboré par différents professeurs avec un objectif clair: faire en sorte que les étudiants acquièrent chacune des compétences nécessaires pour devenir de véritables experts en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe. Le contenu de ce MBA leur permettra d'apprendre tous les aspects des différentes disciplines impliquées dans ce domaine. Un programme très complet et bien structuré qui permettra d'atteindre les plus hauts standards de qualité et de réussite.



“

Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage efficace et, compatible avec votre vie personnelle et professionnelle”

Plan d'études

Le MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe de TECH Global University est un programme intensif qui vous préparera à concevoir et à mettre en œuvre les outils et les stratégies nécessaires dans cette forme de vente et de relation avec les clients.

Son contenu est conçu pour favoriser le développement de compétences qui vous permettront de prendre des décisions avec plus de rigueur dans l'environnement changeant de l'industrie de la mode.

Tout au long des 2 700 heures d'étude, les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais d'un travail individuel, réalisant un apprentissage approfondi qui leur permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour évoluer avec succès dans le secteur. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme aborde en profondeur les différents domaines des entreprises de mode et est conçu pour spécialiser les gestionnaires qui comprennent ce développement futur d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour les professionnels de ce secteur, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les préparera à atteindre l'excellence et une capacité extrême dans ce contexte de travail. 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 cloître exceptionnel, qui vous donnera des compétences pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

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

Module 1	Sociologie de la mode et des tendances
Module 2	Fashion and Luxury Branding and Storytelling
Module 3	Visual Merchandising et Retail Experience
Module 4	Marketing numérique pour marques de mode
Module 5	Fashion Consumer Insights
Module 6	Omnicanal et expérience client. Commerce de détail et gestion des boutiques de mode
Module 7	La durabilité dans la mode
Module 8	Transformation digitale et innovation dans le secteur de la mode
Module 9	Fashion Digital Strategy
Module 10	Gestion Technologique et Numérique dans la Mode et le Luxe: Tools
Module 11	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 12	Gestion des Personnes et des Talents
Module 13	Gestion Économique et Financière
Module 14	Gestion Commerciale et Marketing Stratégique
Module 15	<i>Management Exécutif</i>



Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de la formation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto-gérer leur temps d'étude.

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

Module 1. Sociologie de la mode et des tendances

1.1. Histoire et sociologie de la mode	1.2. Sémiotique, aspects culturels et identité à travers la mode	1.3. Mouvements sociaux et tribus urbaines	1.4. Changements sociaux dans la consommation de mode: les effets de la "néomanie"
1.5. La "mode liquide" et la nouvelle culture millénaire	1.6. La transformation numérique et le phénomène des influenceurs	1.7. La réinvention des entreprises de mode et le nouveau consommateur	1.8. Post-luxe: nouvelles typologies et archétypes de consommateurs de mode
1.9. Facteurs de changement et nouvelles tendances dans le secteur de la mode post-COVID	1.10. La culture de la créativité et la consommation de l'exclusivité		

Module 2. Fashion Luxury Branding and Storytelling

2.1. El <i>Branding</i> et son évolution	2.2. Le concept de luxe et son évolution	2.3. Le nouveau scénario et l'émergence de nouveaux marchés	2.4. Dimensions des marques de luxe
2.5. <i>Storytelling, Branding</i> actif	2.6. La construction de la marque à travers l'élaboration de l'histoire	2.7. La diffusion de l'histoire	2.8. Points de contact de la marque
2.9. <i>Storytelling Transmédia</i>	2.10. Instagram, plateforme de <i>Luxury Storytelling</i>		

Module 3. Visual Merchandising et Retail Experience

3.1. Analyse architecturale des magasins	3.2. Outils pour la conception d'espaces	3.3. Approche: lieu, contexte et intention	3.4. Extérieur: façade
3.5. Vitrine	3.6. Intérieur: aménagement, ambiance, mobilier, signalétique et matériaux	3.7. Design d'espace: le magasin du futur	3.8. De l'idée commerciale à l'expérience du magasin

Module 4. Marketing numérique pour marques de mode

4.1. Introduction et vocabulaire de base	4.2. Modèles de vente en ligne	4.3. Types de clients	4.4. Étapes clés du e-Commerce associées au Marketing digital
4.5. <i>Social Media</i> Marketing	4.6. E-mail Marketing	4.7. <i>Mobile</i> Marketing	4.8. Marketing viral et <i>Influencer Marketing</i>
4.9. Promotion des ventes et parrainage en ligne	4.10. Les tendances futures		

Module 5. *Fashion Consumer Insights*

5.1. La nécessité de connaître le consommateur dans le contexte actuel	5.2. Stratégie humaine et centrage sur le citoyen	5.3. Principales caractéristiques d'une stratégie centrée sur les personnes et importance des données	5.4. Comment adopter une stratégie centrée sur l'humain dans une entreprise de mode?
5.5. Metodología Human Centric	5.6. Design Thinking et Market Intelligence	5.7. Positionnement et perception d'une marque de mode	5.8. Connaissance du client et parcours du client
5.9. Archétypes et buyer personas	5.10. Ressources et techniques de recherche		

Module 6. Omnicanal et expérience client. Le *Retail* et de mode

6.1. Concept d'omnichannel et son effet synergique: Customer Convenience et sa chaîne de valeur	6.2. Équipes et personnes, capacités et flux dans la fashion- retail	6.3. Objectifs et indicateurs clés dans la fashion- retail et la gestion des magasins de mode	6.4. L'opération de fashion- retail pour dépasser les attentes des clients
6.5. Variété des produits et services offerts: flexibilité en termes de volume et de besoins	6.6. Capacité de réponse	6.7. Coût de la recherche de la rentabilité	6.8. Consistance
6.9. Adaptabilité	6.10. Services et technologies pour le fashion- retail et sa gestion		

Module 7. La durabilité dans la mode

7.1. De la consommation et de l'hyperconsommation à la consommation transformatrice	7.2. Changement de paradigme: du système linéaire au système circulaire	7.3. Nouveaux textiles durables et certifications textiles	7.4. Écogestion textile
7.5. Optimisation de la logistique	7.6. Packaging	7.7. Recyclage	7.8. Le point de vente: de la numérisation des espaces au système éco-efficace de l'expérience magasin Greener
7.9. Nouveaux modèles commerciaux	7.10. Réputation de la marque, RSE et écoblanchiment		

Module 8. Transformation digitale et innovation dans le secteur de la mode

8.1. La transformation numérique dans le secteur	8.2. Industrie 4.0	8.3. Les activateurs numériques	8.4. Les faits
8.5. IA, interaction numérique, IdO et robotique	8.6. Blockchain, compréhension de la technologie et de la manière dont elle apporte la même valeur à l'industrie	8.7. L'omni-canalisation et son impact sur le secteur de la vente au détail	8.8. Écosystèmes de start-ups
8.9. Modèles commerciaux numérique	8.10. Méthodes d'innovation		

Module 9. Fashion Digital Strategy

9.1. Technologie et consommateur: typologies des publics cibles et segmentation stratégique des consommateurs	9.2. L'analyse en amont de la stratégie numérique: moment 0 et indicateurs clés de performance (KPI) stratégiques	9.3. E-commerce: typologies et plateformes	9.4. <i>Branding</i> : visuel et textuel pour communiquer
9.5. Positionnement: catalogue approprié	9.6. Plateformes d'annonces sociales	9.7. <i>Social Selling y Inbound Marketing</i>	9.8. <i>Automatisation du marketing</i> : Marketing par courriel et Bot Marketing
9.9. Rôle du CRM et du Big Data dans la stratégie d'entreprise	9.10. ROI & Metrics		

Module 10. Gestion Technologique et Numérique dans la Mode et le Luxe: Tools

10.1. Introduction à l'utilisation technologique de la mode	10.2. Créer et maintenir une identité-positionnement	10.3. Google Analytics et Google Ads	10.4. Pilotage par les données
10.5. Gestion des mesures clés et création de séquences de modèles-Excel	10.6. Simulation de scénarios d'innovation-Microsoft Power Bi	10.7. Fidélisation et entretien de la clientèle - Salesforce	10.8. Segmentation de l'audience - Gestion des bases de données SQL
10.9. Créativité guidée par les données - Python	10.10. Marketing de contenu		

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 <i>Cross Cultural Management</i> 11.3.2. 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: Équipes auto-gérées
- 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 des Crises

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 du 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 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. Personal Branding

- 15.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 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



Un processus d'apprentissage si complet et si passionnant qu'il deviendra une expérience unique de croissance professionnelle et personnelle"

07

Méthodologie

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Support d'étude

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

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



Cours magistraux

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

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



Stages en compétences de gestion

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



Lectures complémentaires

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





Case studies

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



Résumés interactifs

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



Testing & Retesting

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



08

Profil de nos étudiants

Le MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe est un programme destiné aux professionnels qui souhaitent actualiser leurs connaissances, découvrir de nouvelles façons d'innover et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





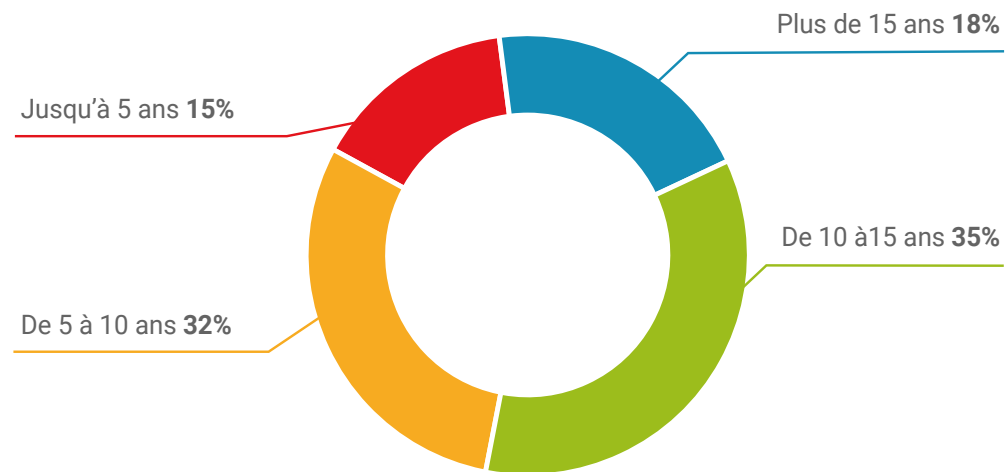
“

L'élite s'obtient en travaillant dur et en s'entourant des meilleurs. Nous vous attendons"

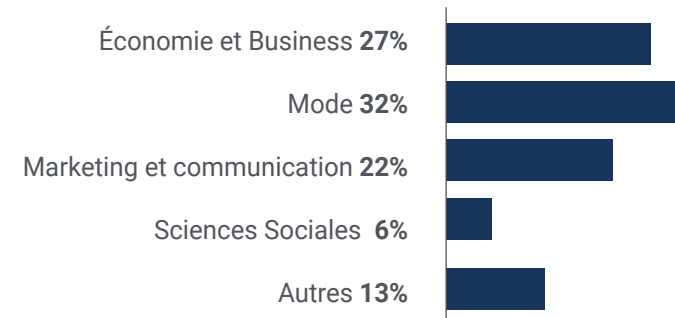
Âge moyen

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

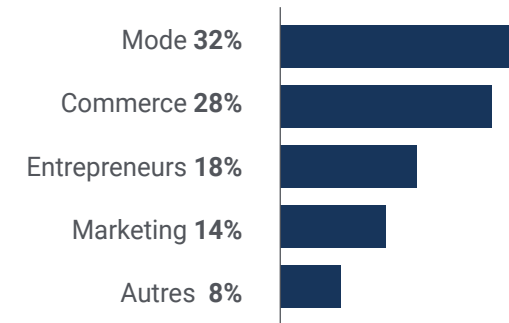
Années d'expérience



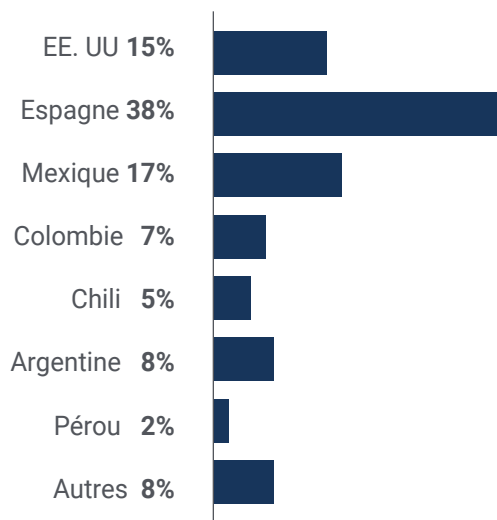
Formation



Profil académique



Distribution géographique



María Lobezo

Entrepreneuse

"L'Omnicanal était pour moi un défi que je ne me sentais pas équipé pour relever avec ma marque de mode. Après le MBA, j'ai pu mettre en œuvre les stratégies numériques dont j'avais besoin. Et je l'ai fait juste à temps pour pouvoir me maintenir sur le marché dans une situation de plus en plus exigeante"

09

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans le secteur *Fashion Retail*, qui versent dans ce programme l'expérience de leurs années de travail. En outre, d'autres spécialistes au prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le master de manière interdisciplinaire, ce qui en fait une expérience académique unique et très enrichissante pour l'étudiant.



“

Notre équipe pédagogique vous aidera à acquérir les connaissances les plus pertinentes dans ce domaine, afin que vous puissiez évoluer avec une totale aisance dans votre pratique quotidienne"

Directeur invité international

Alberto Festa est une référence internationale dans l'industrie des produits de Luxe, réputé pour ses réalisations en tant que **Directeur Commercial** de la **Gemmologie et des Montres** de la maison de couture emblématique **Dolce&Gabbana**, il a stimulé la croissance et l'innovation de cette marque grâce aux stratégies les plus novatrices de **Marketing** et de **vente**.

La carrière de ce cadre prestigieux s'étend sur plus de 25 ans, au cours desquels il a occupé des **postes clés** dans certaines des **entreprises les plus importantes du monde**, basées en Europe et en Amérique du Nord. Il a débuté sa carrière au sein de la multinationale **Colgate-Palmolive**, où il a perfectionné ses compétences avant de rejoindre **PepsiCo**. Chez PepsiCo, il a occupé le poste de **Directeur des Ventes**, contribuant de manière significative à l'expansion de l'entreprise.

Une autre période clé de son parcours en tant que **dirigeant d'entreprise** a été celle où il a assumé le rôle de **Directeur des Ventes chez Mattel**. Il a également dirigé la **Division Matrix de Bristol-Myers Squibb** en tant que **PDG**. Toutefois, l'apogée de sa carrière a été atteinte lorsqu'il a travaillé chez **BULGARI** pendant plus de 15 ans. Il y a occupé le poste de **PDG**, avant d'accéder à celui de **Président de BULGARI USA**. Sa vision stratégique et son leadership ont contribué à renforcer la présence mondiale de la marque et à lui assurer un succès sans précédent.

Au cours de ces décennies de travail dans l'industrie de la **Mode**, M. Festa s'est également impliqué dans le monde universitaire, apportant sa vaste expertise en donnant des conférences dans des universités et des écoles de commerce du monde entier, mais principalement aux États-Unis et en Italie. Ses contributions dans les domaines de la vente, du Marketing, de la stratégie et des opérations ont joué un rôle déterminant dans la conduite du changement et les initiatives de reconstruction pour des entreprises uniques et de premier plan.



M. Festa, Alberto

- Directeur Commercial de Gemmologie et des Montres chez Dolce&Gabbana, Milán, Italie
- Conseiller académique à l'Université Luiss Guido Carli
- Conseiller au Conseil de Marque SAID DAL 1923
- Consultant du Groupe Kering
- Directeur Général de GM chez Vhernier
- Directeur Général de Loro Piana LVMH
- Président de BULGARI USA
- Consiller Délégué de la Division Matrix de Bristol-Myers Squibb
- Directeur des Ventes chez Mattel
- Directeur des Ventes chez PepsiCo
- Sénior Brand Manager chez Colgate-Palmolive
- Diplôme en Statistiques et Économie de l'Université La Sapienza de Rome

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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



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

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



M. Arens, Manuel

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

“

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
- ♦ Diplômé en Business and Economics à l'Université degli Studi du Piémont Oriental

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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



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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

Directeur invité international

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

En effet, il a occupé des postes à responsabilité tels que celui de **Directeur de la Communication et de l'Impact** à la **NASCAR**, basée en **Floride, États-Unis**. Fort de ses nombreuses années d'expérience à la **NASCAR**, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de premier **Vice-président Senior 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 marqué de son empreinte les **franchises sportives** les plus importantes de Chicago. En tant que **Vice-président Exécutif** des franchises des **Chicago Bulls** et des **Chicago White Sox**, 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 **Ligue Nationale de Football (NFL)** et, avant cela, en tant que **Stagiaire Juridique** auprès de la **Fédération Américaine de Football**.



Dr Nyquist, Eric

- Directeur de la Communication et de l'Impact à la NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Principal du Développement Stratégique à la NASCAR
- Vice-président de la Planification Stratégique à la NASCAR
- Directeur Général des Affaires Commerciales de NASCAR
- Vice-président Exécutif des Franchises des White Sox de Chicago
- Vice-président Exécutif des Franchises des Chicago Bulls
- Responsable de la Planification Commerciale à la Ligue Nationale de Football (NFL)
- Affaires Commerciales/Stagiaire Juridique à la Fédération Américaine de Football
- Doctorat en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires - MBA de l'École de Commerce Booth de l'Université de Chicago
- 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 Bravo Durán, Sandra

- ◆ Directrice Générale de l'UX chez Myme
- ◆ Directrice Générale et Fondatrice de Ch2 Abroad & Events
- ◆ Sociologue à l'Observatoire du Tourisme de Salamanque
- ◆ Consultante Numérique chez Everis
- ◆ Chercheuse à Runroom
- ◆ Chargée de cours pour le Master en Gestion du Marketing de la Mode et du Luxe et le Master en Gestion des Marques du Secteur du Luxe à la MSMK - Madrid School of Marketing
- ◆ Doctorat en Créativité Appliquée de l'Université de Navarre
- ◆ Diplôme de Sociologie de l'Université de Salamanque
- ◆ Licence d'Économie de l'Université de Salamanque
- ◆ Master Exécutif en Gestion des Affaires de la Mode de l'Université de Navarre

Professeurs

Mme Gárate, Mercedes

- ◆ Directrice Business Industrie chez NTT Data
- ◆ Sénior Manager chez Everis
- ◆ Strategy and Business Manager chez Everis
- ◆ Diplôme d'Ingénieur Industriel de l'Université Polytechnique de Madrid
- ◆ MBA à l' EOI Business School
- ◆ Certifiée en Customer Experience par l'Association pour le Développement de l'Expérience Client (DEC)

M. Sanjosé, Carlos

- ◆ Spécialiste du Marketing Numérique
- ◆ Responsable du Marketing Numérique chez Designable
- ◆ Responsable du Marketing Numérique chez MURPH
- ◆ Responsable du Marketing Numérique chez 25 Gramos
- ◆ Responsable du Contenu chez Unánime Creativos
- ◆ Diplôme en Publicité et Relations Publiques de l'Université CEU Cardenal Herrera

Dr Velar Lera, Margarita

- ◆ Consultante en Communication Experte en Mode
- ◆ CEO de Forefashion Lab
- ◆ Directrice du Marketing d'Entreprise chez SGN Group
- ◆ Consultante en Communication d'Entreprise chez LLYC
- ◆ Consultante en Communication et en stratégie de Marque *Freelance*
- ◆ Responsable de la Communication à l'Université Villanueva
- ◆ Enseignante dans des études universitaires liées au Marketing
- ◆ Docteur en Communication de l'Université Carlos III de Madrid
- ◆ Licence en Communication Audiovisuelle de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA en Gestion des Affaires de la Mode par l'ISEM Fashion Business School

Dr Josa Martínez, María Eugenia

- ◆ Fondatrice et Designer chez Eugeniota Collection
- ◆ Enseignante à l'ESNE, au CEDEU et à ELLE Éducation
- ◆ Professeure à ISEM Fashion Business School
- ◆ Enseignante sur le Master à l'ISEM Fashion Business School
- ◆ Responsable du Programme Fashion and Creativity Management et Enseignante de l'Atelier de Design IV du Diplôme en Design de l'Université de Navarre
- ◆ Doctorat en Créativité Appliquée de l'Université de Navarre
- ◆ Licence en Architecture de l'Université de Navarre
- ◆ Architecture Spécialisée en Paysage et Environnement de l'Université de Navarre
- ◆ Master de ISEM Fashion Business School

Dr San Miguel Arregui, Patricia

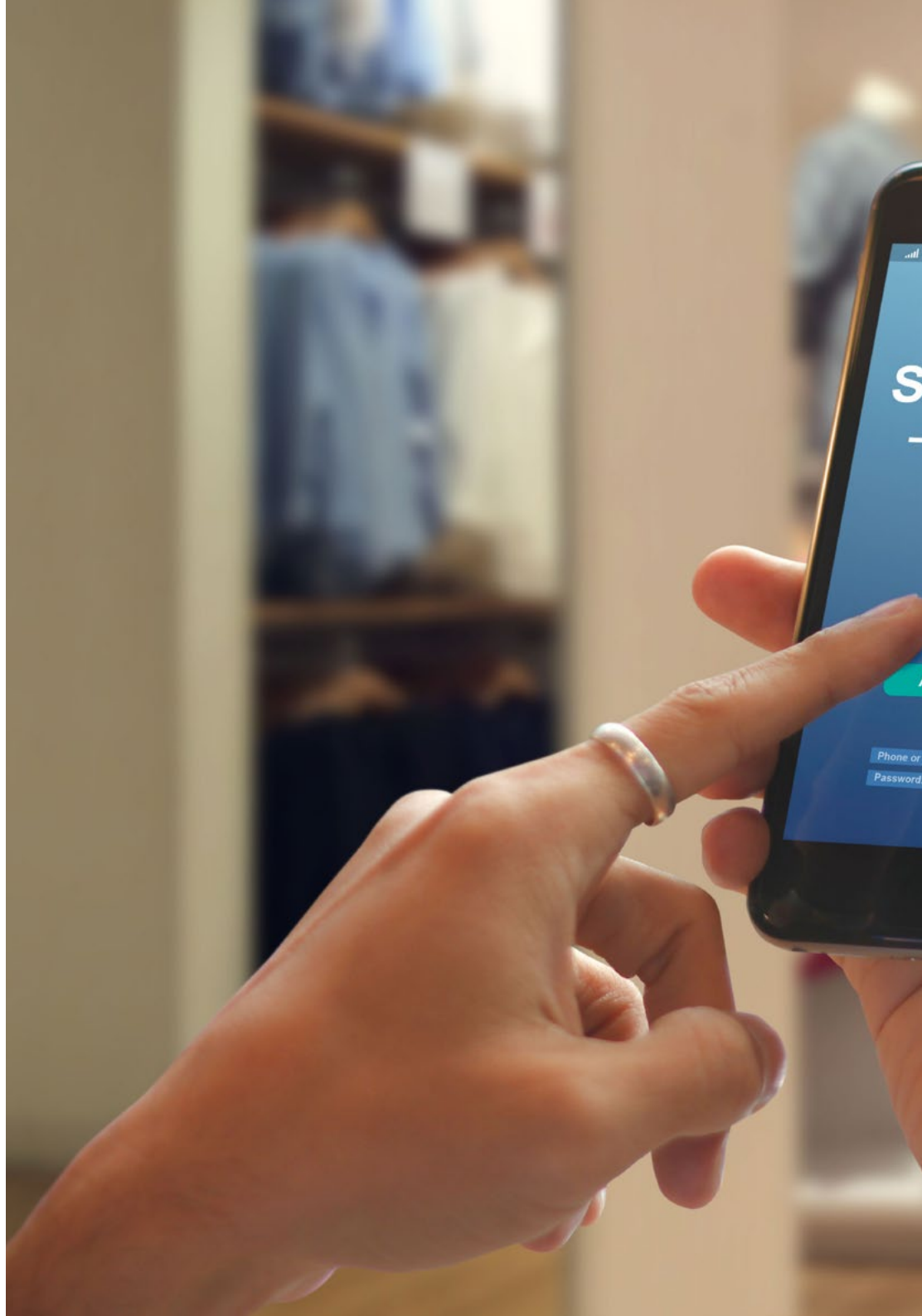
- ◆ Chercheuse Experte en Marketing Numérique
- ◆ Fondatrice et Directrice de Digital Fashion Brands
- ◆ Chercheuse et collaboratrice dans les études de marketing
- ◆ Auteure du livre *Influencer Marketing*
- ◆ Auteure de publications universitaires dans des revues prestigieuses
- ◆ Intervenante régulièrement dans des conférences et séminaires nationaux et internationaux sur la Communication et le Marketing
- ◆ Chargée de cours dans le cadre des études universitaires de premier et de troisième cycle
- ◆ Doctorat en Marketing Numérique pour les Entreprises de Mode de l'Université de Navarre
- ◆ Diplômée en Publicité et de Relations Publiques de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MBA en Executive Fashion de l'ISEM

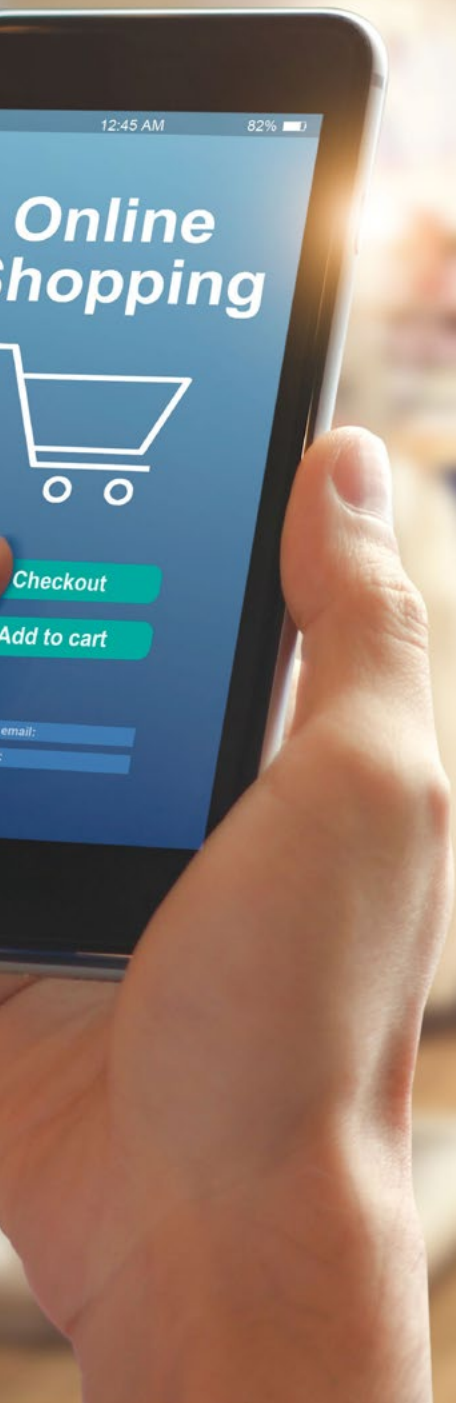
Mme Opazo, Laura

- ◆ Directeur des Partenariats à The Confidential Lab
- ◆ Rédactrice d'Articles sur le Style de Vie pour le Blog ElTiempo.es
- ◆ Locutrice de la Section Mode de la station de radio esRadio
- ◆ Responsable Éditorial Mode chez AMC Networks International Europe du Sud
- ◆ Auteur du livre *Armoire Durable: Apprenez à Acheter de Manière Consciente et Intelligente*
- ◆ Diplômée en Publicité et Relations Publiques de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Spécialiste des Relations Publiques et de la Vente de votre Propre Marque à l'École Supérieure de Mode de l'Université des Arts de Londres
- ◆ MBA en Direction et Gestion d'Entreprises de l'ISEM
- ◆ Cours sur Textiles Mode Durable donné par REAS et le Marché Social de Madrid

Dr García Barriga, María

- ♦ Doctorat en Design et Données de Marketing
- ♦ Communicatrice à RTVE
- ♦ Communicatrice à Telemadrid
- ♦ Conférencière Universitaire
- ♦ Auteure de *Le modèle de l'éternité*, création d'une Identité en Spirale pour l'Automatisation des Tendances de la Mode
- ♦ Communication, Marketing et Campagnes Sociales, Patrimoine Artistique et Marketing Numérique
- ♦ Rédactrice en Chef de Chroma Press
- ♦ Chargée de Clientèle pour le Marketing et les Médias Sociaux chez Servicecom
- ♦ Éditrice de Contenu Web chez Premium Difusión, Diario Siglo XXI et Managers Magazine
- ♦ Doctorat en Design et Données Marketing de l' Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Licence en Sciences de l'Information, Communication, Marketing et Publicité de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Diplôme de Troisième Cycle en Marketing et Communication dans les Entreprises de Mode et de Luxe de l' Université Complutense de Madrid
- ♦ Certificat en *Data Analysis & Creativity* avec Python, Chine
- ♦ MBA *Fashion Business School* à l'École de Commerce de Mode de l'Université de Navarre





M. De Rivera Mendizábal, Javier

- Socio - Rivera Consulting & Support
- Consultant en Transformation et Haute Performance de la Vente au Détail Consultant en Transformation et Haute Performance de la Vente au Détail ActioGlobal
- Membre Associé de Huete&Co
- Administrateur, PDG, directeur général et financier, consultant et conseiller dans des entreprises telles que Neck&Neck, Gocco, Textura, Tomblack, Ecoalf, Trucco, Intropia, Saga Furs, Lola Rey, Multiópticas, Silbon
- Licence en Sciences Économiques et Commerciales de l'Université Pontificale de Comillas (ICADE)
- MBA en Fiscalité et Conseil Fiscal à Esine
- Programme des conseillers de Deloitte et Spencer Stuart
- NTL Global Organization Development Certificate
- Programme de Gestion Supérieure en affaires Internet à l'ISDI
- Programme de Certificat en Coaching Dialogique et Coaching d'Équipe à l'UFV
- Professeurs de ISEM Fashion Business School
- Enseignant à l'Université Villanueva
- Enseignant dans les programmes exécutifs de l'Esic, de l'IE (Espagne) et de l'Université de Piura (Pérou)



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

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. C'est pourquoi, TECH a créé ce système global qui encourage l'obtention de résultats optimaux, en vous offrant les facilités et les stimuli qui vous maintiendront motivé tout au long du Mastère Spécialisé afin que votre carrière acquière le nouvel élan que vous recherchez.





“

Nous mettons toutes nos ressources à votre disposition pour vous aider à obtenir l'évolution de carrière que vous souhaitez"

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

Le MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe de TECH est un programme intensif qui vous préparera à relever des défis et à vous positionner avec succès après chacun d'entre eux. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel: vous aider à réussir.

Si vous voulez exceller, réaliser un changement positif à un niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

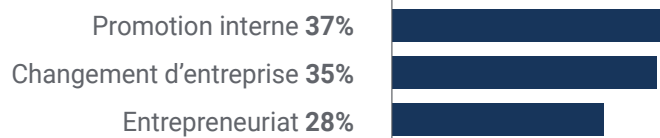
Découvrez le monde du MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe grâce à ce programme du plus haut niveau académique.

Le marché n'attend pas. Saisissez l'occasion et mettez-vous à l'avant-garde du secteur de la mode avec ce programme. C'est maintenant ou jamais.

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 MBA en Gestion des Ventes de Mode et de Luxe contribue à élever les talents des étudiants et de votre organisation à leur plein potentiel grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, la participation à ce programme académique vous permettra de vous améliorer non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant votre formation et en améliorant vos compétences en matière de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative de TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Vous apprendrez à être le moteur de la transformation de votre entreprise ou de votre projet en acquérant les compétences et les aptitudes pour vous développer sur le marché Omnicanal”

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 des Ventes de Mode et de Luxe 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 Ventes de Mode et de Luxe** 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 Ventes de Mode et de Luxe**

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 Ventes de Mode et de Luxe

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

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Ventes
de Mode et de Luxe

