

# Executive Mastère MBA International

**M B A I**



## Executive Mastère MBA International

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé a: **Diplômés et professionnels avec une expérience avérée en Management**

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

# Sommaire

01	02	03	04
Accueil	Pourquoi étudier chez TECH?	Pourquoi notre programme?	Objectifs
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>page 4</i>	<i>page 6</i>	<i>page 10</i>	<i>page 14</i>
	05	06	07
	Compétences	Structure et contenu	Méthodologie
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 20</i>	<i>page 24</i>	<i>page 38</i>
	08	09	10
	Profil de nos étudiants	Impact sur votre carrière	Bénéfices pour votre entreprise
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 46</i>	<i>page 50</i>	<i>page 54</i>
			11
			Diplôme
			<hr/>
			<i>page 58</i>

# 01

# Accueil

La mondialisation a entraîné la création de différents marchés hautement compétitifs. Les entreprises doivent s'adapter à de nouveaux environnements et s'engager dans l'internationalisation, en s'implantant sur des marchés étrangers, dans le but de développer leurs activités. Pour ce faire, il est nécessaire de développer les bonnes compétences pour une bonne gestion de l'entreprise. Avec ce programme, vous aurez l'occasion d'apprendre à gérer avec succès la gestion des affaires et vous maîtriserez les changements dans le domaine financier et stratégique des entreprises qui s'internationalisent.



MBA International.  
TECH Université Technologique



“

*Les entreprises internationalisées opèrent dans des environnements hautement compétitifs, il est donc nécessaire que les professionnels disposent des qualifications appropriées pour leur gestion”*

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 des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

*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 offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Microsoft Europe Success Story" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



### Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. 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

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

**+100.000**

dirigeants formés chaque année

**+200**

nationalités différentes



### Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des 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



### Talents

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 faire connaître leurs préoccupations 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

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.





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



### Analyse

---

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



### 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. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire 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**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



### Apprenez auprès des 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.



*À 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 les portes d'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 d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”*

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

### Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

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, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre 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 développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

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

03

### Consolider les 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 assumerez 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 stagiaires sont promus en interne.*

05

### **Vous aurez accès à un important réseau de contacts**

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

*Vous trouverez un réseau de contact essentiel à 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 TECH Université de Technologie.

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

# 04 Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership chez les étudiants, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans leur développement professionnel. À l'issue de ce programme, vous serez capable de prendre des décisions globales tout en ayant une perspective innovante et une vision internationale.



“

*Atteignez vos objectifs au travail grâce aux connaissances avancées que vous pourrez acquérir avec ce programme”*

**Nous partageons les mêmes objectifs.**

**Nous travaillons main dans la main pour vous aider à les atteindre.**

Le MBA international vous permettra de:

01

Définir les éléments fondamentaux de la Finance d'Entreprise, en analysant les variables impliquées dans la prise de décision d'investissement, afin de maximiser la valeur économique de l'organisation

02

Expliquer l'importance des états financiers de l'entreprise, interpréter la politique de paiement des dividendes, les types de dettes, les types d'autofinancement

03

Établir les relations qui reflètent leur situation au regard des normes internationales en matière de Gouvernance d'Entreprise et Finance d'Entreprise







04

Définir les éléments de la stratégie en tant que fondement principal de l'orientation stratégique internationale

05

Analyser la performance stratégique des opérations à différents niveaux

06

Décrire la logique du processus de gestion stratégique et l'importance de chacune de ses phases

07

Définir les relations fondamentales de l'entreprise avec son environnement

08

Analyser l'influence des Stakeholders sur l'entreprise

09

Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes





10

Identifier les différentes voies de croissance pour lesquelles les entreprises peuvent opter

11

Décrire les caractéristiques, les problèmes et les implications humaines, économiques, politico-juridiques et organisationnelles des différentes modalités de développement stratégique

12

Connaître tous les outils financiers dérivés permettant de couvrir les fluctuations éventuelles des prix des produits de base

05

# Compétences

Après avoir passé les évaluations du MBA International, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires pour mener à bien une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.





“

*Acquérir les compétences dont vous avez besoin pour réussir sur le marché international et rivaliser avec les meilleurs”*

01

Gérer de manière stratégique dans des environnements mondialisés, réussir au niveau des entreprises

02

Gestion réussie d'une entreprise internationale et de ses ressources humaines

03

Privilégier l'innovation et la création pour la conception de nouveaux produits

04

Acquérir une connaissance approfondie de la distribution et de l'organisation d'une entreprise multinationale

05

Faire des investissements internationaux qui ont une grande valeur pour les bénéfices de l'entreprise



06

Gérer et diriger tous les départements de l'entreprise de manière appropriée

08

Développer le marketing numérique et le commerce électronique comme une partie indispensable de l'entreprise

09

Gérer tous les processus de l'entreprise pour contrôler le département des niveaux de qualité

07

Connaître la fiscalité internationale qui sera applicable à l'entreprise en raison de sa participation à des marchés mondialisés

10

Avoir une connaissance approfondie de la réglementation internationale dont il faut tenir compte dans le cadre d'une activité internationale



06

# Structure et contenu

Le MBA International est un programme sur mesure 100 % en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts.

Ce programme de 12 mois se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite en tant que gestionnaire d'entreprise International.





“

*Un programme complet conçu pour vous permettre d'autogérer votre étude, en acquérant les compétences les plus pertinentes pour réussir dans le commerce international"*

## Programme d'études

Le MBA en International de TECH Université Technologique est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux décisions en matière de gestion commerciale. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Tout au long des 1.500 heures d'étude, les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, ce qui leur permettra d'atteindre un processus d'apprentissage plus profond qui leur sera d'une grande utilité dans leur pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur différents domaines de l'entreprise et est conçu pour que les managers comprennent la Direction Négociations Internationales d'un point de vue stratégique et innovant.

Un plan conçu pour vous, axé sur votre professionnalisme et qui vous prépare 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 Executive Mastère se déroule sur 12 mois et est divisé en 12 modules:

<b>Module 1</b>	Compétences en matière de gestion
<b>Module 2</b>	Organisation, personnel et culture organisationnelle
<b>Module 3</b>	Finances des entreprises I
<b>Module 4</b>	Finances des des entreprises II
<b>Module 5</b>	Finance internationale
<b>Module 6</b>	Gestion internationale des personnes et gestion de la diversité
<b>Module 7</b>	Gestion des Opération internationales
<b>Module 8</b>	Marketing et vente à l'échelle internationale
<b>Module 9</b>	Marketing international
<b>Module 10</b>	Fiscalité internationale
<b>Module 11</b>	Planification du projet
<b>Module 12</b>	Business & International Strategy
<b>Module 13</b>	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
<b>Module 14</b>	Gestion des personnes et des talents
<b>Module 15</b>	Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique
<b>Module 16</b>	Management Exécutif

## Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de suivre cette formation à distance. Pendant les 12 mois de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

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



**Module 1. Compétences en matière de gestion**

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

- 1.1.1. Communication interpersonnelle
- 1.1.2. Compétences communicatives et l'influence
- 1.1.3. Obstacles à la communication

**1.2. Communication et leadership**

- 1.2.1. Leadership et styles de leadership
- 1.2.2. Motivation
- 1.2.3. Capacités et compétences du dirigeant 2.0

**1.3. Branding personal**

- 1.3.1. Stratégies d'image de Branding Personal
- 1.3.2. Les lois de l'image de Branding Personal
- 1.3.3. Outils de construction de la marque personnelle

**1.4. Gestion des équipes**

- 1.4.1. Groupes de travail et direction des réunions
- 1.4.2. Gestion des processus de changement
- 1.4.3. Gestion d'équipes multiculturelles
- 1.4.4. Coaching

**1.5. Négociation et résolution des conflits**

- 1.5.1. Techniques de négociation efficaces
- 1.5.2. Conflits interpersonnels
- 1.5.3. Négociation interculturelle

**1.6. Intelligence émotionnelle**

- 1.6.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 1.6.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 1.6.3. Estime de soi et langage émotionnel

**1.7. Capital relationnel: Coworking**

- 1.7.1. Gestion du Capital Humain
- 1.7.2. Analyse des performances
- 1.7.3. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 1.7.4. L'innovation dans la gestion des personnes

**1.8. Gestion du temps**

- 1.8.1. Planification, organisation et contrôle
- 1.8.2. Méthodologie de gestion du temps
- 1.8.3. Plans d'action
- 1.8.4. Outils pour une gestion efficace du temps

**1.9. Théorie des jeux**

**1.10. Gestion stratégique du changement**

**Module 2. Organisation, personnel et culture organisationnelle**

**2.1. Organisations, typologie et aspects clés**

- 2.1.1. Taxonomie des organisations en fonction de la taille/échelle des Grande entreprise vs. Entreprise moyenne
- 2.1.2. Cas particulier: *Démarrage*

**2.2. La fonction Ressources humaines**

- 2.2.1. Place dans l'organisation
- 2.2.2. Principales contraintes de la fonction RH
  - 2.2.2.1. Mentions légales
  - 2.2.2.2. Organisation
  - 2.2.2.3. Talent
- 2.2.3. Principales attributions

**2.3. Départements internes**

- 2.3.1. Gestion des talents
- 2.3.2. Gestion des performances
- 2.3.3. Formation et développement
- 2.3.4. Formation et développement

**2.4. Dimensionnement des départements**

- 2.4.1. Chaîne de valeur
- 2.4.2. Gap analysis people - emplois
- 2.4.3. Charge de travail et dimensionnement
- 2.4.4. Leviers d'efficacité
  - 2.4.4.1. Redéfinir le catalogue de services
  - 2.4.4.2. Consolidation
  - 2.4.4.3. Automatisation
  - 2.4.4.4. Outsourcing

**2.5. Productivité, attraction, rétention et**

**activation des talents**

- 2.5.1. Productivité
- 2.5.2. Les leviers de la productivité
- 2.5.3. Leviers d'attraction, de rétention et d'attraction des talents

**monétaire**

- 2.6.1. Modèles d'échelons salariaux
- 2.6.2. Modèles de compensation non monétaires
  - 2.6.2.1. Modèle de travail
  - 2.6.2.2. Communauté d'entreprises
  - 2.6.2.3. Image de l'entreprise
- 2.6.3. Compensation monétaire vs. Non-monétaire

- 2.7.1. Alignement de la culture et des objectifs stratégiques
- 2.7.2. Structure d'un projet typique
- 2.7.3. La culture d'entreprise et sa mise en œuvre

- 2.8.1. Les composantes de l'analyse dans la gestion du changement
- 2.8.2. Importance de la gestion du changement dans les projets complexes
- 2.8.3. Structure d'un projet typique

**2.6. Compensation monétaire vs. Non-**

**2.7. Formation et développement**

**2.8. Gestion du changement**

**2.9. Transformation dans des**

**environnements d'entreprise complexes**

- 2.9.1. La transformation
- 2.9.2. Structure d'un projet typique
- 2.9.3. Facteurs de transformation

**changement**

- 2.10.1. Principales différences entre les projets
- 2.10.2. Rôle de gestionnaire du changement vs. Responsable de la transformation
- 2.10.3. Outils de gestion

**2.10. Transformation Gestion du**

**Module 3. Finances des entreprises I**

**3.1. Introduction à la finance corporative**

- 3.1.1. L'environnement financier des entreprises
- 3.1.1.1. L'objectif financier de l'entreprise
- 3.1.1.2. Les besoins financiers de l'entreprise
- 3.1.2. Les Papier de la gestion financière

**3.2. Investissement dans l'entreprise**

- 3.2.1. Classification des investissements dans la société
- 3.2.2. Les étapes de l'analyse des investissements

**3.3. Évaluation de l'investissement**

- 3.3.1. Évaluation de l'investissement: NPV, IRR et Récupération
- 3.3.1.1. Le critère de la valeur actuelle nette (VAN) annuelle
- 3.3.1.2. Le critère du taux de rendement interne (TRI)
- 3.3.1.3. L'acceptation et le classement des projets d'investissement en fonction des critères NPV et IRR
- 3.3.1.4. Le critère de temps de récupération (Récupération)

**3.4. Analyse des variables**

- 3.7.1.1. Concepts, classification et stratégies d'investissement en obligations
- 3.7.1.2. Comportement des taux d'intérêt du marché
- 3.7.1.3. Modèle d'évaluation des obligations de base
- 3.7.1.4. Mesures du rendement et de la rentabilité

**3.8. Évaluation des actions**

- 3.8.1. Marché boursier
- 3.8.2. Évaluation des actions

**intervenant dans les décisions d'investissement**

- 3.4.1. Critères de détermination des flux de trésorerie
- 3.4.1.1. Critères de construction des flux de trésorerie
- 3.4.1.2. Structure générale pour la construction des flux de trésorerie
- 3.4.1.3. Classification des flux de trésorerie
- 3.4.1.4. Valeur résiduelle ou de rebut

**3.5. Le financement de l'entreprise**

- 3.5.1. Sources de financement
- 3.5.2. Types de coûts de financement
- 3.5.2.1. Le coût des fonds propres
- 3.5.2.2. Le coût de la dette
- 3.5.2.3. Le coût moyen pondéré du capital (WACC) dans l'évaluation des projets d'investissement

**3.6. Structure du capital**

- 3.6.1. Capital optimal, actionnaires et impôts
- 3.6.1.1. Structure du capital: théories et concepts
- 3.6.1.2. Maximiser la valeur de l'entreprise et maximiser les intérêts des actionnaires
- 3.6.1.3. L'influence de la fiscalité sur la décision relative à la structure du capital
- 3.6.1.4. Limites à l'utilisation de la dette

**3.7. Évaluation des obligations**

- 3.7.1. Stratégies d'investissement en obligations

**3.9. Investissements à risque**

- 3.9.1. Classification des risques
- 3.9.2. Le portefeuille d'investissement optimal de

Markowitz

- 3.9.3. Risque et rendement. Le modèle CAPM

## Module 4. Finances des des entreprises II

### 4.1. La vision stratégique de la finance d'entreprise

- 4.1.1. Les stratégies de financement des entreprises dans un monde globalisé
- 4.1.2. Levier d'exploitation et levier d'exploitation
  - 4.1.2.1. Levier d'exploitation
  - 4.1.2.2. Levier financier

### 4.2. Politique de paiement des dividendes

- 4.2.1. Politique de dividendes

### 4.3. Types de dettes

- 4.3.1. Financement interne
  - 4.3.1.1. Court terme
  - 4.3.1.2. A long terme
- 4.3.2. Financement externe
  - 4.3.2.1. Court terme
  - 4.3.2.2. A long terme

### 4.4. États financiers et utilisation des ratios financiers

- 4.4.1. Importance des états financiers
  - 4.4.1.1. Etats financiers et utilisation de ratios financiers
  - 4.4.1.2. L'utilisation des ratios financiers
    - 4.4.1.2.1. Ratios de liquidité
    - 4.4.1.2.2. Ratios d'activité
    - 4.4.1.2.3. Ratios d'endettement
    - 4.4.1.2.4. Ratios de rentabilité
    - 4.4.1.2.5. Ratios du marché

### 4.5. Investissements à risque

- 4.5.1. Classification des risques
  - 4.5.1.1. Mesure et classification des risques
  - 4.5.1.2. Bêta
  - 4.5.1.3. Théorie du portefeuille de Markowitz
  - 4.5.1.4. Le ratio de Sharpe
  - 4.5.1.5. Risque et rendement. Le modèle CAPM

### 4.6. Fusions et acquisitions

- 4.6.1. Motivations pour les fusions et acquisitions
- 4.6.2. Formules financières pour l'acquisition d'entreprises
  - 4.6.2.1. Le processus d'acquisition
  - 4.6.2.2. Le processus de fusion

### 4.7. Gouvernance d'entreprise

- 4.7.1. Objectif et fonctions de la gouvernance d'entreprise
  - 4.7.1.1. Gouvernement d'entreprise et coûts d'agence
  - 4.7.1.2. Supervision par le conseil d'administration
  - 4.7.1.3. Politiques de rémunération
  - 4.7.1.4. Gestion des conflits au sein de l'agence

### 4.8. Finance d'entreprise internationale

- 4.8.1. Marchés des capitaux
  - 4.8.1.1. Intégration internationale
  - 4.8.1.2. Segmentation internationale
- 4.8.2. Risque de taux de change

### 4.9. Valorisation et prélèvements internationaux

### 4.10. Autofinancement

**Module 5. Finance internationale**
**5.1. Business & International Strategy**

- 5.1.1. Internationalisation
- 5.1.2. Mondialisation
- 5.1.3. *Growth & development in emerging markets*
- 5.1.4. Système monétaire international

**5.2. Marché des changes**

- 5.2.1. Opérations de change
- 5.2.2. Le marché des changes à terme
- 5.2.3. Instruments dérivés pour la couverture des risques de change et de taux d'intérêt
- 5.2.4. Appréciation et dépréciation des devises

**5.3. Appréciation et dépréciation des devises**

- 5.3.1. Billets de banque, chèques personnels et chèques bancaires
- 5.3.2. Transfert, ordre de paiement et remise
- 5.3.3. Clauses documentaires et crédits documentaires
- 5.3.4. Clauses documentaires et crédits documentaires

**5.4. Transactions de financement sur les marchés internationaux**

- 5.4.1. Incoterms
- 5.4.2. Instruments dérivés pour la couverture des fluctuations potentielles du prix des matières premières
- 5.4.3. Crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien officiel
- 5.4.4. Couverture des swaps
- 5.4.5. Le consensus OCDE

**5.5. Institutions financières internationales**

- 5.5.1. Le fonds pour l'internationalisation des entreprises
- 5.5.2. Le Groupe de la Banque Mondiale
- 5.5.3. La Banque interaméricaine de développement
- 5.5.4. La Banque de Développement des Caraïbes

**5.6. Formation du taux de change**

- 5.6.1. Théorie de la parité des taux d'intérêt
- 5.6.2. La théorie des anticipations de taux de change
- 5.6.3. Théorie de la parité du pouvoir d'achat (PPA)
- 5.6.4. Équilibre du marché des capitaux

**la dette**

- 5.7.1. Cadre juridique
- 5.7.2. Fonctionnement
- 5.7.3. Conversion de la Dette en Investissements Publics
- 5.7.4. Conversion de la dette en investissements privés

- 5.8.1. Wall Street Market (New York)
- 5.8.2. Marché de l'or
- 5.8.3. Dette extérieure mondiale
- 5.8.4. Club de Paris
- 5.8.5. Marché des titres ADR et GDR

**5.7. Programmes de conversion de**
**5.8. Marché boursier international**
**Module 6. Gestion internationale des personnes et gestion de la diversité**
**6.1. Leadership stratégique**
**6.2. Audit et contrôle de la gestion des ressources humaines**
**6.3. Gestion des talents dans les entreprises internationales**
**6.4. Gestion des carrières internationales**

- 6.3.1. Vision globale de la gestion des talents
- 6.3.2. Carte des talents dans l'organisation
- 6.3.3. Tendances culturelles et d'internationalisation
- 6.3.4. Internationalisation de la Gestion de Talent

- 6.4.1. Le profil du professionnel international
- 6.4.2. Mobilité mondiale
- 6.4.3. Gestion des expatriés

**6.5. Gestion de la diversité**

- 6.5.1. Travailler avec la diversité
- 6.5.2. Diversité, RSE et Coaching
- 6.5.3. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 6.5.4. Gestion d'équipes multiculturelles

**6.6 Nouveau cadre de relations industrielles**

- 6.6.1. Réforme du travail
- 6.6.2. Négociation collective
- 6.6.3. Relations stratégiques avec les syndicats
- 6.6.4. Relations industrielles et restructuration des entreprises

**6.7. Marketing RH : une vue internationale**

- 6.7.1. Employer Branding
- 6.7.2. HR Customer Experience

**6.8. Multinationales et droits de l'homme**

- 6.8.1. Mondialisation, droits de l'homme et les entreprises multinationales
- 6.8.2. Les multinationales face au Droit international
- 6.8.3. Instruments juridiques spécifiques

**6.9. Gestion des expatriations**

- 6.9.1. Gestion du processus d'expatriation
- 6.9.2. Rapatriement
- 6.9.3. Compétences individuelles pour réussir une mission internationale

**6.10. Paquet de rémunération pour les expatriés. Principales indemnités et prestations**

- 6.10.1. Rémunération financière
- 6.10.2. Lieu et monnaie de paiement
- 6.10.3. Politiques fiscales

**Module 7. Gestion des Opération internationales**

7.1. Aperçu général. Commerce international	7.2. Analyse des Marchés Internationaux 7.3. Se concentrer sur la présence sur les	marchés étrangers et le commerce électronique	7.4. Protectionnisme commercial: douanes
7.5. Coopération internationale en matière de mesures non tarifaires	7.6. Formules contractuelles	7.7. Flux d'investissements directs à l'étranger	7.8. Analyse des INCOTERMS de l'ICC
7.9. Gestion de la chaîne d'approvisionnement internationale	7.10. Marketing international		

**Module 8. Marketing et Ventes Internationales**

<p><b>8.1. La fonction marketing et vente dans le secteur du conseil</b></p> <p>8.1.1. Marketing et positionnement 8.1.2. Relation entre le marketing et les ventes 8.1.3. Ventes dans le domaine du conseil</p>	<p><b>8.2. Transformer une idée en proposition commerciale</b></p> <p>8.2.1. Le processus 8.2.2. L'offre 8.2.3. Validation et faisabilité 8.2.4. La taille du marché : TAM, SAM, SOM 8.2.5. Le client cible 8.2.6. Étude de marché</p>	<p><b>8.3. Structurer le processus de vente</b></p> <p>8.3.1. La structure générale du processus de vente 8.3.2. Le funnel de ventes 8.3.3. Phases et étapes de chaque partie du processus</p>	<p><b>8.4. Le processus de création</b></p> <p>8.4.1. Sources d'origine 8.4.2. Respect des délais 8.4.3. Prochaines étapes</p>
<p><b>8.5. Qualification des opportunités</b></p> <p>8.5.1. L'activité de votre client 8.5.2. Opportunités de qualification: processus et critères 8.5.3. L'importance de générer de la valeur</p>	<p><b>8.6. Interaction avec les différentes parties prenantes</b></p> <p>8.6.1. L'acheteur et le reste des parties prenantes 8.6.2. Interaction avec eux : stratégies 8.6.3. Profils d'interaction humaine: l'importance d'adapter le message à l'audience</p>	<p><b>8.7. Principaux éléments d'une proposition</b></p> <p>8.7.1. Structure et contenu minimaux 8.7.2. Résumé exécutif 8.7.3. Portée et gestion des risques</p>	<p><b>8.8. L'importance de la génération de valeur dans une proposition de marché</b></p> <p>8.8.1. Comment parler de valeur 8.8.2. Différence entre valeur et prix 8.8.3. Différents modèles de tarification: implications et risques</p>
<p><b>8.9. Négociation et processus de clôture</b></p> <p>8.9.1. Étapes typiques d'une négociation 8.9.2. L'importance de générer des alternatives 8.9.3. Gestion des risques et des contrats</p>	<p><b>8.10. Diriger un processus de vente</b></p> <p>8.10.1. Durée et gestion du processus de vente 8.10.2. La technologie dans le processus de vente 8.10.3. Suivi du processus 8.10.4. L'importance du feedback</p>		



**Module 9. Marketing international**

9.1. L'investigation des marchés internationaux	9.2. Segmentation internationale	9.3. Positionnement international	9.4. Stratégies de produits sur les marchés internationaux
9.5. Prix et exportation	9.6. La qualité dans le commerce international	9.7. Promotion au niveau international	9.8. Distribution par les canaux internationaux

**Module 10. Fiscalité internationale**

<b>10.1. Principes de base de la fiscalité internationale</b> 10.1.1. Introduction à la fiscalité internationale 10.1.2. Principe de résidence versus Source 10.1.3. Double imposition internationale, concepts, types et solutions	<b>10.2. Sources de la Fiscalité Internationale. Traités Internationaux et Conventions de Double Imposition</b> 10.2.1. Sources de la Fiscalité Internationale 10.2.2. Qu'est-ce qu'un traité international ? 10.2.3. Conventions de Double Imposition 10.2.4. Les modèles de convention de l'OCDE et de l'ONU 10.2.5. Soft law 10.2.6. Droit de l'Union Européenne 10.2.7. Droit interne	<b>10.3. Interprétation des Conventions de Double Imposition</b> 10.3.1. Primauté de la Convention de Double Imposition sur le droit interne 10.3.2. Interprétation des Conventions de Double Imposition 10.3.3. Champ d'application des CDI	<b>10.4. Impôt sur le Revenu des Non-Résidents Règles générales de l'IRNR</b> 10.4.1. Impôt sur le Revenu des Non-Résidents 10.4.2. Interprétation de la LIRNR 10.4.3. Éléments personnels 10.4.5. Opération imposable
<b>10.5. Imposition des non-résidents sans EP</b> 10.5.1. Revenus obtenus sur le territoire espagnol 10.5.2. Détermination de l'impôt à payer sur les revenus obtenus sans établissement stable	<b>10.6. Imposition des non-résidents ayant un établissement permanent</b> 10.6.1. Existence d'un établissement permanent 10.6.2. Revenus attribuables à l'établissement permanent 10.6.3. Détermination de la base imposable 10.6.4. Dette fiscale 10.6.5. Période d'imposition et régularisation 10.6.6. Déclaration d'impôts	<b>10.7. Impôt sur le Revenu des Non-Résidents dans le cas de biens immobiliers en Espagne</b> 10.7.1. Types de revenus soumis à l'impôt 10.7.2. Calcul de la base imposable 10.7.3. Taux d'imposition applicable 10.7.4. Déductions 10.7.5. Recouvrement	10.7.6. Déclaration 10.7.7. Déclaration 10.7.8. Projet de déclaration 10.7.9. Retenue à la source sur les transferts de biens immobiliers par des contribuables non-résidents ne possédant pas d'établissement stable 10.7.10. Imposition spéciale des biens immobiliers des entités non résidentes
<b>10.8. Entités relevant du système d'attribution des revenus (ERAR)</b> 10.8.1. Entités espagnoles dans le cadre du système d'attribution des revenus 10.8.2. Entités du régime d'attribution des revenus constituées en Espagne et exerçant une activité économique 10.8.3. Entités sous le régime d'attribution des revenus constituées en Espagne qui n'exercent pas d'activité économique	10.8.4. Entités sous le régime d'attribution des revenus constituées à l'étranger 10.8.5. Entités soumises au régime d'attribution des revenus, constituées à l'étranger avec une présence en Espagne 10.8.6. Entités soumises au régime d'attribution des revenus constituées à l'étranger sans présence en Espagne	<b>10.9. Comparaison entre les non-résidents de l'UE et ceux de Row</b> 10.9.1. Les droits découlant de la résidence dans l'UE en ce qui concerne l'IRNR 10.9.2. Différences dans le régime de l'IRNR entre les résidents de l'UE et les résidents du reste du monde 10.9.3. Option pour les contribuables résidant dans d'autres pays de l'UE	<b>10.10. Obligations formelles</b> 10.10.1. Modèle 206 10.10.2. Modèle 216 10.10.3. Modèle 210 10.10.4. Modèle 211 10.10.5. Modèle 213

**Module 11. Planification des projets**

**11.1. Gestion intégrée des projets**

- 11.1.1. Le projet et sa relation avec la direction
  - 11.1.1.1. Le projet
  - 11.1.1.2. La gestion
  - 11.1.1.3. Le cycle de vie
  - 11.1.1.4. Rôles dans la gestion de projet
  - 11.1.1.5. Avantages de la gestion de projet
- 11.1.2. Typologie des projets
  - 11.1.2.1. Processus
  - 11.1.2.2. Intégration et technologie
  - 11.1.2.3. Stratégie
- 11.1.3. Organisation du projet

**11.2. Considérations pertinentes en matière de gestion de projet**

- 11.2.1. PMBOK
  - 11.2.1.1. Aspects pertinents
  - 11.2.1.2. Principaux avantages
- 11.2.2. Bureau de la réalisation de la valeur
  - 11.2.2.1. Aspects pertinents
  - 11.2.2.2. Principaux avantages
- 11.2.3. Waterfall
  - 11.2.3.1. Aspects pertinents
  - 11.2.3.2. Principaux projets visés par cette méthodologie
  - 11.2.3.3. Principaux avantages
- 11.2.4. AGILE
  - 11.2.4.1. Aspects pertinents
  - 11.2.4.2. Principaux projets visés par cette méthodologie
  - 11.2.4.3. Principaux avantages

**11.3. Gestion de la portée et des attentes**

- 11.3.1. Plan de gestion de la portée
  - 11.3.1.1. La portée
  - 11.3.1.2. Principales caractéristiques
  - 11.3.1.3. Vérification de la portée
- 11.3.2. Gestion des attentes
  - 11.3.2.1. Identifier les attentes des clients
  - 11.3.2.2. Portée de la matrice vs. Attentes
  - 11.3.2.3. Vérifier et clôturer le périmètre final
- 11.3.3. Risques et avantages

**11.4. Planification du projet**

- 11.4.1. Planification d'un projet
  - 11.4.1.1. Planification des objectifs, des activités et des étapes clés
  - 11.4.1.2. Planification des principaux éléments livrables
  - 11.4.1.3. Outils de planification(Dashboard)
- 11.4.2. Planification de l'équipe
  - 11.4.2.1. Techniques et outils d'estimation des ressources (Top-down, Bottom up, estimation Delphi, estimation paramétrique, etc.)
  - 11.4.2.2. Estimation des ressources : rôles, responsabilités et coûts
  - 11.4.2.3. Plan de continuité des services
- 11.4.3. Planification du temps
  - 11.4.3.1. Séquence des activités
  - 11.4.3.2. Élaboration du calendrier de travail
  - 11.4.3.3. Contrôle de l'horaire de travail

**11.5. Gestion de l'équipe (RH)**

- 11.5.1. Plan d'équipe
  - 11.5.1.1. Plan d'action pour le personnel
  - 11.5.1.2. Sélection de l'équipe de projet
  - 11.5.1.3. Systèmes d'évaluation des performances
- 11.5.2. Développer l'équipe de projet
  - 11.5.2.1. Acquisition d'équipements. 11.5.2.2. Affectation des équipements au projet
- 11.5.3. Gestion de l'équipe de projet
  - 11.5.3.1. doit coordonner et diriger l'équipe de manière efficace
  - 11.5.3.2. Des outils pour gérer le travail des équipes de manière collaborative
  - 11.5.3.3. Gestion des conflits
  - 11.5.3.4. Plan de continuité des services
  - 11.5.3.5. Feedback et évaluation des performances de l'équipe

**11.6. Gestion des coûts**

- 11.6.1. Estimation des coûts
  - 11.6.1.1. Plan de gestion des coûts
  - 11.6.1.2. Estimation du coût du projet
  - 11.6.1.3. Techniques et outils de gestion des coûts
- 11.6.2. Le budget
  - 11.6.2.1. Détermination du budget
  - 11.6.2.2. Méthodes de sélection des budgets
  - 11.6.2.3. Techniques et outils pour la définition du budget
- 11.6.3. Contrôle des coûts
  - 11.6.3.1. Objectifs du contrôle des coûts
  - 11.6.3.2. Mesure de l'avancement des coûts du projet
  - 11.6.3.3. Techniques et outils de contrôle des coûts

**11.7. Gestion des communications Communication**

- 11.7.1. Identification des (Stakeholders)
  - 11.7.1.1. Identification des parties prenantes internes et externes
  - 11.7.1.2. Identification des attentes des parties prenantes
  - 11.7.1.3. Techniques et outils pour l'identification et la catégorisation des parties prenantes
- 11.7.2. Le plan de communication
  - 11.7.2.1. Identification des messages clés pour chaque typologie de parties prenantes
  - 11.7.2.2. Identification et définition des principaux canaux de communication
  - 11.7.2.3. Analyse des besoins de communication
  - 11.7.2.4. Typologie des communications : verbal-écrit / formel-informel
  - 11.7.2.5. Techniques et outils de communication
- 11.7.3. Contrôle des actions de communication
  - 11.7.3.1. Planification des actions (calendrier, ressources, délais, résultats attendus, etc.)
  - 11.7.3.2. Outils de suivi des actions de communication
  - 11.7.3.3. Mesurer les résultats des actions de communication

**11.8. Gestion de la qualité**

- 11.8.1. Analyse de la qualité et contrôle de la qualité(Quality Analysis - QA)
  - 11.8.1.1. Gestion de la qualité
  - 11.8.1.2 . Résultats escomptés
  - 11.8.1.3. Indicateurs (normes) pour la mesure de la qualité
- 11.8.2. Actions d'assurance qualité
  - 11.8.2.1. Planification des activités de révision : rapports mensuels, annuels, etc.
  - 11.8.2.2. Audits de qualité
  - 11.8.2.3. Amélioration continue
- 11.8.3. Contrôle de la qualité du projet
  - 11.8.3.1. Outils de Feedback de la qualité des produits livrables
  - 11.8.3.2. Gestion de la conformité et de la non-conformité des livrables
  - 11.8.3.3. Le « Peer Review» et ses principaux avantages
  - 11.8.3.4. Mesurer la qualité des produits livrables

### 11.9. Gestion des risques

- 11.9.1. Planification des risques
  - 11.9.1.1. Planification de la gestion des risques
  - 11.9.1.2. Identification des risques
  - 11.9.1.3 Outils de catégorisation des risques
- 11.9.2. Suivi du plan d'urgence
  - 11.9.2.1. Analyse quantitative et qualitative des risques
  - 11.9.2.2. Évaluation de la probabilité et de l'impact
  - 11.9.2.3. Outils de suivi

- 11.9.3. Suivi et contrôle des risques
  - 11.9.3.1. Registre des risques : propriétaires, actions, symptômes, niveaux de risque.
  - 11.9.3.2. Planification des mesures d'atténuation
  - 11.9.3.3. Audit et surveillance des risques
  - 11.9.3.4. Suivi des résultats des plans d'action mis en œuvre
  - 11.9.3.5. Réévaluation du risque

### 11.10. Clôture du projet et gestion du changement

- 11.10.1 Gestion du changement
  - 11.10.1.1. Transfert de connaissances
  - 11.10.1.2. Phases du transfert de connaissances
  - 11.10.1.3. Planifier le transfert de connaissances: formation, matériel, etc.
- 11.10.2. Clôture du projet
  - 11.10.2.1. Collecte d'informations
  - 11.10.2.2. Analyse finale et principales conclusions

- 11.10.2.3. La Réunion de clôture
- 11.10.2.4. L'analyse des prochaines étapes
- 11.10.3. L'impact du projet
  - 11.10.3.1. L'importance de mesurer les impacts obtenus
  - 11.10.3.2. Impact au sein de l'organisation
  - 11.10.3.3. Gérer l'impact sur les clients

## Module 12. Planification du projet

### 12.1. Business & international strategy

- 12.1.1. Internationalisation
- 12.1.2. Growth & development in emerging markets
- 12.1.3. Système monétaire international

### 12.2. Gestion stratégique des affaires internationales

- 12.2.1. L'internationalisation dans le nouvel ordre mondial
- 12.2.2. L'influence de la culture sur le commerce international
- 12.2.3. Sélection des marchés et des pays
- 12.2.4. Délocalisation et Offshoring

### 12.3. Stratégies d'internationalisation

- 12.3.1. Raisons et exigences de l'entrée sur les marchés étrangers
- 12.3.2. Les alliances stratégiques dans le processus d'expansion internationale
- 12.3.3. Les moyens de pénétrer de nouveaux marchés internationaux

### 12.4. Décisions d'internationalisation

- 12.4.1. Études de marché et prise de décision
- 12.4.2. Choix du lieu et du mode d'exploitation
- 12.4.3. Choix de la forme juridique appropriée

### 12.5. Les étapes du processus d'internationalisation

- 12.5.1. Analyse de la demande internationale
- 12.5.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
- 12.5.3. Planification de l'internationalisation
- 12.5.4. Les étapes de l'exportation

### 12.6. L'internationalisation en fonction du type d'entreprise

- 12.6.1. Entreprises de produits et de services
- 12.6.2. Entreprises internationalisées et entreprises multinationales
- 12.6.3. Les PME et leur modèle d'internationalisation

### 12.7. Obstacles à l'internationalisation

- 12.7.1. Restrictions légales
- 12.7.2. Obstacles logistiques, financiers et commerciaux
- 12.7.3. Obstacles à l'investissement direct

### 12.8. Cross-cultural management

- 12.8.1. Dimension culturelle du management international
- 12.8.2. La mondialisation dans la gestion des entreprises
- 12.8.3. Leadership interculturel

### 12.9. La diversité internationale et la performance

### 12.10. Diversité des produits et des marchés

## Module 13. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

### 13.1. Mondialisation et Gouvernance

- 13.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'Entreprise
- 13.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 13.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

### 13.2. Éthique des affaires

- 13.2.1. Éthique et Morale
- 13.2.2. Éthique des Affaires
- 13.2.3. Leadership et éthique dans les affaires

### 13.3. Durabilité

- 13.3.1. Durabilité et développement durable
- 13.3.2. Agenda 2030
- 13.3.3. Entreprises durables

### 13.4. Responsabilité Sociale des entreprises

- 13.4.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 13.4.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 13.4.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

### 13.5. Systèmes et outils de Gestion responsables

- 13.5.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
- 13.5.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 13.5.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 13.5.4. Outils et normes en matière de RSE

### 13.6. Multinationales et Droits de l'homme

- 13.6.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 13.6.2. Entreprises multinationales et droit international
- 13.6.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme

### 13.7. Environnement juridique et Corporate Governance

- 13.7.1. Importation et exportation
- 13.7.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 13.7.3. Droit international du travail 14.1. La Direction Stratégique des personnes

## Module 14. Gestion des personnes et des talents

### 14.1. La Direction Stratégique des personnes

- 14.1.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
- 14.1.2. La direction stratégique des personnes

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

- 14.2.1. Analyse du potentiel
- 14.2.2. Politique de rémunération
- 14.2.3. Plans de carrière/succession

### 14.3. Évaluation et gestion des performances

- 14.3.1. Gestion des performances
- 14.3.2. Gestion des performances : objectifs et processus

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

- 14.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
- 14.4.2. Identification, formation et développement des talents
- 14.4.3. Fidélisation et rétention
- 14.4.4. Proactivité et innovation

### 14.5. Motivation

- 14.5.1. La nature de la motivation
- 14.5.2. La théorie de l'espérance
- 14.5.3. Théories des besoins
- 14.5.4. Motivation et compensation économique

### 14.6. Développer des équipes performantes

- 14.6.1. Équipes performantes : équipes autogérées
- 14.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

### 14.7. La communication managériale

- 14.7.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
- 14.7.2. Département de communication
- 14.7.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

### 14.8. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

- 14.8.1. Productivité
- 14.8.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

**Module 15. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique**

**15.1. Gestion commerciale**

- 15.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
- 15.1.2. Stratégie et planification commerciales
- 15.1.3. Le rôle des responsables commerciaux

**15.2. Marketing**

- 15.2.1. Concept de Marketing
- 15.2.2. Éléments de base du marketing
- 15.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise

**15.3. Gestion Stratégique du Marketing**

- 15.3.1. Concept de Marketing stratégique
- 15.3.2. Concept de planification stratégique du marketing
- 15.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du marketing

**15.4. Marketing digital et e-commerce**

- 15.4.1. Objectifs du Marketing numérique et du commerce électronique
- 15.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
- 15.4.3. Commerce électronique Contexte général
- 15.4.4. Catégories de commerce électronique
- 15.4.5. Avantages et inconvénients d'E-commerce par rapport au commerce traditionnel

**15.5. Marketing digital pour renforcer la marque**

- 15.5.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
- 15.5.2. Branded Content & Storytelling

**15.6. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients**

- 15.6.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 15.6.2. Visitor Relationship Management
- 15.6.3. Hyper-segmentation

**15.7. Gestion des campagnes numériques**

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

**15.8. Stratégie de vente**

- 15.8.1. Stratégie de vente
- 15.8.2. Méthodes de vente

**15.9. Communication d'Entreprise**

- 15.9.1 Concept
- 15.9.2 Importance de la communication dans l'organisation
- 15.9.3 Type de communication dans l'organisation
- 15.9.4 Fonctions de la communication dans l'organisation
- 15.9.5 Éléments de la communication
- 15.9.6 Problèmes de communication
- 15.9.7 Scénarios de communication

**15.10. Communication et réputation digitale**

- 15.10.1. Réputation en ligne
- 15.10.2. Comment mesurer la réputation numérique?
- 15.10.3. Outils de réputation en ligne
- 15.10.4. Rapport sur la réputation en ligne
- 15.10.5. Branding online

**Module 16. Management Exécutif**

**16.1. General Management**

- 16.1.1. Concept General Management
- 16.1.2. L'action du Directeur Général
- 16.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 16.1.4. Transformation du travail de la Direction

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

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

**16.3. Direction des opérations**

- 16.3.1. Importance de la gestion
- 16.3.2. La chaîne de valeur
- 16.3.3. Gestion de qualité

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

- 16.4.1. Communication interpersonnelle
- 16.4.2. Outils de communication interpersonnelle
- 16.4.3. La communication dans l'organisation
- 16.4.4. Outils dans l'organisation

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

- 16.5.1. Crise
- 16.5.2. Phases de la crise
- 16.5.3. Messages : contenu et calendrier

**16.6. Préparer un plan de crise**

- 16.6.1. Analyse des problèmes potentiels
- 16.6.2. Planification
- 16.6.3. Adéquation du personnel

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.



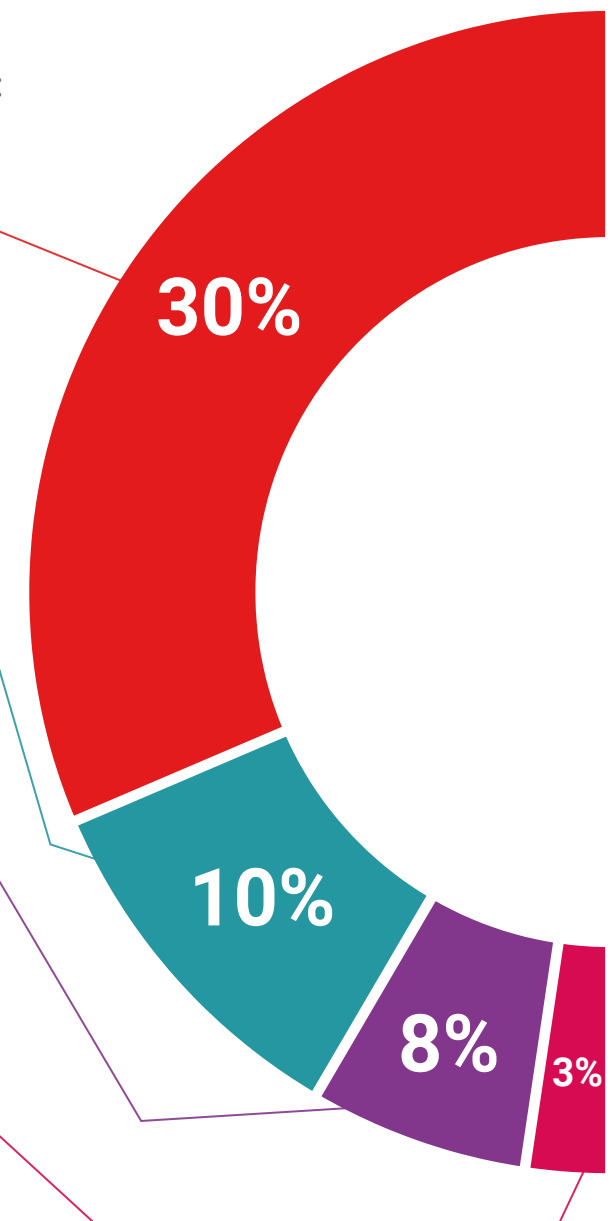
### Stages en compétences de gestion

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 International est un programme destiné aux professionnels du commerce international qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances, découvrir de nouvelles façons de gérer et de diriger leur entreprise, et faire progresser leur carrière professionnelle. La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





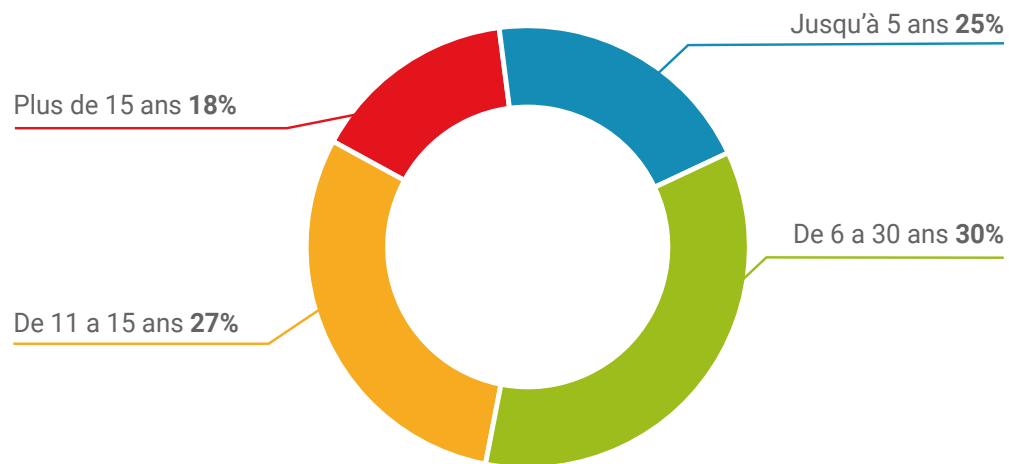
“

*Nos étudiants sont des professionnels expérimentés à la recherche d'un meilleur emploi"*

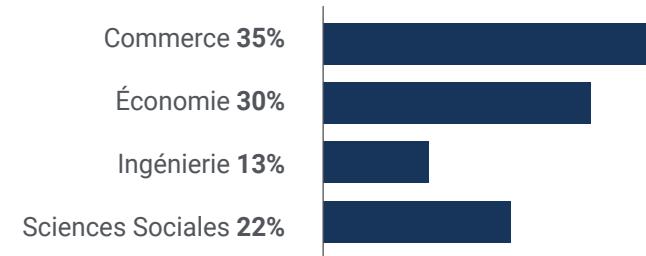
## Âge moyen

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

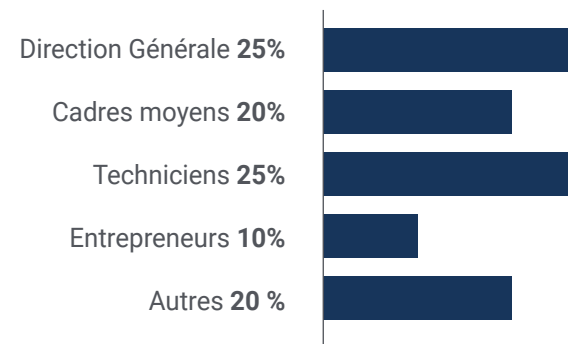
## Années d'expérience



## Formation

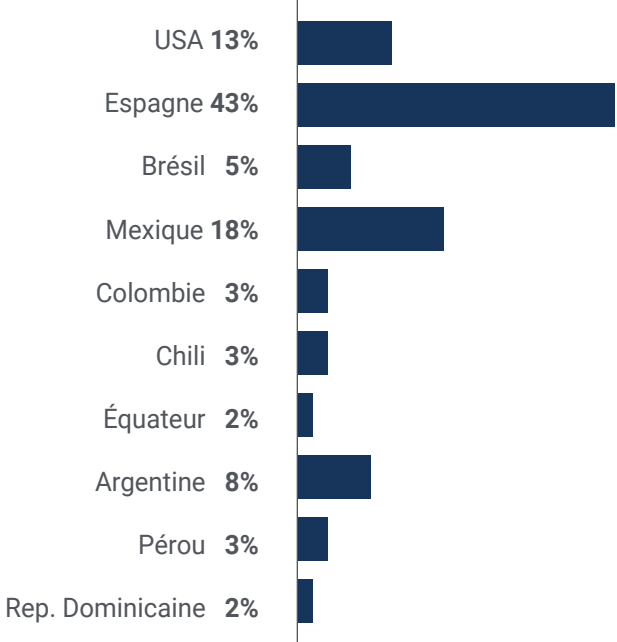


## Profil Académique





### Distribution géographique



## Héctor Albereda

Directeur commercial USA et Asie

*"Le commerce international exige une large spécialisation et une connaissance de la finance et des marchés mondialisés. Il est donc essentiel d'actualiser vos connaissances, car vous travaillez dans des environnements hautement compétitifs et en constante évolution. Heureusement, j'ai trouvé chez TECH ce programme que je recommande à tous ceux qui souhaitent se spécialiser dans ce domaine"*

09

# Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. L'objectif ultime de ce grand effort devrait être de parvenir à une croissance professionnelle et, avec ce Executive Mastère, vous avez de grandes chances d'y parvenir. Ne manquez donc pas l'opportunité offerte par TECH de vous spécialiser avec la meilleure équipe dans ce domaine à forte demande professionnelle.





“

*Notre objectif est d'apporter un changement positif dans votre parcours professionnel et nous nous engageons pleinement à vous aider à y parvenir".*

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

Le MBA International de TECH est un programme intense qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions dans le domaine des affaires, au niveau international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

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

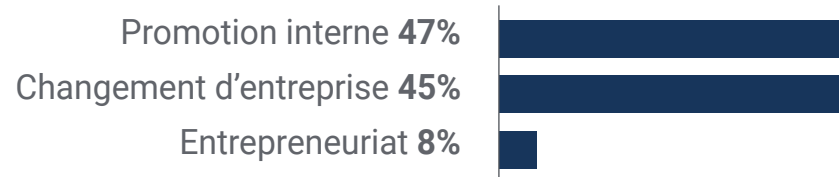
*Gérez avec succès  
les affaires  
internationales et  
atteignez les objectifs  
de votre entreprise.*

*Réalisez le changement  
professionnel que vous  
méritez en suivant ce  
programme complet.*

### Le moment du changement



### Type de changement



## Amélioration du salaire

---

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



10

# Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA International permet d'élever le talent de l'organisation à son plein potentiel en spécialisant les hauts dirigeants. Par conséquent, la participation à ce programme académique est une occasion unique d'acquérir les compétences nécessaires pour développement dans l'encadrement supérieur, mais aussi de construire un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

*Après avoir étudié à TECH, vous serez en mesure d'apporter à l'entreprise une nouvelle vision de l'activité avec laquelle vous pourrez apporter des changements pertinents à l'organisation".*

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

01

### Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

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

---

02

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

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

03

### Former des agents du changement

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

---

04

### Des possibilités accrues d'expansion internationale

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



05

### Développement de projets propres

Vous le directe pourra travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou du développement commercial de votre entreprise.

---

06

### Augmentation de la compétitivité

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



11

# Diplôme

Le MBA International vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès et recevez votre Executive Mastère sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie”*

Ce **Mastère Spécialisé en MBA International** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

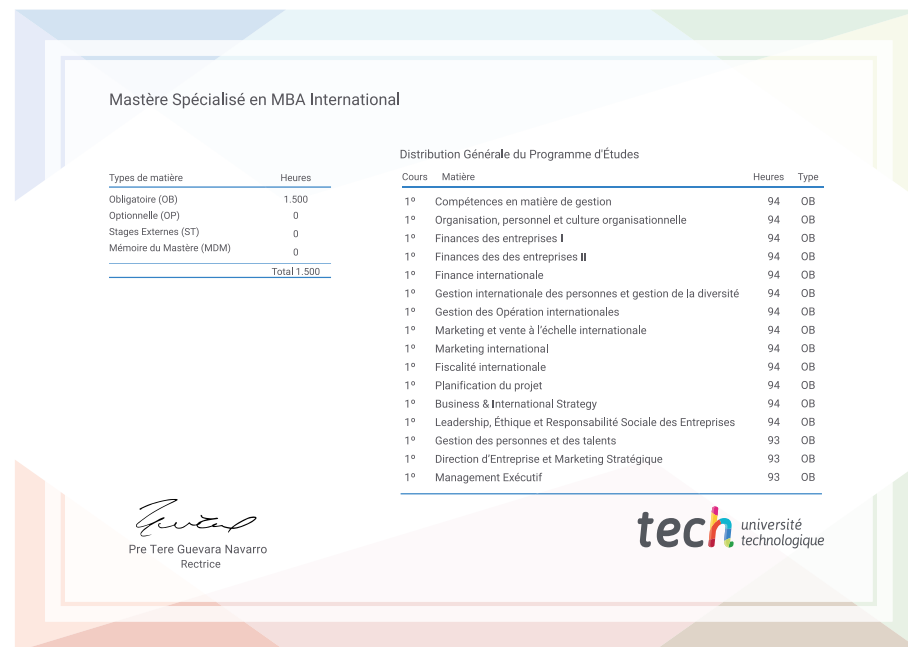
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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 International**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



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



## Executive Mastère MBA International

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

# Executive Mastère MBA International