

Executive Mastère

MBA en Transformation Numérique
(CDO, Chief Digital Officer)

M B A T N C D O



Executive Mastère MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer)

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

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-transformation-numerique-cdo-chief-digital-officer

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 40

08

Profil de nos étudiants

page 48

09

Direction de la formation

page 52

10

Impact sur votre carrière

page 72

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 76

11

Diplôme

page 80

01 Présentation

L'émergence constante de nouvelles technologies et les avancées significatives qui se produisent chaque année, notamment dans le domaine informatique, obligent les entreprises à se plonger dans un processus de renouvellement continu. C'est là que se distingue la figure du CDO, Chief Digital Officer qui doit conduire cette Transformation Numérique afin de rechercher le plus grand bénéfice pour son organisation. Pour ce faire, il doit maîtriser les processus de Gestion d'entreprise, les techniques d'analyse, la communication numérique ou Internet of Things, entre autres. Ce programme approfondit précisément toutes les compétences que le CDO doit développer pour réussir sa carrière, en offrant un format 100% en ligne avec lequel vous pouvez améliorer vos attentes professionnelles et économiques sans devoir sacrifier vos responsabilités professionnelles ou personnelles. En outre, 10 *Masterclasses* complètes sont données par une référence internationale en tant que Directeur Invité.



Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer)
TECH Université Technologique



“

Positionnez-vous en tant que leader hautement qualifié dans le domaine des affaires et de la technologie grâce à TECH et aux Masterclasses exclusives incluses dans ce programme 100% en ligne”

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

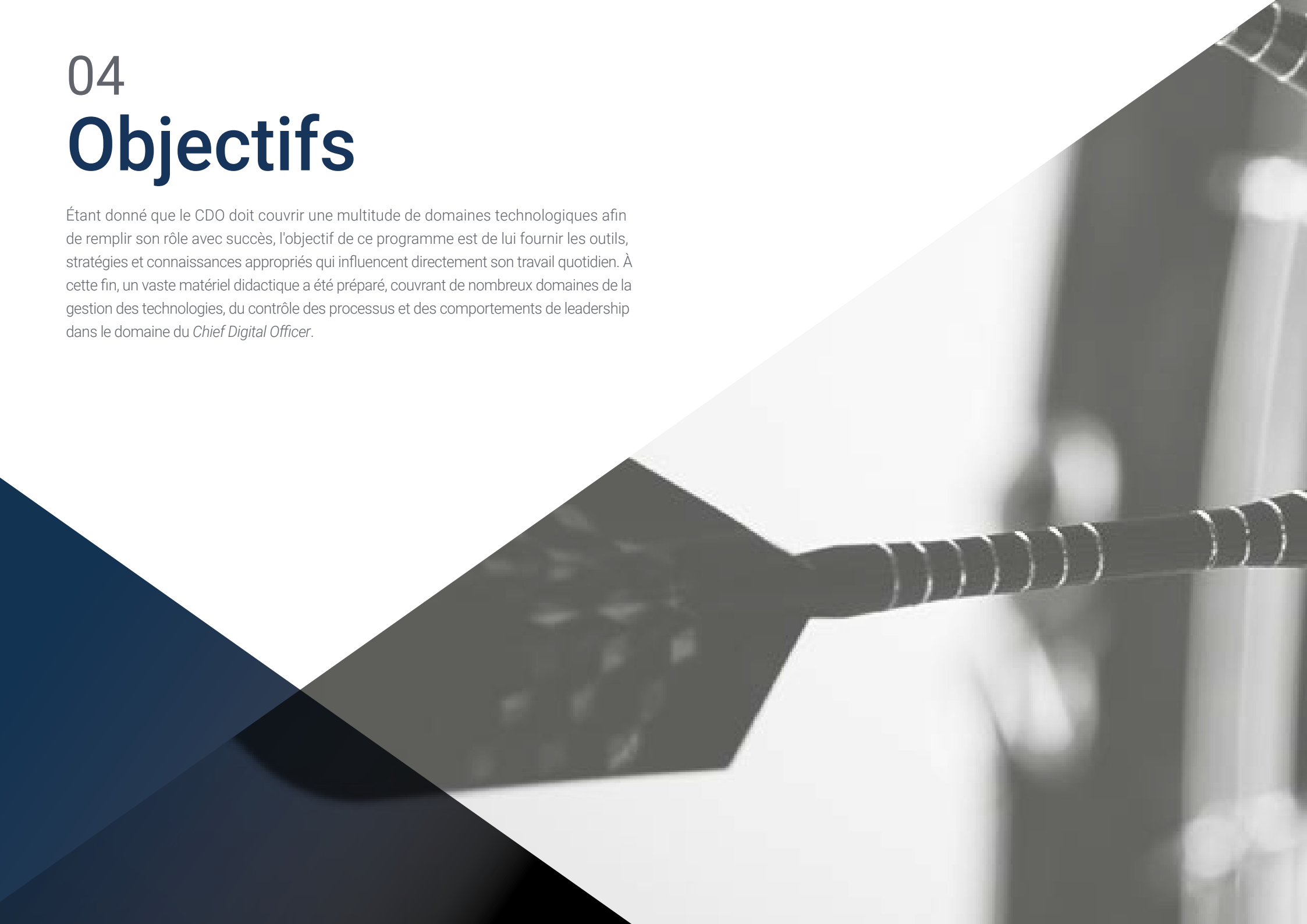
Vous ferez partie d'une communauté exclusive

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

Étant donné que le CDO doit couvrir une multitude de domaines technologiques afin de remplir son rôle avec succès, l'objectif de ce programme est de lui fournir les outils, stratégies et connaissances appropriés qui influencent directement son travail quotidien. À cette fin, un vaste matériel didactique a été préparé, couvrant de nombreux domaines de la gestion des technologies, du contrôle des processus et des comportements de leadership dans le domaine du *Chief Digital Officer*.



“

Vous aurez à votre disposition le meilleur matériel didactique, dans une classe virtuelle disponible 24 heures sur 24 afin que vous puissiez y accéder quand vous le souhaitez”

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

Le Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) vous formera pour:

01

Maîtriser les différentes solutions technologiques BPM et choisir celle qui convient le mieux à chaque organisation

02

Identifier les processus d'innovation qui permettent la création de nouveaux produits et services technologiques

03

Modéliser et concevoir des processus d'entreprise en utilisant la méthodologie BPM, en établissant des cartes de processus et de la documentation





04

Développer un cadre conceptuel pour l'analyse de la maturité numérique et les défis au niveau de la stratégie, des processus, de la technologie, de la culture et des personnes auxquels l'organisation est confrontée dans le nouveau paradigme numérique

05

Mettre en œuvre l'automatisation des processus et l'intégration avec les clients, les fournisseurs, les employés, les organisations, les documents, les systèmes et la technologie

06

Développez une vision stratégique qui vous permet de conduire les processus de changement de la gestion de l'innovation et de la transformation numérique

07

Maîtriser les différentes tendances technologiques en cours afin d'avoir une vision stratégique et globale pour les appliquer à vos projets

10

Connaître et réfléchir aux différentes tendances comportementales des utilisateurs, ainsi qu'à la nouvelle communication à laquelle toutes les entreprises devront faire face

08

Établir la stratégie numérique, en l'appréhendant avec une vision à 360°, appliquée à l'expérience client ainsi qu'à l'expérience interne de l'entreprise

11

Mettre en œuvre le *Business Process Management* en temps voulu et avec succès

09

Acquérir une vision stratégique et la capacité de définir un plan marketing, à travers une analyse exhaustive des outils à utiliser dans: les réseaux sociaux, *influencer Marketing*, *email Marketing*, positionnement SEO, *mobile Marketing* et ASO, campagne de *Paid*médias, marketing d'affiliation, publicité programmatique, programmes de fidélisation et actions *Co-Branding*

12

Créer des modèles de processus en tenant compte des types de notation les plus couramment utilisés, en connaissant leurs aspects pertinents, afin de choisir le bon type de modélisation pour chaque scénario



13

Concevoir le processus souhaité et évaluer ses performances, en formulant des indicateurs de gestion en fonction du niveau de l'organisation

05

Compétences

La Transformation Numérique exige des managers une série de compétences affinées non seulement dans le domaine technologique évident, mais aussi dans la gestion d'environnements en constante évolution, l'analyse des procédures commerciales ou l'optimisation et le contrôle de ces processus. C'est pourquoi les managers trouveront dans ce programme un contenu éminemment pratique, axé sur l'amélioration directe de leurs compétences avant même de le terminer, en étant capables d'incorporer les compétences les plus importantes du poste de CDO dans leur travail quotidien.





“

Vous ferez valoir votre travail, vos efforts et votre capacité de leadership grâce à l'amélioration des compétences et de la gestion numérique que vous acquerrez dans ce programme"

01

Comprendre l'impact de la transformation numérique sur les clients, les processus, les modèles d'entreprise, les talents humains et les outils de travail

02

Appliquer l'utilisation des nouveaux outils technologiques dans votre organisation

03

Acquérir une vision stratégique pour conduire les processus de changement de la gestion de l'innovation et de la transformation numérique

04

Créer une équipe de transformation numérique en comprenant quels secteurs de l'entreprise et quels profils doivent être impliqués

05

Analyser l'impact sur l'entreprise de l'utilisation des technologies actuelles



06

Conduire les changements qui transforment les processus organisationnels

08

Développer la vision stratégique et la capacité de définir un plan de marketing et les outils actuellement utilisés

09

Diriger et gérer le secteur du marketing numérique au niveau de l'entreprise

07

Analyser l'environnement numérique: répercussions, défis et opportunités, du point de vue du marketing

10

Maîtriser les avancées des nouveaux formats publicitaires, afin d'avoir les connaissances nécessaires pour miser sur eux dans votre stratégie future

11

Appliquer une stratégie numérique en voyant l'impact qu'elle a dans les différents secteurs aujourd'hui

12

Reconnaître si l'entreprise dispose des éléments nécessaires à la réussite de la mise en œuvre du projet BPM





13

Créer des modèles de processus d'affaires en tenant compte des types de notation les plus utilisés

06

Structure et contenu

En suivant la méthodologie pédagogique *Relearning*, tous les contenus de ce programme favorisent un enseignement naturel et efficace, qui ne nécessite pas un investissement d'énormes heures d'étude pour pouvoir être maîtrisé. Au contraire, les multiples ressources multimédia, les résumés vidéo et les cas simulés basés sur des exemples réels rendent l'expérience académique beaucoup plus enrichissante, permettant même d'accéder à un guide de référence d'une grande utilité dans la vie quotidienne du CDO le plus avancé.



“

Boostez définitivement votre parcours professionnel vers les plus hauts postes de responsabilité de la sphère numérique avec ce Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer)”

Plan d'études

Le MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) de TECH Université Technologique est un programme intensif qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine de la gestion intégrée des projets.

Le contenu est conçu pour favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Tout au long des 2 700 heures d'étude, les étudiants analysent une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, ce qui leur permettra d'apprendre de manière plus contextuelle, facilitant ainsi leur compréhension. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Executive Mastère traite en profondeur différents aspects de l'entreprise, il a pour but de spécialiser des cadres supérieurs dans les domaines de la gestion de projet d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour vous, axé sur le perfectionnement professionnel et qui vous prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la gestion et du management des entreprises. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de l'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 programme se déroule sur 12 mois et est divisé en 13 modules:

Module 1	L'environnement numérique dans les processus
Module 2	La transformation numérique dans les entreprises
Module 3	La nouvelle ère numérique: <i>Internet of Things (IoT)</i>
Module 4	La transformation numérique comme stratégie à 360°
Module 5	Les canaux de commercialisation à l'ère numérique
Module 6	Nouveaux comportements dans la transformation numérique des entreprises
Module 7	<i>Business Process Management (BPM)</i>
Module 8	Modélisation et analyse des processus
Module 9	Contrôle et optimisation des processus
Module 10	Leadership Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 11	Gestion des Personnes et des Talents
Module 12	<i>Gestion Économique et Financière</i>
Module 13	<i>Management Exécutif</i>



Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de la spécialisation, 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. L'environnement numérique dans les processus

1.1. Le monde Numérique 1.1.1. Tendances et opportunités 1.1.2. Transformation numérique: choix ou nécessité 1.1.3. L'impact de l'ère numérique sur les clients	1.2. Impact de la transformation numérique 1.2.1. Sur la communication interne et externe 1.2.2. Sur les Canaux de Vente et de Clientèle 1.2.3. Nouveaux Modèles commerciaux	1.3. Gestion des processus 1.3.1. Processus 1.3.2. Processus et cycle de Deming 1.3.3. Cartes de processus 1.3.3.1. Gestion stratégique 1.3.3.2. Chaîne opérationnelle ou de valeur 1.3.3.3. Soutien ou appui	1.4. Optimisation de la gestion des processus 1.4.1. L'approche fondée sur les processus 1.4.2. Phases de l'amélioration des processus 1.4.3. L'amélioration continue et l'organisation
1.5. Innovation en matière de processus 1.5.1. Design Thinking 1.5.2. Approche Agile 1.5.3. Lean Startup	1.6. La stratégie Numérique dans l'entreprise 1.6.1. Marketing digital et e-commerce 1.6.2. Intégrer le marketing traditionnel et numérique 1.6.3. Outils de marketing en ligne	1.7. Environnement organisationnel 1.7.1. Gestion du changement 1.7.2. Stratégie de gestion du changement 1.7.3. Mise en œuvre du changement organisationnel	1.8. Analyse et gestion des Données 1.8.1. Histoire, évolution et tendances de l'analyse du web 1.8.2. L'importance de l'analyse des données 1.8.3. Big Data et intelligence Économique 1.8.3.1. Big Data 1.8.3.2. Business Intelligence (BI)
1.9. Innovation et technologie 1.9.1. Entreprises innovantes 1.9.2. Facteurs de compétitivité. Créativité et innovation 1.9.3. Innovation et gestion des processus	1.10. Applications et exemples de réussite 1.10.1. Le chemin de la transformation numérique 1.10.2. Projeter la transformation numérique 1.10.3. Comment réussir la transformation numérique		

Module 2. La transformation numérique dans les entreprises

2.1. Transformation numérique et commerciale 2.1.1. Digitalisation vs. Transformation Numérique 2.1.2. Social Business Plateformes, Processus et Personnes 2.1.3. Modèles organisationnels	2.2. Entreprise intelligente ou Entreprise 4.0 2.2.1. Différence entre Smart Company, Digital Company et Tradicional Company 2.2.2. Les clés du management dans les entreprises natives du numérique 2.2.3. Conception, fabrication, logistique et distribution de l'entreprise 4.0	2.3. Transformation numérique 2.3.1. Les défis de la Transformation Numérique 2.3.2. Les avantages de la Transformation Numérique 2.3.3. Obstacles à la Transformation Numérique	2.4. Typologies de la transformation numérique 2.4.1. Transformation numérique par type d'entreprise 2.4.2. Transformation numérique par modèle d'entreprise 2.4.3. La transformation numérique par profil d'utilisateur
2.5. Profils menant la Transformation Numérique par domaine 2.5.1. Technologie 2.5.2. Marketing et Growth 2.5.3. Ressources Humaines 2.5.4. Direction	2.6. Planification Stratégique IT/IS 2.6.1. Le plan IT/IS 2.6.2. Structure d'un plan IT/IS 2.6.3. Phases d'un plan IT/IS	2.7. Gestion de projet des systèmes d'information 2.7.1. Exigences fonctionnelles et non fonctionnelles 2.7.2. Typologies des systèmes d'information 2.7.3. Modèle entité-relation	2.8. Différences entre les méthodologies 2.8.1. Différences entre Design Thinking, Lean Startup, Agile, Growth Hacking 2.8.2. Approfondir la méthodologie du Growth Hacking 2.8.3. Autres méthodologies: Design Sprint, Kanban et Six Sigma

2.9. Compétences numériques

- 2.9.1. Vision stratégique, communicative et agile
- 2.9.2. Analyse des données
- 2.9.3. Gestion de la créativité
- 2.9.4. Sécurité

2.10. Implications de la Transformation Numérique

- 2.10.1. Numérisation de la société
- 2.10.2. La fracture numérique
- 2.10.3. Travail flexible, travail ciblé et télétravail

Module 3. La nouvelle ère numérique: Internet of Things (IoT)

3.1. Internet Of Things

- 3.1.1. Analyse de l'Internet Of Things
- 3.1.2. Portée et évolution
- 3.1.3. Implications de la transformation pour les entreprises

3.2. Big Data

- 3.2.1. Big Data et Small Data
- 3.2.2. Les 4 V du Big Data
- 3.2.3. Analytique Prédictive
- 3.2.4. Approche Data Driven

3.3. Productivité dans le nuage

- 3.3.1. Caractéristiques
- 3.3.2. Modèles de déploiement
- 3.3.3. Couches

3.4. Technologie Blockchain

- 3.4.1. Blockchain
- 3.4.2. Avantages de la Blockchain
- 3.4.3. Applications de la Blockchain dans le monde des affaires

3.5. Intelligence artificielle (IA)

- 3.5.1. Intelligence Artificielle
- 3.5.2. Types d'intelligence artificielle
- 3.5.3. Applications de l'intelligence artificielle
- 3.5.4. Machine Learning vs. Intelligence Artificielle

3.6. La Réalité Étendue (RX)

- 3.6.1. Réalité Étendue
- 3.6.2. Réalité virtuelle (VR)
- 3.6.3. Réalité Augmentée (RA)
- 3.6.4. Réalité Mixte (MR)

3.7. Les humains augmentés ou l'humain 2.0

- 3.7.1. Human enhancement technologies (HET)
- 3.7.2. Biohacking
- 3.7.3. Accelerated learning

3.8. Impression 3D

- 3.8.1. Évolution et portée de l'impression 3D
- 3.8.2. Types d'impression 3D
- 3.8.3. Applications de l'impression 3D

3.9. Services Basés sur la Localisation (LBS)

- 3.9.1. Bluetooth Low Energy (BLE): Balises
- 3.9.2. Localisation GPS
- 3.9.3. Emplacement sans fil: Geofencing et Géolocalisation (RFID et NFC, codes-barres, scanners QR)

3.10. Technologie 5G

- 3.10.1. Connectivité
- 3.10.2. Avantages de la 5G
- 3.10.3. Applications

Module 4. La transformation numérique comme stratégie à 360°

4.1. Stratégie 360

- 4.1.1. Brand Awareness
- 4.1.2. Content mapping et customer journey
- 4.1.3. Stratégie Always On

4.2. Rebranding

- 4.2.1. Rebranding
- 4.2.2. Quand appliquer une stratégie de Rebranding?
- 4.2.3. Comment appliquer une stratégie de Rebranding?

4.3. HR Marketing

- 4.3.1. Recruitment Marketing
- 4.3.2. Les phases du marketing RH
- 4.3.3. Stratégie de communication: interne et externe

4.4. Marketing relationnel

- 4.4.1. Marketing Relationnel
- 4.4.2. Inbound Marketing
- 4.4.3. Outils

4.5. Communautés et écosystèmes d'innovation

- 4.5.1. Écosystèmes d'innovation
- 4.5.2. Types de profils
- 4.5.3. Les clés pour avoir une communauté interne et externe

4.6. Social Selling

- 4.6.1. Social Selling
- 4.6.2. Comment mettre en œuvre une stratégie de Social Selling?
- 4.6.3. Applications basées sur la vente sociale

4.7. Marketing expérimental

- 4.7.1. Marketing Expérientiel
- 4.7.2. Objectifs d'une campagne de Marketing Expérientiel
- 4.7.3. Utilisation de la technologie dans le Marketing Expérientiel

4.8. Branded content et publicité native

- 4.8.1. Branded content et Debranding
- 4.8.2. Content marketing vs. Brand journalism
- 4.8.3. Publicité native

4.9. Real Time Marketing

- 4.9.1. Real Time Marketing
- 4.9.2. Préparation d'une campagne de Real Time Marketing
- 4.9.3. La personnalisation comme concept clé
- 4.9.4. Responsabilité sociale des entreprises

4.10. Les indicateurs clés de performance (ICP) à l'ère du numérique

- 4.10.1. Indicateurs organisationnels
- 4.10.2. Indicateurs d'innovation
- 4.10.3. Indicateurs de marketing

Module 5. Les canaux de commercialisation à l'ère numérique

5.1. Les réseaux sociaux

- 5.1.1. Relationnel
- 5.1.2. Divertissement
- 5.1.3. Professionnel
- 5.1.4. Niche

5.2. Influencer Marketing

- 5.2.1. Classification des influenceurs
- 5.2.2. Concevoir des campagnes avec des influenceurs
- 5.2.3. Types de campagnes d'influence

5.3. E-mail marketing

- 5.3.1. Objectifs du E-mail Marketing
- 5.3.2. Facteurs clés du E-mail Marketing
- 5.3.3. E-mail automation

5.4. Site web et SEO

- 5.4.1. Site web
- 5.4.2. SEO OnPage
- 5.4.3. SEO Off Page

5.5. Applications mobiles et ASO

- 5.5.1. Types d'applications
- 5.5.2. Concepts clés
- 5.5.3. Positionnement ASO

5.6. Campagnes payantes

- 5.6.1. Stratégie paid-media
- 5.6.2. Google ADS
- 5.6.3. Facebook ADS

5.7. Marketing d'affiliation

- 5.7.1. Analyse du marketing d'affiliation
- 5.7.2. Types de marketing d'affiliation
- 5.7.3. Aspects clés

5.8. Publicité programmée

- 5.8.1. Publicité programmée
- 5.8.2. Les acteurs clés
- 5.8.3. Avantages de la publicité programmatique
- 5.8.4. Real time Bidding (RTB)

5.9. Programmes de fidélisation

- 5.9.1. Programme de fidélisation
- 5.9.2. Importance de la gamification
- 5.9.3. Types de programmes de fidélité

5.10. Co-Branding

- 5.10.1. Campagne Cobranding
- 5.10.2. Types de Cobranding
- 5.10.3. Cobranding vs. Comarketing

Module 6. Nouveaux comportements dans la transformation numérique des entreprises**6.1. Adoption de nouveaux comportements**

- 6.1.1. Social distancing
- 6.1.2. A-commerce
- 6.1.3. Mentor to Protége (M2P)

6.2. Tendances en matière de communication

- 6.2.1. Marketing inclusif et social
- 6.2.2. Écologie et proximité
- 6.2.3. Humanisation
- 6.2.4. Différenciation

6.3. Évolution du contenu

- 6.3.1. Évolution du Fast Content
- 6.3.2. Contenu immédiat
- 6.3.3. Du Storytelling al Storydoing
- 6.3.4. Lessor des contenus premium

6.4. L'évolution de la recherche

- 6.4.1. Intention de recherche
- 6.4.2. Marketing vocal
- 6.4.3. Visual Search
- 6.4.4. Recherche interactive

6.5. Évolution des médias

- 6.5.1. Publicité numérique OOH
- 6.5.2. Télévision connectée et vidéo Over-the-top (OTT)
- 6.5.3. Podcasting et audio en ligne
- 6.5.4. Streaming

6.6. Customer Centric

- 6.6.1. Customer Centric vs. Customer Experience vs. Product centric
- 6.6.2. User Generated Content
- 6.6.3. Share of voice
- 6.6.4. Personnalisation

6.7. L'évolution du Ecommerce

- 6.7.1. Développements et perspectives
- 6.7.2. Types de systèmes
- 6.7.3. Types de ecommerce

6.8. Économie comportementale

- 6.8.1. Économie comportementale
- 6.8.2. Types de biais et Nudges
- 6.8.3. CRO
- 6.8.4. UX vs. UI

6.9. Transformation Numérique Physique + Numérique

- 6.9.1. L'ère de la numérisation
- 6.9.2. Social, Location y Mobile (SoLoMo)
- 6.9.3. Évolution des Modes de Paiement
- 6.9.4. De nouveaux défis pour le Retail

6.10. Développements sectoriels dans l'environnement numérique

- 6.10.1. Tourisme
- 6.10.2. Mobilité
- 6.10.3. Santé

Module 7. Business Process Management (BPM)

7.1. L'architecture d'entreprise

- 7.1.1. Vision holistique de l'architecture d'entreprise
- 7.1.2. Chaîne de valeur
- 7.1.3. Architecture des processus

7.2. Diagnostic des BPM

- 7.2.1. Business Process Management
- 7.2.2. Les moteurs de l'entreprise
- 7.2.3. Éléments nécessaires à une mise en œuvre réussie
- 7.2.4. Cycle de maturité

7.3. Adaptabilité au contexte

- 7.3.1. Principes du BPM
- 7.3.2. Continuité
- 7.3.3. Développement des compétences
- 7.3.4. Holisme
- 7.3.5. Institutionnalisation
- 7.3.6. Participation des parties prenantes
- 7.3.7. Langue commune
- 7.3.8. Objectif
- 7.3.9. Simplicité
- 7.3.10. Adéquation de la technologie

7.4. Avantages de l' BPM

- 7.4.1. Commerciales
- 7.4.2. Clients
- 7.4.3. Gestion
- 7.4.4. Stakeholders
- 7.4.5. Mise en œuvre du BPM
 - 7.4.5.1. Business Process Improvement (BPI)
 - 7.4.5.2. Enterprise Process Management (EPM)
 - 7.4.5.3. Continuous Refinement (CR)

7.5. Application sectorielle du BPM

- 7.5.1. Institutions financières
- 7.5.2. Télécommunications
- 7.5.3. Santé
- 7.5.4. Assurance
- 7.5.5. Industrie manufacturière

7.6. Modèles de référence des processus

- 7.6.1. Modèle APQC
- 7.6.2. Modèle SCOR

7.7. Centre d'excellence des processus (COE)

- 7.7.1. Fonctions et avantages du COE
- 7.7.2. Étapes de la création d'un COE et modèle de gouvernance

7.8. Les étapes du succès du BPM

- 7.8.1. Découvrir et simplifier
- 7.8.2. Capturer et documenter
- 7.8.3. Publier et animer
- 7.8.4. Concevoir et améliorer
- 7.8.5. Simuler et optimiser
- 7.8.6. Générer et exécuter
- 7.8.7. Suivre et gérer

7.9. Les défis du Business Process Management

- 7.9.1. Risques en fonction de l'étape du processus
- 7.9.2. Stratégies pour surmonter le risque
- 7.9.3. Erreurs de mise en œuvre

7.10. Considérations pour le lancement d'un projet BPM

- 7.10.1. Choisir le bon point de départ
- 7.10.2. S'engager auprès des utilisateurs
- 7.10.3. Mesurer dès le départ

Module 8. Modélisation et analyse des processus**8.1. Modélisation des processus**

- 8.1.1. Objectifs de la modélisation des processus
- 8.1.2. Avantages de l'utilisation d'un modèle de notation standardisé
- 8.1.3. Considérations relatives à la sélection d'un modèle de notation

8.2. Business Process Modelling Notation (BPMN)

- 8.2.1. Composants de BPMN
- 8.2.2. Types de graphiques BPMN
- 8.2.3. Avantages du BPMN
- 8.2.4. Inconvénients de BPMN

8.3. Autres types de modélisation des processus

- 8.3.1. Swim Lanes
- 8.3.2. Flow Charting
- 8.3.3. Event Process Chain (EPC)
- 8.3.4. Unified Modeling Language (UML)
- 8.3.5. Integrated Definition Language (IDEF)
- 8.3.6. Value Stream Mapping

8.4. Approches de Modélisation des processus

- 8.4.1. Chaîne de valeur
- 8.4.2. Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)
- 8.4.3. System Dynamics

8.5. Niveaux de modélisation des processus

- 8.5.1. Perspective commerciale
- 8.5.2. Perspective commerciale
- 8.5.3. Perspective opérationnelle

8.6. Capture de l'information

- 8.6.1. Observation directe
- 8.6.2. Interviews
- 8.6.3. Enquêtes.
- 8.6.4. Ateliers structurés
- 8.6.5. Conférences en ligne

8.7. Logiciel de modélisation (BPMS)

- 8.7.1. AuraPortal
- 8.7.2. Bizagi Modeler
- 8.7.3. Trisotech
- 8.7.4. iGrafx
- 8.7.5. IBM Blueworks Live
- 8.7.6. OnBase by Hyland
- 8.7.7. Oracle BPM Suite
- 8.7.8. Signavio

8.8. Analyse des processus

- 8.8.1. Phase de mise en œuvre
- 8.8.2. Rôles dans l'analyse
- 8.8.3. Facteurs d'analyse des processus
- 8.8.4. Analyse économique
- 8.8.5. Arbre des causes et des effets
- 8.8.6. Analyse des risques
- 8.8.7. Analyse de la capacité des ressources
- 8.8.8. Analyse des talents humains

8.9. Considérations sur l'analyse des processus

- 8.9.1. Leadership au niveau de la direction
- 8.9.2. Maturité de la gestion des processus
- 8.9.3. Évitement de la résolution pendant l'analyse
- 8.9.4. Analyse efficace
- 8.9.5. Résistance potentielle
- 8.9.6. Omission de la culpabilité dans les non-conformités
- 8.9.7. Comprendre la culture organisationnelle
- 8.9.8. Orientation client
- 8.9.9. Disponibilité des ressources

8.10. Simulation de processus d'entreprise

- 8.10.1. Considérations techniques et politiques pour la simulation
- 8.10.2. La simulation des processus d'affaires étape par étape
- 8.10.3. Outils de simulation

Module 9. Contrôle et optimisation des processus

9.1. Conception du processus

- 9.1.1. Aspects fondamentaux de la conception des processus
- 9.1.2. Transition du "AS IS" au "TO BE"
- 9.1.3. Analyse économique du processus "TO BE"

9.2. Vers un contrôle de la performance des processus

- 9.2.1. Prise en compte du niveau de maturité du processus
- 9.2.2. Interprétations des performances
- 9.2.3. Aspects mesurables
- 9.2.4. Conception de la mesure de la performance

9.3. Mesure et contrôle de la performance des processus

- 9.3.1. Importance de la mesure des processus
- 9.3.2. Indicateurs de gestion des processus
- 9.3.3. Étapes de la création d'indicateurs de gestion

9.4. Méthodes de mesure et de suivi des performances

- 9.4.1. Cartographie de la chaîne de valeur (VSM)
- 9.4.2. Systèmes de comptabilité par activités
- 9.4.3. Contrôle statistique

9.5. Contrôle statistique des processus

- 9.5.1. Paramètres statistiques
- 9.5.2. Analyse de la variabilité
- 9.5.3. Cartes de contrôle
- 9.5.4. Plans d'échantillonnage

9.6. Processus d'extraction

- 9.6.1. État de l'art de l'extraction de processus
- 9.6.2. Méthodologie d'exploration des processus
- 9.6.3. Facteurs à prendre en compte pour la mise en œuvre

9.7. Intelligence des processus

- 9.7.1. Intelligence des processus
- 9.7.2. Outils BAM (Business Activity Monitoring)
- 9.7.3. Tableau de Bord (Dashboards)

9.8. Gestion du Changement

- 9.8.1. Résistance au changement
- 9.8.2. Gérer l'incertitude des talents humains
- 9.8.3. Processus de gestion du changement

9.9. Transformation organisationnelle

- 9.9.1. Au-delà de l'amélioration
- 9.9.2. Transformer l'organisation
- 9.9.3. Optimisation continue

9.10. Une nouvelle gestion des processus d'entreprise

- 9.10.1. Aspects d'une organisation orientée vers les processus
- 9.10.2. Évaluation de la maturité organisationnelle
- 9.10.3. Mise en œuvre du modèle de gouvernance
- 9.10.4. Conception de la feuille de route BPM

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

- 10.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'entreprise
- 10.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'entreprise dans les sociétés
- 10.1.3. Le rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

10.2. Leadership

- 10.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
- 10.2.2. Le Leadership dans l'entreprise
- 10.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion de l'entreprise

10.3. Cross Cultural Management

- 10.3.1. Concept de Cross Cultural Management
- 10.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
- 10.3.3. Gestion de la diversité

10.4. Développement de la gestion et le leadership

- 10.4.1. Concept de développement de la gestion
- 10.4.2. Le concept de leadership
- 10.4.3. Théories du leadership
- 10.4.4. Styles de leadership
- 10.4.5. L'intelligence dans le leadership
- 10.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui

10.5. Éthique des affaires

- 10.5.1. Éthique et Moralité
- 10.5.2. Éthique des Affaires
- 10.5.3. Leadership et éthique dans les Entreprises

10.6. Durabilité

- 10.6.1. Durabilité et Développement Durable
- 10.6.2. Agenda 2030
- 10.6.3. Entreprises durables

10.7. Responsabilité Sociale des entreprises

- 10.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 10.7.2. Implémentation de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 10.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

10.8. Systèmes et outils de Gestion responsable

- 10.8.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
- 10.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 10.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 10.8.4. Outils et normes du RSC

10.9. Multinationales et Droits de l'homme

- 10.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 10.9.2. Entreprises multinationales face au droit international
- 10.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans la législation sur les droits de l'homme

10.10. Environnement juridique et Corporate Governance

- 10.10.1. Importation et exportation
- 10.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 10.10.3. Droit international du travail

Module 11. Gestion des Personnes et des Talents

11.1. La direction Stratégique des personnes

- 11.1.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
- 11.1.2. La direction stratégique des personnes

11.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

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

11.3. Évaluation et gestion des performances

- 11.3.1. Gestion des performances
- 11.3.2. La gestion des performances: Objectifs et Processus

11.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

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

11.5. Motivation

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

11.6. Développer des équipes performantes

- 11.6.1. Équipes performantes: équipes autogérées
- 11.6.2. Méthodes de gestion des équipes autogérées haute performance

11.7. Gestion du changement

- 11.7.1. Gestion du changement
- 11.7.2. Les étapes du processus de gestion du changement
- 11.7.3. Les composantes de l'analyse dans la gestion du changement

11.8. Négociation et gestion des conflits

- 11.8.1. Négociation
- 11.8.2. Gestion de conflits
- 11.8.3. Gestion de Crise

11.9. La communication managériale

- 11.9.1. Communication internes et externes dans l'environnement des entreprises
- 11.9.2. Département de communication
- 11.9.3. Le Responsables de Communication dans l'Entreprise. Le profil du Dircom

11.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

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

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

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

12.2. Comptabilité de gestion

- 12.2.1. Concepts de base
- 12.2.2. Actif de l'entreprise
- 12.2.3. Passif de l'entreprise
- 12.2.4. Le Capitaux propres de l'entreprise
- 12.2.5. Compte de résultat

12.3. Systèmes d'information et business intelligence

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

12.4. Budget et Contrôle de Gestion

- 12.4.1. Le modèle budgétaire
- 12.4.2. Le budget d'investissement
- 12.4.3. Le budget de fonctionnement
- 12.4.5. Le budget de trésorerie
- 12.4.6. Le suivi budgétaire

12.5. Direction Financière

- 12.5.1. Les Décision financiers de l'entreprise
- 12.5.2. Département financier
- 12.5.3. Les excédents de trésorerie
- 12.5.4. Les risques liés à la gestion financière
- 12.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

12.6. Planification Financière

- 12.6.1. Planification financière
- 12.6.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 12.6.3. Créer et établir la stratégie de l'entreprise
- 12.6.4. Le tableau des flux de trésorerie
- 12.6.5. Le tableau des fonds de roulementLe tableau des fonds de roulement

12.7. Stratégie financière de l'entreprise

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

12.8. Financement Stratégique

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

12.9. Analyse et planification financières

- 12.9.1. Analyse du Bilan
- 12.9.2. Analyse du Compte de Résultat
- 12.9.3. Analyse de la Rentabilité

12.10. Analyses et résolution de cas/ problèmes

- 12.10.1. Informations financières sur Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 13. Management Exécutif**13.1. General Management**

- 13.1.1. Concept General Management
- 13.1.2. L'action du Manager General
- 13.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 13.1.4. Transformation du travail de la direction

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

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

13.3. Direction des opérations

- 13.3.1. Importance de la gestion
- 13.3.2. La chaîne de valeur
- 13.3.3. Gestion de qualité

13.4. Discours et formation de porte-parole

- 13.4.1. Communication interpersonnelle
- 13.4.2. Compétences communicatives et l'influence
- 13.4.3. Obstacles à la communication

13.5. Outils de communication personnels et organisationnels

- 13.5.1. Communication interpersonnelle
- 13.5.2. Outils de communication interpersonnelle
- 13.5.3. La communication dans l'organisation
- 13.5.4. Outils dans l'organisation

13.6. La communication en situation de crise

- 13.6.1. Crise
- 13.6.2. Phases de la crise
- 13.6.3. Messages: contenu et calendrier

13.7. Préparer un plan de crise

- 13.7.1. Analyse des problèmes potentiels
- 13.7.2. Planification
- 13.7.3. Adéquation du personnel

13.8. Intelligence émotionnelle

- 13.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 13.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 13.8.3. Estime de soi et Communication émotionnel

13.9. Branding Personnel

- 13.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 13.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 13.9.3. Outils de construction du Personal Branding

13.10. Leadership et gestion d'équipes

- 13.10.1. Leadership et styles de leadership
- 13.10.2. Capacités et défis du Leader
- 13.10.3. Processus de gestion du Changement
- 13.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

07

Méthodologie

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

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





“

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



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

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

“

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



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



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 Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) est un programme destiné aux professionnels du secteur de direction entrepreneurs qui souhaitent actualiser leurs connaissances, découvrir de nouvelles méthodes du 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.





“

Si vous recherchez une évolution de carrière professionnelle continuant à travailler, ce programme est fait pour vous”

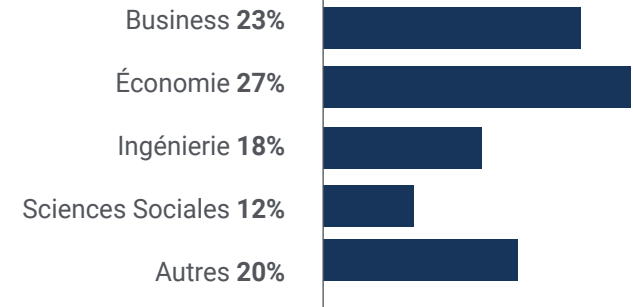
Âge moyen

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

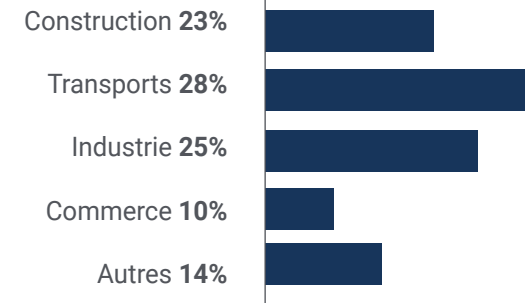
Années d'expérience



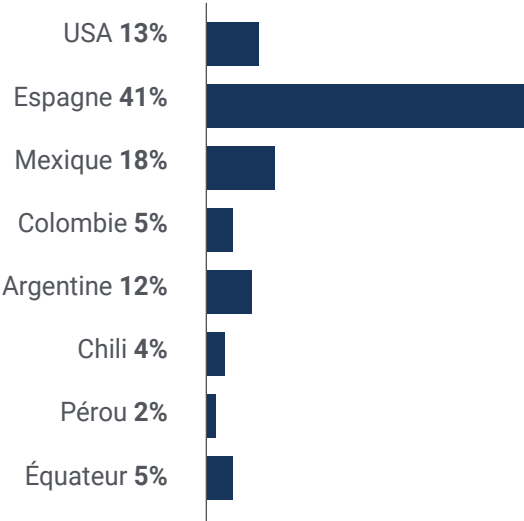
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Ricardo Rodio

Project Manager

"Je cherchais depuis longtemps un programme qui me permettrait d'entrer dans le monde du numérique de manière complète, en apprenant les principales avancées de ce domaine liées à la gestion des processus et des projets. Sans aucun doute, TECH m'a donné l'opportunité de compléter ma spécialisation dans ce domaine, en obtenant de grands avantages au niveau professionnel"

09

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan en gestion de projet, qui apportent leurs années d'expérience au programme. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Executive Mastère de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.



“

Un corps enseignant de haut niveau pour vous enseigner les clés que vous pourrez appliquer dans votre pratique quotidienne"

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

“

Saisissez l'occasion de vous informer sur les derniers progrès réalisés 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

“

Voulez-vous mettre à jour vos connaissances avec la plus haute qualité éducative? TECH vous offre le contenu le plus actuel du marché académique, conçu par d'authentiques experts de prestige international"

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 la TECH! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, implémenté par des spécialistes de renommée internationale dans le domaine"

Directeur invité international

Andrea La Sala est un cadre expérimenté en Marketing dont les projets ont eu un impact significatif sur l'environnement de la Mode. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux Produits, au Merchandising et à la Communication. Tout cela, lié à des marques prestigieuses telles que Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre autres.

Les résultats de ce manage de haut niveau international sont liés à sa capacité avérée à synthétiser les informations dans des cadres clairs et à exécuter des actions concrètes alignées sur des objectifs commerciaux spécifiques. En outre, il est reconnu pour sa proactivité et sa capacité à s'adapter à des rythmes de travail rapides. À tout cela, cet expert ajoute une forte conscience commerciale, une vision du marché et une véritable passion pour les produits.

En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de Marketing pour l'habillement et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des détaillants et des consommateurs. Dans ce cadre, La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que chef d'équipe dans les services de Design, de Communication et de Ventes.

D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à stimuler la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Parallèlement, il a été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également été chargé des conditions, des coûts, des processus et des délais de livraison pour les différentes opérations.

Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des dirigeants d'entreprise les plus qualifiés dans le secteur de la Mode et du Luxe. Une grande capacité managériale qui lui a permis de mettre en œuvre efficacement le positionnement positif de différentes marques et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



M. La Sala, Andrea

- ♦ Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising Armani Exchange chez Giorgio Armani, Milan, Italie
- ♦ Directeur du Merchandising chez Calvin Klein
- ♦ Chef de Marque chez Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager chez Dolce&Gabbana
- ♦ Brand Manager chez Sergio Tacchini S.p.A
- ♦ Analyste de Marché chez Fastweb
- ♦ Diplôme en Business and Economics à l'Université degli Studi du Piémont Oriental

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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



Étudiez dans la meilleure université en ligne du monde selon Forbes! Dans 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! Le corps enseignant du MBA vous guidera tout au long du processus d'apprentissage"

Directeur invité international

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

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

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

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



Dr Nyquist, Eric

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

“

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

Direction



M. Barrientos, Giancarlo

- ♦ Ingénieur en Systèmes d'Information
- ♦ Spécialisation en Génie Logiciel de U.S.A.L. à Buenos Aires, en Argentine. Il a commencé son expérience professionnelle en se concentrant sur différents marchés en Amérique latine et en Europe en tant qu'ingénieur logiciel pour Young & Rubicam Brands, Rocket Internet GmbH et Grupo Clarín
- ♦ Fondateur d'une entreprise technologique pour la transformation numérique du secteur des assurances en Argentine, de la logistique au Mexique et de l'immobilier en Colombie, qu'il vend à un groupe d'assurance
- ♦ IT Manager chez Assist-365



M. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ Ingénieur Technique Industriel par l'E.U.P. de Malaga
- ♦ Ingénieur Industriel par l'E.T.S.I.I. de Ciudad Real
- ♦ Délégué à la Protection des Données (DPD) de l'Université Antonio Nebrija
- ♦ Expert en gestion de projets, consultant en entreprise et mentor dans des organisations telles que Youth Business Spain ou COGITI de Ciudad Real
- ♦ PDG de la startup GoWork, orientée vers la gestion des compétences et le développement professionnel et l'expansion des entreprises par le biais d'hyperlabels
- ♦ Éditeur de contenus de formation technologique pour des entités publiques et privées
- ♦ Enseignant approuvé par l'E.OI dans les domaines de l'industrie, de l'entrepreneuriat, des ressources humaines, de l'énergie, des nouvelles technologies et de l'innovation technologique

Professeurs

Mme García Salvador, Laura

- ◆ Diplômé en Publicité et Relations Publiques, en Administration des Affaires et en Gestion
- ◆ Master en Marketing Numérique à l'ESIC (Espagne)
- ◆ Elle a commencé son expérience professionnelle dans l'agence de publicité CONTRAPUNTO BBDO, Créateur de: Adopte un Grand-Parent (ONG) et Ruralka Hoteles (Club de qualité des hôtels de charme)

M. Goenaga Peña, Andrés

- ◆ Avocat et écrivain
- ◆ Master en Propriété Industrielle, droit d'auteur et nouvelles technologies de l'Université Externado de Colombia
- ◆ Expérience en matière de conseil sur les questions liées aux politiques de confidentialité et au traitement des données personnelles, aux plateformes numériques, aux processus de licence de logiciels et au transfert de technologie, à l'analyse des données et du contenu numérique

Mme Garrido, Stephanie

- ◆ Ingénieure Industrielle
- ◆ Diplôme de troisième cycle en coaching, PNL et leadership d'équipe, logistique et gestion de processus de l'European Business School de Barcelone
- ◆ Expérience dans la coordination des opérations et des processus logistiques
- ◆ Participation en tant que leader à la gestion de projets d'optimisation des processus dans le secteur de la santé et de la sécurité au travail. Également, dans le développement de systèmes d'information pour automatiser la performance de la sécurité des véhicules et des opérations logistiques

Mme Gómez, María Daniela

- ◆ Ingénieure industrielle de l'Université del Norte
- ◆ Diplôme de Formation Pédagogique
- ◆ Expérience dans le secteur de la production et de l'éducation
- ◆ Expérience de l'enseignement, ainsi que de la conception de projets et de l'optimisation des processus par la gestion d'indicateurs de gestion
- ◆ Leader dans la mise en œuvre d'outils technologiques pour améliorer la performance des services aux utilisateurs



Saisissez l'occasion de vous informer sur les derniers progrès réalisés 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. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle. C'est pourquoi tous les efforts et les outils sont mis à leur disposition pour les aider à acquérir les compétences et les capacités nécessaires pour réaliser ce changement.



“

Nous nous engageons pleinement à vous aider à réaliser le changement professionnel que vous souhaitez”

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

Le Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) de TECH Université Technologique est un programme intense qui prépare à vous préparer des défis et à prendre des décisions commerciales pour la transformation numérique. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

Si vous voulez vous surpasser vous-même, obtenir un changement positif au niveau professionnel et se connecter avec les meilleurs, c'est votre programme.

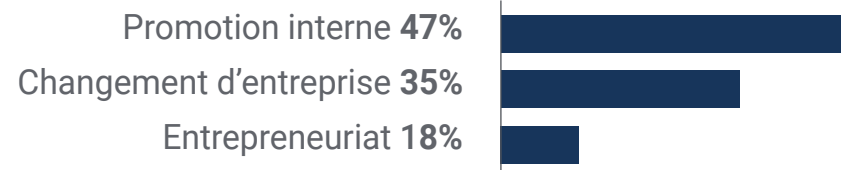
*Une occasion unique
d'améliorer vos
perspectives de carrière.*

*Réalisez le changement
professionnel que vous
souhaitez après avoir
suivi ce programme de
spécialisation.*

Heure du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) contribue à élever le talent de l'organisation à son potentiel maximal 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 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.





“

À l'issue de ce programme vous serez en mesure d'apporter à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements pertinentes dans 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 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.



11 Diplôme

Le Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer) garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer)** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

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

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

Diplôme: **Executive Mastère en MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer)**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



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



Executive Mastère

MBA en Transformation Numérique (CDO, Chief Digital Officer)

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

Executive Mastère

MBA en Transformation Numérique
(CDO, Chief Digital Officer)

