

Mastère Avancé

Direction Générale des Industries Créatives

M A D G I C





Mastère Avancé Direction Générale des Industries Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-direction-generale-industries-creatives

Sommaire

01

Accueil

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 56

11

Bénéfices pour votre
entreprise

page 60

12

Diplôme

page 64

01 Accueil

Les entreprises créatives sont de plus en plus nombreuses sur le marché. De nouvelles méthodes de travail, de nouvelles stratégies et même de nouveaux outils technologiques marquent l'avenir des professions qui s'appuient sur l'innovation et la créativité pour atteindre un public spécialisé et averti, qui sait ce qu'il veut et le recherche dans un environnement physique ou numérisé. Pour cette raison, la spécialisation des cadres traditionnels dans ce domaine sera essentielle pour ouvrir leurs perspectives d'emploi et trouver un nouvel environnement de travail. Ainsi, il est essentiel qu'ils maîtrisent tous les domaines traditionnels de l'entreprise: finance, comptabilité, communication, ressources humaines, etc., mais qu'ils sachent les appliquer à des environnements créatifs et, surtout, qu'ils soient au fait de la puissance offerte par les nouvelles technologies et les médias sociaux, indispensables pour atteindre le public aujourd'hui. Grâce à ce programme TECH, les professionnels trouveront un cursus innovant, complet et rigoureux pour acquérir la formation qui leur sera indispensable dans leur pratique professionnelle.



Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives
TECH Université Technologique

“

Rejoignez la communauté éducative de TECH et se spécialisent dans la gestion supérieure dans les industries créatives. Vous constaterez une évolution professionnelle qui vous aidera à pour devenir un manager de haut niveau”

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 des "case studies" de Harvard Business School. Tradition et avant-garde dans un équilibre difficile, et 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 de la prestigieuse université d'Harvard ”

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

Les industries créatives ont le vent en poupe sur le marché. Nombre de ces entreprises innovantes ont trouvé dans le réseau une opportunité de développement et, par conséquent, les professionnels travaillant dans ce domaine doivent posséder certaines compétences. L'objectif de ce programme est de fournir aux managers la formation nécessaire pour évoluer avec succès dans ces environnements complexes et instables, en assurant le développement efficace de leurs entreprises.



“

*Si votre objectif est de réussir votre
carrière dans des entreprises créatives,
ce programme est fait pour vous"*

Nous partageons les mêmes objectifs.

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

Le **Mastère Avancé en Direction Générale de Industries Créatives** formera les étudiants à:

01

Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs

04

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable

02

Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité



03

Suivez les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'affaires

05

Créer des stratégies d'entreprise qui définissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs

06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

08

Comprendre la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, en obtenant une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéfices de l'entreprise



07

Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale

09

Comprendre l'environnement économique dans lequel l'entreprise opère et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements

10

Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin de développer une gestion adéquate de celles-ci

11

Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: conception, plan de faisabilité, exécution, suivi, etc.

14

Intégrer ses propres connaissances à celles des autres, en portant des jugements éclairés et en raisonnant sur la base des informations disponibles dans chaque cas

12

Comprendre comment la créativité et l'innovation sont devenues les moteurs de l'économie



13

Résoudre des problèmes dans des environnements nouveaux et dans des contextes interdisciplinaires dans le domaine de la gestion de la créativité

15

Savoir gérer le processus de création et de mise en œuvre d'idées nouvelles sur un sujet donné

16

Acquérir des connaissances spécifiques pour la gestion des entreprises et des organisations dans le nouveau contexte des industries créatives

18

Aider les étudiants à acquérir les compétences nécessaires pour développer et faire évoluer leur profil professionnel dans des environnements commerciaux et entrepreneuriaux

19

Obtenir des connaissances pour gérer les entreprises et les organisations dans le nouveau contexte des industries créatives

17

Posséder les outils nécessaires pour analyser les réalités économiques, sociales et culturelles dans lesquelles les industries créatives se développent et se transforment aujourd'hui

20

Utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication comme outils de formation et d'échange d'expériences dans le domaine d'étude



05

Compétences

TECH offre à ses étudiants la possibilité de suivre ce Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives afin qu'ils aient la possibilité d'apprendre, à travers un seul programme, les caractéristiques qui régissent ce type d'entreprise et les stratégies à suivre pour se démarquer de leurs concurrents. De cette manière, les managers développeront les compétences spécifiques pour réussir dans un secteur hautement compétitif, où les professionnels hautement expérimentés et qualifiés sont recherchés.



“

*Un programme de grande valeur académique
qui vous permettra de gérer avec succès des
entreprises créatives”*

01

Réaliser une gestion globale de l'entreprise, en appliquant des techniques de leadership qui influencent le rendement des travailleurs, de manière à ce que les objectifs de l'entreprise soient atteints

02

Participer à la stratégie d'entreprise et à la stratégie concurrentielle de l'entreprise et les diriger

03

Effectuer une gestion correcte de l'équipe pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise

04

Contrôler la logistique, les achats et les processus d'approvisionnement de l'entreprise

05

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information



06

Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise

08

Travailler dans des entreprises du secteur de la création, en sachant comment les gérer avec succès

09

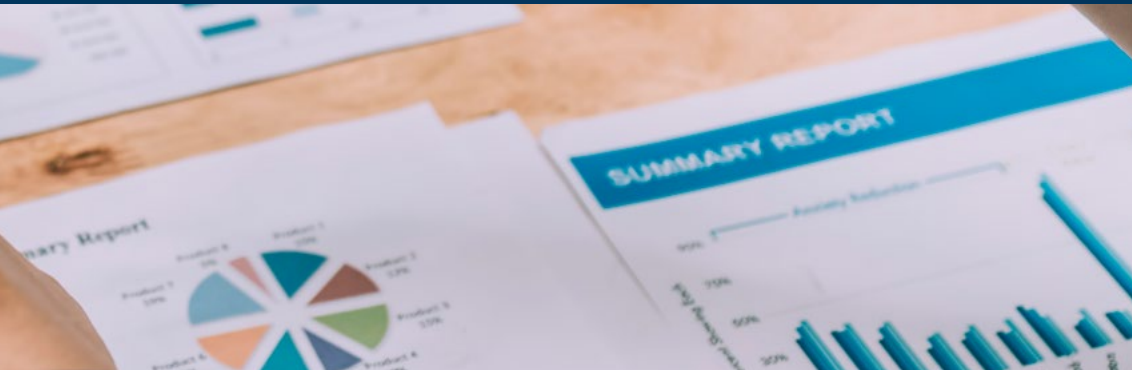
Avoir une connaissance approfondie du fonctionnement et du contexte mondial des nouvelles industries créatives

07

Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise

10

Avoir une connaissance approfondie de tous les aspects de la protection des produits créatifs, de la protection de la propriété intellectuelle au droit de la publicité



11

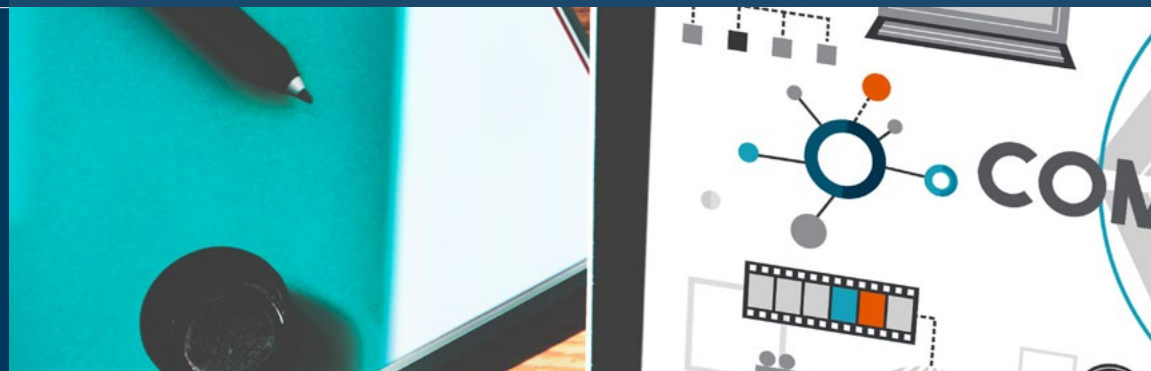
Assurer une bonne gestion économique et financière des entreprises de l'industrie créative

14

Réaliser une gestion correcte du changement et prédire l'avenir des entreprises de l'industrie créative

12

Savoir calculer le profit, la rentabilité et les coûts dans le cadre de projets de l'industrie créative



13

Posséder des compétences complètes dans méthodologie *Future Thinking* afin d'être en mesure d'en appliquer les avantages dans le travail quotidien

15

Gestion efficace des consommateurs dans les entreprises créatives

16

Gérer la communication à un niveau intégral pour les entreprises du secteur de la création

18

Avoir des connaissances approfondies qui permettent au professionnel de gérer le processus de numérisation dans les industries créatives

19

Appliquer des stratégies innovantes de marketing numérique pour les entreprises créatives

17

Participer activement au processus de *Branding* dans les entreprises créatives

20

L'esprit d'entreprise dans le secteur de la création, en tirant le meilleur parti de leur idée première



06

Structure et contenu

La structure de ce Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives a été élaborée en tenant compte des besoins académiques des professionnels des affaires dans un domaine aussi nouveau. Ainsi, les managers seront en mesure de comprendre comment appliquer toutes leurs connaissances pour travailler dans des environnements créatifs, ainsi que d'apprendre de nouvelles techniques et stratégies qui seront essentielles pour leur avenir professionnel. Et, tout cela, ils l'étudieront de manière très confortable, par le biais d'Internet, et avec les ressources didactiques que TECH a mises à disposition par le biais de son campus virtuel.



“

Un programme très bien structuré dans un format entièrement numérique qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude"

Programme d'études

Le Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises tant au niveau national qu'international. 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.

Au cours des 3.000 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, obtenant ainsi un apprentissage approfondi que vous pourrez mettre en pratique dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur les principales domaines de l'entreprise et est conçu pour que les managers comprennent la Direction entreprises créatives commerce 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 en Mode et Luxe. 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 programme se déroule sur 2 ans et est divisé en 18 modules:

Module 1	Leadership, éthique et RSE
Module 2	Direction stratégique et <i>management</i> directif
Module 3	Gestion des personnes et des talents
Module 4	Gestion économique et financière
Module 5	Gestion des opérations et de la logistique
Module 6	Gestion des systèmes d'information
Module 7	Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise
Module 8	Innovation et gestion de projet
Module 9	Nouvelles industries créatives
Module 10	Protection des produits créatifs et immatériels sur le marché actuel
Module 11	Gestion économique et financière de créatives
Module 12	<i>Futures Thinking: comment transformer aujourd'hui en demain</i>
Module 13	Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives
Module 14	<i>Creative branding: communication et gestion créative de la marque</i>
Module 15	Leadership et innovation dans les industries créatives
Module 16	La transformation numérique dans l'industrie créative
Module 17	Nouvelles stratégies de marketing numérique
Module 18	L'esprit d'entreprise dans les industries créatives



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de suivre cette formation à distance. Pendant les 2 ans de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce permettra de gérer votre propre d'étude.

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

Module 1. Leadership, éthique et RSE

1.1. Mondialisation et Gouvernance

- 1.1.1. Mondialisation et tendances: internationalisation des marchés
- 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance d'entreprise
- 1.1.3. *Accountability* ou Responsabilité

1.2. Leadership

- 1.2.1. Environnement interculturel.
- 1.2.2. Leadership et Direction d'entreprise
- 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction

1.3. Éthique des affaires

- 1.3.1. Éthique et intégrité
- 1.3.2. La conduite éthique des affaires
- 1.3.3. Déontologie, codes d'éthique et de conduite
- 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption

1.4. Durabilité

- 1.4.1. Entreprise et Développement Durable
- 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
- 1.4.3. Agenda 2030 et ODD

1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

- 1.5.1. Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.5.2. Rôles et responsabilités
- 1.5.3. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises

Module 2. Direction stratégique et *management* directif

2.1. Analyse et design organisationnelles

- 2.1.1. La culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse des organisations
- 2.1.3. Design de la structure organisationnelle

2.2. Stratégie d'entreprise

- 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
- 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
- 2.2.3. Détermination de la stratégie d'entreprise
- 2.2.4. Stratégie d'entreprise et image de marque

2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Réflexion stratégique
- 2.3.2. Planification et formulation stratégiques
- 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise

2.4. Modèles et motifs stratégiques

- 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements
- 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologie
- 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise

2.5. La Direction stratégique

- 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Tableau de bord
- 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
- 2.5.4. Direction stratégique *etreporting*

2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

- 2.6.1. Mise en œuvre stratégique: objectifs, actions et impacts
- 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
- 2.6.3. Approche d'amélioration continue

2.7. *Management* Directif

- 2.7.1. Intégration fonctionnelle de la stratégie d'entreprise
- 2.7.2. *Management* exécutif et développement de processus
- 2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Analyses et résolution de problèmes

- 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 2.8.2. Méthode des cas
- 2.8.3. Positionnement et prise de décision

Module 3. Gestion des personnes et des talents**3.1. Comportement organisationnel**

- 3.1.1. Théorie des organisations
- 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
- 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances

3.2. La direction stratégique des personnes

- 3.2.1. Gestion du personnel et alignement stratégique
- 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre
- 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs
- 3.2.4. Formation et développement professionnel

3.3. Développement de la gestion et le leadership

- 3.3.1. Compétences en matière de gestion: les aptitudes et compétences du 21e siècle
- 3.3.2. Aptitudes non-directives
- 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences
- 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines

3.4. Gestion du changement

- 3.4.1. Analyse organisationnelle
- 3.4.2. Plan stratégique
- 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés, conception et gestion du processus
- 3.4.4. Approche d'amélioration continue

3.5. Négociation et gestion des conflits

- 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs
- 3.5.2. Techniques de négociation efficaces
- 3.5.3. Conflits: facteurs et typologies
- 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication

3.6. La communication managériale

- 3.6.1. Stratégie d'entreprise et communication de gestion
- 3.6.2. Communication interne: influence et impact
- 3.6.3. Communication interpersonnelle: gestion et compétences de l'équipe

3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes

- 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire
- 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes
- 3.7.3. *Coaching* et gestion de personnes
- 3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps

3.8. Gestion des connaissances et du talent

- 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations
- 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise
- 3.8.3. Créativité et innovation

Module 4. Gestion économique et financière**4.1. Environnement Économique**

- 4.1.1. Théorie des organisations
- 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
- 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances

4.2. Comptabilité de gestion

- 4.2.1. Cadre comptable international
- 4.2.2. Introduction au cycle comptable
- 4.2.3. États comptables des entreprises
- 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions

4.3. Budget et Contrôle de Gestion

- 4.3.1. Planification budgétaire
- 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs
- 4.3.3. Suivi et *rapports*

4.4. Responsabilité fiscale des entreprises

- 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
- 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays

4.5. Systèmes de contrôle des entreprises

- 4.5.1. Typologie du Contrôle
- 4.5.2. Conformité réglementaire/*Compliance*
- 4.5.3. Audit interne
- 4.5.4. Audit externe

4.6. Direction Financière

- 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière
- 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise
- 4.6.3. Directeur financier ou *Chief Financial Officer* (CFO): compétences directives

4.7. Planification Financière

- 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement
- 4.7.2. Outils d'analyse financière
- 4.7.3. Planification financière à court terme
- 4.7.4. Planification financière à long terme

4.8. Stratégie financière de l'entreprise

- 4.8.1. Investissements financiers des entreprises
- 4.8.2. Croissance stratégique: typologies

4.9. Contexte Macroéconomique

- 4.9.1. Analyse Macroéconomique
- 4.9.2. Indicateurs à court terme
- 4.9.3. Cycle économique

4.10. Financement Stratégique

- 4.10.1. Activités bancaires: environnement actuel
- 4.10.2. Analyse et gestion des risques

4.11. Marchés monétaires et des capitaux

- 4.11.1. Marché des titres à revenu fixe
- 4.11.2. Marché des actions
- 4.11.3. Évaluation l'entreprise

4.12. Analyses et résolution de problèmes

- 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 4.12.2. Méthode des cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction des opérations

- 5.1.1. Définir la stratégie des opérations
- 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement
- 5.1.3. Systèmes d'indicateurs

5.2. Direction des achats

- 5.2.1. Gestion des Stocks
- 5.2.2. Gestion des entrepôts
- 5.2.3. Gestion des achats et des marchés publics

5.3. Supply chain managementI

- 5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
- 5.3.2. Changement de la structure de la demande
- 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation

5.4. Supply chain managementII. Exécution

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Gestion Logistique
- 5.4.3. Achats

5.5. Processus logistiques

- 5.5.1. Organisation et gestion par les processus
- 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution
- 5.5.3. Qualité, coûts et outils de la qualité
- 5.5.4. Service après-vente

5.6. La logistique et les clients

- 5.6.1. Analyse et prévision de la demande
- 5.6.2. Prévision et planification des ventes
- 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

5.7. La logistique internationale

- 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux
- 5.7.3. Plateformes logistiques internationales

5.8. Concurrence des opérations

- 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel de l'entreprise
- 5.8.2. Technologies et sciences émergentes
- 5.8.3. Les Systèmes d'information dans les opérations

Module 6. Gestions des systèmes d'information

6.1. Gestion des systèmes d'information

- 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises
- 6.1.2. Décisions stratégiques
- 6.1.3. Rôle du DSI

6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise

- 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels
- 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet
- 6.2.3. La valeur du service IT dans l'entreprise

6.3. Plan Stratégique du Système d'Information

- 6.3.1. Le processus de la planification stratégique
- 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information
- 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie

6.4. Systèmes d'information et business intelligence

- 6.4.1. CRM et *Business Intelligence*
- 6.4.2. La gestion de projets de *Business Intelligence*
- 6.4.3. L'architecture de *Business Intelligence*

6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC

- 6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique
- 6.5.2. Capacités pour innover
- 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur

6.6. Commerce électronique

- 6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique
- 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique
- 6.6.3. Le commerce électronique comme opportunité d'internationalisation

6.7. Stratégies de E-Business

- 6.7.1. Stratégies des *Médias Sociaux*
- 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client
- 6.7.3. Régulation digitale

6.8. Digital Business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Conception et facilité d'utilisation
- 6.8.3. Opérations de commerce électronique

Module 7. Gestion Commerciale, Marketing et communication d'entreprise

7.1. Gestion Commerciale

- 7.1.1. Gestion des ventes
- 7.1.2. Stratégie de vente
- 7.1.3. Techniques de vente de négociation
- 7.1.4. Gestion des équipes de ventes

7.2. Marketing

- 7.2.1. Le Marketing et l'impact sur l'entreprise
- 7.2.2. Les variables de base du Marketing
- 7.2.3. Le plan du Marketing

7.3. Gestion stratégique du Marketing

- 7.3.1. Tendances actuelles du Marketing
- 7.3.2. Outils du Marketing
- 7.3.3. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients

7.4. Stratégie du Marketing Digital

- 7.4.1. Approche au Marketing Digital
- 7.4.2. Outils du Marketing Digital
- 7.4.3. *Inbound Marketing* et l'évolution du Marketing Digital

7.5. Stratégie de vente et de communication

- 7.5.1. Positionnement et promotion
- 7.5.2. Relations Publiques
- 7.5.3. Stratégie de vente et de communication

7.6. Communication d'Entreprise

- 7.6.1. Communication interne et externe
- 7.6.2. Département de communication
- 7.6.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités

7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise

- 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise
- 7.7.2. Plan de Communication
- 7.7.3. Rédaction de communiqués de presse/ *Clipping/Publicity*

Module 8. Innovation et gestion de projet**8.1. Innovation**

- 8.1.1. Macro Conceptual de l'innovation
- 8.1.2. Typologies de l'innovation
- 8.1.3. Innovation continue et discontinue
- 8.1.4. Formation et Innovation

8.2. Stratégie de l'Innovation

- 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
- 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
- 8.2.3. Ateliers d'innovation

8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise

- 8.3.1. Méthodologie *Lean Startup*
- 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
- 8.3.3. Modalités de financement
- 8.3.4. Outils de modélisation: carte de l'empathie, modèle et métriques CANVAS
- 8.3.5. Croissance et fidélité

8.4. Direction et Gestion des projets

- 8.4.1. Les opportunités d'innovation
- 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
- 8.4.3. La définition et la conception des projets
- 8.4.4. L'exécution des projets
- 8.4.5. La clôture des projets

Module 9. Nouvelles industries créatives**9.1. Nouvelles industries créatives**

- 9.1.1. De l'industrie culturelle à l'industrie créative
- 9.1.2. Les industries créatives d'aujourd'hui
- 9.1.3. Activités et secteurs qui composent les industries créatives

9.2. Activités et secteurs qui composent les industries créatives

- 9.2.1. Contribution
- 9.2.2. Les moteurs de la croissance et du changement
- 9.2.3. Perspectives d'emploi dans les industries créatives

9.3. Nouveau contexte mondial des industries créatives

- 9.3.1. Radiographie des industries créatives dans le monde
- 9.3.2. Sources de financement des industries créatives dans chaque pays
- 9.3.3. Études de cas: modèles de gestion et politiques publiques

9.4. Patrimoine naturel et culturel

- 9.4.1. Patrimoine historique et culturel
- 9.4.2. Sous-produits et services des musées, sites archéologiques et historiques et paysages culturels
- 9.4.3. Patrimoine culturel immatériel

9.5. Arts visuels

- 9.5.1. Arts plastiques
- 9.5.2. Photographie
- 9.5.3. Artisanat

9.6. Arts du spectacle

- 9.6.1. Théâtre et danse
- 9.6.2. Musique et festivals
- 9.6.3. Fêtes et cirque

9.7. Médias audiovisuels

- 9.7.1. Film, télévision et contenu audiovisuel
- 9.7.2. Radio, podcasts et contenu audio
- 9.7.3. Jeux vidéo

9.8. Publications actuelles

- 9.8.1. Littérature, essais et poésie
- 9.8.2. Maisons d'édition
- 9.8.3. Presse

9.9. Services créatifs

- 9.9.1. Design et mode
- 9.9.2. Architecture et aménagement paysager
- 9.9.3. Publicité

9.10. Connexions de l'économie créative ou orange

- 9.10.1. Modèle en cascade-cercles concentriques
- 9.10.2. Spillovers de créativité, de production et de connaissances
- 9.10.3. La culture au service de l'économie créative

Module 10. Protection des produits créatifs et immatériels

10.1. Protection juridique des actifs incorporels	10.2. Propriété intellectuelle I	10.3. Propriété intellectuelle II	10.4. Propriété intellectuelle III
10.5. Propriété industrielle I: marques	10.6. Propriété industrielle II: dessins et modèles industriels	10.7. Propriété industrielle III: brevets et modèles d'utilité	10.8. Propriété intellectuelle et industrielle: pratique
10.9. Droit de la publicité I	10.10. Droit de la publicité II		

Module 11. Gestion économique et financière de créatives

<p>11.1. La nécessité d'une durabilité économique</p> <p>11.1.1. La structure financière d'une entreprise créative</p> <p>11.1.2. La comptabilité dans une entreprise créative</p> <p>11.1.3. Triple bilan</p>	<p>11.2. Revenus et dépenses de l'entreprise créative d'aujourd'hui</p> <p>11.2.1. Comptabilité analytique</p> <p>11.2.2. Type de coûts</p> <p>11.2.3. Répartition des coûts</p>	<p>11.3. Les types de bénéfices dans l'entreprise</p> <p>11.3.1. Marge de contribution</p> <p>11.3.2. Seuil de rentabilité</p> <p>11.3.3. Évaluation des alternatives</p>	<p>11.4. Investissement dans le secteur de la création</p> <p>11.4.1. Investissement dans l'industrie créative</p> <p>11.4.2. Valorisation d'un investissement</p> <p>11.4.3. La méthode VAN: la valeur actuelle nette</p>
<p>11.5. La rentabilité dans l'industrie créative</p> <p>11.5.1. Rentabilité économique</p> <p>11.5.2. Coût-efficacité du temps</p> <p>11.5.3. Rentabilité financière</p>	<p>11.6. Flux de trésorerie: liquidité et solvabilité</p> <p>11.6.1. Flux de trésorerie</p> <p>11.6.2. Bilan et compte de résultat</p> <p>11.6.3. Liquidation et effet de levier</p>	<p>11.7. Formules de financement actuellement sur le marché de la création</p> <p>11.7.1. Fonds de capital-risque</p> <p>11.7.2. <i>Business angels</i></p> <p>11.7.3. Appels à propositions et subventions</p>	<p>11.8. La tarification des produits dans l'industrie créative</p> <p>11.8.1. Fixation des prix</p> <p>11.8.2. Profit vs. Concours Compétences</p> <p>11.8.3. Stratégie de fixation des prix</p>
<p>11.9. Stratégie de fixation des prix dans le secteur de la création</p> <p>11.9.1. Types de stratégies de tarification</p> <p>11.9.2. Avantages</p> <p>11.9.3. Inconvénients</p>	<p>11.10. Budgets opérationnels</p> <p>11.10.1. Outils de planification stratégique</p> <p>11.10.2. Éléments inclus dans le budget opérationnel</p> <p>11.10.3. Élaboration et mise en œuvre du budget opérationnel</p>		

Module 12. Futures Thinking: comment transformer aujourd'hui en demain**12.1. Methodologie futures thinking**

- 12.1.1. Le futures thinking
- 12.1.2. Avantages de l'utilisation de cette méthodologie
- 12.1.3. Le rôle du "futuriste" dans l'entreprise créative

12.2. Signes de changement

- 12.2.1. Signes de changement
- 12.2.2. Identification des signaux de changement
- 12.2.3. Types de contrats à terme

12.3. Types de futurs

- 12.3.1. Voyage dans le passé
- 12.3.2. Les quatre types de contrats à terme
- 12.3.3. Application de la méthodologie futures thinking au travail

12.4. Future forecasting

- 12.4.1. Recherche de drivers
- 12.4.2. Comment créer une prévision d'avenir
- 12.4.3. Comment écrire un scénario futur

12.5. Techniques de stimulation mentale

- 12.5.1. Passé, avenir et empathie
- 12.5.2. Faits vs. Expérience
- 12.5.3. Voies alternatives

12.6. Prospective collaborative

- 12.6.1. L'avenir comme un jeu
- 12.6.2. Future Wheel
- 12.6.3. L'avenir selon différentes approches

12.7. Des victoires épiques

- 12.7.1. De la découverte à la proposition d'innovation
- 12.7.2. La victoire épique
- 12.7.3. L'équité dans le jeu de l'avenir

12.8. Futurs préférés

- 12.8.1. Le futur préféré
- 12.8.2. Techniques
- 12.8.3. Travailler à rebours à partir de l'avenir

12.9. De la prédiction à l'action

- 12.9.1. Images de l'avenir
- 12.9.2. Les artefacts du futur
- 12.9.3. Les artefacts du futur

12.10. ODD. Une vision globale et multidisciplinaire de l'avenir

- 12.10.1. Le développement durable comme objectif mondial
- 12.10.2. La gestion de la nature par l'homme
- 12.10.3. Durabilité sociale

Module 13. Gestion des consommateurs ou des utilisateurs dans les entreprises créatives**13.1. L'utilisateur dans le contexte**

- 13.1.1. L'évolution récente du consommateur
- 13.1.2. L'importance de la recherche
- 13.1.3. Analyse des tendances

13.2. Stratégie avec la personne au centre

- 13.2.1. La stratégie human centric
- 13.2.2. Clés et bénéfices d'être human centric
- 13.2.3. Les Success Stories

13.3. Les données dans la stratégie human centric

- 13.3.1. Les données dans la stratégie human centric
- 13.3.2. La valeur des données
- 13.3.3. Vue à 36° du client

13.4. Implantation de la stratégie human centric dans l'industrie créative

- 13.4.1. Transformation d'informations dispersées en connaissance du client
- 13.4.2. Analyse des opportunités
- 13.4.3. Stratégies et initiatives de maximisation

13.5. Méthodologie human centric

- 13.5.1. De la recherche au prototypage
- 13.5.2. De la recherche au prototypage
- 13.5.3. Outils

13.6. Design Thinking

- 13.6.1. Et Design Thinking
- 13.6.2. Méthodologie
- 13.6.3. Techniques et outils du design thinking

13.7. Le positionnement de la marque dans l'esprit de l'utilisateur

- 13.7.1. Analyse du positionnement
- 13.7.2. Typologie
- 13.7.3. Méthodologie et outils

13.8. User insights dans les entreprises créatives

- 13.8.1. Les insights et son importance.
- 13.8.2. Customer journey et la pertinence du journey map
- 13.8.3. Techniques d'enquête

13.9. Profilage des utilisateurs (archétypes buyer persona)

- 13.9.1. Archétypes
- 13.9.2. Buyer persona
- 13.9.3. Méthodologie d'analyse

13.10. Ressources et techniques de recherche

- 13.10.1. Techniques en contexte
- 13.10.2. Techniques de visualisation et de création
- 13.10.3. Techniques de contraste vocal

Module 14. Creative branding: communication et gestion créative de la marque

14.1. Brands and branding

- 14.1.1. Les marques
- 14.1.2. Évolution du *branding*
- 14.1.3. Positionnement, personnalité de la marque, notoriété

14.2. Développement de la marque

- 14.2.1. Marketing mix
- 14.2.2. Architecture de la marque
- 14.2.3. Identité de la marque

14.3. Expression de la marque

- 14.3.1. Identité graphique
- 14.3.2. Expression visuelle
- 14.3.3. Autres éléments reflétant la marque

14.4. Communication

- 14.4.1. Approches
- 14.4.2. *Brand Touchpoints*
- 14.4.3. Techniques et outils de communication

14.5. Branded Content

- 14.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
- 14.5.2. L'essor du contenu de marque
- 14.5.3. Créer un lien avec le public grâce à des histoires uniques

14.6. Visual Storytelling

- 14.6.1. Analyse de la marque
- 14.6.2. Concepts publicitaires créatifs
- 14.6.3. Vente créative

14.7. Customer Experience

- 14.7.1. *Customer experience (cx)*
- 14.7.2. *Customer journey*
- 14.7.3. Alignement de la marque et cx

14.8. Planification stratégique

- 14.8.1. Objectifs
- 14.8.2. Identification des audiences et insights
- 14.8.3. Conception de la stratégie

14.9. Performance

- 14.9.1. Le *Briefing*
- 14.9.2. Tactiques
- 14.9.3. Plan de production

14.10. Évaluation

- 14.10.1. Que faut-il évaluer?
- 14.10.2. Comment évaluer (outils de mesure)?
- 14.10.3. Communication des résultats

Module 15. Leadership et innovation dans les industries créatives

15.1. La créativité appliquée à l'industrie

- 15.1.1. Expression créative
- 15.1.2. Ressources créatives
- 15.1.3. Techniques de création

15.2. La nouvelle culture de l'innovation

- 15.2.1. Le contexte de l'innovation
- 15.2.2. Pourquoi l'innovation échoue?
- 15.2.3. Théories académiques

15.3. Dimensions et leviers de l'innovation

- 15.3.1. Les plans ou dimensions de l'innovation
- 15.3.2. Attitudes à l'égard de l'innovation
- 15.3.3. Entrepreneuriat et technologie

15.4. Contraintes et obstacles à l'innovation dans l'industrie créative

- 15.4.1. Contraintes personnelles et de groupe
- 15.4.2. Contraintes sociales et organisationnelles
- 15.4.3. Contraintes industrielles et technologiques

15.5. Innovation fermée et innovation ouverte

- 15.5.1. De l'innovation fermée à l'innovation ouverte
- 15.5.2. Pratiques pour la mise en œuvre de l'innovation ouverte
- 15.5.3. Expériences d'innovation ouverte dans les entreprises

15.6. Modèles d'entreprise innovants dans les IICC

- 15.6.1. Modèles d'entreprise innovants dans les IICC
- 15.6.2. Étude de cas
- 15.6.3. La révolution du secteur

15.7. Diriger et gérer une stratégie d'innovation

- 15.7.1. Favoriser l'adoption
- 15.7.2. Diriger le processus
- 15.7.3. Portfolio maps

15.8. Financer l'innovation

- 15.8.1. Directeur CFO: investisseur en capital-risque
- 15.8.2. Financement dynamique
- 15.8.3. Relever les défis

15.9. Hybridation: innover dans l'économie créative

- 15.9.1. Intersection de secteurs
- 15.9.2. Générer des solutions disruptives
- 15.9.3. L'effet Médicis

15.10. Nouveaux écosystèmes créatifs et innovants

- 15.10.1. Créer des environnements innovants
- 15.10.2. La créativité comme mode de vie
- 15.10.3. Icosystèmes

Module 16. La transformation numérique dans l'industrie créative**16.1. Digital future de l'industrie créative**

- 16.1.1. Transformation numérique
- 16.1.2. Situation du secteur et comparaison
- 16.1.3. Les défis à venir

16.2. Quatrième révolution industrielle

- 16.2.1. La révolution industrielle
- 16.2.2. Application
- 16.2.3. Impacts

16.3. Les catalyseurs numériques de la croissance

- 16.3.1. Efficacité, accélération et amélioration des opérations
- 16.3.2. Transformation numérique continue
- 16.3.3. Solutions et services pour les industries créatives

16.4. L'application du *Big Data* à l'entreprise

- 16.4.1. Valeur des données
- 16.4.2. Les données dans la prise de décision
- 16.4.3. *Une entreprise axée sur les données*

16.5. Technologie cognitive

- 16.5.1. La *digital interaction*
- 16.5.2. IoT et robotique
- 16.5.3. Autres pratiques numériques

16.6. Utilisations et applications de la technologie blockchain

- 16.6.1. Blockchain
- 16.6.2. Valeur pour le secteur IICC
- 16.6.3. Polyvalence des transactions

16.7. L'omni-canal et le développement du transmédia

- 16.7.1. Impact sur le secteur
- 16.7.2. Analyse du défi
- 16.7.3. Évolution

16.8. Écosystèmes entrepreneuriaux

- 16.8.1. Le rôle de l'innovation et le venture capital
- 16.8.2. L'éco-système *start-up* les acteurs qui le composent
- 16.8.3. Comment maximiser la relation entre l'agent créatif et les *start-up*

16.9. Nouveaux modèles commerciaux perturbateurs

- 16.9.1. Basé sur le marketing (plateformes et marketplaces)
- 16.9.2. Basé sur la prestation de service (modèles *freemium*, premium ou souscription)
- 16.9.3. Basé sur la communauté (à travers le *crowdfunding*, redes sociales o blogs)

16.10. Méthodologies pour promouvoir la culture de l'innovation dans l'industrie créative

- 16.10.1. Stratégie d'innovation Océan Bleu
- 16.10.2. Stratégie de l'Innovation de *lean star-up*
- 16.10.3. Stratégie d'innovation agile

Module 17. Nouvelles stratégies de marketing numérique

17.1. Technologie et publics

- 17.1.1. La stratégie numérique et les différences entre les types d'utilisateurs
- 17.1.2. Le public cible, les facteurs d'exclusion et les générations
- 17.1.3. L'idéal *Costumer Profile* (ICP) et le buyer persona

17.2. Analyse numérique pour le diagnostic

- 17.2.1. L'analyse en amont de la stratégie numérique
- 17.2.2. Moment 0
- 17.2.3. KPI et métriques, typologies, classification selon les méthodologies

17.3. E-entertainment: l'impact du e-commerce dans l'industrie du divertissement

- 17.3.1. E-commerce, typologie et plateformes
- 17.3.2. L'importance de la conception de sites web: UX et UI
- 17.3.3. Optimisation de l'espace en ligne: exigences minimales

17.4. Médias sociaux et marketing d'influence

- 17.4.1. Impact et évolution du marketing de réseau
- 17.4.2. Persuasion, contenu clé et actions virales
- 17.4.3. Planifier les campagnes de *Social Marketing* et d' *Influencer Marketing*

17.5. Mobile Marketing

- 17.5.1. Utilisateur *Mobile*
- 17.5.2. *Web mobile* et Apps
- 17.5.3. Action de *mobile marketing*

17.6. La publicité dans les environnements en ligne

- 17.6.1. La publicité en RRSS et les objectifs des *Social Ads*
- 17.6.2. L'entonnoir de conversion ou purchase funnel: catégories
- 17.6.3. Plateformes de *Social Ads*

17.7. La méthodologie Inbound Marketing

- 17.7.1. *Social Selling* piliers fondamentaux et stratégie
- 17.7.2. La plateforme de CRM dans une stratégie digitale
- 17.7.3. L'inbound Marketing ou marketing d'attraction: action et SEO

17.8. Automatisation du marketing

- 17.8.1. Email Marketing et typologie d'emails
- 17.8.2. Automatisation du de l' email marketing, applications, plateformes et avantages
- 17.8.3. L'émergence du Bot & Chatbot Marketing: typologie et plateformes

17.9. Outils de gestion des données

- 17.9.1. CRM en stratégie numérique, typologies et applications, plateformes et tendances
- 17.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics* et *Business Intelligence*
- 17.9.3. *Big data*, l'intelligence artificielle et la *Data Science*

17.10. Mesurer le rapport coût-efficacité

- 17.10.1. ROI: la définition du retour sur investissement et ROI vs. ROA
- 17.10.2. Optimiser le retour sur investissement
- 17.10.3. Chiffres clés

Module 18. L'esprit d'entreprise dans les industries créatives**18.1. Le projet entrepreneurial**

- 18.1.1. Entrepreneuriat, types et cycle de vie
- 18.1.2. Profil de l'entrepreneur
- 18.1.3. Sujets d'intérêt pour l'esprit d'entreprise

18.2. Leadership personnel

- 18.2.1. Conscience de soi
- 18.2.2. Compétences entrepreneuriales
- 18.2.3. Développement des compétences et des capacités de leadership entrepreneurial

18.3. Identification des possibilités d'innovation et d'entrepreneuriat

- 18.3.1. Analyse des mégatendances et des forces concurrentielles
- 18.3.2. Comportement des consommateurs et estimation de la demande
- 18.3.3. Évaluation de l'opportunité commerciale

18.4. Génération d'idées commerciales dans l'industrie créative

- 18.4.1. Outils pour la génération d'idées: *brainstorming*, mappe mentales, *drawstorming*, etc.
- 18.4.2. Conception de la proposition de valeur: CANVAS, 5 w
- 18.4.3. Élaboration de la proposition de valeur

18.5. Prototypage et validation

- 18.5.1. Développement de prototypes
- 18.5.2. Validation
- 18.5.3. Ajustements du prototypage

18.6. Conception du modèle commercial

- 18.6.1. Le modèle d'entreprise
- 18.6.2. Méthodologies pour la création de modèles d'entreprise
- 18.6.3. Conception du modèle commercial de l'idée proposée

18.7. Direction de l'équipe

- 18.7.1. Profils d'équipe en fonction des tempéraments et de la personnalité
- 18.7.2. Compétences de chef d'équipe
- 18.7.3. Méthodes de travail en équipe

18.8. Marchés culturels

- 18.8.1. Nature des marchés culturels
- 18.8.2. Types de marchés culturels
- 18.8.3. Identification des marchés culturels locaux

18.9. Plan marketing et Branding personnel

- 18.9.1. Projection du projet personnel et entrepreneurial
- 18.9.2. Plan stratégique à court et moyen terme
- 18.9.3. Variables pour mesurer le succès

18.10. Pitch de vente

- 18.10.1. Présentation du projet aux investisseurs
- 18.10.2. Présentation du projet aux investisseurs
- 18.10.3. Développer des compétences de communication efficaces

07

Méthodologie

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

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH Business School, nous utilisons la Méthode des Cas de Harvard

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

“

Avec TECH, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre école est la première au monde à combiner les études de cas de l'université d'Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique.



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 intensif de TECH Business School prépare les étudiants à relever tous les défis dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Nous nous engageons à promouvoir la croissance personnelle et professionnelle, le meilleur moyen de marcher vers le succès, c'est pourquoi TECH utilise des *études de cas* de Harvard, avec qui nous avons un accord stratégique, ce qui nous permet de fournir à nos étudiants des matériaux de la meilleure université du monde.

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

La méthode du cas a été 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. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions.

Relearning Methodology

Notre université est la première au monde à combiner les *études de cas* de l'Université de Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui combine éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons les *études de cas* de Harvard 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 à partir de 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 hispanophone autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. 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 il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent 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, le leadership, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. 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 données 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 façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

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



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation 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, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



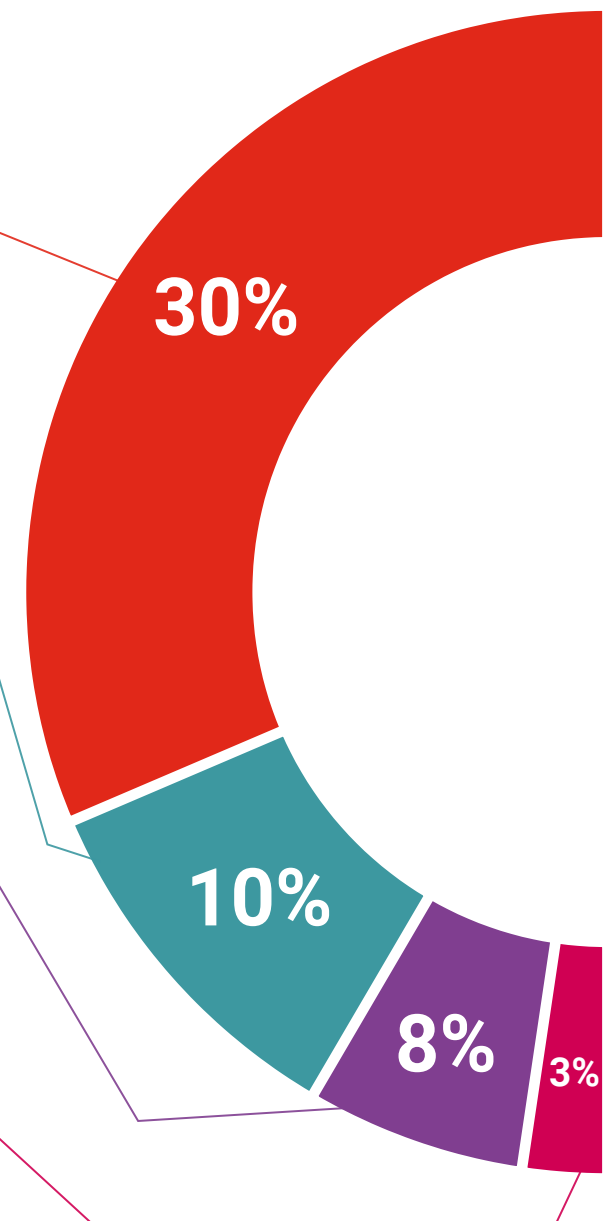
Stages en gestion des compétences

Vous réaliserez des activités visant à développer des compétences de direction spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un haut dirigeant doit développer dans le contexte de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Bibliographie complémentaire

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

Vous réaliserez une sélection des meilleurs business cases utilisés à Harvard Business School. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes de la gestion supérieure en Amérique latine.



Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider 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 périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Ce Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives s'adresse aux professionnels du monde des affaires qui souhaitent élargir leur formation avec des programmes académiques de haut niveau axés sur les industries créatives, en raison du grand pouvoir qu'elles acquièrent sur le marché. Il s'agit d'étudiants qui comprennent la nécessité de poursuivre leurs études pendant leur vie professionnelle et qui recherchent des programmes compatibles avec le reste de leurs obligations quotidiennes.





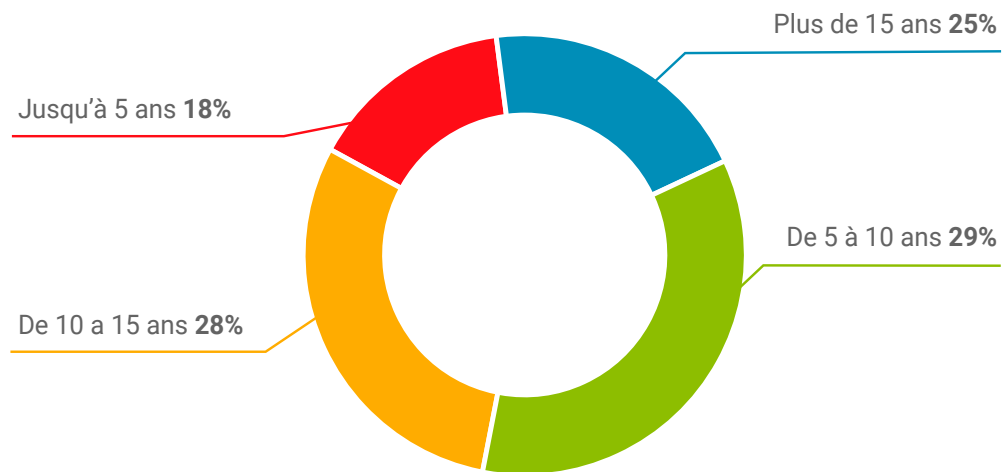
“

*Un programme de haut niveau destiné aux
les professionnels en quête de réussite
professionnelle en matière d'études et de travail”*

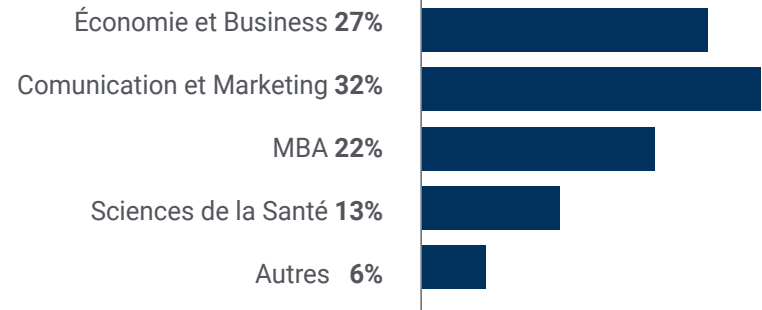
Moyenne d'âge

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

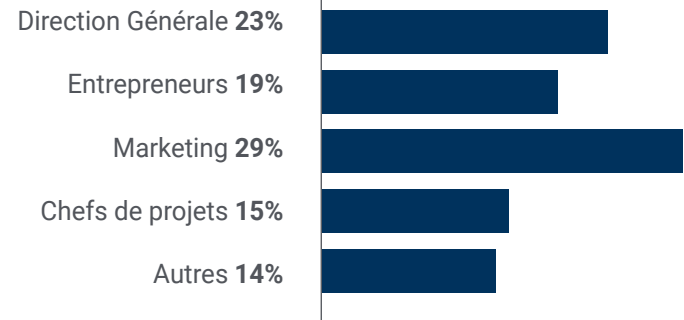
Années d'expérience



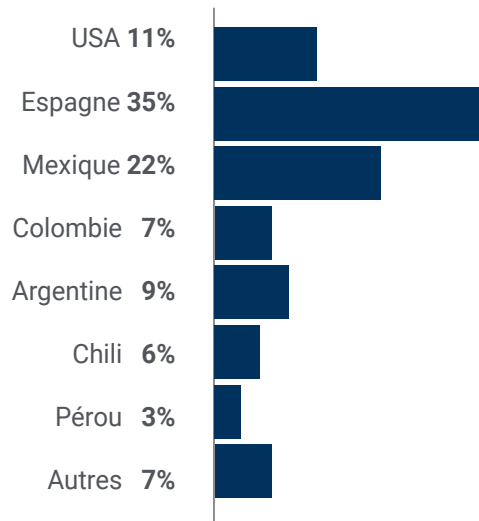
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Miriam Díaz

Directrice d'une société de création

"Les entreprises créatives prennent de plus en plus d'importance sur le marché. C'est pourquoi je cherchais depuis longtemps un moyen de me spécialiser dans ce domaine et de pouvoir élargir mon champ d'action. Grâce à ce programme TECH, j'ai pu améliorer mes qualifications et j'ai fait le saut définitif dans ma carrière, pour devenir directeur d'une entreprise créative"

09

Direction de la formation

Ce Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives de TECH Université Technologique a été créé par un corps enseignant de première classe, composé de professionnels actifs qui ont trouvé dans l'enseignement le moyen d'offrir toutes leurs connaissances aux professionnels qui veulent ouvrir une brèche dans un secteur économique très demandé comme celui-ci. Sans aucun doute, ce sont des enseignants qui comprennent l'importance de l'étude à toutes les étapes du travail.



“

Les meilleurs enseignants sont dans la meilleure université Ne manquez pas l'occasion d'étudier avec les meilleurs”

Chef d'orchestre invité international

S. Mark Young est un expert de renommée internationale qui a concentré ses recherches sur l'Industrie du Divertissement. Ses conclusions ont été récompensées à de nombreuses reprises, notamment par le Prix 2020 pour l'Ensemble de sa carrière en Comptabilité et Gestion, décerné par la Société Américaine de Comptabilité (American Accounting Association). Il a également reçu trois prix pour sa contribution à la littérature académique dans ces domaines.

L'une des étapes les plus importantes de sa carrière a été la publication de l'étude "Narcissism and Celebrities", en collaboration avec le Dr Drew Pinsky. Ce texte rassemble des données directes sur des personnalités célèbres du Cinéma et de la Télévision. En outre, dans cet article, qui deviendra plus tard un livre à succès, l'expert analyse les comportements narcissiques des stars du cinéma et la façon dont ils sont devenus normalisés dans les médias modernes. Dans le même temps, l'impact de ces comportements sur la jeunesse contemporaine a été abordé.

Tout au long de sa vie professionnelle, Young s'est également intéressé à l'organisation et à l'orientation de l'industrie cinématographique. Il a notamment étudié des modèles permettant de prédire le succès des grands films au box-office. Il a également contribué à la comptabilité par activités et à la conception de systèmes de contrôle. En particulier, son influence sur la mise en œuvre d'une gestion efficace basée sur la Balanced Scorecard est bien connue.

Le travail universitaire a également marqué sa vie professionnelle, et il a été élu à la Chaire de Recherche George Bozanic et Holman G. Hurt en Affaires Sportives et Divertissantes. Il a également enseigné et participé à des programmes d'études liés à la Comptabilité, au Journalisme et à la Communication. Parallèlement, ses études de premier et de deuxième cycle l'ont mené dans de prestigieuses universités américaines telles que Pittsburgh et l'Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- ♦ Directeur de la Chaire George Bozanic et Holman G. Hurt sur les Affaires du Sport et du Divertissement
- ♦ Historien Officiel de l'Équipe Masculine de Tennis de l'Université de Californie du Sud
- ♦ Chercheur académique spécialisé dans le Développement de Modèles Prédicatifs pour l'Industrie Cinématographique
- ♦ Co-auteur du livre "Narcissism and Celebrities"
- ♦ Doctorat en Sciences Comptables de l'Université de Pittsburgh
- ♦ Master en Comptabilité de l'Ohio State University
- ♦ Licence en Sciences Économiques de l'Oberlin College
- ♦ Membre du Centre pour l'Excellence dans l'Enseignement

“

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

Direction



Dr. Velar, Marga

- ♦ Corporate Marketing *Manager* chez SGN Group (Nueva York)
- ♦ Direction de *Forefashion Lab*
- ♦ Diplôme en Communication Audiovisuelle et diplôme en Communication et Gestion de la Mode du Centre Universitaire Villanueva, Universidad Complutense
- ♦ Doctorat en communication de l'Université Carlos III de Madrid
- ♦ MBA en Gestion des Affaires de la Mode par l'ISEM Fashion Business School
- ♦ Chargé de cours au Centro Universitario Villanueva, à l'ISEM *Fashion Business School* et à la faculté de communication de l'université de Navarre

Professeurs

Mme Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ◆ *Legal Counsel* du Directeur Général d'Eley Hawk Company
- ◆ Conférencier au Barreau de Madrid pour le Master en droit numérique, innovation et technologies émergentes
- ◆ Conseiller juridique dans le domaine du droit de la publicité pour Autocontrol (Association pour l'autorégulation de la communication commerciale)
- ◆ Concepteur de multiples projets pour des entreprises telles que Estudio Mariscal, RBA Ediciones (magazines *National Geographic* et *El Mueble*) et Laboratorios Echevarne
- ◆ Diplôme de droit et de design de l'université Pompeu Fabra de Barcelone
- ◆ Spécialisé en propriété intellectuelle avec une maîtrise officielle de l'Universidad Pontificia Comillas (ICADE) de Madrid

M. Justo, Rumén

- ◆ Conseiller en affaires et en entrepreneuriat à l'Université de La Laguna (EmprendeULL)
- ◆ Fondateur de la société de production JR Producciones
- ◆ Cofondateur des start-ups E-MOVE, E-CARS et SENDA ECOWAY
- ◆ PDG de SENDA ECOWAY
- ◆ Mentor accrédité du Réseau de Mentorat d'Espagne à la CEOE
- ◆ *Lean Coach* chez Olympo Boxes, Chambre de commerce de Santa Cruz de Tenerife
- ◆ Diplôme en administration des affaires
- ◆ Master en PRL par SGS
- ◆ Diplôme de troisième cycle en veille technologique
- ◆ Diplôme de troisième cycle en en Roadmapping à l'UPC
- ◆ Expert en gestion des ressources humaines par l'Université de Vigo

Dr. San Miguel, Patricia

- ◆ Directeur et créateur de l'observatoire pour l'analyse de l'impact numérique des marques de mode *Digital Fashion Brands*
- ◆ Professeur de marketing numérique à l'ISEM *Fashion Business School* et à l'Université de Navarre
- ◆ Diplôme en publicité et relations publiques. PP. de l'université Complutense de Madrid
- ◆ Doctorat de l'Université de Navarre
- ◆ *Executive Fashion MBA* de l'ISEM
- ◆ Auteur du livre *Influencer Marketing*

Mme Bravo, Sandra

- ◆ Conférencier dans différentes universités et écoles de commerce dans le secteur de la mode et du luxe
- ◆ Experte en *Trend Forecasting* et *Customer Insights*
- ◆ Sociologie et en économie de l'Université de Salamanca
- ◆ Executive Master's Degree en gestion des affaires de la mode de l'ISEM *Fashion Business School*
- ◆ Programme en innovation sociale, durabilité et réputation des entreprises de mode à l'ISEM
- ◆ Candidat au doctorat en créativité appliquée de l'Université de Navarre

M. Sanjosé, Carlos

- ◆ Chef du service numérique de MURPH
- ◆ Diplômé en Publicité et Relations Publiques
- ◆ Créateur de contenu pendant plus de 8 ans chez Liceo25, société mère de médias en ligne tels que 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine ou Libra, entre autres.
- ◆ Spécialiste du marketing et de la stratégie numériques, des médias sociaux et des publicités sociales, des plateformes de e-commerce électronique et du marketing par courriel

10

Impact sur votre carrière

L'obtention de ce Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives à TECH est une occasion unique de réaliser le changement professionnel que les étudiants souhaitent. Le programme offre ainsi les informations les plus pertinentes et les plus novatrices sur ce domaine de travail, ce qui leur sera indispensable pour développer les compétences nécessaires pour gérer avec succès la gestion des affaires. Sans aucun doute, une expérience académique à ne pas manquer.



“

Un programme qui vous offre les ressources académiques les plus récentes du marché pour vous donner l'élan dont vous avez besoin pour transformer votre carrière"

La plupart des étudiants de ce Mastère Avancé ont réalisé une amélioration du travail en peu de temps.

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

Le Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises, tant au niveau national qu'international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

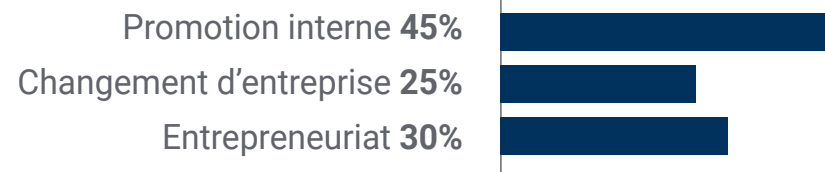
Par conséquent, ceux qui souhaitent s'améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, trouveront leur place à TECH.

Ce programme vous aidera à obtenir la promotion que vous méritez après tant d'années de dur labeur.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



11

Bénéfices pour votre entreprise

L'obtention de ce Mastère Avancé en Direction Générale en Mode et Luxe par TECH permettra non seulement d'améliorer la formation des étudiants, mais aussi de fournir un avantage concurrentiel aux entreprises dans lesquelles ils se développent professionnellement. En effet, ce programme couvre des questions spécifiques à la gestion des industries créatives, qu'ils peuvent ensuite appliquer à leur domaine de travail, en suivant les règles qui régissent les nouvelles tendances du marché.



“

Étudiez à TECH et apportez à votre entreprise une nouvelle méthode de travail, plus dynamique, plus efficace, plus adaptée aux besoins du XXIe siècle”

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



12 Diplôme

Le Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives** contient le programme le plus complet et le plus actuel sur la Marchés.

Après avoir réussi les évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Avancé** par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé en Direction Générale des Industries Créatives**

ECTS: **120**

N.º d'heures officielles: **3.000 h.**



*Apostille de la Haye Dans le cas où l'étudiant demande l'Apostille de la Haye pour son diplôme papier, TECH ÉDUCATION fera les démarches nécessaires pour l'obtenir, moyennant un coût supplémentaire.



Mastère Avancé Direction Générale des Industries Créatives

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Avancé

Direction Générale des Industries Créatives

