

Mastère Avancé

Direction Générale Internationale

M A D G I



Mastère Avancé Direction Générale Internationale

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

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

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier chez TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 22

06

Structure et contenu

page 28

07

Méthodologie

page 42

08

Profil de nos étudiants

page 50

09

Impact sur votre carrière

page 54

10

Avantages pour votre entreprise

page 58

11

Diplôme

page 62

01

Accueil

La mondialisation a permis l'internationalisation des entreprises de manière agile et compétitive, favorisant l'expansion sur les marchés étrangers et procurant de plus grands bénéfices aux entreprises. Dans ce contexte, la figure du manager est essentielle pour réaliser une gestion stratégique qui permette de s'adapter au nouvel environnement. Afin d'accroître la compétitivité de ces professionnels, ce Mastère Avancé en Direction Générale Internationale a été créé, avec lequel ils pourront accroître leurs compétences et orienter leurs attentes vers le marché international.



Mastère avancé en Direction Générale Internationale.
TECH Université Technologique

“

Les entreprises demandent un nouveau profil de manager, plus en phase avec les nouvelles tendances et qui se distingue par ses connaissances technologiques, son écoute active avec ses travailleurs et son autocritique de son travail"

02

Pourquoi étudier chez 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

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Après le programme, vous serez en mesure de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.



“

Ce programme vous permettra de vous spécialiser en gestion des affaires internationales pour devenir plus compétitif dans votre pratique quotidienne”

Vos objectifs sont les nôtres.

Nous travaillons ensemble pour vous aider à les atteindre.

Le Mastère avancé en Direction Générale Internationale vous formera pour:

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

05

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

03

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

06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

07

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

10

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

08

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

11

Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise

09

Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté

12

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

13

Être capable d'appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise

16

Créer des stratégies innovantes en accord avec nos projets

14

Réaliser la stratégie de marketing qui nous permet de faire connaître notre produit à nos clients potentiels et de générer une image appropriée de notre entreprise

17

Concevoir des stratégies pour identifier, analyser et développer des opportunités commerciales sur les marchés internationaux.

15

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

18

Mise en œuvre d'opérations et d'activités stratégiques dans le domaine des affaires internationales

19

Structuration et gestion des entreprises internationales

22

Concevoir des stratégies pour gérer les ressources humaines dans un environnement diversifié et international

20

Mettre en œuvre la technologie et les systèmes d'information pour obtenir un avantage concurrentiel

23

Analyser les aspects politiques, économiques, juridiques et culturels de l'Union européenne. les aspects culturels de l'environnement international et leur impact sur le succès de l'entreprise

21

Développer les compétences nécessaires pour créer et gérer des projets multinationaux

24

Identifier les risques et les opportunités financières liés à la conduite d'affaires internationales

25

Acquérir une connaissance approfondie des marchés des changes

26

Être capable de participer avec succès au financement d'opérations sur les marchés internationaux.

27

Avoir une large connaissance des organisations financières internationales





28

Savoir identifier les talents dans les entreprises internationales

29

Appliquer les outils de marketing utiles pour améliorer l'image et la réputation de l'entreprise au niveau international

30

Acquérir une connaissance approfondie du régime juridique du commerce international

05

Compétences

Après avoir réussi les évaluations du Mastère Avancé en Direction Générale Internationale, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.



A grayscale photograph of a hand pointing at a document. The document features a bar chart with three bars of increasing height and a pie chart. The text 'profit trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

*Acquérir les compétences nécessaires
pour évoluer avec succès dans la
Direction Générale Internationale”*

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

04

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

02

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

05

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

06

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

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

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

08

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

11

Diriger les différents projets de l'entreprise

09

Élaborer et diriger des plans de marketing

12

Engagement en faveur du développement durable de l'entreprise, en évitant les impacts environnementaux

13

Gérer de manière stratégique dans des environnements mondialisés, en obtenant des succès au niveau de l'entreprise

14

Gérer avec succès une entreprise internationale et ses ressources humaines

15

Engagement en faveur de l'innovation et de la création pour la conception de nouveaux produits

16

Connaissance approfondie de la distribution et de l'organisation d'une multinationale

17

Faire des investissements internationaux qui ont une grande valeur pour la rentabilité de l'entreprise



18

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

20

Développer le marketing numérique et le commerce électronique en tant que partie intégrante de l'entreprise



21

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

19

Pour connaître la fiscalité internationale qui sera applicable à l'entreprise, en raison de son la participation aux marchés mondialisés

22

Avoir une compréhension approfondie des réglementations internationales qui doivent être prises en compte lors de la conduite d'affaires internationales

06

Structure et contenu

Le Mastère avancé en Direction Générale Internationale est un programme conçu pour convenir plus, il est enseigné dans un format 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 2 ans, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite en tant que manager et entrepreneur.



“

Un programme très bien structuré qui vous fera découvrir les derniers concepts en matière de Direction Générale Internationale”

Programme d'études

Le Mastère Avancé en Direction Générale Internationale de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à relever des défis commerciaux et à prendre des décisions au niveau national et international. Son contenu est conçu pour favoriser le développement des compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 3.000 heures de formation, analysent une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Mastère avancé en Direction Générale Internationale traite en profondeur principaux courants domaines de l'entreprise , et est conçu pour donner aux managers une compréhension de la gestion des affaires internationales dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

Un plan conçu pour vous, axé sur votre professionnel et qui vous prépare à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des affaires. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 2 ans et est divisé en 17 modules:

Module 1	Leadership, éthique et RSE
Module 2	Orientation stratégique et gestion exécutive
Module 3	Direction des personnes et des talents
Module 4	Direction économique et financière
Module 5	Direction des opérations et de la logistique
Module 6	Direction des systèmes d'information
Module 7	Direction commerciale, Marketing et communication d'entreprise
Module 8	Innovation et gestion de projet
Module 9	Direction et management dans les entreprises internationales
Module 10	Finance et investissement internationaux I
Module 11	Finance et investissement internationaux II
Module 12	Direction internationale des personnes et gestion de la diversité
Module 13	Opérations internationales Application de la <i>lean logistics</i>
Module 14	Marketing et ventes internationales
Module 15	Droit international et fiscalité
Module 16	Marketing digital et e-commerce
Module 17	Innovation et développement sur la scène internationale



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme entièrement en ligne. Pendant les 2 ans de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce permettra d'auto-gérer votre temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel et faire le
saut définitif.*

Module 1. Leadership, éthique et RSE

1.1. Mondialisation et gouvernance

- 1.1.1. Mondialisation et tendances: L'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 des Entreprises
- 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* direction

2.1. Analyse et conception organisationnelles

- 2.1.1. Culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse organisationnelle.
- 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. Formulation et Planification 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 : méthodologies
- 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. Gestion et *rapports* stratégiques

2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

- 2.6.1. Implantación estratégica: objetivos, acciones e impactos
- 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
- 2.6.3. Approche d'amélioration continue

2.7. *Management* direction

- 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales globales
- 2.7.2. Politique de Gestion et Méthodes
- 2.7.3. *Knowledge Management*.

2.8. Analyses et résolution de problèmes

- 2.8.1. Méthodologie de 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. Conception des emplois, recrutement et sélection
- 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 21^e siècle
- 3.3.2. Compétences en matière de gestion
- 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 des performances
- 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. Analyse des performances
- 3.6.2. Faire face au changement. Résistance au changement
- 3.6.3. Gestion des processus de changement
- 3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles

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 directive

- 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 *rappports*

4.4. Responsabilité fiscale des entreprises

- 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
- 4.4.2. Procédure fiscale : une approche par pays à un cas de 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 en gestion

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 Résolution de Problèmes
- 4.12.2. Méthode des cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

<p>5.1. Direction des opérations</p> <p>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</p>	<p>5.2. Direction des achats</p> <p>5.2.1. Gestion des Stocks 5.2.2. Gestion des Entrepôts 5.2.3. Gestion des Achats et des Approvisionnements</p>	<p>5.3. Supply chain management (1)</p> <p>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</p>	<p>5.4. Supply chain management (2). Exécution</p> <p>5.4.1. <i>Lean Manufacturing/Lean Thinking</i> 5.4.2. Gestion Logistique. 5.4.3. Achats.</p>
<p>5.5. Processus logistiques</p> <p>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.</p>	<p>5.6. La logistique et les clients</p> <p>5.6.1. Analyse et prévision de la demande 5.6.2. Prévision et planification des ventes 5.6.3. <i>Collaborative planning forecasting & replacement</i></p>	<p>5.7. La logistique internationale.</p> <p>5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation 5.7.2. Méthodes et moyens de paiement internationaux 5.7.3. Plateformes logistiques internationales</p>	<p>5.8. Concurrence des opérations</p> <p>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</p>

Module 6. Direction des systèmes d'information

<p>6.1. Gestion des systèmes d'information.</p> <p>6.1.1. Systèmes d'information des entreprises 6.1.2. Décisions stratégiques. 6.1.3. Rôle du DSI</p>	<p>6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise</p> <p>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</p>	<p>6.3. Plan Stratégique du Système d'Information.</p> <p>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</p>	<p>6.4. Systèmes d'information et Business Intelligence</p> <p>6.4.1. GRC et <i>Business Intelligence</i> 6.4.2. La Gestion de Projets de <i>Business Intelligence</i> 6.4.3. L'architecture de <i>Business Intelligence</i></p>
<p>6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC</p> <p>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</p>	<p>6.6. Commerce électronique</p> <p>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 E-commerce électronique comme opportunité d'internationalisation</p>	<p>6.7. Stratégies de E-Business</p> <p>6.7.1. Stratégies des <i>Médias Sociaux</i> 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client 6.7.3. Régulation digitale.</p>	<p>6.8. Digital Business</p> <p>6.8.1. <i>Mobile e-Commerce</i> 6.8.2. Conception et facilité d'utilisation 6.8.3. Opérations du Commerce Électronique</p>

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. Les sources d'innovation
- 7.3.2. Tendances actuelles du Marketing
- 7.3.3. Outils du Marketing
- 7.3.4. 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. Localisation 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. Cadre Conceptuel 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 commerciale innovante: étapes
- 8.3.3. Modalités de financement
- 8.3.4. Outils de modélisation: carte d'empathie, modèle de canevas et métriques
- 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. Leadership et *management* dans les entreprises internationales

9.1. *Cross-cultural Management*

- 9.1.1. Dimension culturelle du management international
- 9.1.2. La globalización en la gestión empresarial
- 9.1.3. Leadership interculturel
- 9.1.4. Entreprises, gouvernement et société

9.2. Contrôle de gestion

- 9.2.1. Plan stratégique
- 9.2.2. Le processus de contrôle de gestion
- 9.2.3. Budget et mesure des résultats

9.3. Gestion stratégique des affaires internationales

- 9.3.1. L'internationalisation dans le nouvel ordre mondial
- 9.3.2. L'influence de la culture sur le commerce international
- 9.3.3. La sélection des marchés et des pays
- 9.3.4. Relocalisation et *Offshoring*

9.4. Stratégies d'internationalisation

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

9.5. Décisions d'internationalisation

- 9.5.1. Études de Marchés et la prise de décisions
- 9.5.2. Choix du lieu et du mode d'exploitation
- 9.5.3. Choisir la bonne forme juridique

9.6. Les étapes du processus d'internationalisation

- 9.6.1. Analyse internationale de la demande
- 9.6.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
- 9.6.3. Planification de la internationalisation
- 9.6.4. Les étapes de l'exportation

9.7. internationalisation selon le type de entreprise

- 9.7.1. Entreprises de produits et de services entreprises de services
- 9.7.2. Entreprises internationalisées et multinationales
- 9.7.3. Les PME et leur modèle d'internationalisation

9.8. Obstacles à l'internationalisation

- 9.8.1. Restrictions légales
- 9.8.2. Obstacles logistiques, financiers et commerciaux et commerciale
- 9.8.3. Obstacles à l'investissement direct

Module 10. Finance et investissement internationaux I

10.1. *Business & international strategy*

- 10.1.1. Internationalisation
- 10.1.2. *Croissance et développement dans les marchés émergents*
- 10.1.3. Système monétaire international

10.2. Macroéconomie et politique monétaire

10.2.1. LE PIB

- 10.2.2. Équilibre financier
- 10.2.3. Le rôle du secteur public
- 10.2.4. Politique monétaire et politique fiscale
- 10.3. La crise financière actuelle
- 10.3.1. Défaillances du système financier international

10.3.2. Normes comptables et comptabilité créative

- 10.3.3. Malversations bancaires
- 10.3.4. Paradis fiscaux
- 10.4. Marché des devises
- 10.4.1. Opérations sur devises
- 10.4.2. Le marché à terme des devises
- 10.4.3. Instruments dérivés de couverture

pour couvrir les risques de change et de taux d'intérêt

10.4.4. Dépréciation et appréciation des devises

10.5. Libéralisation des marchés financiers

- 10.5.1. Eurodollars et euro-obligations
- 10.5.2. Nouveaux titres internationaux
- 10.5.3. Mondialisation

10.6. Les marchés financiers

- 10.6.1. Caractéristiques des marchés financiers
- 10.6.2. Fonctions des marchés financiers
- 10.6.3. Composants des marchés financiers

10.7. Moyens de paiement et de recouvrement internationaux

- 10.7.1. Billets de banque, Chèques personnels et Chèques bancaires
- 10.7.2. Transfert, Ordre de paiement et Remise documentaires
- 10.7.3. Clauses documentaires et crédits
- 10.7.4. Affacturage, swap international et autres moyens

10.8. Financement de opérations sur les marchés internationaux

- 10.8.1. *Incoterms*.
- 10.8.2. Instruments dérivés pour la couverture des fluctuations potentielles du prix des matières premières
- 10.8.3. Crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien officiel
- 10.8.4. Couverture avec contrats d'échange (*swap*)
- 10.8.5. Le consensus de l'OCDE.

Module 11. Finance et investissement internationaux II**11.1. Institutions financières internationales**

- 11.1.1. L'enquête du service Internationalisation de l'entreprise
- 11.1.2. Le Groupe de la Banque Mondiale
- 11.1.3. La Banque interaméricaine de Développement
- 11.1.4. La Banque de Développement des Caraïbes

11.2. Formation du taux de change

- 11.2.2. Théorie de la parité des taux d'intérêt
- 11.2.3. La théorie de l'espérance des types de changement
- 11.2.4. Théorie de la parité du pouvoir d'achat (PPA)
- 11.2.5. Équilibre du marché des capitaux

11.3. Programmes de conversion de la dette

- 11.3.1. Cadre juridique
- 11.3.2. Fonctionnement
- 11.3.3. Conversion de la Dette en Investissements Publics
- 11.3.4. Conversion de la Dette en investissements Privés

11.4. Investissement dans l'entreprise

- 11.4.1. Concepts et classification
- 11.4.2. Les étapes de l'étude du projet d'investissement
- 11.4.3. L'investissement en tant que transaction financière

11.5. Méthodes d'évaluation économique

- 11.5.1. Période de récupération
- 11.5.2. Flux de trésorerie total et moyen par unité monétaire engagée
- 11.5.3. Valeur actuelle nette et taux de rendement interne
- 11.5.4. Période d'amortissement et taux de rendement actualisés
- 11.5.5. Rendement attendu de la VAN

11.6. Analyse technique et analyse fondamentale

- 11.6.1. Définition et champ d'application
- 11.6.2. Étude des graphiques et des tendances
- 11.6.3. Recherche sectorielle et boursière en analyse fondamentale
- 11.6.4. Ratios et analyse fondamentale

11.7. Analyse des investissements dans un environnement à risque

- 11.7.1. Lajustement du taux d'actualisation
- 11.7.2. Réduction des flux de trésorerie aux conditions de certitude
- 11.7.3. Simulation de scénarios

11.8. Marché boursier international

- 11.8.1. Mercado Wall Street (New York)
- 11.8.2. Marché de l'or
- 11.8.3. Dette extérieure mondiale
- 11.8.4. Club de Paris
- 11.8.5. Marché des titres ADR et GDR

Module 12. Gestion internationale des personnes et gestion de la diversité**12.1. Gestion des talents dans les entreprises internationales**

- 12.1.1. Aperçu de la de la gestion des talents
- 12.1.2. La carte des talents de l'organisation
- 12.1.3. Tendances culturelles et d'internationalisation
- 12.1.4. Internationalisation de la gestion des talents

12.2. Gestion des carrières internationales

- 12.2.1. Le profil du professionnel international
- 12.2.2. *Global Mobility*
- 12.2.3. Gestion des Expatriés

12.3. Gestion de la diversité

- 12.3.1. Travailler avec la diversité
- 12.3.2. Diversité, RSC y *Coaching*
- 12.3.3. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 12.3.4. Gestion d'équipes multiculturelles

12.4. Nouveau cadre de relations industrielles

- 12.4.1. Réforme du Travail
- 12.4.2. Négociation collective
- 12.4.3. Relations stratégiques avec les syndicats
- 12.4.4. Relations industrielles et restructuration des entreprises

12.5. Marketing RH : une vue internationale

- 12.5.1. *Employer Branding*
- 12.5.2. *HR Customer Experience*

12.6. Multinationales et Droits de l'homme

- 12.6.1. Mondialisation, droits de l'homme et les entreprises multinationales
- 12.6.2. Les multinationales face au Droit international
- 12.6.3. Instruments juridiques spécifiques

12.7. Gestion des expatriés

- 12.7.1. Gestion des processus de changement
- 12.7.2. Rapatriement
- 12.7.3. Compétences individuelles pour réussir dans les destinations internationales

12.8. Rémunération des expatriés

- 12.8.1. Rémunération financière
- 12.8.2. Lieu et monnaie de paiement
- 12.8.3. Politiques fiscales

Module 13. Opérations internationales *lean logistics*

13.1. *Global supply chain*

- 13.1.1. *Global Supply Chain Planning*
- 13.1.2. Gestion de la chaîne d'approvisionnement mondiale : logistique et marchés internationaux
- 13.1.3. La chaîne d'approvisionnement à trois volets

13.2. Gestion des importations

- 13.2.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 13.2.2. Institutions et accords commerciaux internationaux
- 13.2.3. Législation Douanière
- 13.2.4. Gestion des usines et achats internationaux

13.3. Distribution logistique internationale

- 13.3.1. Opérateur de transport international
- 13.3.2. *Hubs* y distribution

13.4. *Incoterms* et gestion des documents internationaux

- 13.4.1. Exportation ou déploiement
- 13.4.2. Le contrat d'agence, de distribution et de vente et distribution internationale
- 13.4.3. Propriété industrielle et intellectuelle.
- 13.4.4. Classement tarifaire

13.5. Méthodes et moyens de paiement internationaux

- 13.5.1. Le choix des moyens de paiement
- 13.5.2. Crédit documentaire
- 13.5.3. Garantie bancaire et crédit documentaire

13.6. *Internacional Lean Logistics*

- 13.6.1. Principes fondamentaux du *Lean* avec application de la logistique internationale
- 13.6.2. Stratégies d'élimination des déchets logistiques
- 13.6.3. Principales implications et exigences
- 13.6.4. Autres méthodologies d'amélioration des processus

13.7. *Operation Lean*

- 13.7.1. Décision *Lean*
- 13.7.2. Outils *Lean*
- 13.7.3. *Lean* et amélioration continue de la GCL

13.8. Création de valeur

- 13.8.1. Définition des stratégies logistiques internationales
- 13.8.2. *Economic Value Added*
- 13.8.3. Projets Internationaux

Module 14. Marketing et ventes internationales

14.1. L'investigation des marchés internationaux

- 14.1.1. *Emerging Markets Marketing*
- 14.1.2. Analyse PES
- 14.1.3. Quoi, comment et où exporter ?
- 14.1.4. Stratégies internationales de marketing-mix

14.2. Segmentation internationale

- 14.2.1. Critères de segmentation du marché international
- 14.2.2. Niches de marché
- 14.2.3. Stratégies de segmentation internationale

14.3. Positionnement international

- 14.3.1. *Branding* sur les marchés internationaux
- 14.3.2. Stratégies de positionnement sur les marchés internationaux
- 14.3.3. Marques mondiales, régionales et locales

14.4. Stratégies de produits sur les marchés internationaux

- 14.4.1. Modification, adaptation et la diversification des produits
- 14.4.2. Produits standardisés au niveau mondial
- 14.4.3. Le portefeuille de produits

14.5. Prix et exportation

- 14.5.1. Calcul des prix à l'exportation
- 14.5.2. *Incoterms*.
- 14.5.3. Stratégie de tarification internationale

14.6. La qualité dans le commerce international

- 14.6.1. La qualité et le Marketing international
- 14.6.2. Normes et Certifications
- 14.6.3. Marquage CE

14.7. Promotion au niveau international

- 14.7.1. La promotion internationale MIX
- 14.7.2. *Advertising* et publicité
- 14.7.3. Les foires internationales.
- 14.7.4. Marque Pays.

14.8. Distribution par les canaux internationaux

- 14.8.1. *Channel & Trade Marketing*
- 14.8.2. Consortiums d'exportation
- 14.8.3. Types d'exportation et de commerce extérieur

Module 15. Droit international et fiscalité

15.1. Régime juridique du commerce international

- 15.1.1. Droit international des affaires
- 15.1.2. Réglementation des relations commerciales transnationales
- 15.1.3. Autorégulation du marché
- 15.1.4. Domaine de *soft law* dans le Droit transnational des affaires

15.2. Droits de propriété industrielle et commerce international

- 15.2.1. Mécanismes d'enregistrement et de coopération internationale
- 15.2.2. La réglementation internationale et l'impact de la gestion du commerce mondial
- 15.2.3. Droits supranationaux

15.3. Propriété intellectuelle et la concurrence déloyale

- 15.3.1. objectif et Contenu de droits
- 15.3.2. Application transfrontalière de la propriété intellectuelle
- 15.3.3. Concurrence déloyale et marché intérieur
- 15.3.4. Droit des ententes

15.4. Partenariats sur la scène internationale

- 15.4.1. Constitution de sociétés
- 15.4.2. Établissement de sociétés en dehors de l'État d'incorporation
- 15.4.3. Mobilité et transformation des entreprises
- 15.4.4. Le droit des sociétés et l'Union européenne

15.5. Contrats commerciaux internationaux

- 15.5.1. Le commerce international et le sens du droit des contrats
- 15.5.2. Formation et contenu du contrat
- 15.5.3. Détermination du statut juridique

15.6. Ventes et achats internationaux et contrats annexes

- 15.6.1. Vente internationale de marchandises.
- 15.6.2. Contrats de transport international de marchandises
- 15.6.3. Moyens de paiement
- 15.6.4. Contrats d'assurance, de garantie et de financement

15.7. Contrats de partenariat

- 15.7.1. Distribution commerciale
- 15.7.2. Transfert de technologie et propriété industrielle
- 15.7.3. Commerce électronique et réseaux de télécommunications

15.8. Droit de la faillite et arbitrage commercial international

- 15.8.1. Budgets et développement du concours
- 15.8.2. Efficacité extraterritoriale des procédures d'insolvabilité et coordination entre procédures
- 15.8.3. La configuration de l'activité d'arbitrage international et la convention d'arbitrage
- 15.8.4. Procédures d'arbitrage et intervention judiciaire
- 15.8.5. Contrôle judiciaire de la sentence arbitrale

15.9. Planification fiscale internationale

- 15.9.1. Instruments Financiers
- 15.9.2. Planification des investissements étrangers
- 15.9.3. Fiscalité des transactions immobilières internationales
- 15.9.4. Prix de transfert

15.10. obligations fiscales internationales

- 15.10.1. La fiscalité dans certains pays
- 15.10.2. Politiques de mobilité internationale
- 15.10.3. Obligations de retenue d'impôt sur les revenus du travail
- 15.10.4. Mesures anti-évasion dans les conventions de double imposition

Module 16. Marketing digital et e-commerce

16.1. Stratégie du Marketing Digital

- 16.1.1. Segmentation et positionnement dans le contexte concurrentiel
- 16.1.2. Nouvelles stratégies de marketing pour les produits et les services
- 16.1.3. *From Innovation to Cash Flow*

16.2. Stratégie technologique

- 16.2.1. Concepts basics sur développement Web
- 16.2.2. *Hosting y cloud computing*
- 16.2.3. Systèmes de gestion de contenu (CMS)
- 16.2.4. Formats et médias numériques
- 16.2.5. Plateformes technologiques du e-commerce

16.3. Régulation digitale.

- 16.3.1. Politiques de confidentialité et LOPD
- 16.3.2. Usurpation de faux profils et de faux followers
- 16.3.3. Aspects juridiques dans le domaine du marketing, de la publicité et du contenu numérique

16.4. Investigation du marché en ligne

- 16.4.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne
- 16.4.2. Outils dynamiques d'étude qualitative de la clientèle

16.5. Digital e-commerce management

- 16.5.1. Nouveaux modèles commerciaux du e-Commerce
- 16.5.2. Planification et développement d'un plan stratégique de commerce électronique
- 16.5.3. Structure technologique du e-Commerce

16.6. Opérations et logistique dans le commerce électronique

- 16.6.1. Comment gérer le fulfillment ?
- 16.6.2. Gestion numérique du point de vente
- 16.6.3. *Contact center management*
- 16.6.4. Automatisation de la gestion et du suivi des processus

16.7. Implémenter des techniques du e-Commerce

- 16.7.1. Médias sociaux et intégration dans le plan de commerce électronique
- 16.7.2. *StrategiE multicanale*
- 16.7.3. Personnalisation des *Dashboards*

16.8. Digital pricing

- 16.8.1. Méthodes et passerelles de paiement en ligne
- 16.8.2. Promotions électroniques.
- 16.8.3. Temporisation numérique des prix
- 16.8.4. *E-auctions*

16.9. Stratégie dans les réseaux sociaux

- 16.9.1. Le plan de communication d'entreprise 2.0
- 16.9.2. Relations publiques d'entreprise et réseaux sociaux
- 16.9.3. Analyse et évaluation des résultats

16.10. Community management

- 16.10.1 Rôles, tâches et responsabilités du *Community manager*
- 16.10.2 *Social Media Manager*
- 16.10.3 *Social Media Strategiste*

Module 17. Innovation et développement sur la scène internationale

17.1. Pensée créative : innovation

- 17.1.1. L'innovation dans l'entreprise technologique
- 17.1.2. Techniques pour promouvoir la créativité
- 17.1.3. Processus de conception d'idées innovantes

17.2. Propriété industrielle et intellectuelle

- 17.2.1. Propriété Industrielle
- 17.2.2. Marques et noms de domaine
- 17.2.3. Propriété Intellectuelle

17.3. Ingénierie des procédés

- 17.3.1. Stratégies d'innovation
- 17.3.2. Innovation ouverte.
- 17.3.3. Organisation et culture innovantes
- 17.3.4. Équipement multifonctionnel.

17.4. Innovation et ingénierie des produits

- 17.4.1. Gestion des développement des produits
- 17.4.2. Les prototypes

17.5. Lancement et industrialisation de nouveaux produits

- 17.5.1. Conception de nouveaux produits
- 17.5.2. *Lean Design*.
- 17.5.3. Industrialisation de nouveaux produits
- 17.5.4. Fabrication et assemblage

17.6. Réingénierie pour une innovation radicale des processus d'affaires de l'entreprise

- 17.6.1. Origines et évolution du processus
- 17.6.2. Objectifs de la réingénierie
- 17.6.3. La bonne approche de la réingénierie

17.7. Project management

- 17.7.1. *Agile Development*.
- 17.7.2. *Lean Management* dans les *Startups*
- 17.7.3. *Project tracking and project steering*

17.8. Gestion de la qualité totale et gestion avancée des projets

- 17.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 17.8.2. Six Sigma y *Six Sigma* en tant que système de gestion d'entreprise
- 17.8.3. Modèle EFQM



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.



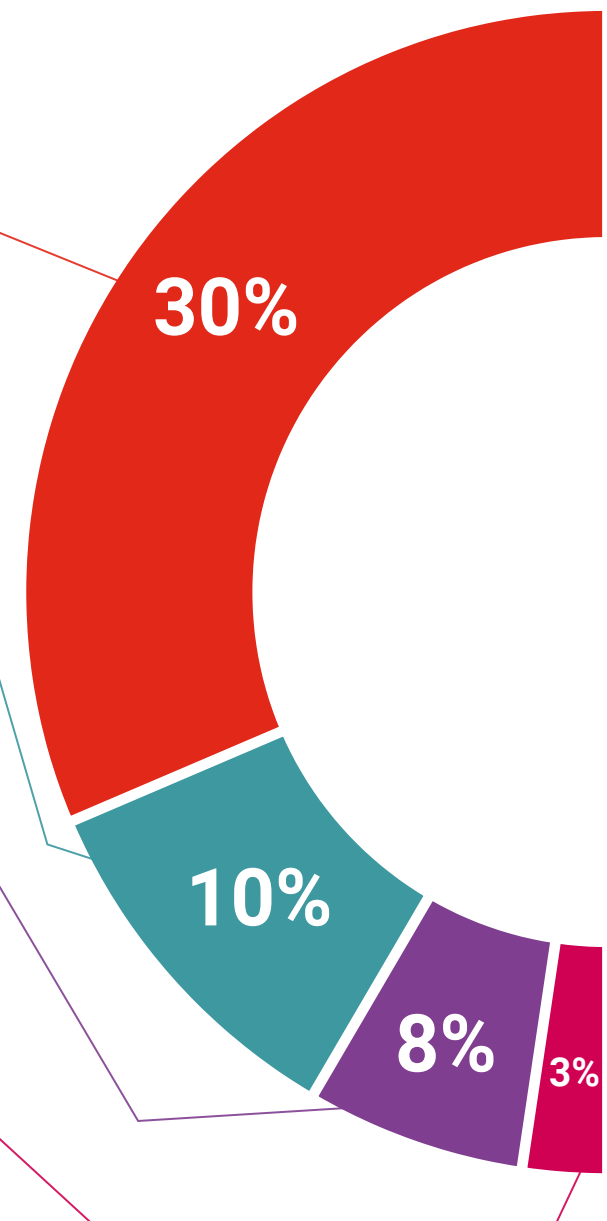
Stages en gestion des compétences

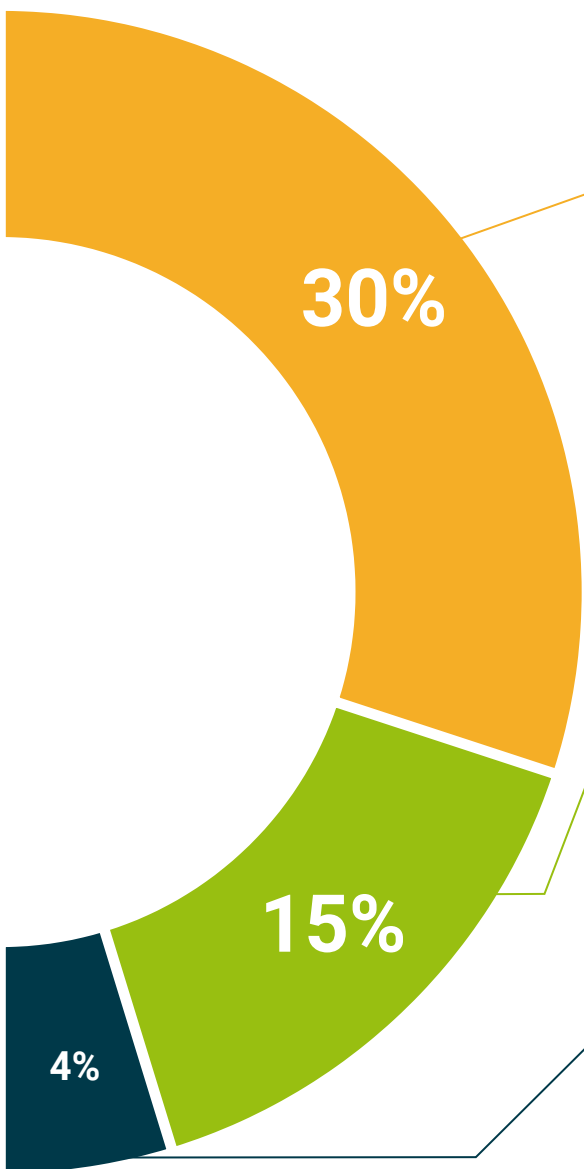
Vous réaliserez des activités visant à développer des compétences de direction spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un haut dirigeant doit développer dans le contexte de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



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

Le Mastère Avancé en Direction Générale Internationale est un programme destiné aux professionnels expérimentés qui souhaitent actualiser leurs connaissances et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





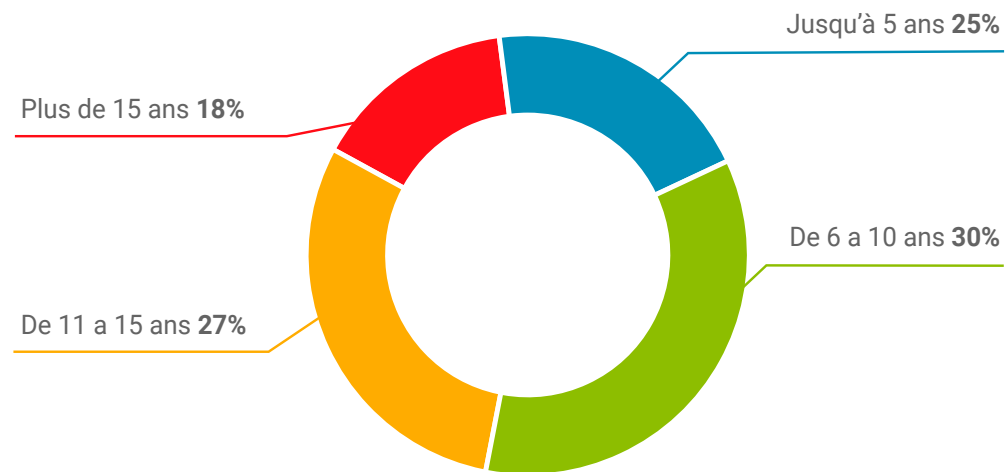
“

Si vous avez de l'expérience en matière de direction et de gestion, et que vous recherchez une évolution de carrière intéressante tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous”

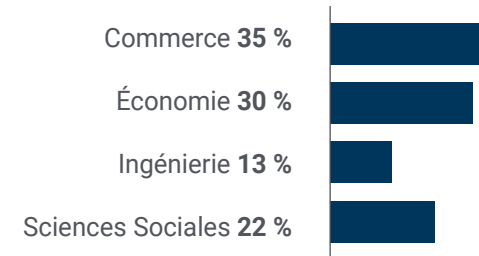
Âge moyen

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

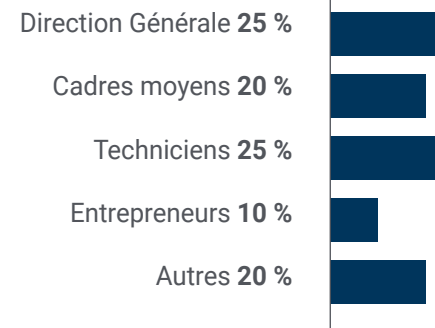
Années d'expérience



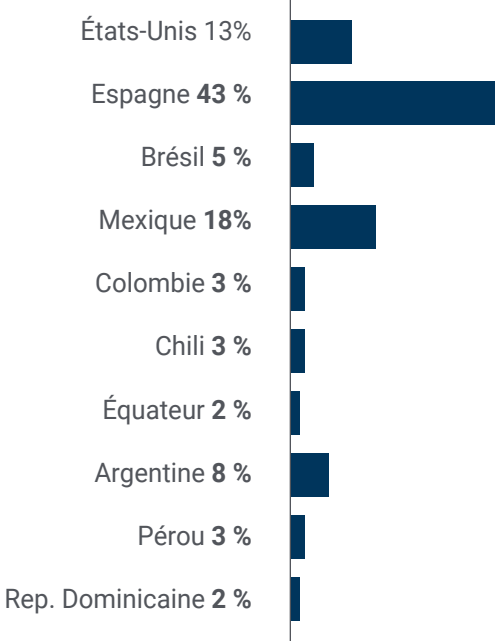
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Mónica Martínez

Directrice d'une entreprise multinationale

"L'obtention de ce Mastère Avancé m'a permis de gravir les échelons de ma carrière pour devenir le directeur de l'entreprise pour laquelle je travaille depuis des années. Sans aucun doute, un succès professionnel que je n'aurais pas atteint sans cette spécialisation de haute qualité offerte par TECH"

09

Impact sur votre carrière

TECH est conscient que l'adoption d'un programme présentant ces caractéristiques représente un grand investissement économique, professionnel et, bien sûr, personnel. L'objectif ultime de ce grand effort devrait être de parvenir à une croissance professionnelle. C'est pourquoi nous mettons tous nos efforts et nos outils à l'état de. De pour que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui permettront de réaliser ce changement.



“

Chez TECH, nous orientons tous nos efforts pour vous aider à obtenir le changement professionnel que vous méritez”

Êtes-vous prêt à faire le grand saut ? Un excellent perfectionnement professionnel vous attend

Le Mastère Avancé Direction Générale Internationale de TECH Université Technologique est un programme intense qui prépare à relever des défis commerciaux et à prendre des décisions au niveau national et international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Contribuer à la réussite

Si vous souhaitez améliorer vos compétences, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, vous êtes au bon endroit.

Un grand pourcentage de nos étudiants réussissent à trouver un emploi après avoir étudié avec nous.

Si vous souhaitez apporter un changement positif à votre profession, ne manquez pas l'occasion de vous spécialiser en TECH.

Générer un changement positif

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



10

Avantages pour votre entreprise

Le Mastère Avancé en Direction Générale Internationale contribue à élever le talent de l'organisation à son potentiel maximal par 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.





“

*Après avoir terminé ce Mastère avancé,
vous apporterez à votre entreprise une
nouvelle vision du monde des affaires”*

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

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives qui peuvent 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

Être capable 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

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

06

Augmentation de la compétitivité

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

11 Diplôme

Le Mastère avancé en Direction Générale Internationale garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère 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”

tech 64 Diplôme :

Ce **Mastère avancé en Direction Générale Internationale** et de l'Identité Corporative contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère, 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 Internationale**

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 Internationale

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

Mastère Avancé

Direction Générale Internationale