

# Mastère Avancé

Direction Générale des Ressources  
Humaines, Expert en Relations  
Syndicales





## Mastère **Avancé** Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master-avance/master-avance-direction-generale-ressources-humaines-expert-relations-syndicales](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master-avance/master-avance-direction-generale-ressources-humaines-expert-relations-syndicales)

# Sommaire

01

Présentation

---

*Page 4*

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

*Page 8*

03

Programme d'études

---

*Page 12*

04

Objectifs

---

*Page 36*

05

Opportunités de carrière

---

*Page 44*

06

Méthodologie

---

*Page 48*

07

Corps Enseignant

---

*Page 58*

08

Diplôme

---

*Page 78*

# 01

# Présentation

Dans le contexte actuel de mondialisation et de transformation numérique, les organisations sont confrontées à des défis sans précédent dans la gestion de leur capital humain. Dans ce contexte, la Direction Générale des Ressources Humaines est devenue une fonction stratégique clé, chargée d'aligner les politiques du personnel sur les objectifs de l'entreprise et de favoriser un environnement de travail inclusif et productif. Parallèlement, le rôle de l'Expert en Relations Syndicales est devenu fondamental dans la médiation entre la direction et les représentants des travailleurs, la facilitation des négociations et la résolution efficace des conflits du travail. Dans ce contexte, TECH présente un programme universitaire d'avant-garde axé sur la Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales. De plus, ce programme est basé sur une modalité flexible 100% en ligne.





“

*Grâce à ce Mastère Avancé 100% en ligne,  
vous favoriserez un environnement de travail  
positif entre les employés et la direction”*

La gestion des Ressources Humaines et les Relations Syndicales sont des éléments clés pour assurer le succès et la stabilité des organisations dans un environnement de plus en plus complexe et dynamique. En ce sens, les professionnels doivent être capables de gérer les relations avec les syndicats, de négocier des accords de travail et de résoudre des conflits, tout en promouvant une culture organisationnelle positive alignée sur les objectifs stratégiques de l'entreprise. Les experts doivent donc maîtriser les stratégies les plus sophistiquées pour optimiser la gestion des personnes et la création d'un environnement de travail productif et harmonieux.

C'est dans cette optique que TECH lance un Mastère Avancé révolutionnaire en Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales. Conçu par des experts renommés dans ce domaine, l'itinéraire académique analysera des questions allant des fondements du comportement organisationnel ou de la sociologie du travail à la gestion des politiques d'intermédiation du travail. Ainsi, les étudiants développeront les compétences nécessaires pour gérer stratégiquement les relations de travail au sein des organisations, en mettant en œuvre des politiques qui favorisent la coopération entre les employés et les syndicats, tout en s'alignant sur les objectifs de l'entreprise.

D'autre part, TECH a créé un environnement académique 100% en ligne. Les experts pourront ainsi gérer individuellement leur emploi du temps et leur calendrier d'évaluation. En outre, la méthode disruptive Relearning est mise en œuvre, basée sur la répétition de concepts clés pour consolider les connaissances de manière optimale. Grâce à cela, les professionnels bénéficieront d'une expérience immersive dynamique et agréable qui contribuera à maximiser la qualité de leur pratique quotidienne.

Ce **Mastère Avancé en Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- Le développement d'études de cas présentées par des experts en Direction Générale des RH, Expert en Relations Syndicales
- Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- Il se concentre sur les méthodologies innovantes en Direction Générale des RH, Expert en Relations Syndicales
- Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Vous développerez des stratégies pour promouvoir l'égalité des chances sur le lieu de travail, en gérant des politiques inclusives qui favorisent la diversité"*

“

*Vous aurez à votre disposition les ressources pédagogiques les plus modernes, avec un accès gratuit au Campus Virtuel 24 heures sur 24”*

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Direction Générale des RH, Expert en Relations Syndicales, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel l'étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

*Vous serez en mesure d'intervenir dans la résolution des conflits du travail, en utilisant des techniques avancées de médiation et d'arbitrage pour trouver des solutions équitables.*

*Le système Relearning appliqué par TECH dans ses programmes réduit les longues heures d'étude si fréquentes dans d'autres méthodes d'enseignement.*



02

# Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande Université numérique du monde. Avec un catalogue impressionnant de plus de 14.000 programmes universitaires, disponibles en 11 langues, elle est leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99%. Elle dispose également d'un vaste corps professoral composé de plus de 6.000 professeurs de renommée internationale.





“

*Étudiez dans la plus grande université  
numérique du monde et assurez  
votre réussite professionnelle.  
L'avenir commence chez TECH”*

### La meilleure université en ligne selon FORBES

Le prestigieux magazine Forbes, spécialisé dans les affaires et la finance, a désigné TECH comme «la meilleure université en ligne du monde». C'est ce qu'il a récemment déclaré dans un long article de son édition numérique dans lequel il se fait l'écho de la success story de cette institution, «grâce à l'offre académique qu'elle propose, à la sélection de son corps enseignant et à une méthode d'apprentissage innovante visant à former les professionnels du futur».

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### Les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire

TECH propose les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des cursus qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. De même, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir aux étudiants l'avant-garde académique et les compétences professionnelles les plus demandées. De cette manière, les diplômés de l'université fournissent à ses diplômés un avantage significatif pour propulser leur carrière vers le succès.

### Un corps professoral international de premier plan

Le corps enseignant de TECH est composé de plus de 6.000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des cadres supérieurs de multinationales, dont Isaiah Covington, entraîneur de performance des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au MetaLAB de Harvard, Ignacio Wistumba, président du département de pathologie moléculaire translationnelle au MD Anderson Cancer Center, et D.W. Pine, directeur de la création du magazine TIME, entre autres.

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

La metodología  
más eficaz

### Une méthode d'apprentissage unique

TECH est la première université à utiliser *Relearning* dans tous ses diplômes. Il s'agit de la meilleure méthode d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement délivrées par des agences éducatives prestigieuses. En outre, ce modèle académique perturbateur est complété par la «Méthode des Cas», configurant ainsi une stratégie d'enseignement en ligne unique. Des ressources pédagogiques innovantes sont également mises en œuvre, notamment des vidéos détaillées, des infographies et des résumés interactifs.

### La plus grande université numérique du monde

TECH est la plus grande université numérique du monde. Nous sommes le plus grand établissement d'enseignement, avec le meilleur et le plus vaste catalogue d'enseignement numérique, cent pour cent en ligne et couvrant la grande majorité des domaines de la connaissance. Nous proposons le plus grand nombre de diplômes propres, de diplômes officiels de troisième cycle et de premier cycle au monde. Au total, plus de 14.000 diplômes universitaires, dans dix langues différentes, ce qui fait de nous la plus grande institution éducative au monde.

**n°1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

### L'université en ligne officielle de la NBA

TECH est l'université en ligne officielle de la NBA. Grâce à un accord avec la ligue majeure de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs, ainsi qu'une grande variété de ressources éducatives axées sur les affaires de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et fait appel à des conférenciers exceptionnels: des professionnels issus du monde du sport qui apportent leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

### Leaders en matière d'employabilité

TECH a réussi à devenir la première université en termes d'employabilité. 99% de ses étudiants trouvent un emploi dans le domaine académique qu'ils ont étudié, un an après avoir terminé l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire d'entre eux bénéficient d'une amélioration immédiate de leur carrière. Tout cela grâce à une méthodologie d'étude qui fonde son efficacité sur l'acquisition de compétences pratiques, absolument nécessaires au développement professionnel.



### Google Partner Premier

Le géant américain de la technologie a décerné à TECH le badge Google Partner Premier. Ce prix, qui n'est décerné qu'à 3% des entreprises dans le monde, souligne l'expérience efficace, flexible et adaptée que cette université offre aux étudiants. Cette reconnaissance atteste non seulement de la rigueur, de la performance et de l'investissement maximaux dans les infrastructures numériques de TECH, mais place également cette université parmi les entreprises technologiques les plus avant-gardistes au monde.



### L'université la mieux évaluée par ses étudiants

Les étudiants ont positionné TECH comme l'université la mieux évaluée du monde dans les principaux portails d'opinion, soulignant sa note la plus élevée de 4,9 sur 5, obtenue à partir de plus de 1 000 évaluations. Ces résultats consolident TECH en tant qu'institution universitaire de référence internationale, reflétant l'excellence et l'impact positif de son modèle éducatif.



# 03

# Programme d'études

L'itinéraire académique couvrira en profondeur des facteurs allant des particularités du *management* exécutif ou de la gestion de l'environnement de travail aux principes fondamentaux de l'économie du travail. De cette manière, les diplômés développeront des compétences avancées pour diriger et motiver des équipes pluridisciplinaires en vue de la réalisation des objectifs de l'organisation. Ils maîtriseront également la législation et la réglementation du travail afin d'en assurer la conformité et d'éviter les risques juridiques.



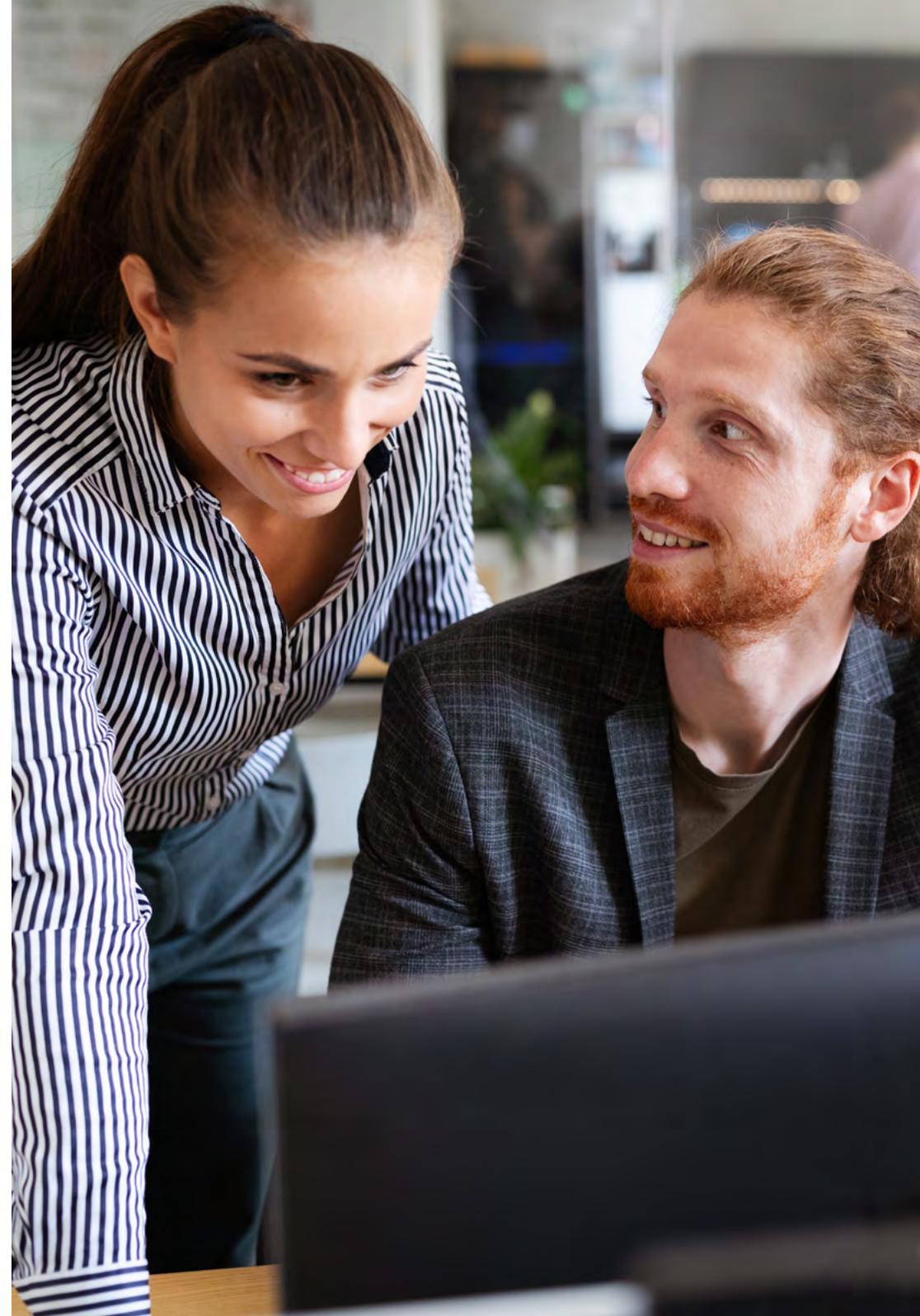


“

*Vous identifierez et résoudrez des problèmes complexes liés aux Relations de Travail”*

## Module 1. Leadership, éthique et responsabilité sociale des entreprises

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
  - 1.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
  - 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
  - 1.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 1.2. Leadership
  - 1.2.1. Leadership. Une approche conceptuelle
  - 1.2.2. Leadership dans les entreprises
  - 1.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises
- 1.3. *Cross Cultural Management*
  - 1.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
  - 1.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
  - 1.3.3. Gestion de la diversité
- 1.4. Développement de la gestion et le leadership
  - 1.4.1. Concept de développement direction
  - 1.4.2. Le concept de leadership
  - 1.4.3. Théories du leadership
  - 1.4.4. Styles de leadership
  - 1.4.5. L'intelligence dans le leadership
  - 1.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 1.5. Éthique des affaires
  - 1.5.1. Éthique et Morale
  - 1.5.2. Éthique des Affaires
  - 1.5.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 1.6. Durabilité
  - 1.6.1. Durabilité et développement durable
  - 1.6.2. Agenda 2030
  - 1.6.3. Les entreprises durables
- 1.7. Responsabilité sociale des entreprises
  - 1.7.1. La dimension internationale de la responsabilité sociale des entreprises
  - 1.7.2. La mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises
  - 1.7.3. L'impact et la mesure de la responsabilité sociale des entreprises



- 1.8. Systèmes et outils de gestion responsables
  - 1.8.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
  - 1.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
  - 1.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
  - 1.8.4. Outils et normes en matière de la RSE
- 1.9. Multinationales et droits de l'homme
  - 1.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
  - 1.9.2. Entreprises multinationales et droit international
  - 1.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 1.10. Environnement juridique et *Corporate Governance*
  - 1.10.1. Importation et exportation
  - 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
  - 1.10.3. Droit International du Travail

## Module 2. Orientation stratégique et gestion exécutive

- 2.1. Analyse et conception organisationnelle
  - 2.1.1. Cadre conceptuel
  - 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
  - 2.1.3. Modèles de base des organisations
  - 2.1.4. Design organisationnel: Typologies
- 2.2. Stratégie d'entreprise
  - 2.2.1. Stratégie d'entreprise concurrentielle
  - 2.2.2. Stratégies de croissance: Typologies
  - 2.2.3. Cadre conceptuel
- 2.3. Planification et formulation stratégiques
  - 2.3.1. Cadre conceptuel
  - 2.3.2. Éléments de la planification stratégique
  - 2.3.3. Formulation stratégique: Processus de la planification stratégique
- 2.4. Réflexion stratégique
  - 2.4.1. L'entreprise comme système
  - 2.4.2. Concept d'organisation
- 2.5. Diagnostic financier
  - 2.5.1. Concept de diagnostic financier
  - 2.5.2. Les étapes du diagnostic financier
  - 2.5.3. Méthodes d'évaluation du diagnostic financier
- 2.6. Planification et stratégie
  - 2.6.1. Le plan d'une stratégie
  - 2.6.2. Positionnement stratégique
  - 2.6.3. La stratégie dans l'entreprise
- 2.7. Modèles et motifs stratégiques
  - 2.7.1. Cadre conceptuel
  - 2.7.2. Modèles stratégiques
  - 2.7.3. Schémas stratégiques: Les Cinq Ps de la Stratégie
- 2.8. Stratégie concurrentielle
  - 2.8.1. Avantage concurrentiel
  - 2.8.2. Choix d'une stratégie concurrentielle
  - 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
  - 2.8.4. Types de stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel
- 2.9. Direction stratégique
  - 2.9.1. Concepts de la stratégie
  - 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
  - 2.9.3. Approches de la gestion stratégique
- 2.10. Mise en œuvre de la stratégie
  - 2.10.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
  - 2.10.2. Carte stratégique
  - 2.10.3. Alignement stratégique
- 2.11. *Management* Exécutif
  - 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
  - 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les outils de gestion d'entreprise
- 2.12. Communication stratégique
  - 2.12.1. Communication interpersonnelle
  - 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence
  - 2.12.3. Communication interne
  - 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

### Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement organisationnel
  - 3.1.1. Le comportement organisationnel Cadre conceptuel
  - 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel
- 3.2. Les personnes dans les organisations
  - 3.2.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
  - 3.2.2. Groupes de travail et direction des réunions
  - 3.2.3. *Coaching* et gestion d'équipes
  - 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 3.3. La direction stratégique des personnes
  - 3.3.1. Gestion stratégique et Ressources Humaines
  - 3.3.2. La direction stratégique des personnes
- 3.4. Évolution des ressources. Une vision intégrée
  - 3.4.1. L'importance Ressources Humaines
  - 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
  - 3.4.3. Direction stratégique des Ressources Humaines
- 3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des Ressources Humaines
  - 3.5.1. Approche en matière de recrutement et de sélection
  - 3.5.2. Le recrutement
  - 3.5.3. Le processus de sélection
- 3.6. Gestion des Ressources Humaines basée sur les compétences
  - 3.6.1. Analyse du potentiel
  - 3.6.2. Politique de rémunération
  - 3.6.3. Plans de carrière/succession
- 3.7. Évaluation et gestion des performances
  - 3.7.1. Gestion des performances
  - 3.7.2. Gestion des performances: Objectifs et processus
- 3.8. Gestion de la formation
  - 3.8.1. Théories de l'apprentissage
  - 3.8.2. Détection et rétention des talents
  - 3.8.3. Gamification et gestion des talents
  - 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle
- 3.9. Gestion des talents
  - 3.9.1. Les clés d'un management positif
  - 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
  - 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
  - 3.9.4. Coût et valeur ajoutée
- 3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
  - 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
  - 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
  - 3.10.3. Fidélisation et rétention
  - 3.10.4. Proactivité et innovation
- 3.11. Motivation
  - 3.11.1. La nature de la motivation
  - 3.11.2. La théorie de l'espérance
  - 3.11.3. Théories des besoins
  - 3.11.4. Motivation et compensation économique
- 3.12. *Employer branding*
  - 3.12.1. *Employer branding* dans les ressources humaines
  - 3.12.2. *Personal branding* pour les professionnels des Ressources Humaines
- 3.13. Développer des équipes performantes
  - 3.13.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
  - 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 3.14. Développement des compétences managériales
  - 3.14.1. Que sont les compétences de gestion?
  - 3.14.2. Éléments des compétences
  - 3.14.3. Connaissances
  - 3.14.4. Compétences de gestion
  - 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
  - 3.14.6. Compétences en matière de gestion
- 3.15. Gestion du temps
  - 3.15.1. Bénéfices
  - 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps?
  - 3.15.3. Temps
  - 3.15.4. Les illusions du temps
  - 3.15.5. Attention et mémoire

- 3.15.6. État mental
- 3.15.7. Gestion du temps
- 3.15.8. Proactivité
- 3.15.9. Avoir un objectif clair
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification
- 3.16. Gestion du changement
  - 3.16.1. Gestion du changement
  - 3.16.2. Type de processus de gestion du changement
  - 3.16.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 3.17. Négociation et gestion des conflits
  - 3.17.1. Négociation
  - 3.17.2. Gestion de conflits
  - 3.17.3. Gestion de crise
- 3.18. Communication managériale
  - 3.18.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
  - 3.18.2. Département de Communication
  - 3.18.3. Le responsable de la Communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 3.19. Gestion des Ressources Humaines et équipes de Prévention des Risques Professionnels
  - 3.19.1. Gestion des Ressources Humaines et des équipes
  - 3.19.2. Prévention des risques professionnels
- 3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
  - 3.20.1. Productivité
  - 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents
- 3.21. Compensation monétaire vs. non-monétaire
  - 3.21.1. Compensation monétaire vs. non-monétaire
  - 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
  - 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires
  - 3.21.4. Modèle de travail
  - 3.21.5. Communauté d'entreprises
  - 3.21.6. Image de l'entreprise
  - 3.21.7. Rémunération émotionnelle

- 3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
  - 3.22.1. Innovation dans les organisations
  - 3.22.2. Nouveaux défis du département des Ressources Humaines
  - 3.22.3. Gestion de l'innovation
  - 3.22.4. Outils pour l'innovation
- 3.23. Gestion des connaissances et du talent
  - 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent
  - 3.23.2. Mise en œuvre de la gestion des connaissances
- 3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique
  - 3.24.1. Le contexte socio-économique
  - 3.24.2. Les nouvelles formes d'organisation des entreprises
  - 3.24.3. Nouvelles méthodes

## Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement économique
  - 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
  - 4.1.2. Institutions financières
  - 4.1.3. Marchés financiers
  - 4.1.4. Actifs financiers
  - 4.1.5. Autres entités du secteur financier
- 4.2. Le financement de l'entreprise
  - 4.2.1. Sources de financement
  - 4.2.2. Types de coûts de financement
- 4.3. Comptabilité de gestion
  - 4.3.1. Concepts de base
  - 4.3.2. Les actifs de l'entreprise
  - 4.3.3. Les passifs de l'entreprise
  - 4.3.4. La valeur nette de l'entreprise
  - 4.3.5. Le compte de résultats
- 4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique
  - 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
  - 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique
  - 4.4.3. Classification des coûts

- 4.5. Systèmes d'information et Business Intelligence
  - 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
  - 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
  - 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 4.6. Budget et Contrôle de Gestion
  - 4.6.1. Le modèle budgétaire
  - 4.6.2. Le Budget d'Investissement
  - 4.6.3. Le Budget de Fonctionnement
  - 4.6.5. Le Budget de Trésorerie
  - 4.6.6. Le Suivi Budgétaire
- 4.7. Gestion de la trésorerie
  - 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
  - 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
  - 4.7.3. *Credit Management*
- 4.8. Responsabilité fiscale des entreprises
  - 4.8.1. Concepts fiscaux de base
  - 4.8.2. Impôt sur les sociétés
  - 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
  - 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
  - 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État
- 4.9. Systèmes de contrôle des entreprises
  - 4.9.1. Analyse des états financiers
  - 4.9.2. Le Bilan de l'entreprise
  - 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
  - 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
  - 4.9.5. L'Analyse des Ratios
- 4.10. Gestion Financière
  - 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
  - 4.10.2. Le service financier
  - 4.10.3. Excédents de trésorerie
  - 4.10.4. Risques liés à la gestion financière
  - 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 4.11. Planification Financière
  - 4.11.1. Définition de la planification financière
  - 4.11.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
  - 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
  - 4.11.4. Le tableau des *Cash Flow*
  - 4.11.5. Le tableau du fonds de roulement
- 4.12. Stratégie Financière de l'Entreprise
  - 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
  - 4.12.2. Produits financiers de l'entreprise
- 4.13. Contexte macroéconomique
  - 4.13.1. Contexte macroéconomique
  - 4.13.2. Indicateurs économiques
  - 4.13.3. Mécanismes de contrôle des amplitudes macroéconomiques
  - 4.13.4. Les cycles économiques
- 4.14. Financement Stratégique
  - 4.14.1. Autofinancement
  - 4.14.2. Augmentation des fonds propres
  - 4.14.3. Ressources hybrides
  - 4.14.4. Financement par des intermédiaires
- 4.15. Marchés monétaires et des capitaux
  - 4.15.1. Le Marché Monétaire
  - 4.15.2. Le Marché des titres à Revenu Fixe
  - 4.15.3. Le Marché des Actions
  - 4.15.4. Le Marché des Changes
  - 4.15.5. Le Marché des Dérivés
- 4.16. Analyse et planification financières
  - 4.16.1. Analyse du Bilan de la Situation
  - 4.16.2. Analyse du Compte des Résultats
  - 4.16.3. Analyse de la Rentabilité
- 4.17. Analyses et résolution de problèmes
  - 4.17.1. Informations financières d'Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

**Module 5. Gestion des opérations et de la logistique**

- 5.1. Direction et gestion des opérations
  - 5.1.1. Le rôle des opérations
  - 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
  - 5.1.3. Introduction à la stratégie opérationnelle
  - 5.1.4. La direction des opérations
- 5.2. Organisation industrielle et logistique
  - 5.2.1. Département d'organisation industrielle
  - 5.2.2. Département logistique
- 5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO...)
  - 5.3.1. Système de production
  - 5.3.2. Stratégie de production
  - 5.3.3. Système de gestion des stocks
  - 5.3.4. Indicateurs de production
- 5.4. Structure et types d'approvisionnement
  - 5.4.1. Fonction de l'approvisionnement
  - 5.4.2. Gestion de l'approvisionnement
  - 5.4.3. Types d'achats
  - 5.4.4. Gestion des achats d'une entreprise de manière efficace
  - 5.4.5. Étapes du processus de la décision d'achat
- 5.5. Contrôle économique des achats
  - 5.5.1. Influence économique des achats
  - 5.5.2. Centres de coûts
  - 5.5.3. La budgétisation
  - 5.5.4. Budgétisation et dépenses réelles
  - 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire
- 5.6. Contrôle des opérations de stockage
  - 5.6.1. Contrôle de l'inventaire
  - 5.6.2. Système de localisation
  - 5.6.3. Techniques de gestion des stocks
  - 5.6.4. Systèmes de stockage
- 5.7. Gestion stratégique des achats
  - 5.7.1. Stratégie d'entreprise
  - 5.7.2. Planification stratégique
  - 5.7.3. Stratégie d'achat
- 5.8. Typologie de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
  - 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
  - 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne approvisionnement
  - 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement
- 5.9. *Supply Chain Management*
  - 5.9.1. Concept de Gestion de la Chaîne d'Approvisionnement (SCM)
  - 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
  - 5.9.3. Schémas de demande
  - 5.9.4. La stratégie opérationnelle et le changement
- 5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs
  - 5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement
  - 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
  - 5.10.3. Problèmes d'intégration de la chaîne d'approvisionnement
  - 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0
- 5.11. Coûts logistiques
  - 5.11.1. Coûts logistiques
  - 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques
  - 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques
- 5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs
  - 5.12.1. Chaîne logistique
  - 5.12.2. Rentabilité et efficacité de la chaîne logistique
  - 5.12.3. Indicateurs de rentabilité et efficacité des chaînes logistiques
- 5.13. Gestion des processus
  - 5.13.1. Gestion du processus
  - 5.13.2. Approche basée sur les processus: Carte de processus
  - 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus

- 5.14. Distribution et logistique des transports
  - 5.14.1 Distribution de la chaîne d'approvisionnement
  - 5.14.2. Logistique des transports
  - 5.14.3. Systèmes d'Information Géographique au service de la logistique
- 5.15. Logistique et clients
  - 5.15.1. Analyse de la demande
  - 5.15.2. Prévision de la demande et ventes
  - 5.15.3. Planification des ventes et des opérations
  - 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)
- 5.16. Logistique internationale
  - 5.16.1. Processus d'exportation et d'importation
  - 5.16.2. Douanes
  - 5.16.3. Formes et moyens de paiement internationaux
  - 5.16.4. Plateformes logistiques internationales
- 5.17. *Outsourcing* des opérations
  - 5.17.1. Gestion des Opération et *Outsourcing*
  - 5.17.2. Mise en œuvre de l'outsourcing dans les environnements logistiques
- 5.18. Compétitivité des opérations
  - 5.18.1. Gestion des opérations
  - 5.18.2. Compétitivité opérationnelle
  - 5.18.3. Stratégie opérationnelle et avantages concurrentiels
- 5.19. Gestion de la qualité
  - 5.19.1. Clients internes et externes
  - 5.19.2. coûts de la qualité
  - 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de Deming

## Module 6. Gestion des systèmes d'information

- 6.1. Environnements technologiques
  - 6.1.1. Technologie et mondialisation
  - 6.1.2. Environnement économique et technologie
  - 6.1.3. L'environnement technologique et son impact sur les entreprises
- 6.2. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise
  - 6.2.1. Évolution du modèle informatique
  - 6.2.2. Organisation et département IT
  - 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique





- 6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique
  - 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
  - 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
  - 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique
- 6.4. Gestion des Systèmes d'Information
  - 6.4.1. Gouvernance d'Entreprise en matière de technologies et de systèmes d'information
  - 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
  - 6.4.3. Responsables des systèmes d'information: Rôles et fonctions
- 6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information
  - 6.5.1. Systèmes d'information et stratégie d'entreprise
  - 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
  - 6.5.3. Phases de la planification stratégique des systèmes d'information
- 6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision
  - 6.6.1. *Business Intelligence*
  - 6.6.2. *Data Warehouse*
  - 6.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif
- 6.7. Explorer l'information
  - 6.7.1. SQL: Bases de données relationnelles. Concepts de base
  - 6.7.2. Réseaux et communication
  - 6.7.3. Système opérationnel: Modèles de données normalisées
  - 6.7.4. Système stratégique: OLAP, modèle multidimensionnel et dashboards graphiques
  - 6.7.5. Analyse stratégique du BD et composition des rapports
- 6.8. *L'intelligence économique dans l'entreprise*
  - 6.8.1. Le monde des données
  - 6.8.2. Concepts pertinents
  - 6.8.3. Caractéristiques principales
  - 6.8.4. Solutions actuelles du marché
  - 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
  - 6.8.6. Cybersécurité en BI et *Data Science*
- 6.9. Nouveau concept commercial
  - 6.9.1. Pourquoi la BI?
  - 6.9.2. Obtenir l'information
  - 6.9.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
  - 6.9.4. Raisons d'investir dans la BI

- 6.10. Outils et solutions de BI
  - 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil?
  - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
  - 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
  - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planification et gestion Projet BI
  - 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
  - 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
  - 6.11.3. Exigences et objectifs
- 6.12. Applications de gestion d'entreprise
  - 6.12.1. Systèmes d'information et gestion d'entreprise
  - 6.12.2. Applications pour la gestion d'entreprise
  - 6.12.3. Systèmes Enterprise Resource Planning ou ERP
- 6.13. Transformation numérique
  - 6.13.1. Cadre conceptuel de la la transformation numérique
  - 6.13.2. Transformation numérique; éléments clés, bénéfices et inconvénients
  - 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises
- 6.14. Technologies et tendances
  - 6.14.1. Principales tendances dans le domaine de la technologie qui changent les modèles commerciaux
  - 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Cadre conceptuel du *outsourcing*
  - 6.15.2. *Outsourcing* de TI et son impact dans les affaires
  - 6.15.3. Clés pour la mise en place de projets d'entreprise de *outsourcing* de TI

## Module 7. Gestion commerciale, Marketing stratégique et communication d'entreprise

- 7.1. Gestion commerciale
  - 7.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
  - 7.1.2. Stratégie et planification commerciale
  - 7.1.3. Le rôle des directeurs commerciaux
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Concept de Marketing
  - 7.2.2. Éléments de base du Marketing
  - 7.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise
- 7.3. Gestion stratégique du Marketing
  - 7.3.1. Concept de Marketing stratégique
  - 7.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
  - 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing
- 7.4. Marketing Numérique et E-Commerce
  - 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et du Commerce Électronique
  - 7.4.2. Marketing numérique et moyen qu'il utilise
  - 7.4.3. Commerce Électronique. Contexte général
  - 7.4.4. Catégories du Commerce Électronique
  - 7.4.5. Avantages et inconvénients du *e-Commerce* face au commerce traditionnel
- 7.5. *Managing Digital Business*
  - 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
  - 7.5.2. Design et création des médias numériques
  - 7.5.3. Analyse du ROI sur un plan de marketing numérique
- 7.6. Marketing numérique pour renforcer la marque
  - 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de la marque
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

- 7.7. Stratégie de Marketing Numérique
  - 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique
  - 7.7.2. Outil de stratégie du Marketing Numérique
- 7.8. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients
  - 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
  - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
  - 7.8.3. Hyper-segmentation
- 7.9. Gestion des campagnes numériques
  - 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
  - 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de Marketing en ligne
  - 7.9.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 7.10. Plan de Marketing en ligne
  - 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne?
  - 7.10.2. Étapes pour créer un plan de Marketing en ligne
  - 7.10.3. Avantages de disposer d'un plan de Marketing en ligne
- 7.11. *Blended Marketing*
  - 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Différence entre le *Marketing en Ligne* et *Offline*
  - 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
  - 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
  - 7.11.5. Recommandations en *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Bénéfices du *Blended Marketing*
- 7.12. Stratégie de vente
  - 7.12.1. Stratégie de vente
  - 7.12.2. Méthodes de vente
- 7.13. Communication d'entreprise
  - 7.13.1. Concept
  - 7.13.2. Importance de la communication avec l'organisation
  - 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation
  - 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
  - 7.13.5. Éléments de communication
  - 7.13.6. Problèmes de communication
  - 7.13.7. Scénario de la communication

- 7.14. Stratégie de la Communication d'Entreprise
  - 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
  - 7.14.2. Instruments et supports de communication interne
  - 7.14.3. Le plan de communication interne
- 7.15. Communication et réputation numérique
  - 7.15.1. Réputation en ligne
  - 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique?
  - 7.15.3. Outils de réputation en ligne
  - 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne
  - 7.15.5. *Branding en ligne*

## Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

- 8.1. Étude de marché
  - 8.1.1. Étude de marchés: Origine historique
  - 8.1.2. Analyse du cadre conceptuel des études de marchés
  - 8.1.3. Éléments clés et contribution de valeur de l'étude de marchés
- 8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative
  - 8.2.1. Taille de l'échantillon
  - 8.2.2. Échantillonnage
  - 8.2.3. Types de techniques quantitatives
- 8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative
  - 8.3.1. Types de recherche qualitative
  - 8.3.2. Techniques de recherche qualitative
- 8.4. Segmentation du marché
  - 8.4.1. Concept de la segmentation du marché
  - 8.4.2. Utilité et exigences de la segmentation
  - 8.4.3. Segmentation des marchés de consommation
  - 8.4.4. Segmentation des marchés industriels
  - 8.4.5. Stratégies de segmentation
  - 8.4.6. Segmentation sur la base des critères du *Marketing Mix*
  - 8.4.7. Méthodologie de la segmentation du marché

- 8.5. Gestion de projets de recherche
  - 8.5.1. Les études de marché comme un processus
  - 8.5.2. Les étapes de la planification d'une étude de marché
  - 8.5.3. Les étapes de l'exécution d'une étude de marché
  - 8.5.4. Gestion d'un projet d'étude
- 8.6. L'étude des marchés internationaux
  - 8.6.1. Étude des marchés internationaux
  - 8.6.2. Processus d'étude de marchés internationaux
  - 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les études de marchés Internationaux
- 8.7. Études de faisabilité
  - 8.7.1. Concept et utilité
  - 8.7.2. Schéma d'études de faisabilité
  - 8.7.3. Développement d'une étude de faisabilité
- 8.8. Publicité
  - 8.8.1. Antécédents historiques de la publicité
  - 8.8.2. Cadre conceptuel de la publicité: Principes, concept de *briefing* et positionnement
  - 8.8.3. Agences de publicité, agences de médias et professionnels de la publicité
  - 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
  - 8.8.5. Tendances et défis en matière de publicité
- 8.9. Développement du plan de Marketing
  - 8.9.1. Concept du plan de Marketing
  - 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
  - 8.9.3. Décisions stratégiques du Marketing
  - 8.9.4. Décisions opérationnelles de Marketing
- 8.10. *Stratégies de promotion et merchandising*
  - 8.10.1. Communication de Marketing intégrée
  - 8.10.2. Plan de communication publicitaire
  - 8.10.3. Le *merchandising* comme technique de communication
- 8.11. Planification des médias
  - 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
  - 8.11.2. Moyens de communication
  - 8.11.3. Plan de médias
- 8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises
  - 8.12.1. Le rôle de la gestion commerciale
  - 8.12.2. Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale entreprise/marché
  - 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
  - 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles
- 8.13. Négociation commerciale
  - 8.13.1. Négociation commerciale
  - 8.13.2. Les enjeux psychologiques de la négociation
  - 8.13.3. Principales méthodes de négociation
  - 8.13.4. Le processus de négociation
- 8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale
  - 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
  - 8.14.2. Modèles de prise de décision
  - 8.14.3. Outils décisionnels et analytiques
  - 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision
- 8.15. Direction et gestion du réseau de vente
  - 8.15.1. *Sales Management*. Gestion des ventes
  - 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
  - 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
  - 8.15.4. Systèmes de rémunération des réseaux commerciaux propres et externes
  - 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail des commerciaux en se basant sur l'information
- 8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale
  - 8.16.1. Recrutement de ses propres représentants commerciaux et d'agents commerciaux
  - 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
  - 8.16.3. Le code de déontologie du personnel commercial
  - 8.16.4. Conformité:
  - 8.16.5. Normes commerciales de conduite généralement acceptées
- 8.17. Gestion des comptes clés
  - 8.17.1. Concept de gestion des comptes clés
  - 8.17.2. Le *Key Account Manager*
  - 8.17.3. Stratégie de gestion des comptes clés
- 8.18. Gestion financière et budgétaire
  - 8.18.1. Seuil de rentabilité
  - 8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de gestion et du plan de vente annuel
  - 8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques commerciales
  - 8.18.4. Gestion du cycle, des rotations, de la rentabilité et des liquidités
  - 8.18.5. Compte de résultat

**Module 9. Innovation et gestion de projets**

- 9.1. Innovation
  - 9.1.1. Introduction à l'innovation
  - 9.1.2. L'innovation dans l'écosystème entrepreneurial
  - 9.1.3. Instruments et outils pour le processus d'innovation des entreprises
- 9.2. Stratégies d'innovation
  - 9.2.1. Intelligence stratégique et innovation
  - 9.2.2. Stratégies d'innovation
- 9.3. *Project Management* pour startups
  - 9.3.1. Concept de *start-up*
  - 9.3.2. Philosophie *Lean Startup*
  - 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
  - 9.3.4. Le rôle d'un gestionnaire de projets dans une *start-up*
- 9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise
  - 9.4.1. conception d'un un modèle d'entreprise
  - 9.4.2. Conception validation de modèle économique
- 9.5. Direction et gestion des projets
  - 9.5.1. Direction et gestion des projets: identification des opportunités de développer des projets d'innovation au sein de l'entreprise
  - 9.5.2. Principales étapes ou phases de la conduite et de la gestion des projets d'innovation
- 9.6. Gestion du changement dans les projets: Gestion de la formation
  - 9.6.1. Concept de gestion du changement
  - 9.6.2. Le processus de gestion du changement
  - 9.6.3. La mise en œuvre du changement
- 9.7. Gestion de la communication de projets
  - 9.7.1. Gestion de la communication des projets
  - 9.7.2. Concepts clés pour la gestion des communications
  - 9.7.3. Tendances émergentes
  - 9.7.4. Adaptation à l'équipe
  - 9.7.5. Planification de la gestion des communications
  - 9.7.6. Gestion des communications
  - 9.7.7. Surveiller les communications

- 9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes
  - 9.8.1. Méthodologies d'innovation
  - 9.8.2. Principes de base du Scrum
  - 9.8.3. Différences entre les aspectsw principaux du Scrum et les méthodologies traditionnelles
- 9.9. Création d'une *start-up*
  - 9.9.1. Création d'une *start-up*
  - 9.9.2. Organisation et culture
  - 9.9.3. Les dix principaux motifs pour lesquels échouent les *start-ups*
  - 9.9.4. Aspects juridiques
- 9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets
  - 9.10.1. Planification des risques
  - 9.10.2. Éléments de création d'un plan de gestion des risques
  - 9.10.3. Outils de création d'un plan de gestion des risques
  - 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

**Module 10. Direction Générale**

- 10.1. *General Management*
  - 10.1.1. Concept *General Management*
  - 10.1.2. L'action du *Manager General*
  - 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
  - 10.1.4. Transformation du travail de la direction
- 10.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
  - 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 10.3. Direction des opérations
  - 10.3.1. Importance de la gestion
  - 10.3.2. La chaîne de valeur
  - 10.3.3. Gestion de qualité
- 10.4. Discours et formation de porte-parole
  - 10.4.1. Communication interpersonnelle
  - 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
  - 10.4.3. Obstacles à la communication

- 10.5. Outils de communication personnels et organisationnels
  - 10.5.1. Communication interpersonnelle
  - 10.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
  - 10.5.3. La communication dans les organisations
  - 10.5.4. Outils dans l'organisation
- 10.6. La communication en situation de crise
  - 10.6.1. Crise
  - 10.6.2. Phases de la crise
  - 10.6.3. Messages: Contenus et moments
- 10.7. Préparer un plan de crise
  - 10.7.1. Analyse des problèmes potentiels
  - 10.7.2. Planification
  - 10.7.3. Adéquation du personnel
- 10.8. Intelligence émotionnelle
  - 10.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
  - 10.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
  - 10.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 10.9. *Branding* personnel
  - 10.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
  - 10.9.2. Lois du *branding* personal
  - 10.9.3. Outils de construction du Personal Branding
- 10.10. Leadership et gestion d'équipes
  - 10.10.1. Leadership et styles de leadership
  - 10.10.2. Capacités et défis du leader
  - 10.10.3. Gestion des processus de changement
  - 10.10.4. Gestion d'équipes multiculturelles

## **Module 11. Processus de gestion et d'administration des RH**

- 11.1. Recrutement
- 11.2. Intermédiation du travail
- 11.3. Relations de travail et technologies de l'information
- 11.4. Licenciements et restructuration des effectifs
- 11.5. Négociation collective
- 11.6. Incapacité de travail et santé
- 11.7. Santé et qualité du travail

## **Module 12. Comportement organisationnel**

- 12.1. Culture organisationnelle
- 12.2. Structure organisationnelle
- 12.3. Gestion de l'organisation
- 12.4. Comportement organisationnel et changement
- 12.5. Pouvoir et politique
- 12.6. Organisation du Département des RH
- 12.7. Les personnes dans les organisations
- 12.8. Gestion des connaissances

## **Module 13. Executive coaching**

- 13.1. *Neuromanagement*
- 13.2. Maîtrise de soi et efficacité personnelle
- 13.3. *Coaching*
- 13.4. Psychologie positive
- 13.5. Direction et intelligence émotionnelle
- 13.6. Empathie et collaboration
- 13.7. Gestion du temps

## **Module 14. Communication stratégique**

- 14.1. Communication interpersonnelle



### Module 15. Transformer les Ressources Humaines à l'ère du numérique

- 15.1. Nouvelles formes d'organisation et nouvelles méthodologies de travail
- 15.2. Compétences numériques et *professional brand*
- 15.3. RH et analyse des données
- 15.4. La gestion des personnes à l'ère numérique

### Module 16. Théorie des relations industrielles

- 16.1. Histoire des relations professionnelles
  - 16.1.1. Cadre conceptuel et définition (concepts de base de l'emploi, du travail)
  - 16.1.2. Évolution historique des relations industrielles
  - 16.1.3. La société de la connaissance au XXI<sup>e</sup> siècle
- 16.2. Évolution des formes de travail
  - 16.2.1. Relations industrielles et marchés du travail
  - 16.2.2. La théorie de la segmentation du marché du travail et ses pratiques
- 16.3. Socialisme - Communisme dans les relations de travail
  - 16.3.1. Cadre conceptuel du socialisme et du communisme
  - 16.3.2. Brève description historique
  - 16.3.3. Les relations de travail dans le cadre politique communiste
  - 16.3.4. Les relations industrielles dans le cadre politique socialiste
- 16.4. Libéralisme-Capitalisme dans les relations de travail
  - 16.4.1. Concept de libéralisme versus capitalisme
  - 16.4.2. Le capitalisme à travers l'histoire de l'économie
  - 16.4.3. Les relations de travail sous le prisme du capitalisme économique
- 16.5. Droit syndical
  - 16.5.1. Syndicalisme
  - 16.5.2. Principes fondamentaux du droit syndical
  - 16.5.3. Le rôle de la négociation collective
- 16.6. Représentation des travailleurs
  - 16.6.1. Concept
  - 16.6.2. Cadre juridique
  - 16.6.3. Négociation

- 16.7. Institutionnalisme et pluralisme
  - 16.7.1. L'institutionnalisme
  - 16.7.2. Le plurlisme
- 16.8. Corporatisme
  - 16.8.1. Conceptualisation
  - 16.8.2. Les types de corporatisme sur la scène internationale
- 16.9. Les politiques sociales sur la scène internationale
  - 16.9.1. Politiques sociales (convergences et divergences)
  - 16.9.2. Modèles d'intervention
  - 16.9.3. L'État Providence

## Module 17. Sociologie du travail

- 17.1. Concept de la sociologie du travail
  - 17.1.1. Introduction, objectifs et concept de la sociologie
  - 17.1.2. Concept de travail
  - 17.1.3. Concept de la sociologie du travail
  - 17.1.4. Champ d'action de la sociologie du travail
- 17.2. L'étude du comportement humain dans la société
  - 17.2.1. L'action humaine, moyens et finalités
  - 17.2.2. La production et les travailleurs
  - 17.2.3. L'impact de la croissance démographique sur le travail
- 17.3. Aspects économiques. Sociologie de l'étude du travail
  - 17.3.1. La théorie de la valeur chez les économistes classiques
  - 17.3.2. La théorie de la valeur chez Karl Marx
  - 17.3.3. Critiques de la théorie de la valeur du travail
  - 17.3.4. Le Keynésianisme
- 17.4. Évolution historique et contexte social du travail
  - 17.4.1. Le travail dans l'antiquité
  - 17.4.2. La révolution industrielle
  - 17.4.3. Le développement de la société industrielle et ses effets sur le travail
  - 17.4.4. De la société industrielle à la société post-industrielle
  - 17.4.5. Le travail dans la société de l'information

- 17.5. Histoire des principales théories sociologiques du travail et des organisations
  - 17.5.1. Les théories sociologiques du travail
  - 17.5.2. Les théories sociologiques contemporaines du travail
  - 17.5.3. Taylor et l'organisation scientifique du travail
- 17.6. Comportement des groupes dans les organisations
  - 17.6.1. Analyse du processus de travail
  - 17.6.2. Les ressources humaines Travail mécanique et créativité
  - 17.6.3. L'ordre social dans les organisations. Cosmos et taxis
- 17.7. Sociologie des relations de travail dans l'entreprise
  - 17.7.1. La théories de la subjectivité
  - 17.7.2. Théories du marché du travail
  - 17.7.3. Sociologie des relations industrielles
- 17.8. Aspects centraux dans les organisations
  - 17.8.1. Les différents rôles au sein de l'organisation
  - 17.8.2. Structure de l'organisation
- 17.9. Paradigme technologique et marché du travail
  - 17.9.1. L'impact de l'innovation
  - 17.9.2. L'innovation dans l'entreprise moderne
  - 17.9.3. L'automatisation de la production
  - 17.9.4. Gestion des données et Intelligence Artificielle
- 17.10. Les défis du marché du travail au 21ème siècle
  - 17.10.1. Les syndicats au XXIe siècle
  - 17.10.2. Manifestations et grèves des travailleurs
  - 17.10.3. L'avenir du travail
  - 17.10.4. L'immigration et le marché du travail
  - 17.10.5. Émigration, mondialisation et travail

**Module 18. Stratégies et méthodes de recherche sociale**

- 18.1. Notions de recherche de base: Les sciences et la méthode scientifique
  - 18.1.1. Définition de la méthode scientifique
  - 18.1.2. Méthode d'analyse
  - 18.1.3. Méthode synthétique
  - 18.1.4. Méthode inductive
  - 18.1.5. La pensée cartésienne
  - 18.1.6. Les règles de la méthode cartésienne
  - 18.1.7. Le doute méthodique
  - 18.1.8. Le premier principe cartésien
  - 18.1.9. Procédures d'induction selon J. Mill Stuart
- 18.2. Le processus général de la recherche: Approche quantitative et qualitative
  - 18.2.1. Présupposés épistémologiques
  - 18.2.2. Approche de la réalité et de l'objet d'étude
  - 18.2.3. Relation sujet-objet
  - 18.2.4. Objectivité
  - 18.2.5. Processus méthodologiques
  - 18.2.6. Intégration des méthodes
- 18.3. Les paradigmes de recherche et les méthodes qui en découlent
  - 18.3.1. Comment les idées de recherche émergent-elles?
  - 18.3.2. Que rechercher dans l'éducation?
  - 18.3.3. Énoncé du problème de recherche
  - 18.3.4. Contexte, justification et objectifs de l'enquête
  - 18.3.5. Contexte théorique
  - 18.3.6. Hypothèses, variables et définition des concepts opérationnels
  - 18.3.7. Sélection du plan de recherche
  - 18.3.8. L'échantillonnage dans les études quantitatives et qualitatives
- 18.4. Processus et étapes de la recherche quantitative
  - 18.4.1. Phase 1: Phase conceptuelle
  - 18.4.2. Phase 2: Phase de planification et de conception
  - 18.4.3. Phase 3: Phase empirique
  - 18.4.4. Phase 4: Phase analytique
  - 18.4.5. Phase 5: Phase de diffusion
- 18.5. Types de recherche quantitative
  - 18.5.1. Recherche historique
  - 18.5.2. Recherche corrélacionnelle
  - 18.5.3. Études de cas
  - 18.5.4. Enquête «*ex post facto*» sur des faits accomplis
  - 18.5.5. Recherche quasi-expérimentale
  - 18.5.6. Recherche expérimentale
- 18.6. Processus et étapes de la recherche qualitative
  - 18.6.1. Phase 1: Phase préparatoire
  - 18.6.2. Phase 2: Phase de terrain
  - 18.6.3. Phase 3: Phase analytique
  - 18.6.4. Phase 4: Phase d'information
- 18.7. Types de recherche qualitative
  - 18.7.1. Ethnographie
  - 18.7.2. Théorie fondée
  - 18.7.3. Phénoménologie
  - 18.7.4. La méthode biographique et l'histoire de vie
  - 18.7.5. Études de cas
  - 18.7.6. Analyse du contenu
  - 18.7.7. Examen du discours
  - 18.7.8. Recherche-action participative
- 18.8. Techniques et outils pour la collecte de données quantitatives
  - 18.8.1. Entretien structuré
  - 18.8.2. Le questionnaire structuré
  - 18.8.3. Observation systématique
  - 18.8.4. Échelles d'attitudes
  - 18.8.5. Statistiques
  - 18.8.6. Sources secondaires d'information
- 18.9. Techniques et instruments pour la collecte de données qualitatives
  - 18.9.1. Entretien non structuré
  - 18.9.2. Entretien en profondeur
  - 18.9.3. Groupes de discussion
  - 18.9.4. Observation simple, non réglementée et participative
  - 18.9.5. Histoires de vie
  - 18.9.6. Journaux
  - 18.9.7. Analyse du contenu
  - 18.9.8. La méthode ethnographique

- 18.10. Contrôle de la qualité des données
  - 18.10.1. Exigences relatives à un instrument de mesure
  - 18.10.2. Traitement et analyse des données quantitatives
    - 18.10.2.1. Validation des données quantitatives
    - 18.10.2.2. Statistiques pour l'analyse des données
    - 18.10.2.3. Statistiques descriptives
    - 18.10.2.4. Statistiques inférentielles
  - 18.10.3. Traitement et analyse des données qualitatives
    - 18.10.3.1. Réduction et catégorisation
    - 18.10.3.2. Clarification, frittage et comparaison
    - 18.10.3.3. Programmes pour l'analyse qualitative des données textuelles

## Module 19. Économie du travail et du marché

- 19.1. Introduction au marché du travail
  - 19.1.1. Définition du marché du travail
  - 19.1.2. Fonctionnement du marché du travail
  - 19.1.3. Systèmes économiques et économie de marché
  - 19.1.4. Répartition de la population
- 19.2. La loi de l'offre et de la demande de travail
  - 19.2.1. Systèmes économiques et économie de marché
  - 19.2.2. Le fonctionnement du marché: L'offre et la demande
  - 19.2.3. Élasticité et déplacement des courbes d'offre et de demande
  - 19.2.4. L'équilibre du marché
- 19.3. L'économie en tant que science
  - 19.3.1. Le concept de rareté et l'utilisation des biens
  - 19.3.2. Activité économique
  - 19.3.3. Les facteurs de production
  - 19.3.4. La population comme déterminant de l'activité économique
- 19.4. Les marchés du travail
  - 19.4.1. Répartition de la population
  - 19.4.2. Situation des groupes défavorisés
  - 19.4.3. Perspectives du marché du travail en Amérique latine

- 19.5. Les syndicats
  - 19.5.1. La liberté syndicale
  - 19.5.2. Le fonctionnement des syndicats
  - 19.5.3. Statut juridique des syndicats
- 19.6. La représentation syndicale dans l'entreprise
  - 19.6.1. La représentation syndicale dans l'entreprise
  - 19.6.2. Associations syndicales
  - 19.6.3. La grève
- 19.7. Négociation collective
  - 19.7.1. Le rôle de la négociation collective
  - 19.7.2. Accords collectifs
  - 19.7.3. Accords sectoriels
  - 19.7.4. Comités de négociation organisationnels
- 19.8. Orientation professionnelle
  - 19.8.1. Introduction à l'orientation professionnelle
  - 19.8.2. L'orientation professionnelle comme déclencheur d'emploi
  - 19.8.3. Évolution régionale de la demande d'emploi
- 19.9. Responsabilité sociale dans les offres d'emplois
  - 19.9.1. Responsabilité sociale
  - 19.9.2. Groupes sociaux exposés à la discrimination
  - 19.9.3. Politiques et programmes inclusifs dans l'organisation

## Module 20. Droit du travail

- 20.1. Les sources Droit du Travail
  - 20.1.1. Les sources internationales
    - 20.1.1.1. Le rôle normatif de l'Organisation internationale du travail
    - 20.1.1.2. Le rôle normatif de l'Union européenne. Le droit communautaire
    - 20.1.1.3. Le droit international conventionnel. Bilatéral et multilatéral
  - 20.1.2. Les sources internes

- 20.2. Le travailleur
  - 20.2.1. Introduction
  - 20.2.2. Les caractéristiques de la relation de travail
    - 20.2.2.1. Caractère très personnel
    - 20.2.2.2. Volontariat
    - 20.2.2.3. Dépendance
    - 20.2.2.4. Copropriété
    - 20.2.2.5. Rémunération
  - 20.2.3. Relations de travail de nature particulière
    - 20.2.3.1. Personnel d'encadrement supérieur non couvert par l'article 1.3 c) du Statut des Travailleurs
    - 20.2.3.2. Service à domicile pour les familles
    - 20.2.3.3. Les détenus des établissements pénitentiaires
    - 20.2.3.4. Les sportifs professionnels
    - 20.2.3.5. Les artistes du spectacle public
    - 20.2.3.6. Personnes qui participent à des transactions commerciales pour le compte d'un ou de plusieurs entrepreneurs sans assumer le risque de ces transactions: Les représentants de commerce
    - 20.2.3.7. Personnes handicapées travaillant dans des centres de travail spéciaux
    - 20.2.3.8. Les dockers
    - 20.2.3.9. Résidence pour la formation de spécialistes en sciences de la santé
    - 20.2.3.10. Avocats travaillant dans des cabinets individuels ou collectifs
  - 20.2.4. Le travail exclu
    - 20.2.4.1. Fonctionnaires et personnel statutaire au service de l'administration
    - 20.2.4.2. Prestations personnelles obligatoires
    - 20.2.4.3. Administrateurs de sociétés
    - 20.2.4.4. Travaux d'amitié, de bienfaisance ou de bon voisinage
    - 20.2.4.5. Travail familial
    - 20.2.4.6. Intermédiation commerciale avec prise en charge du risque
    - 20.2.4.7. Services de transport
    - 20.2.4.8. Travaux effectués pour son propre compte
- 20.3. L'employeur et l'entreprise
  - 20.3.1. L'entrepreneur. Concept et nature juridique
  - 20.3.2. La subrogation de l'employeur
  - 20.3.3. Groupes d'entreprises
  - 20.3.4. La décentralisation productive. Contrats et sous-contrats de travaux et de services
    - 20.3.4.1. Les différents cas de responsabilité en matière de salaires et de Sécurité Sociale
    - 20.3.4.2. L'externalisation de la production, la santé et la sécurité sur le lieu de travail
    - 20.3.4.3. Les devoirs d'information, de consultation et de participation dans le cadre d'un marché de travaux ou de services
  - 20.3.5. Transfert illégal de travailleurs
    - 20.3.5.1. Concept et description du phénomène
    - 20.3.5.2. Conséquences d'un transfert illégal
  - 20.3.6. Agences de travail temporaire
    - 20.3.6.1. L'engagement civil ou commercial entre l'entreprise de travail temporaire et l'entreprise utilisatrice. Le contrat de mise à disposition
    - 20.3.6.2. La relation de travail entre l'agence de travail temporaire et le travailleur temporaire. Contrat de travail
    - 20.3.6.3. La situation particulière du travailleur dans l'entreprise utilisatrice
- 20.4. Contrat de travail
  - 20.4.1. Formalités du contrat de travail
    - 20.4.1.1. Consentement, objet et cause
    - 20.4.1.2. Capacité d'embauche
    - 20.4.1.3. La forme du contrat
    - 20.4.1.4. La validité du contrat. Nullité totale et partielle de la relation de travail
    - 20.4.1.5. La simulation du contrat de travail
  - 20.4.2. La période d'essai
  - 20.4.2. Principales modalités contractuelles
    - 20.4.2.1. Contrats permanents
    - 20.4.2.2. Contrats à durée déterminée
    - 20.4.2.3. Contrats de formation
    - 20.4.2.4. Autres dispositions contractuelles

- 20.5. Droits et devoirs fondamentaux en matière d'emploi
  - 20.5.1. Droits et devoirs fondamentaux des travailleurs
    - 20.5.1.1. Droits
    - 20.5.1.2. Devoirs
  - 20.5.2. Droits et devoirs fondamentaux de l'employeur
    - 20.5.2.1. Le pouvoir de direction
    - 20.5.2.2. Le pouvoir disciplinaire
- 20.6. Prévention des risques professionnels
  - 20.6.1. Introduction
  - 20.6.2. La garantie de la protection contre les risques professionnels. Les principes de l'action préventive
  - 20.6.3. Le plan de prévention. L'évaluation des risques et la planification des mesures de protection
  - 20.6.4. Équipements de travail et moyens de protection
  - 20.6.5. Information, consultation et participation des travailleurs
  - 20.6.6. Formation des travailleurs
  - 20.6.7. Mesures d'urgence
  - 20.6.8. Risque grave et imminent
  - 20.6.9. Obligation de surveillance sanitaire
  - 20.6.10. Responsabilités de nature documentaire
  - 20.6.11. Coordination des activités de l'entreprise
  - 20.6.12. L'attention particulière accordée à certains groupes
    - 20.6.12.1. Travailleurs particulièrement sensibles à certains risques
    - 20.6.12.2. La maternité
    - 20.6.12.3. Les mineurs
    - 20.6.12.4. Travailleurs dans le cadre d'une relation de travail temporaire ou mis à disposition par une agence de travail temporaire
  - 20.6.13. Responsabilités des travailleurs en matière de prévention des risques professionnels





- 20.7. Novation du contrat de travail
  - 20.7.1. Mobilité fonctionnelle
  - 20.7.2. Mobilité géographique
    - 20.7.2.1. Mobilité géographique à la demande de l'employeur
    - 20.7.2.2. Mobilité géographique à la demande du salarié
  - 20.8.3. Modification substantielle des conditions de travail
    - 20.8.3.1. Première condition: Concurrence d'une cause justificative
    - 20.8.3.2. Deuxième condition: Objet de l'amendement
    - 20.8.3.3. Troisième condition: Procédure à suivre
  - 20.8.4. Modification des conditions fixées par une convention collective statutaire
- 20.10. La suspension et résiliation du contrat de travail
  - 20.10.1. Suspension du contrat de travail
    - 20.10.1.1. Maternité, paternité, adoption, accueil et risque pendant la grossesse
    - 20.10.1.2. Congé d'absence
    - 20.10.1.3. Suspension du contrat de travail pour des raisons économiques, techniques, organisationnelles ou de production
    - 20.10.1.4. Suspension du contrat pour cause de force majeure
  - 20.10.2. Résiliation du contrat de travail
    - 20.10.2.1. Résiliation par la volonté unilatérale du travailleur
    - 20.10.2.2. Résiliation par la volonté unilatérale de l'employeur: Licenciement

## **Module 21.** Gestion des politiques dans l'intermédiation du travail

- 21.1. Intermédiation du travail
  - 21.1.1. Conceptualisation de l'intermédiation: Principes de base
  - 21.1.2. Intermédiation du travail et orientation professionnelle
  - 21.1.3. L'intermédiation du travail dans le cadre des politiques actives de l'emploi dans les services publics
  - 21.1.4. Agents collaborant à l'externalisation de l'intermédiation: Les agences pour l'emploi et les agences de travail temporaire
- 21.2. Prospection du travail (I)
  - 21.2.1. Données statistiques sur le tissu commercial
  - 21.2.2. Sources d'information sur le marché du travail
  - 21.2.3. Indicateurs du marché du travail actuel
  - 21.2.4. Sources d'emploi

- 21.3. Recherche d'emploi (II)
  - 21.3.1. Diagnostic et analyse du marché du travail
  - 21.3.2. La prospection et ses phases: Approche de l'entreprise et plan de recrutement
  - 21.3.3. Fidélité et évaluation de la relation avec les entreprises
  - 21.3.4. Gestion de la demande d'emploi et accompagnement de l'entreprise
- 21.4. Activités de recrutement
  - 21.4.1. Conceptualisation du recrutement: Typologies
  - 21.4.2. Les procédures de recrutement à l'ère du numérique: *eRecruitment*
  - 21.4.3. Recrutement dans les agences pour l'emploi collaboratrices
- 21.5. Orientation personnalisée et itinéraires d'insertion sur le marché du travail
  - 21.5.1. Aspects et éléments fondamentaux qui la composent
  - 21.5.2. Élaboration des parcours personnalisés d'orientation et d'insertion professionnelle
  - 21.5.3. Considérations particulières concernant les groupes ayant des difficultés d'insertion sur le marché du travail
- 21.6. Partenariats public-privé dans l'intermédiation en matière d'emploi
  - 21.6.1. Modèles européens de collaboration public-privé
  - 21.6.3. Convergence des obligations de formation avec les services publics de l'emploi
- 21.7. Les défis des politiques d'intermédiation du travail à l'ère numérique
  - 21.7.1. L'intermédiation du travail dans les agences de placement télématiques
  - 21.7.2. Mobilité des travailleurs et mondialisation dans les politiques de l'emploi
  - 21.7.3. La prospection du travail à l'ère du numérique

## Module 22. Gestion stratégique de l'égalité et de la diversité dans les RH

- 21.1. Politiques de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale
  - 22.1.1. Conceptualiser la pauvreté en termes socio-économiques
- 22.2. Groupes sociaux et difficultés d'emploi
  - 22.2.1. Identification des groupes sociaux
  - 22.2.2. Pratiques d'emploi excluantes
- 22.3. Le handicap dans l'environnement de travail
  - 22.3.1. Conceptualisation du handicap
  - 22.3.2. Programmes d'inclusion sur le lieu de travail
- 22.4. Programmes pour les jeunes et les premiers emplois
  - 22.4.1. Les défis de l'emploi des jeunes dans le contexte de la transformation numérique
- 22.5. Les femmes et le travail I: Violence sexiste
  - 22.5.1. Contextualisation de la violence sexiste
  - 22.5.2. Programmes d'entreprise contre la violence sexiste
  - 22.5.3. Promouvoir l'emploi des femmes victimes de violences sexistes

- 22.6. Les femmes et le travail II: Discrimination et marginalisation en matière d'emploi
  - 22.6.1. Les femmes dans le contexte de l'emploi à travers l'histoire
  - 22.6.2. Discrimination en matière d'emploi
  - 22.6.3. Secteurs productifs offrant une meilleure employabilité aux femmes
- 22.7. Immigration et travail
  - 22.7.1. Types d'immigrants
  - 22.7.2. Permis de travail
  - 22.7.3. Participation du gouvernement à la promotion de l'immigration légale
- 22.8. Administration du personnel international
  - 22.8.1. Entreprises mondiales
  - 22.8.2. Immigrants et expatriés
  - 22.8.3. Favoriser une culture d'entreprise mondiale

## Module 23. Gestion de l'environnement de travail I

- 23.1. Introduction à la gestion de l'environnement de travail
  - 23.1.1. Culture organisationnelle, leadership et conflit
  - 23.1.2. Éléments de base de la culture organisationnelle
  - 23.1.3. Conflits: Concepts et types
  - 23.1.4. La relation entre la culture et le leadership: Sa relation avec les conflits
- 23.2. Introduction à la prévention des risques professionnels
  - 23.2.1. Introduction à la santé et à la sécurité au travail
  - 23.2.2. Introduction à l'ergonomie du travail
  - 23.2.3. Introduction à la prévention des risques psychosociaux
- 23.3. Conditions environnementales pour les personnes handicapées
  - 23.3.1. NOM -030- SSA3-2013
  - 23.3.2. Types de handicap
  - 23.3.3. Adaptation correcte du lieu de travail
- 23.4. Légalité des sexes dans l'organisation
  - 23.4.1. Actions pour une égalité effective entre les hommes et les femmes en matière d'emploi
- 23.5. Gestion de l'employabilité
  - 23.5.1. Sélection du personnel
  - 23.5.2. Processus de sélection interne
  - 23.5.3. Processus de sélection externe

- 24.3. Éthique et conduite des affaires
  - 23.6.1. Le concept de responsabilité sociale
  - 23.6.2. Les principes éthiques qui doivent guider le gouvernement d'entreprise
  - 23.6.3. Responsabilité sociale des entreprises
  - 23.6.4. Responsabilité sociale des entreprises et marketing responsable
- 23.7. Climat de travail
  - 23.7.1. Le climat dans les organisations: Concept de climat au travail
  - 23.7.2. Dimensions du climat de travail
  - 23.7.3. Mesure du climat de travail
  - 23.7.4. Outils pour la mesure qualitative du climat de travail: Analyses SWOT et PESTEL
- 23.8. Détérioration du climat de travail
  - 23.8.1. Risques psychosociaux: *Burnout* et *mobbing*
  - 23.8.2. Absentéisme au travail
- 23.9. Cadre réglementaire pour la protection des données
  - 23.9.1. Introduction à la protection des données
  - 23.9.2. Amendes et sanctions
- 23.10. Plan d'amélioration du climat de travail
  - 23.10.1. Prévention primaire, secondaire et tertiaire
  - 23.10.2. Intervention en cas de crise
  - 23.10.3. Critères d'un plan d'action

## Module 24. Gestion du lieu de travail II

- 24.1. Changements dans la conception organisationnelle et culturelle
  - 24.1.1. Évolution historique des configurations organisationnelles: Modèles actuels et tendances de conception organisationnelle
  - 24.1.2. Le rôle du responsable de l'environnement dans la conception de l'organisation
- 24.2. Gestion du changement dans la culture organisationnelle
  - 24.2.1. Les étapes du processus de gestion du changement
  - 24.2.2. Changements dans l'environnement (socio-économique, démographique, géopolitique)
  - 24.2.3. Changement dans le modèle d'entreprise: Rôle actuel et futur du gestionnaire du changement en tant que moteur du changement dans le modèle d'entreprise
  - 24.2.4. Transformation des processus

- 24.3. La transformation numérique dans les entreprises
  - 24.3.1. L'environnement de travail dans la quatrième révolution industrielle
  - 24.3.2. Éléments de l'organisation numérique: Culture numérique et intégration technologique
  - 24.3.3. L'innovation à l'ère numérique des entreprises
  - 24.3.4. Planification stratégique de la transformation numérique
- 24.4. Relations interpersonnelles et leadership transformationnel
  - 24.4.1. Tendances en matière de gestion des personnes et des équipes
  - 24.4.2. Transformation personnelle: Outils et techniques
- 24.5. Responsabilité Sociale des Entreprises
  - 24.5.1. La durabilité des entreprises et les principes moraux de la RSE
  - 24.5.2. Gestion et administration des entreprises socialement responsables
  - 24.5.3. Planification des objectifs de responsabilité sociale
  - 24.5.4. Les stakeholders
  - 24.5.5. ISO 26000 sur la responsabilité sociale des entreprises
  - 24.5.6. Gestion de la responsabilité sociale. Modèle RS10
- 24.6. Le marketing social dans le contexte de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)
  - 24.6.1. Principaux aspects du marketing social
  - 24.6.2. La perspective éthique du marketing social
  - 24.6.3. Plan de marketing social
- 24.7. Programme d'assistance aux employés
  - 24.7.1. Introduction et historique des programmes d'aide aux employés (PAE)
  - 24.7.2. Avantages des programmes d'aide aux employés (PAE)
- 24.8. Programme de bien-être des employés
  - 24.8.1. Concept de bien-être des employés
  - 24.8.2. Développement de programmes de bien-être pour les employés
- 24.9. Plan d'égalité des chances dans l'entreprise
  - 24.9.1. L'égalité dans l'environnement de travail: Cadre juridique
  - 24.9.2. Le chiffre de l'agent chargé de l'égalité dans l'entreprise
  - 24.9.3. Établissement d'un diagnostic des besoins en matière d'égalité des entreprises
  - 24.9.4. Élaboration du plan d'égalité de l'entreprise
- 24.10. Plan de communication intégral dans l'entreprise
  - 24.10.1. La communication interne dans l'entreprise
  - 24.10.2. Processus de communication externe de l'entreprise: Positionnement, *briefing* et stratégies de communication publicitaire
  - 24.10.3. Élaboration d'un plan de communication d'entreprise

# 04 Objectifs

Avec ce diplôme universitaire, les experts dirigeront la gestion stratégique du capital humain, en optimisant les relations de travail et en promouvant un environnement inclusif et productif. Leurs compétences clés comprennent un leadership efficace, des compétences avancées en matière de négociation et de médiation, une connaissance approfondie du droit du travail, une vision stratégique permettant d'aligner les politiques de Ressources Humaines sur les objectifs de l'entreprise et d'excellentes aptitudes à la communication. En outre, ils possèdent la capacité d'adaptation nécessaire pour gérer le changement et favoriser un développement organisationnel durable.





“

*Vous mettez en œuvre des procédures de Ressources Humaines qui atténuent les risques juridiques et promeuvent l'éthique de l'organisation”*



## Objectifs généraux

---

- ◆ Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs
- ◆ Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité
- ◆ Approfondir les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'entreprise
- ◆ Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable
- ◆ Définir la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, afin d'obtenir de meilleures performances de leur part
- ◆ Être capable de gérer le plan économique et financier de l'entreprise
- ◆ Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin de développer une gestion adéquate de celles-ci
- ◆ Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: Conception, plan de faisabilité, mise en œuvre, suivi
- ◆ Analyser les processus de sélection dans les entreprises et le rôle fondamental qu'ils jouent dans l'avenir
- ◆ Analyser les postes vacants et les profils possibles qui correspondent le mieux aux postes et à leur positionnement au sein de l'entreprise





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ◆ Développer des compétences de leadership éthique qui intègrent les principes de la responsabilité sociale des entreprises dans la prise de décision
- ◆ Former à la mise en œuvre de politiques de responsabilité sociale qui ont un impact positif sur la communauté et l'environnement

### Module 2. Gestion stratégique et Management Directif

- ◆ Acquérir un aperçu de la formulation et de la mise en œuvre de stratégies d'entreprise efficaces
- ◆ Acquérir des compétences en matière de gestion des équipes de direction afin d'améliorer les performances de l'organisation

### Module 3. Gestion des personnes et des talents

- ◆ Approfondir la gestion efficace des talents humains, en se concentrant sur l'attraction, le développement et la fidélisation des employés clés
- ◆ Être capable de créer et de gérer des équipes performantes alignées sur les objectifs de l'organisation

### Module 4. Gestion économique et financière

- ◆ Manipuler des outils innovants pour prendre des décisions financières stratégiques qui optimisent les ressources et assurent la rentabilité de l'entreprise
- ◆ Se former à la préparation et à la gestion des budgets, des rapports financiers et à l'analyse de la viabilité des projets

### Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- ◆ Développer des compétences dans la planification, la coordination et le contrôle des opérations logistiques au sein de la chaîne d'approvisionnement
- ◆ Optimiser les processus opérationnels et réduire les coûts associés à la logistique des entreprises

### Module 6. Gestion des systèmes d'information

- ◆ Optimiser la gestion des systèmes d'information pour améliorer l'efficacité de l'organisation
- ◆ Développer des compétences pour prendre des décisions sur la mise en œuvre de systèmes d'information alignés sur les objectifs de l'entreprise

### Module 7. Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise

- ◆ Former à la création et à l'exécution de stratégies commerciales et de marketing qui alignent l'offre de l'entreprise sur les demandes du marché
- ◆ Développer des compétences en gestion de la communication d'entreprise pour renforcer l'image de marque

### Module 8. Étude de marché, publicité et gestion commerciale

- ◆ Maîtriser l'utilisation d'outils et de méthodologies pour réaliser des études de marché afin d'identifier les opportunités commerciales
- ◆ Gérer des campagnes publicitaires efficaces et prendre des décisions stratégiques en matière de gestion commerciale

### **Module 9. Innovation et Gestion de Projets**

- ♦ Développer la capacité à gérer des projets innovants qui ajoutent de la valeur et différencient l'entreprise sur le marché
- ♦ Développer des compétences en matière de planification, d'exécution et de contrôle de projets axés sur l'innovation et la durabilité

### **Module 10. Direction Générale**

- ♦ Obtenir des compétences pour diriger des équipes de gestion dans des environnements commerciaux dynamiques et mondialisés
- ♦ Se former à la prise de décision stratégique afin d'optimiser les ressources et d'améliorer les performances de l'organisation

### **Module 11. Processus de gestion et d'administration des RH**

- ♦ Développer les compétences nécessaires pour gérer efficacement le cycle complet des ressources humaines, de la planification et du recrutement à l'administration du personnel
- ♦ Promouvoir l'alignement des objectifs RH sur les objectifs stratégiques de l'organisation

### **Module 12. Comportement organisationnel**

- ♦ Analyser l'impact du comportement individuel et collectif sur les performances de l'organisation
- ♦ Fournir des outils pour gérer les équipes, améliorer l'environnement de travail et favoriser une culture organisationnelle positive

### **Module 13. Executive coaching**

- ♦ Fournir les compétences nécessaires à la mise en œuvre du coaching de cadres
- ♦ Développer le leadership, la prise de décision et la gestion des émotions chez les cadres des organisations

### **Module 14. Communication stratégique**

- ♦ Former à la création et à l'exécution de stratégies de communication internes et externes efficaces
- ♦ Améliorer les relations de travail, l'image de l'entreprise et l'alignement des équipes sur les objectifs de l'organisation

### **Module 15. Transformer les Ressources Humaines à l'ère du numérique**

- ♦ Développer une compréhension globale de la façon dont la numérisation transforme les processus de ressources humaines
- ♦ Approfondir la gestion des talents par l'utilisation d'outils technologiques dans la sélection, l'évaluation et la formation des employés

### **Module 16. Théorie des relations industrielles**

- ♦ Fournir un cadre théorique sur les relations de travail, en analysant la dynamique entre les employeurs et les employés, les syndicats et le rôle du marché du travail
- ♦ Approfondir l'impact des politiques du travail sur la gestion des ressources humaines au sein des organisations

**Module 17. Sociologie du travail**

- ♦ Explorer les aspects sociaux du travail, comprendre les interactions entre l'environnement de travail, la structure sociale et les employés
- ♦ Analyser comment ces facteurs influencent la motivation, la performance et le bien-être au travail

**Module 18. Stratégies et méthodes de recherche sociale**

- ♦ Former à la conception et à l'application de méthodes de recherche sociale liées au travail pour analyser les phénomènes organisationnels
- ♦ Approfondir le comportement des employés et la dynamique sociale au sein de l'environnement de travail

**Module 19. Économie du travail et du marché**

- ♦ Développer une compréhension des principes économiques qui affectent le marché du travail, en analysant l'offre et la demande de main-d'œuvre
- ♦ Approfondir les politiques salariales et les facteurs économiques qui ont un impact sur la compétitivité et la productivité des organisations

**Module 20. Droit du travail**

- ♦ Examiner le droit du travail, en se concentrant sur les droits et les obligations des employeurs et des employés, le droit du travail et la réglementation du travail
- ♦ Examiner en profondeur les conditions de travail qui régissent les organisations

#### **Module 21. Gestion des politiques dans l'intermédiation du travail**

- ♦ Former à l'élaboration et à la mise en œuvre de politiques d'intermédiation du travail, en facilitant la relation entre les demandeurs d'emploi et les organisations
- ♦ Améliorer le placement et les conditions du marché du travail

#### **Module 22. Gestion stratégique de l'égalité et de la diversité dans les RH**

- ♦ Développer des stratégies pour promouvoir l'égalité des chances et la gestion de la diversité au sein des ressources humaines
- ♦ Favoriser un environnement de travail inclusif et équitable qui favorise le développement de talents divers

#### **Module 23. Gestion de l'environnement de travail I**

- ♦ Analyser les facteurs affectant l'environnement de travail, de la culture organisationnelle au climat de travail
- ♦ Concevoir des stratégies qui améliorent la productivité, le bien-être des employés et l'efficacité de l'organisation

#### **Module 24. Gestion du lieu de travail II**

- ♦ Approfondir les stratégies de gestion de l'environnement de travail, en tenant compte de l'impact des politiques de ressources humaines sur la motivation et la performance des employés
- ♦ Développer des mesures pour optimiser la satisfaction au travail et réduire le stress au travail





“

*Vous mettez en œuvre des procédures de Ressources Humaines qui atténuent les risques juridiques et promeuvent l'éthique de l'organisation”*

# 05

# Opportunités de carrière

À l'issue de ce Mastère Avancé, les professionnels acquerront une solide compréhension des stratégies avancées en matière de gestion des Ressources Humaines et de Relations Syndicales. En outre, les diplômés seront en mesure de concevoir et de mettre en œuvre des politiques du travail efficaces qui favorisent un environnement de travail équitable et productif. De cette manière, les experts amélioreront leurs perspectives de carrière et occuperont des postes spécialisés tels que Directeur des Ressources Humaines ou Conseiller en Relations Syndicales.





“

*Vous dirigerez le département des Ressources Humaines, en développant des stratégies alignées sur les objectifs de l'entreprise”*

### Profil des diplômés

Les diplômés du Mastère Avancé en Direction Générale des Ressources Humaines et Expert en Relations Syndicales sont hautement qualifiés pour gérer les besoins en personnel et les relations de travail dans les organisations de divers secteurs. Ils ont une connaissance approfondie des stratégies de gestion des talents, des négociations syndicales et de la réglementation du travail, qui sont nécessaires pour favoriser un environnement de travail équitable et productif. En outre, ils sont prêts à concevoir et à mettre en œuvre des politiques de RH, à collaborer avec des équipes pluridisciplinaires et à jouer un rôle de médiateur entre la direction, les employés et les syndicats, afin de promouvoir des relations de travail harmonieuses et le développement de l'organisation.

*Vous concevrez des systèmes de rémunération et d'avantages sociaux pour retenir les talents dans les organisations.*

- ♦ **Leadership stratégique:** Les professionnels acquièrent la capacité de diriger et de gérer des équipes de ressources humaines, en alignant les stratégies de gestion des talents sur les objectifs organisationnels afin de stimuler la croissance et l'efficacité de l'entreprise
- ♦ **Négociation et Résolution des Conflits:** Les diplômés acquièrent des compétences avancées dans les techniques de négociation et de médiation, ce qui leur permet de résoudre les conflits du travail et de parvenir à des accords bénéfiques pour toutes les parties concernées
- ♦ **Pensée Critique et Prise de Décision:** Développer la capacité à analyser des situations complexes, à évaluer les alternatives et à prendre des décisions éclairées qui optimisent la gestion des ressources humaines et les relations de travail au sein de l'organisation
- ♦ **Gestion du Changement Organisationnel:** Les professionnels sont préparés à diriger et à gérer les processus de changement, en facilitant l'adaptation de l'organisation



À l'issue de ce Mastère Avancé, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences pour occuper les postes suivants:

- 1. Directeur des Ressources Humaines:** Expert dans la gestion et la direction de départements de ressources humaines dans diverses organisations, supervisant la planification stratégique des talents et les politiques du travail
- 2. Spécialiste des Relations Syndicales:** Professionnel chargé de gérer et d'entretenir les relations entre l'entreprise et les syndicats, de veiller au respect des conventions collectives et de résoudre les conflits
- 3. Responsable du Développement Organisationnel:** Responsable de la conception et de la mise en œuvre de stratégies de développement et de croissance organisationnels, de l'amélioration de l'efficacité et de l'environnement de travail
- 4. Consultant en Gestion des Talents:** Il conseille les entreprises sur la manière d'identifier, d'attirer et de retenir les talents, d'élaborer des programmes de formation et des plans de carrière pour les employés
- 5. Coordinateur en matière de Rémunération et d'Avantages Sociaux:** Responsable de la conception et de l'administration des programmes de rémunération et d'avantages sociaux, en veillant à leur compétitivité et à leur alignement sur les objectifs de l'entreprise
- 6. Analyste du Climat de Travail:** Professionnel qui évalue l'environnement de travail au moyen d'enquêtes et d'analyses, et qui propose des améliorations pour accroître la satisfaction et la productivité des employés
- 7. Responsable du Respect de la Législation du Travail:** Il veille à ce que l'organisation respecte l'ensemble de la législation et de la réglementation du travail, en gérant les audits internes et en donnant des conseils sur les changements législatifs
- 8. Responsable de la Diversité et de l'Inclusion:** Il promeut des politiques et des pratiques qui favorisent un environnement de travail diversifié et inclusif, en garantissant l'égalité des chances pour tous les employés
- 9. Responsable des Relations du Travail:** Il gère les interactions entre la direction et les employés, en facilitant les négociations contractuelles et en gérant efficacement les conflits du travail

06

# Méthodologie d'étude

TECH est la première université au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

*TECH vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”*

## L'étudiant: la priorité de tous les programmes de TECH

Dans la méthodologie d'étude de TECH, l'étudiant est le protagoniste absolu. Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

*À TECH, vous n'aurez PAS de cours en direct (auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”*



## Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“

*Le modèle de TECH est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez”*

## Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



## Méthode *Relearning*

Chez TECH, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

*Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.*



## Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats: textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme universitaire.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



*Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps”*

### L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

## La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH.

L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de 4,9 sur 5.

*Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.*

*Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation: le Learning from an expert.*



Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme:



#### Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



#### Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Résumés interactifs

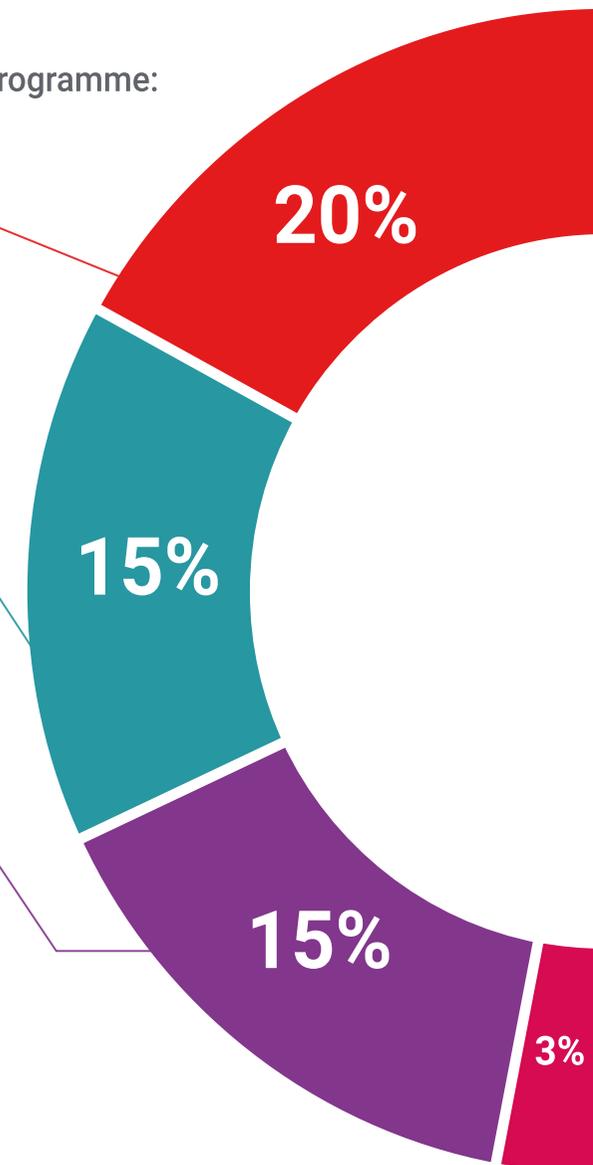
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

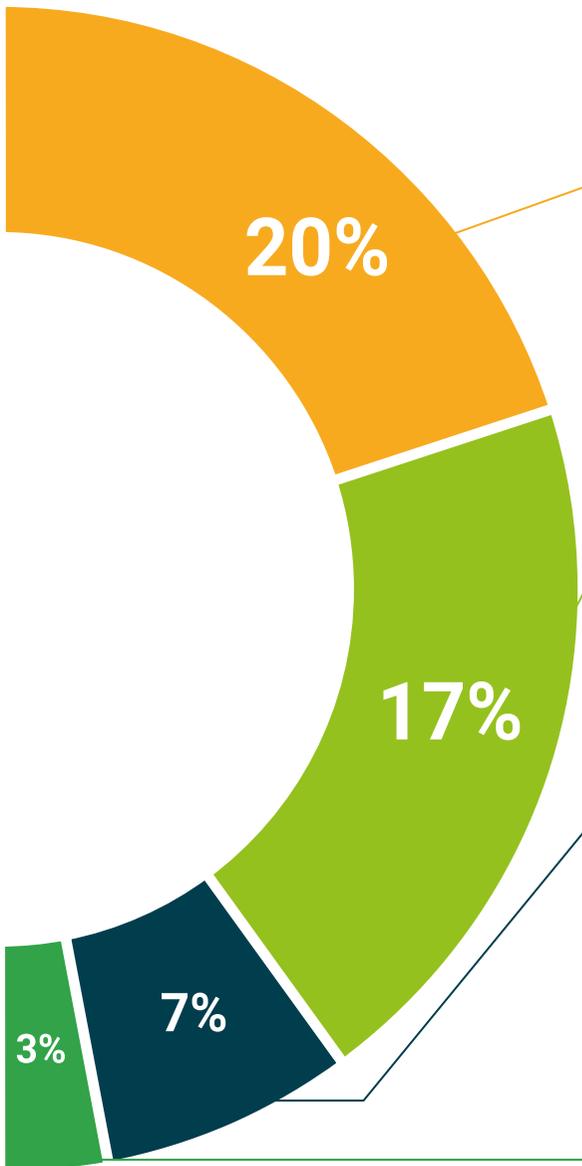
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



#### Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





**Case Studies**

Vous réaliserez une sélection des meilleures *case studies* dans le domaine. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes internationaux.



**Testing & Retesting**

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme. Nous le faisons sur 3 des 4 niveaux de la Pyramide de Miller.



**Cours magistraux**

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode *Learning from an Expert* permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



**Guides d'action rapide**

TECH propose les contenus les plus pertinents du programme sous forme de fiches de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



07

# Corps Enseignant

La philosophie de TECH est d'offrir les diplômes universitaires les plus pragmatiques, les plus complets et les plus récents sur la scène académique. Pour ce faire, elle met en œuvre un processus méticuleux pour constituer chacun de ses enseignants. Ainsi, ce Mastère Avancé bénéficie de la collaboration de références authentiques dans le domaine de la Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales. Il a ainsi créé une variété de matériel pédagogique qui se distingue à la fois par son excellente qualité et par son adaptation aux exigences du marché du travail d'aujourd'hui.





“

*Vous serez conseillé à tout moment par l'équipe pédagogique, composée de professionnels ayant une grande expérience de la Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales”*

## Directrice Internationale Invitée

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

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

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

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



## Mme Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Directeur International Invité

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

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

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



## M. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Directeur International Invité

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

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

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

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



## M. Arman, Romi

---

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

“

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

## Directeur International Invité

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les **mise à jour des données des fournisseurs** et la **hiérarchisation des données des fournisseurs**. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

Avec plus de dix ans d'expérience dans la fourniture de solutions numériques et de leadership pour des entreprises de divers secteurs, il possède une vaste expérience dans tous les aspects de la fourniture de solutions stratégiques, y compris le **Marketing**, **l'analyse des médias**, **la mesure** et **l'attribution**. Il a d'ailleurs reçu plusieurs prix pour son travail, notamment le **Prix du Leadership BIM**, le **Prix du Leadership en matière de Recherche**, le **Prix du Programme de Génération de Leads à l'Exportation** et le **Prix du Meilleur Modèle de Vente pour la région EMEA**.

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste de **Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

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



## M. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Directeur International Invité

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

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

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

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

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



## M. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Directeur International Invité

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

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

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

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



## M. Gram, Mick

---

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

“

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

## Directeur International Invité

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

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

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

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



## M. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Directrice Internationale Invitée

Lauréate des «International Content Marketing Awards» pour sa créativité, son leadership et la qualité de son contenu informatif, Wendy Thole-Muir est une **Directrice de la Communication** renommée, hautement spécialisée dans le domaine de la **Gestion de la Réputation**.

En ce sens, elle a développé une solide carrière professionnelle de plus de deux décennies dans ce domaine, qui l'a amenée à faire partie d'entités internationales de référence prestigieuses telles que **Coca-Cola**. Son rôle consiste à superviser et à gérer la communication d'entreprise, ainsi qu'à contrôler l'image de l'organisation. Parmi ses principales contributions, elle a dirigé la mise en œuvre de la **plateforme d'interaction interne Yammer**. Grâce à cela, les employés ont renforcé leur engagement envers la marque et ont créé une communauté qui a considérablement amélioré la transmission des informations.

En outre, elle a été chargée de gérer la communication des **investissements stratégiques** de l'entreprise dans différents pays d'Afrique. Elle a par exemple géré les dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités dans le développement économique et social du pays. Elle a également reçu de nombreux **prix** pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. Elle a ainsi veillé à ce que les entreprises conservent un profil élevé et à ce que les consommateurs les associent à un haut niveau de qualité.

En outre, dans le cadre de son engagement ferme en faveur de l'excellence, elle a participé activement à des **Conférences** et à des **Symposiums** de renommée mondiale afin d'aider les professionnels de l'information à rester à la pointe des techniques les plus sophistiquées pour **élaborer des plans de communication stratégique** réussis. Elle a ainsi aidé de nombreux experts à anticiper les situations de crise institutionnelle et à gérer efficacement les événements indésirables.



## Mme Thole-Muir, Wendy

---

- Directrice de la Communication Stratégique et de la réputation d'Entreprise chez Coca-Cola, Afrique du Sud
- Responsable de la Réputation d'Entreprise et de la Communicatrice à ABI et à SABMiller de Lovonia, Belgique
- Consultante en Communication à ABI, Belgique
- Consultante en Réputation d'Entreprise et en Communication de Third Door à Gauteng, Afrique du Sud
- Master en Études du Comportement Social de l'Université d'Afrique du Sud
- Master en Arts avec spécialité en Sociologie et Psychologie de l'Université d'Afrique du Sud
- Licence en Sciences Politiques et Sociologie Industrielle de l'Université KwaZulu-Natal
- Licence en Psychologie de Université d'Afrique du Sud

“

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

## Direction



### M. González Ferrer, Óliver

- ♦ Directeur de la Communication - Planification stratégique des projets chez Trabajando.com
- ♦ Responsable du Marketing et de la Communication chez Trabajando.com
- ♦ Sociologue au Cabildo de Fuerteventura
- ♦ Master en Publicité et Communication à l'Université Pontificia Comillas
- ♦ Diplôme en histoire de l'université Complutense de Madrid.

## Professeurs

### Mme Olmos Otero, Leire

- ♦ Responsable RH chez Sea & Ports MGM
- ♦ Directrice des RH chez Marguisa Shipping Lines
- ♦ Technicienne en R H chez Prodemsas Asesores Legales y Tributarios
- ♦ Master en Conseil Juridique et Prud'homal
- ♦ Diplôme en Relations du Travail de l'Université Rey Juan Carlos

### M. Caparrós Jiménez, Javier

- ♦ Responsable du Recrutement Professionnel chez ManpowerGroup
- ♦ Directeur International de HR Consulting chez Universia
- ♦ Directeur Général du Recrutement chez Hay Group
- ♦ Directeur des Grands Comptes du Secteur Manager chez Ajilon
- ♦ Master en pratique juridique chez Colex
- ♦ Licence en Droit de l'Université Autonome de Madrid

### Mme Cañas García, Ana

- ♦ Cheffe de cabinet par intérim chez Jotelulu
- ♦ Consultante Associée et Coordinatrice des Talents Numériques chez Coherentis
- ♦ Consultante en Talents Numériques chez Talenttics
- ♦ Consultante en Recrutement International chez Binternational Group
- ♦ Consultante en Recrutement chez ARG Conseiller en Ressources Humaines
- ♦ Licence de Droit de l'Université Carlos III
- ♦ Diplôme en Relations de Travail de l'Université Carlos III



#### **Mme Lago Burgos, Iria**

- ◆ Responsable de la communication chez Grupo Obremo
- ◆ Communication, Marketing et Événements chez Innova&acción
- ◆ Coordinatrice de la Communication et du Marketing d'entreprise chez Trabajando.com
- ◆ Social Media Manager & Content Creator chez MaDI
- ◆ Protocole Avancé chez Communication, Marketing et Protocole
- ◆ Diplôme de Journalisme de l'Université Carlos III.

#### **Dr Ruíz Rodríguez, Raquel**

- ◆ Directrice de Rétate Consultora, École des Talents et des Sciences
- ◆ Collaboratrice de radio dans le programme Rompiendo las Reglas
- ◆ Directrice du Développement de Carrières Professionnelles
- ◆ Responsable des RH chez Bureau Veritas
- ◆ Doctorat en Leadership d'Entreprise de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Master Officiel en Neuromanagement de l'Université Rey Juan Carlos
- ◆ Master de Niveau Or en Coaching de l'IEC
- ◆ Master en Ressources Humaines de l'IMF
- ◆ Licence en Relations Professionnelles de l'Université de Valence

# 08 Diplôme

Le Mastère Avancé en Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès  
et obtenez votre diplôme universitaire  
sans avoir à vous déplacer ou à passer  
par des procédures fastidieuses”*

Ce **Mastère Avancé en Direction Générale des Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Avancé** délivrée 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 Ressources Humaines, Expert en Relations Syndicales**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**



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



## Mastère **Avancé**

Direction Générale des Ressources  
Humaines, Expert en Relations  
Syndicales

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Mastère Avancé

Direction Générale des Ressources  
Humaines, Expert en Relations  
Syndicales