

Mastère Avancé

Entrepreneuriat Numérique International

M A E N I



Mastère Avancé Entrepreneuriat Numérique International

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-entrepreneuriat-numerique-international

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier chez TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 22

06

Structure et contenu

page 30

07

Méthodologie

page 46

08

Profil de nos étudiants

page 54

09

Direction de la formation

page 58

10

Impact sur votre carrière

page 62

11

Bénéfices pour votre
entreprise

page 66

12

Diplôme

page 70

01

Accueil

L'un des secteurs qui a connu le plus de numérisation est celui des entreprises. Par conséquent, ce Mastère Avancé très complet de TECH vise à fournir aux professionnels les compétences et les aptitudes qui leur permettront de concevoir, de créer et de gérer des entreprises dans le domaine numérique, en connaissant en profondeur tous les détails de ce secteur et en assurant le succès futur de la nouvelle organisation. Toutes les activités, des plus quotidiennes de l'humanité aux tâches les plus complexes, ont un aspect numérique, ce qui rend absolument nécessaire la formation des professionnels pour relever avec succès les défis posés par ce nouvel environnement.



Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International
TECH Université Technologique



“

La figure du manager droit, inflexible et autoritaire est devenue obsolète. Un nouveau profil a émergé, beaucoup plus en phase avec les nouvelles tendances et qui se distingue par sa maîtrise des technologies, son écoute active de ses travailleurs et son autocritique de son travail"

02

Pourquoi étudier chez TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Nous sommes une École de Commerce d'élite, fondée sur un modèle de normes académiques très exigeantes. Un centre de formation hautement performant, de renommée internationale concernant la préparation aux techniques de management.



“

*Nous sommes une université à la
pointe de la technologie et nous
mettons toutes nos ressources à votre
disposition pour vous aider à réussir”*

À TECH Université Technologique



Innovation

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

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



Exigence maximale

Notre critère d'admission n'est pas économique. Pour étudier chez nous, il n'est pas nécessaire de faire un investissement démesuré. Cela dit, pour être diplômé(e) TECH, nous pousserons votre intelligence et vos capacités de résolution de problèmes à leur limite. Nos critères académiques sont très élevés...

95 % | des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès.



Networking

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

+100000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises.



Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans l'environnement des affaires. Une opportunité de mettre en valeur vos aspirations et votre vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous pourrez vous familiariser avec la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants de TECH sont issus de plus de 200 nationalités.



À TECH nous visons l'excellence et pour cela, nous possédons des caractéristiques qui nous rendent uniques:



Analyse

Nous explorons votre sens critique, votre capacité à remettre les choses en question, votre aptitude à résoudre les problèmes ainsi que vos compétences interpersonnelles.



Excellence académique

Nous mettons à votre disposition la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec des "études de cas" de Harvard Business School. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. TECH dispose de plus de 10000 cours universitaires en français. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette façon, nous veillons à ce que les études ne soient pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les meilleurs

Pendant les cours, notre équipe d'enseignants explique ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas de la Harvard Business School"

03

Pourquoi notre programme?

Choisir de vous former chez TECH signifie multiplier vos chances de réussir professionnellement dans le domaine du management des entreprises.

C'est un défi qui requiert des efforts et du dévouement, mais qui vous offre la possibilité d'un avenir prometteur. Vous apprendrez auprès de la meilleure équipe pédagogique et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante qu'il soit.



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme vous apportera une multitude de bénéfices aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Cela marquera un véritable tournant dans votre carrière

Nous vous offrons l'opportunité d'être maître de votre avenir et de développer tout votre potentiel. En étudiant ce Certificat, vous allez acquérir les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants de cette formation connaissent une évolution positive de leur carrière en moins de deux ans.

02

Vous acquerrez une vision stratégique et globale de l'entreprise

Vous allez acquérir une vision approfondie du management ce qui vous permettra de comprendre la façon dont chaque décision affecte les différents départements fonctionnels de l'entreprise.

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

03

Vous vous ferez une place parmi les cadres supérieurs de l'entreprise.

Nous vous ouvrons les portes d'un futur professionnel à votre niveau de cadre supérieur ayant une large vision de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Nous vous formerons concernant les dernières tendances, avancées et stratégies afin que vous soyez en mesure de mener à bien votre travail professionnel dans un environnement en perpétuel évolution.

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

Nous vous mettons en relation avec des professionnels comme vous. Ayant des aspirations similaires et ayant la même envie de progresser. Vous serez en relation avec différents partenaires, clients et fournisseurs.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Vous allez acquérir une vision stratégique approfondie qui vous aidera à développer votre propre projet tout en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Vous améliorerez vos **compétences de base** ainsi que vos compétences en matière de management

Nous vous accompagnons dans l'application et dans le développement de vos connaissances ainsi que dans l'amélioration de vos compétences interpersonnelles afin de devenir un leader qui fait la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

Nous vous offrons la possibilité d'intégrer une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs hautement qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté de l'Université Technologique TECH.

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

04 Objectifs

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



“

L'un de nos principaux objectifs est de vous aider à développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement votre entreprise"

Nous partageons les mêmes objectifs.

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

Le **Mastère Avancé en Entrepreneuriat Numérique International** vous formera pour:

01

Connaître la bonne façon d'administrer et de gérer des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs

02

Comprendre en profondeur ce que sont les Technologies de l'Information et de la Communication et leur implication dans les organisations d'aujourd'hui

03

Savoir travailler avec différents types de TIC

04

Savoir travailler avec la comptabilité et les finances d'une entreprise

05

Connaître les principes fondamentaux de l'administration des affaires à partir de la description de ses éléments, de son environnement, de sa fonction et de son organisation

06

Disposer des éléments nécessaires à une prise de décision assertive



07

Comprendre le domaine de la gestion et de l'administration



08

Interpréter les caractéristiques, les fonctions et les typologies des différents systèmes informatiques

09

Intervenir dans les scénarios technologiques pour le développement de processus de formation adaptables au nouveau contexte

10

Comprendre la formulation des comptes annuels

11

Comprendre les critères d'évaluation des comptes

12

Identifier les instruments financiers

13

Analyser les différentes stratégies de restructuration des entreprises

17

Comprendre les principales fonctions du management en relation avec l'entreprise

14

Comprendre l'importance des systèmes d'information pour le bon fonctionnement de l'entreprise

18

Acquérir un large aperçu du processus de gestion et l'appliquer dans le cadre de leurs fonctions

15

Comprendre les stratégies de des systèmes d'information pour le bon fonctionnement de l'entreprise

19

Connaître les caractéristiques de la taxe

16

Identifier la relation entre la direction et l'entreprise

20

Comprendre les obligations fiscales d'un point de vue juridique
Être capable de classer les impôts

21

Comprendre les régimes fiscaux spéciaux et quand ils sont appliqués

25

Gestion campagnes numériques

22

Être capable de calculer les diverses taxes d'affaires

26

Intégration des nouvelles Technologies de l'Information dans des environnements virtuels pour le développement de processus de formation dans différents domaines

23

Vous analyserez les différentes stratégies qui existent dans le Marketing Numérique

27

Adapter au nouveau contexte qui implique d'intervenir et de se développer dans l'entreprise numérique

24

Définir la stratégie la plus appropriée dans un contexte et des objectifs donnés

28

Analyser les implications de l'environnement économique mondial sur les entreprises

29

Identifier les variables à prendre en compte dans la prise de décision commerciale

30

Analyser l'importance de l'initiative dans l'entrepreneuriat commercial

31

Comprendre le rôle prédominant de l'innovation comme facteur de différenciation pour l'établissement de plans d'affaires

32

Développer des stratégies pour créer de nouveaux marchés et de nouvelles entreprises

33

Développer des stratégies pour créer de nouvelles opportunités sur les marchés existants



34

Mettre en œuvre des stratégies de numérisation pour une entreprise, en prenant les bonnes décisions pour atteindre les objectifs prévus

35

Conduire des processus de changement dans l'entreprise basés sur la numérisation

36

Identifier les changements nécessaires pour l'amélioration dans la gestion et la direction de l'entreprise, sur la base de la sur l'orientation de la stratégie vers l'environnement numérique

37

Développer les compétences de gestion nécessaires pour diriger la croissance et l'expansion de les entreprises opérant dans des environnements numériques

38

Analyser et identifier les facteurs générant des difficultés ou des opportunités dans les environnements numériques



05

Compétences

Les compétences que les managers doivent développer dans le secteur de l'entrepreneuriat doivent, par nécessité, être diverses. En outre, lorsqu'on parle de l'environnement de l'Entrepreneuriat Numérique International, on ajoute la difficulté de traiter les nouvelles technologies et le défi de gérer des projets transnationaux. C'est pourquoi ce Mastère Avancé propose un examen des plus hautes compétences dans ce domaine, dynamisant au maximum la carrière professionnelle du diplômé avec des compétences améliorées et perfectionnées.



“

Vous acquerez les compétences nécessaires pour être à l'aise et efficace dans le monde compliqué de l'Entrepreneuriat Numérique International”

01

Contrôler et gérer les finances de l'entreprise

02

Développer la stratégie d'entreprise et la stratégie concurrentielle de celle-ci

03

Appliquer les différents modèles d'entreprise basés sur l'ère numérique

04

Appliquer des techniques innovantes dans la conception et la gestion de projets

05

Mettre en œuvre des techniques du eCommerce



06

Mettre en œuvre des campagnes de marketing numérique pour améliorer le positionnement de l'entreprise par rapport à ses concurrents, ainsi que sa réputation numérique

08

Utilisez les médias sociaux comme un outil indispensable pour améliorer la notoriété de l'entreprise

09

Avoir une large connaissance des consommateurs

07

Mettre en pratique les techniques de marketing des moteurs de recherche

10

Réaliser des actions de web analytique pour orienter la campagne de marketing et de communication de manière à ce qu'elle soit plus efficace pour atteindre les objectifs de l'entreprise



11

Analyser les différentes stratégies de marketing numérique et gérer les campagnes de marketing numérique

14

Comprendre les stratégies de des systèmes d'information pour le bon fonctionnement de l'entreprise

12

Promouvoir l'innovation au sein des entreprises de tous les secteurs



13

Concevoir un plan d'affaires dès le départ, en connaissant les moyens de financement disponibles

15

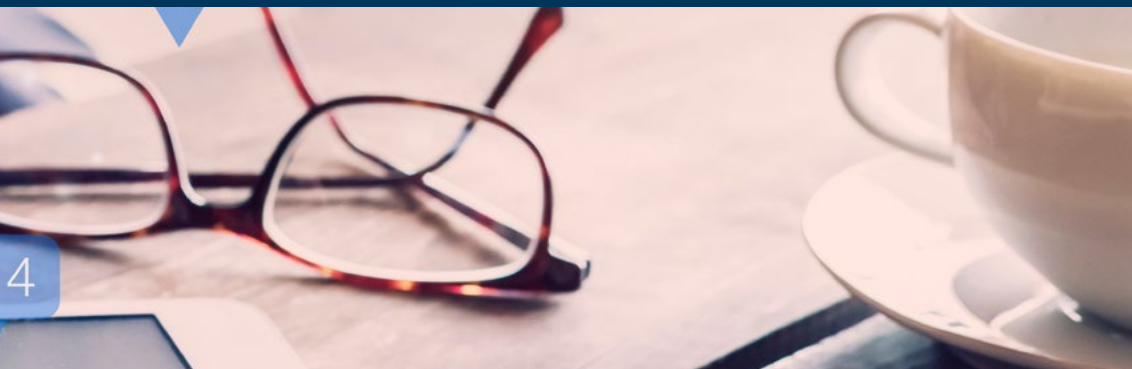
Interpréter les caractéristiques, les fonctions et les typologies des différents systèmes informatiques

16

Intervenir dans les scénarios technologiques pour le développement de processus de formation adaptables au nouveau contexte

18

Analyser les différentes stratégies de restructuration des entreprises



19

Être capable de calculer les diverses taxes d'affaires

17

Analyser les implications de l'environnement économique mondial sur les entreprises

20

Renforcer les idées pour l'entrepreneuriat dans le paysage numérique

21

Intégration des nouvelles Technologies de l'Information dans des environnements virtuels pour le développement de processus de formation dans différents domaines

22

Adapter au nouveau contexte qui implique d'intervenir et de se développer dans l'entreprise numérique





23

Identifier les variables à prendre en compte dans la prise de décision commerciale

24

Gérer et administrer des entreprises du secteur numérique

06

Structure et contenu

Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International est un programme sur mesure dispensé dans un format 100 % en ligne. Vous pouvez donc choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à vos disponibilités, votre emploi du temps et vos intérêts.

Ce programme, qui se déroule sur 24 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite en tant que manager et entrepreneur.



“

Ce que vous étudiez est très important. Les aptitudes et les compétences que vous acquérez sont les plus importantes. Vous ne trouverez pas de syllabus plus complet que celui-ci, croyez-nous... »

Programme d'études

Le Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International de TECH Université Technologique est un programme intense qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions dans le domaine des affaires, tant au niveau national qu'international.

Le contenu du Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International est conçu pour favoriser le développement de compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 3 000 heures de Formation, les étudiants analysent une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International traite en profondeur des principaux domaines de l'entreprise et est conçu pour former des managers qui comprennent la gestion des affaires dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

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

Module 1	Administration des Entreprises: Introduction et Organisation
Module 2	Introduction à la TIC
Module 3	Comptabilité financière
Module 4	Gestion Commerciale I
Module 5	Gestion des entreprises
Module 6	Fiscalité des Entreprises
Module 7	Stratégies du Marketing Numérique
Module 8	Technologie et information dans l'entreprise numérique
Module 9	Créer et gestion entreprise dans l'environnement numérique
Module 10	Gestion de l'innovation dans un environnement numérique
Module 11	Environnement concurrentiel et stratégie
Module 12	Innovation et esprit d'entreprise
Module 13	Marketing en ligne et e-commerce
Module 14	Outils en Marketing
Module 15	Communication numérique et réputation en ligne
Module 16	<i>Performance and Inbound Marketing</i>
Module 17	Analyse web et <i>marketing Analytics</i>
Module 18	Finance internationale
Module 19	<i>Mobile e-Commerce</i>
Module 20	Nouvelles tendances numériques



Où, quand et comment se déroule la formation?

Ce Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International se déroule sur une période de 24 mois et est divisé en deux semestres. Vous pouvez le faire intégralement en ligne, notamment en participant à des ateliers et à des conférences virtuelles.

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

Module 1. Administration des Entreprises: Introduction et Organisation

1.1. L'entreprise et ses Éléments

- 1.1.1. Le concept d'entreprise
- 1.1.2. Fonctions et classifications des objectifs commerciaux
- 1.1.3. Entrepreneuriat
- 1.1.4. Types d'entreprises

1.2. L'entreprise en tant que système

- 1.2.1. Concepts de système
- 1.2.2. Les modèles
- 1.2.3. Sous-système de l'entreprise
- 1.2.4. Sous-système de valeurs

1.3. L'environnement des entreprises

- 1.3.1. Environnement et valeur
- 1.3.2. Environnement général
- 1.3.3. Environnement spécifique
- 1.3.4. Outils d'analyse

1.4. La fonction managériale

- 1.4.1. Concepts de base
- 1.4.2. Qu'est-ce que la direction?
- 1.4.3. La prise de décision
- 1.4.4. Leadership

1.5. Planification des activités

- 1.5.1. Plan d'affaires
- 1.5.2. Éléments de la planification
- 1.5.3. Étapes
- 1.5.4. Outils de planification

1.6. Contrôle des entreprises

- 1.6.1. Concepts, types et terminologie
- 1.6.2. Contrôle de gestion
- 1.6.3. Contrôle de la qualité
- 1.6.4. Tableau de bord équilibré

1.7. Organisation de l'entreprise

- 1.7.1. Concepts de base
- 1.7.2. Structure organisationnelle
- 1.7.3. Dimensions culturelles
- 1.7.4. Modèles structurels

1.8. Direction des Ressources Humaines

- 1.8.1. Motivation
- 1.8.2. Recrutement et sélection
- 1.8.3. Formation du personnel
- 1.8.4. Évaluation de la performance

1.9. Éléments de Marketing et de Finance

- 1.9.1. Concept et étapes
- 1.9.2. Marketing et marchés
- 1.9.3. Marketing stratégique
- 1.9.4. Relations et synergies

Module 2. Introduction aux TIC

2.1. Systèmes d'information: caractéristiques, fonction et typologies

- 2.1.1. Introduction aux TIC
- 2.1.2. Principes
- 2.1.3. Caractéristiques
- 2.1.4. Initiation
- 2.1.5. Avantages et inconvénients
- 2.1.6. Typologies
- 2.1.7. Typologies des systèmes d'information
- 2.1.8. Processus d'affaires

2.2. Systèmes d'information: influence, avantage concurrentiel et stratégies basées sur les réseaux et le web 2.0.

- 2.2.1. Influence des TIC
- 2.2.2. Actuel
- 2.2.3. Global
- 2.2.4. Avantages concurrentiels
- 2.2.5. Stratégies basées sur le Web 2.0
- 2.2.6. Stratégies de mise en réseau

2.3. Technologies de l'information et de la communication (TIC)

- 2.3.1. Composants
- 2.3.2. Concept
- 2.3.3. Types de composants
- 2.3.4. Applications
- 2.3.5. Évolution de l'infrastructure
- 2.3.6. Histoire
- 2.3.7. Situation actuelle et développement
- 2.3.8. La gestion de l'infrastructure TIC gestion des infrastructures
- 2.3.9. Conducteurs
- 2.3.10. Administration

2.4. Tendances en matière d'Hardware et de matériel

- 2.4.1. Hardware
- 2.4.2. Concept
- 2.4.3. Évolution du Hardware
- 2.4.4. Classification du hardware et du software
- 2.4.5. Tendances en matière de hardware
- 2.4.6. Traitement de Données
- 2.4.7. Accélération des processus
- 2.4.8. Stockage des données traitées
- 2.4.9. Visualisation graphique

<p>2.5. Intégration des plateformes de traitement et de télécommunications</p> <p>2.5.1. Intégration 2.5.2. Conceptualisation 2.5.3. Évolution</p>	<p>2.5.4. Interdépendance des entreprises 2.5.5. Intégration et concurrence 2.5.6. Outils d'intégration 2.5.7. <i>Big Data</i></p>	<p>2.6. Modalités de traitement, virtualisation et processeurs multi-cœurs</p> <p>2.6.1. Différents modèles 2.6.2. Systèmes multiprocesseurs 2.6.3. Concept de traitement</p>	<p>2.6.4. Virtualisation 2.6.5. Exigences 2.6.6. Hyperviseurs 2.6.7. Paravirtualisation</p>
<p>2.7. Software et plateformes de software</p> <p>2.7.1. Le Software 2.7.2. Contexte 2.7.3. Concepts et définitions 2.7.4. Applications 2.7.5. Plateformes de software 2.7.6. Plateformes actuelles 2.7.7. Évolution des plateformes</p>	<p>2.8. Le langage Java et l'intégration des applications d'entreprise</p> <p>2.8.1. Le langage <i>Java</i> 2.8.2. Concepts 2.8.3. Caractéristiques 2.8.4. Points forts 2.8.5. Architecture des applications d'entreprise 2.8.6. Concept 2.8.7. Intégration de l'entreprise 2.8.8. <i>Transcoding</i> 2.8.9. Adaptation sémantique du contenu</p>	<p>2.9. Mise en réseau: réseaux d'entreprise et technologies de connectivité</p> <p>2.9.1. Réseaux d'entreprise et technologies de connectivité 2.9.2. Transformation 2.9.3. La connectivité dans l'entreprise 2.9.4. Solutions de connectivité 2.9.5. Supports et types de transmission 2.9.6. Concept et définitions 2.9.7. Cartes de transmission</p>	<p>2.10. Internet, le Web, le Web 2.0 et le Web 3.0</p> <p>2.10.1. Qu'est-ce que l'Internet 2.10.2. Conceptualisation 2.10.3. Applications 2.10.4. Web 1.0 2.10.5. Conceptualisation 2.10.6. Contenu statique 2.10.7. Divulgateion 2.10.8. Web 2.0 2.10.9. Conceptualisation</p>
<p>2.10.10. Contenu dynamique 2.10.11. Développement 2.10.12. Web 3.0 2.10.13. Conceptualisation 2.10.14. Contenu multi-appareils 2.10.15. Le web intelligent</p>	<p>2.11. Outils professionnels de communication et de coordination</p> <p>2.11.1. Outils pour entreprises 2.11.2. Direction à distance 2.11.3. Planification de la communication 2.11.4. Méthodes de Coordination 2.11.5. Coordination internationale 2.11.6. Coordination internationale 2.11.7. Concept en ligne</p>	<p>2.12. Organisation traditionnelle des archives, systèmes de gestion des données et entrepôts de données et exploration des données</p> <p>2.12.1. Entreposage de données 2.12.2. Analyse des données 2.12.3. Types de stockage 2.12.4. Type d'information stockable 2.12.5. Variabilité des données</p>	<p>2.12.6. Systèmes de gestion des données 2.12.7. Tableau de bord équilibré 2.12.8. Processus de planification 2.12.9. Indicateurs de gestion 2.12.10. Extraction de données 2.12.11. Concept 2.12.12. Théorie de la complexité computationnelle 2.12.13. Tendances</p>
<p>2.13. Systèmes d'Entreprise: systèmes de gestion d'entreprise et systèmes d'aide à la décision</p> <p>2.13.1. Systèmes d'aide à la décision 2.13.2. Systèmes d'aide à la décision: DSS 2.13.3. Prise de décision basée sur la gestion des données 2.13.4. Processus de gestion d'entreprise 2.13.5. Concept de gestion 2.13.6. Étapes du processus</p>	<p>2.14. Commerce électronique</p> <p>2.14.1. Signification de commerce électronique 2.14.2. Concept 2.14.3. B2B 2.14.4. Implications 2.14.5. Les défis du commerce électronique 2.14.6. Principaux types de commerce électronique 2.14.7. Types de commerce électronique 2.14.8. Marchés d'échange 2.14.9. Développements et impact 2.14.10. Expansion 2.14.11. Impact mondial</p>		

Module 3. Comptabilité financière

3.1. Éléments et formulation des comptes annuels

- 3.1.1. Bilan, compte de profits et pertes et annexe aux comptes annuels
- 3.1.2. État des variations des capitaux propres
- 3.1.3. Tableau des flux de trésorerie
- 3.1.4. Normes pour la préparation des comptes annuels
- 3.1.5. Formats des états financiers

3.2. Critères d'évaluation

- 3.2.1. Coût historique
- 3.2.2. Juste valeur
- 3.2.3. Valeur nette réalisable
- 3.2.4. Valeur d'usage
- 3.2.5. Valeur comptable ou valeur comptable
- 3.2.6. Comptabilité créative

3.3. Immobilisations corporelles et incorporelles

- 3.3.1. Règles et formes d'acquisition
- 3.3.2. Amortissement
- 3.3.3. Pertes de valeur ou de cession
- 3.3.4. Immeubles de placement

3.4. Instruments Financiers

- 3.4.1. Actifs financiers
- 3.4.2. Passifs financiers
- 3.4.3. Évaluation, identification et gestion des risques
- 3.4.4. Opérations de couverture et de négociation
- 3.4.5. Comptabilisation des Instruments de Capitaux propres

3.5. Étude et valorisation des fonds propres

- 3.5.1. Les fonds propres au bilan
- 3.5.2. Subventions, dons et legs
- 3.5.3. Fonds propres et ajustements pour les changements dans les changements de valeur

3.6. Opérations de restructuration

- 3.6.1. Fusions
- 3.6.2. Demergers
- 3.6.3. Contributions hors caisse
- 3.6.4. Échanges de valeurs

3.7. Impôt sur les bénéfices

- 3.7.1. Structure de l'impôt sur les sociétés
- 3.7.2. Calcul et comptabilisation de la charge d'impôt sur les Sociétés accumulée
- 3.7.3. Différences permanentes et temporaires

3.8. Comptabilisation des devises étrangères

- 3.8.1. Monnaie fonctionnelle et de présentation
- 3.8.2. Évaluation des éléments monétaires et non monétaires
- 3.8.3. Différences temporaires dans les transactions en devises étrangères

Module 4. Gestion Commerciale I

4.1. Investigation du marché

- 4.1.1. Comportement des consommateurs
- 4.1.2. Techniques d'étude des marchés
- 4.1.3. Outils pour l'analyse des données
- 4.1.4. Portée et limites

4.2. Publicité

- 4.2.1. L'importance de la publicité pour l'entreprise
- 4.2.2. Expérience d'achat
- 4.2.3. Publicité dans les médias numériques

4.3. Planification des médias

- 4.3.1. Les publics et le marché de la publicité
- 4.3.2. Médias et sélection des médias
- 4.3.3. Mesurer l'efficacité

4.4. Gestion Commerciale

- 4.4.1. Analyse interne et externe. SWOT
- 4.4.2. Analyse sectorielle et concurrentielle
- 4.4.3. Modèles *Canvas*

Module 5. Gestion des Entreprises**5.1. Le manager et ses fonctions La culture organisationnelle et ses approches**

- 5.1.1. Rôles du manager
- 5.1.2. Stratégie de gestion
- 5.1.3. La culture organisationnelle

5.2. Processus de gestion du changement

- 5.2.1. Types
- 5.2.2. Endurance
- 5.2.3. Stimulation à l'innovation
- 5.2.4. Modèles de gestion

5.3. La prise de décision

- 5.3.1. Le processus d' décision et de la
- 5.3.2. Styles de gestion
- 5.3.3. Types de décisions

5.4. Planification stratégique

- 5.4.1. Objectifs
- 5.4.2. Méthodes
- 5.4.3. Planification d'environnements dynamiques

5.5. Le processus de gestion stratégique

- 5.5.1. Types de processus
- 5.5.2. Mission et analyse des Processus
- 5.5.3. Mise en œuvre et évaluation du processus

5.6. La structure organisationnelle

- 5.6.1. Concepts généraux
- 5.6.2. Structures mécanistiques
- 5.6.3. Structures organiques

5.7. Designs organisationnels

- 5.7.1. Objectifs de l'organisation
- 5.7.2. Facteurs de contingence
- 5.7.3. Types de design

5.8. Développement et performance du groupe

- 5.8.1. Définition et concepts généraux
- 5.8.2. Groupes efficaces
- 5.8.3. Groupes mondiaux

5.9. Communication dans l'entreprise

- 5.9.1. Le rôle de la Communication dans l'entreprise
- 5.9.2. Méthodes de communication
- 5.9.3. Influence des TIC

5.10. Communication interpersonnelle et organisationnelle

- 5.10.1. Concepts de base
- 5.10.2. Communication interpersonnelle
- 5.10.3. Communication organisationnelle

5.11. Motivation dans l'entreprise

- 5.11.1. Concept et application de la Motivation
- 5.11.2. Théories de la motivation
- 5.11.3. Mise en œuvre de la motivation

5.12. Leadership dans l'entreprise

- 5.12.1. Théories de la contingence
- 5.12.2. Types de leadership
- 5.12.3. Mise en œuvre du Leadership dans l'entreprise

5.13. Contrôle des opérations

- 5.13.1. Concepts de contrôle et de contrôle de gestion
- 5.13.2. Processus de contrôle
- 5.13.3. Mesure et évaluation

5.14. Gestion du contrôle des opérations

- 5.14.1. Outils de contrôle
- 5.14.2. Systèmes de correction
- 5.14.3. Avantages et problèmes du contrôle des opérations

5.15. Direction des opérations

- 5.15.1. Importance de la gestion
- 5.15.2. La chaîne de valeur
- 5.15.3. Gestion de qualité
- 5.15.4. Coûts de stockage, *Picking et Packing*
- 5.15.5. Coûts de distribution

Module 6. Fiscalité des Entreprises**6.1. Concept et caractéristiques de la fiscalité****6.2. Le rapport fiscal légal et les obligations fiscales****6.3. Exemption, non-applicabilité, régularisation et applicabilité des taxes****6.4. Les éléments essentiels de les obligations fiscales****6.5. Le système fiscal et la classification des impôts****6.6. Calcul de l'impôt sur les sociétés****6.7. Régimes spéciaux****6.8. Détermination de l'impôt sur le Revenu des Personnes Physiques****6.9. TVA****6.10. Obligations**

Module 7. Stratégies du Marketing Numérique

7.1. Gestion des affaires numériques

- 7.1.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
- 7.1.2. Concevoir et créer un plan de marketing numérique
- 7.1.3. Planification des médias numériques et contrats
- 7.1.4. Analyser le ROI d'un plan de marketing numérique

7.2. Marketing numérique pour renforcer la marque

- 7.2.1. Contenu de la marque et storytelling
- 7.2.2. Hyper-segmentation
- 7.2.3. *Vidéomarketing*
- 7.2.4. Ventas sociales

7.3. Définir la stratégie de marketing numérique

- 7.3.1. *Closed Loop Marketing*
- 7.3.2. *Continuous Loop Marketing*
- 7.3.3. *Multichannel Marketing*

7.4. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients

- 7.4.1. Hyper-segmentation et Micro-localisation
- 7.4.2. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 7.4.3. Gestion des relations avec les visiteurs

7.5. Tendances du Marketing Numérique

- 7.5.1. Digital Neuromarketing
- 7.5.2. *Avatar Marketing*
- 7.5.3. *Bluecasting*

7.6. Gestion des campagnes numériques

- 7.6.1. *Display Advertising et Rich Media*
- 7.6.2. Campagnes multi-plateformes, multi-segments, multi-personnalisation
- 7.6.3. Publicité et Télévision Digitale

7.7. Plan de marketing en ligne

- 7.7.1. Recherche en ligne
- 7.7.2. Création du plan de marketing en ligne
- 7.7.3. Configuration et activation
- 7.7.4. Lancement et gestion

7.8. *Blended Marketing*

- 7.8.1. Intégrer les actions on et off
- 7.8.2. Personnaliser et segmenter
- 7.8.3. Améliorer l'expérience de l'utilisateur

Module 8. Technologie et information dans l'entreprise numérique

8.1. Environnements technologiques

- 8.1.1. L'environnement technologique
- 8.1.2. Le fonctionnement de l'informatique et l'importance de l'informatique dans l'entreprise
- 8.1.3. Besoins et domaines d'opportunité

8.2. Gestion des systèmes d'information

- 8.2.1. Systèmes d'information des entreprises
- 8.2.2. Décisions stratégiques
- 8.2.3. Rôle du DSI

8.3. Planification Stratégique des Systèmes d'Information

- 8.3.1. Le processus de la planification stratégique
- 8.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information
- 8.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie

8.4. Systèmes d'information et intelligence commerciale

- 8.4.1. CRM et Intelligence Économique
- 8.4.2. Gestion des Projets en Intelligence Économique
- 8.4.3. Architecture en Intelligence Économique

8.5. Applications de gestion d'entreprise

- 8.5.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels
- 8.5.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet
- 8.5.3. La valeur du service TI dans l'entreprise

8.6. Transformation numérique

- 8.6.1. Modèles commerciaux de base technologique
- 8.6.2. Capacités pour innover
- 8.6.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur

8.7. Technologies et tendances

- 8.7.1. Stratégies de Commerce Électronique
- 8.7.2. Stratégies des *Médias Sociaux*
- 8.7.3. Modèles de Commerce Électronique

8.8. *Outsourcing des Technologies de l'Information*

- 8.8.1. Fixation des objectifs IT
- 8.8.2. Sélection des fournisseurs

Module 9. Créer et gestion entreprise dans l'environnement numérique**9.1. Environnement économique mondial**

- 9.1.1. Principes fondamentaux de l'économie mondiale
- 9.1.2. La mondialisation des entreprises et des marchés financiers
- 9.1.3. Entrepreneuriat et nouveaux marchés

9.2. Finances des entreprises

- 9.2.1. Politique financière et croissance
- 9.2.2. Méthodes d'évaluation des entreprises
- 9.2.3. Structure du capital et levier financier

9.3. Analyse économique des décisions

- 9.3.1. Le contrôle budgétaire
- 9.3.2. Analyse de la concurrence
- 9.3.3. Analyse comparative
- 9.3.4. Prise de décision
- 9.3.5. Investissement ou désinvestissement des entreprises

9.4. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise

- 9.4.1. Évolution du modèle informatique
- 9.4.2. Organisation et Département TI
- 9.4.3. Technologies de l'information et environnement économique

9.5. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique

- 9.5.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
- 9.5.2. Les décisions stratégiques en matière de SI/TI
- 9.5.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique

9.6. Systèmes d'information pour la prise de décision

- 9.6.1. *Business Intelligence*
- 9.6.2. *Data Warehouse*
- 9.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif

9.7. Stratégie numérique

- 9.7.1. La stratégie technologique et son impact sur l'innovation numérique
- 9.7.2. Planification stratégique des TI
- 9.7.3. Stratégies et internet

9.8. Modèles commerciaux basés sur l'Internet

- 9.8.1. Analyse des entreprises établies dans le secteur de la technologie
- 9.8.2. Systèmes de génération de modèles d'affaires
- 9.8.3. Analyse des modèles d'entreprise innovants dans les secteurs traditionnels
- 9.8.4. Analyse des modèles commerciaux innovants sur Internet

9.9. Systèmes d'entreprise collaboratifs

- 9.9.1. Les Systèmes de gestion des clients: CRM
- 9.9.2. Systèmes de gestion de la chaîne d'approvisionnement
- 9.9.3. Systèmes de commerce électronique

9.10. Affaires sociales

- 9.10.1. Vision stratégique du Web 2.0 et ses défis
- 9.10.2. Opportunités de convergence et tendances en matière de TIC
- 9.10.3. Comment rentabiliser le Web 2.0 et les réseaux sociaux
- 9.10.4. La mobilité et les affaires numériques

Module 10. Gestion de l'innovation dans un environnement numérique

10.1. Penser en termes de Design

- 10.1.1. La stratégie de l'Océan Bleu
- 10.1.2. L'innovation collaborative
- 10.1.3. *Open innovation*

10.2. Intelligence stratégique de l'innovation

- 10.2.1. Veille technologique
- 10.2.2. Prospective technologique
- 10.2.3. *Coolhunting*

10.3. Entrepreneuriat et innovation

- 10.3.1. Stratégies de recherche d'opportunités de business
- 10.3.2. Évaluation de la faisabilité de nouveaux projets
- 10.3.3. Systèmes de gestion de l'Innovation
- 10.3.4. Compétences *Soft* d'un entrepreneur

10.4. Gestion des Startups

- 10.4.1. Introduction à la gestion financière des entreprises en démarrage
- 10.4.2. Mesures financières pour *Startups*
- 10.4.3. La planification financière: les modèles de projection et leur interprétation
- 10.4.4. Méthode d'évaluation
- 10.4.5. Aspect juridique

10.5. Le plan d'affaires

- 10.5.1. *Plan d'affaires* à l'ère numérique
- 10.5.2. Modèles *Canvas*
- 10.5.3. *Value Proposition Model*
- 10.5.4. Contenu et présentation

10.6. Gestion de projet

- 10.6.1. Développement agile
- 10.6.2. *Lean Management dans les Startups*
- 10.6.3. Suivi et gestion des Projets

10.7. Les phases de croissance d'une jeune entreprise

- 10.7.1. Phase de *Seed*
- 10.7.2. Phase de *Startup*
- 10.7.3. Phase de *Growth*
- 10.7.4. Phase de Consolidation

10.8. Financement de startups

- 10.8.1. Financement bancaire
- 10.8.2. Subventions
- 10.8.3. Capital d'amorçage et accélérateurs. *Business Angels*.
- 10.8.4. *Venture Capital*. IPO
- 10.8.5. *Public to Private Partnership*

10.9. Institutions nationales et internationales de capital-risque et de capital d'amorçage

- 10.9.1. Les institutions publiques: CDTI ENISA
- 10.9.2. Entités de *Venture Capital* nationales et internationales
- 10.9.3. Les investisseurs privés: *caixa capital Risc. Bstartup*
- 10.9.4. FOND-ICO Global
- 10.9.5. Accélérateurs: Wayra, Lanzadera et Plug & play

10.10. *Lean Management*

- 10.10.1. Principes de base du *Lean Management*
- 10.10.2. Groupes d'amélioration et de résolution de problèmes
- 10.10.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité
- 10.10.3. Canaux de communication avec le client
- 10.10.4. Intégration avec la boutique en ligne
- 10.10.5. Centres de services *en ligne*

Module 11. Environnement concurrentiel et stratégie

11.1. Environnement économique mondial 11.1.1. Principes fondamentaux de l'économie mondiale 11.1.2. La mondialisation des entreprises et des marchés financiers	11.1.3. Entrepreneuriat et nouveaux marchés 11.2. Finances des entreprises 11.2.1. Politique financière et croissance 11.2.2. Méthodes d'évaluation des entreprises 11.2.3. Structure du capital et levier financier	11.3. Analyse économique des décisions 11.3.1. Le contrôle budgétaire 11.3.2. Analyse de la concurrence. Analyse comparative 11.3.3. La prise de décision. Investissement ou désinvestissement des entreprises	11.4. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise 11.4.1. Évolution du modèle informatique 11.4.2. Organisation et Département TI 11.4.3. Technologies de l'information et environnement économique
11.5. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique 11.5.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires 11.5.2. Les décisions stratégiques en matière de SI/TI 11.5.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique	11.6. Systèmes d'information pour la prise de décision 11.6.1. <i>Business Intelligence</i> 11.6.2. <i>Data Warehouse</i> 11.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif	11.7. Stratégie numérique 11.7.1. La stratégie technologique et son impact sur l'innovation numérique 11.7.2. Planification stratégique des TI 11.7.3. Stratégies et internet	11.8. Modèles commerciaux basés sur l'Internet 11.8.1. Analyse des entreprises établies dans le secteur de la technologie 11.8.2. Systèmes de génération de modèles d'affaires 11.8.3. Analyse des modèles d'entreprise innovants dans les secteurs traditionnels 11.8.4. Analyse des modèles commerciaux innovants sur Internet
11.9. Systèmes d'entreprise collaboratifs basés sur l'Internet 11.9.1. Les Systèmes de gestion des clients: CRM 11.9.2. Systèmes de gestion de la chaîne d'approvisionnement 11.9.3. Systèmes de commerce électronique	11.10. Social business 11.10.1. Vision stratégique du Web 2.0 et ses défis. 11.10.2. Opportunités de convergence et tendances en matière de TIC 11.10.3. Comment rentabiliser le Web 2.0 et les réseaux sociaux 11.10.4. La mobilité et les affaires numériques		

Module 12. Innovation et esprit d'entreprise

12.1. Design Thinking 12.1.1. La stratégie de l'Océan Bleu 12.1.2. L'innovation collaborative 12.1.3. <i>Open innovation</i>	12.2. Intelligence stratégique de l'innovation 12.2.1. Veille technologique 12.2.2. Prospective technologique 12.2.3. <i>Coolhunting</i>	12.3. Entrepreneurship & Innovation 12.3.1. Stratégies de recherche d'opportunités de business 12.3.2. Évaluation de la faisabilité de nouveaux projets 12.3.3. <i>Innovation Management Systems</i> 12.3.4. Compétences Soft d'un entrepreneur	12.4. Gestion des Startups 12.4.1. Introduction à la gestion financière des entreprises en démarrage 12.4.2. Mesures financières pour <i>Startups</i> 12.4.3. La planification financière: les modèles de projection et leur interprétation 12.4.4. Méthode d'évaluation 12.4.5. Aspect juridique
12.5. Le plan d'affaires 12.5.1. <i>Business Plan</i> à l'ère du numérique 12.5.2. Modèles Canvas 12.5.3. Value Proposition Model 12.5.4. Contenu et présentation	12.6. Project management 12.6.1. <i>Agile Development</i> 12.6.2. <i>Lean Management dans les Startups</i> 12.6.3. <i>Project tracking and project steering</i>	12.7. Les phases de croissance d'une jeune entreprise 12.7.1. Phase de <i>Seed</i> 12.7.2. Phase de <i>Startup</i> 12.7.3. Phase de <i>Growth</i> 12.7.4. Phase de Consolidation	12.8. Financement de startups 12.8.1. Financement bancaire 12.8.2. Subventions 12.8.3. Capital d'amorçage et accélérateurs. <i>Business Angels</i> 12.8.4. <i>Venture Capital</i> . IPO 12.8.5. <i>Public to Private Partnership</i>
12.9. Institutions nationales et internationales de capital-risque et de capital d'amorçage 12.9.1. Les institutions publiques: CDTI ENISA 12.9.2. Entités nationales et internationales de Venture Capital	12.9.3. Les investisseurs privés: <i>caixa capital Risc. Bstartup.</i> 12.9.4. FOND-ICO Global 12.9.5. Accélérateurs: <i>Wayra, Lanzadera et Plug & play</i>	12.10. Lean Management 12.10.1. Principes de base du <i>Lean Management</i> 12.10.2. Groupes d'amélioration et de résolution de problèmes 12.10.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité	

Module 13. Marketing digital et e-Commerce

13.1. Digital e-Commerce Management

- 13.1.1. Nouveaux modèles commerciaux du e-Commerce
- 13.1.2. Planification et développement d'un plan stratégique de commerce électronique
- 13.1.3. Structure technologique du e-commerce

13.2. Opérations et logistique dans le commerce électronique

- 13.2.1. Comment gérer le *fulfillment*
- 13.2.2. Gestion numérique du point de vente
- 13.2.3. *Contact center management*
- 13.2.4. Automatisation de la gestion et du suivi des processus

13.3. Mise en œuvre des techniques du e-commerce

- 13.3.1. Médias sociaux et intégration dans le plan de commerce électronique
- 13.3.2. Stratégie *Multichannel*
- 13.3.3. Personnalisation du *Dashboards*

13.4. Digital pricing

- 13.4.1. Méthodes et passerelles de paiement en ligne
- 13.4.2. Promotions électroniques
- 13.4.3. Temporisation numérique des prix
- 13.4.4. *e-Auctions*

13.5. Du e-Commerce au m-Commerce et s-Commerce

- 13.5.1. Modèles commerciaux des *e-Marketplaces*
- 13.5.2. *S-Commerce* et l'expérience des marques
- 13.5.3. Achats via des appareils mobiles

13.6. Customer intelligence: du e-CRM au s-CRM

- 13.6.1. Intégration du consommateur dans la chaîne de valeur
- 13.6.2. Techniques de recherche et de fidélisation en ligne
- 13.6.3. Planification d'une stratégie de gestion de la relation client

13.7. Trade marketing digital

- 13.7.1. *Cross merchandising*
- 13.7.2. Design et Gestion des Campagnes sur *Facebook Ads*
- 13.7.3. Design et Gestion des Campagnes sur *Google Ads*

13.8. Marketing en ligne pour le e-commerce

- 13.8.1. *Inbound Marketing*
- 13.8.2. *Display* et Achat Programmatique
- 13.8.3. Plan de Communication

Module 14. Outils en Marketing

14.1. Fonctionnement des moteurs de recherche

- 14.1.1. Indicateurs et index
- 14.1.2. Algorithmes
- 14.1.3. *SEO* et image de marque

14.2. Analyse SEO

- 14.2.1. Détermination des KPI
- 14.2.2. Création des scripts et alertes
- 14.2.3. Optimisation des images, des vidéos et d'autres éléments
- 14.2.4. *Linkbuilding*

14.3. SEO technique

- 14.3.1. *Web Performance Optimization*
- 14.3.2. *Real Time* et contenu
- 14.3.3. L'étiquetage et les headers pertinents
- 14.3.4. Techniques avancées du WPO

14.4. SEO et le e-commerce

- 14.4.1. *Conversion Rate Optimization*
- 14.4.2. *Google WebMáster Tools*
- 14.4.3. *Social Proof* et viralisation
- 14.4.4. Navigation et indexabilité

14.5. Keyword hunting pour SEM

- 14.5.1. *Adwords Keyword Tool*
- 14.5.2. *Google Suggest*
- 14.5.3. *Insights for Search*
- 14.5.4. *GoogleTrends*

14.6. SEM et Google Adwords

- 14.6.1. *Google Shopping*
- 14.6.2. *Google Display Network*
- 14.6.3. *Google AdWords Mobile*
- 14.6.4. Publicité sur *Youtube*

14.7. Facebook Ads

- 14.7.1. Annonce de PPC/PPF (*pay per fan*)
- 14.7.2. Facebook Ads création
- 14.7.3. *Facebook Power Editor*
- 14.7.4. Optimisation des campagnes

14.8. Stratégie et mesure du SEM

- 14.8.1. *Quality score*
- 14.8.2. *Site links*
- 14.8.3. KPI's
- 14.8.4. Impressions, clics, conversions. *Revenue*, ROI, CPA

Module 15. Communication numérique et réputation en ligne**15.1. Web 2.0 ou web social**

- 15.1.1. L'organisation à l'ère de la conversation
- 15.1.2. Le Web 2.0, c'est les gens
- 15.1.3. Environnement digital et nouveaux formats de communication

15.2. Communication et réputation digitale

- 15.2.1. Rapport sur la réputation en ligne
- 15.2.2. Netiquette et bonnes pratiques dans les réseaux sociaux
- 15.2.3. *Branding et Networking 2.0*

15.3. Conception et planification d'un plan de réputation en ligne

- 15.3.1. Aperçu des principaux médias sociaux
- 15.3.2. Plan de réputation de la marque
- 15.3.3. Métriques générales, ROI et CRM social
- 15.3.4. Crise en ligne et SEO de réputation

15.4. Plateformes généralistes, professionnelles et microblogging

- 15.4.1. *Facebook*
- 15.4.2. *LinkedIn*
- 15.4.3. *Google +*
- 15.4.4. *Twitter*

15.5. Plateformes vidéo, image et mobilité

- 15.5.1. Youtube.
- 15.5.2. *Instagram*
- 15.5.3. *Flickr*
- 15.5.4. *Vimeo*
- 15.5.5. *Pinterest*

15.6. Stratégie de contenu et storytelling

- 15.6.1. *Blogging Corporative*
- 15.6.2. Stratégie de marketing de contenu
- 15.6.3. Création d'un plan de contenus
- 15.6.4. Stratégie de curation de contenus

15.7. Stratégie de médias sociaux

- 15.7.1. Relations publiques d'entreprise et social media
- 15.7.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
- 15.7.3. Analyse et évaluation des résultats

15.8. Community management

- 15.8.1. Rôles, tâches et responsabilités du *Community manager*
- 15.8.2. *Social Media Manager*
- 15.8.3. *Social Media Strategist*

15.9. Social media plan

- 15.9.1. Design d'un plan de médias sociaux
- 15.9.2. Calendrier, budget, attentes et suivi
- 15.9.3. Protocole d'urgence en cas de crise

15.10. Outils de suivi en ligne

- 15.10.1. Outils de gestion et applications de bureau
- 15.10.2. Outils de surveillance et d'étude

Module 16. Performance and Inbound Marketing**16.1. Permission marketing**

- 16.1.1. Comment obtenir l'autorisation de l'utilisateur
- 16.1.2. Personnalisation du message
- 16.1.3. Confirmation par courriel ou Double Opt-in

16.2. Stratégie et techniques de performance

- 16.2.1. *Performance Marketing: résultats*
- 16.2.2. Mix de médias en digital
- 16.2.3. L'importance du *funnel*

16.3. Développement de campagnes d'adhésion

- 16.3.1. Agences et programmes d'affiliation
- 16.3.2. *Postview*
- 16.3.3. Conception de programmes d'affiliation
- 16.3.4. Optimisation de l'affichage et des campagnes

16.4. Lancement d'un programme d'affiliation

- 16.4.1. Réseaux d'affiliation et affiliation directe
- 16.4.2. Suivi et analyse des performances
- 16.4.3. Contrôle des fraudes

16.5. Développement de campagnes d'Emailing

- 16.5.1. Listes d'abonnés, de prospects et de clients
- 16.5.2. Outils et ressources de *Email Marketing*
- 16.5.3. Rédaction de textes en ligne pour le *Email Marketing*

16.6. Métriques en Email Marketing

- 16.6.1. Métrique des listes
- 16.6.2. Métriques des envois de newsletter
- 16.6.3. Métriques de conversion

16.7. Inbound Marketing

- 16.7.1. *Inbound Marketing* efficace
- 16.7.2. Avantages du *Inbound Marketing*
- 16.7.3. Mesurer le succès du *Inbound Marketing*

16.8. Recherche ciblée

- 16.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* Personnes
- 16.8.2. *Customer Journey Mapping*
- 16.8.3. *Content strategy*

16.9. Optimisation du contenu

- 16.9.1. Optimisation du contenu pour les moteurs de recherche
- 16.9.2. Création de contenu
- 16.9.3. Dynamisation du contenu

16.10. Conversion

- 16.10.1. Lead capturing & CRO
- 16.10.2. Lead nurturing & Marketing automation

Module 17. Analyse web et Marketing Analytics

17.1. Analyses web

- 17.1.1. Les bases de l'analyse web
- 17.1.2. Moyens classiques vs moyens digitaux
- 17.1.3. Méthodologie de base de l'analyste web

17.2. Google Analytics

- 17.2.1. Création d'un compte
- 17.2.2. *Tracking API Javascript*
- 17.2.3. Rapports et segments personnalisés

17.3. Analyse qualitative

- 17.3.1. Techniques de recherche appliquées à l'analyse du web
- 17.3.2. *Customer journey*
- 17.3.3. *Purchase funnel*

17.4. Métriques digitales.

- 17.4.1. Métriques classiques
- 17.4.2. Ratios
- 17.4.3. Établissement d'objectifs et KPIs

17.5. Domaines d'analyse d'une stratégie

- 17.5.1. Acquisition de trafic
- 17.5.2. Activation
- 17.5.3. Conversion
- 17.5.4. Fidélisation

17.6. Data science & Big data

- 17.6.1. *Business Intelligence*
- 17.6.2. Méthodologie et analyse de grands volumes de données
- 17.6.3. Extraction, traitement et chargement des données

17.7. La visualisation des données

- 17.7.1. Visualisation et interprétation des *dashboards*
- 17.7.2. Transformation des données en valeur
- 17.7.3. Intégration des sources
- 17.7.4. Rapports

17.8. Outils de l'web.

- 17.8.1. Base technologique d'un outil AW
- 17.8.2. *Logs et Tags*
- 17.8.3. Étiquetage de base et *Adhoc*

Module 18. Finance internationale

18.1. Ingénierie des processus et des produits

- 18.1.1. Stratégies d'innovation
- 18.1.2. Innovation ouverte
- 18.1.3. Organisation et culture innovantes
- 18.1.4. Équipement multifonctionnel

18.2. Lancement et industrialisation de nouveaux produits

- 18.2.1. Conception de nouveaux produits
- 18.2.2. Lean Design
- 18.2.3. Industrialisation de nouveaux produits
- 18.2.4. Fabrication et assemblage

18.3. E-Logistics B2C y B2B

- 18.3.1. E-Logistics
- 18.3.2. Le B2C *e-Fulfilment*, le dernier kilomètre
- 18.3.3. Le B2B *e-Procurement Market Places*

18.4. Aspects légaux du e-Commerce

- 18.4.1. Législation de l'Europe
- 18.4.2. Protection des données
- 18.4.3. Aspects fiscaux du e-Commerce
- 18.4.4. Conditions générales de vente

18.5. L'entrepôt du e-Commerce

- 18.5.1. Particularités de l'entrepôt dans le e-Commerce
- 18.5.2. Conception et planification de l'entrepôt
- 18.5.3. Infrastructures. Équipements fixes et mobiles
- 18.5.4. Zonage et emplacements

18.6. La conception de la boutique en ligne

- 18.6.1. Conception et utilisation
- 18.6.2. Fonctionnalités les plus courantes
- 18.6.3. Alternatives technologiques

18.7. Supply Chain Management et tendances futures

- 18.7.1. L'avenir du *e-Business*
- 18.7.2. La réalité actuelle et l'avenir du e-Commerce
- 18.7.3. Modèles d'exploitation SC pour les Entreprises Mondiales

Module 19. Mobile e-Commerce**19.1. Mobile Marketing**

- 19.1.1. Nouvelles habitudes de consommation et mobilité
- 19.1.2. Modèle SoLoMo
- 19.1.3. Les 4 Ps du Marketing Mix en matière de mobilité

19.2. Technologie mobile

- 19.2.1. Les opérateurs mobiles
- 19.2.2. Dispositifs mobiles et systèmes d'exploitation
- 19.2.3. Applications mobiles et *webapps*
- 19.2.4. Capteurs et intégration avec le monde physique

19.3. Tendances du Mobile Marketing

- 19.3.1. Mobile publishing
- 19.3.2. *Advergaming y Gammification*
- 19.3.3. *Geolocalización Mobile*
- 19.3.4. Réalité augmentée

19.4. Comportement des utilisateurs de mobiles

- 19.4.1. Nouvelles habitudes de recherche sur les appareils mobiles
- 19.4.2. *Multi-écran*
- 19.4.3. Le mobile comme moteur d'achat
- 19.4.4. ASO, attraction et fidélisation des utilisateurs mobiles

19.5. Interface utilisateur et expérience d'achat

- 19.5.1. Règles et plateformes de *m-Commerce*
- 19.5.2. *Omnichannel*
- 19.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
- 19.5.4. Gap entre consommateur et annonceur
- 19.5.5. Gestionnaire de contenu en *Mobile Commerce*

19.6. Apps et achats

- 19.6.1. Design Apps Mobile commerce
- 19.6.2. *Apps Store*
- 19.6.3. App marketing pour fidélisation des clients
- 19.6.4. App marketing pour e-commerce

19.7. Paiements mobiles

- 19.7.1. Chaîne de valeur et modèles économiques des méthodes de paiement mobile
- 19.7.2. Les clés pour améliorer l'UX dans le paiement mobile
- 19.7.3. Stratégies de positionnement sur le marché des paiements mobiles
- 19.7.4. Gestion des fraudes

19.8. Analyses mobiles

- 19.8.1. Méthodes de mesure et d'analyse des mobiles
- 19.8.2. Métriques mobiles: principaux KPIs
- 19.8.3. Analyse de rentabilité
- 19.8.4. *Mobile analytics*

19.9. Mobile commerce

- 19.9.1. Services
- 19.9.2. Applications
- 19.9.3. Mobile social shopping

19.10. Mobile social media applications

- 19.10.1. Intégration des portables dans les Réseaux Sociaux
- 19.10.2. Mobilité, relation, ubiquité et publicité
- 19.10.3. *Facebook Places*
- 19.10.4. Géolocalisation, annuaires mobiles, recommandations et achats en ligne

Module 20. Nouvelles tendances numériques**20.1. Internet des objets**

- 20.1.1. Visions et défis
- 20.1.2. Technologies clés
- 20.1.3. Projets pionniers

20.2. Gamification

- 20.2.1. Techniques de gamification d'entreprise
- 20.2.2. *Gamification design framework*
- 20.2.3. Mécanismes de fonctionnement et de motivation
- 20.2.4. Avantages et retour sur investissement

20.3. Big Data

- 20.3.1. Application sectoriel
- 20.3.2. Modèles commerciaux
- 20.3.3. Nouvelles professions

20.4. Intelligence artificielle

- 20.4.1. Aspects Méthodologiques en Intelligence Artificielle
- 20.4.2. Recherche heuristique
- 20.4.3. Méthodes d'inférence de règles
- 20.4.4. Réseaux sémantiques

20.5. Robotique

- 20.5.1. La morphologie des robots
- 20.5.2. Outils mathématiques pour la localisation spatiale
- 20.5.3. Contrôle cinématique
- 20.5.4. Critères pour la mise en œuvre d'un robot industriel

20.6. Modélisation et simulation

- 20.6.1. Modélisation à l'aide de DEVS
- 20.6.2. Modélisation des entrées aléatoires
- 20.6.3. Génération d'entrées aléatoires
- 20.6.4. Conception d'expériences et d'optimisation

20.7. Mise en œuvre de la cryptographie dans les projets technologiques

- 20.7.1. Signature électronique
- 20.7.2. Certificat numérique
- 20.7.3. Cryptage des données
- 20.7.4. Applications pratiques de la cryptographie

20.8. Autres tendances

- 20.8.1. Imprimantes 3D
- 20.8.2. Drones
- 20.8.3. Vision artificielle
- 20.8.4. Réalité augmentée

07

Méthodologie

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

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





“

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

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

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

“

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



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



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

La méthode du cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

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

Relearning Methodology

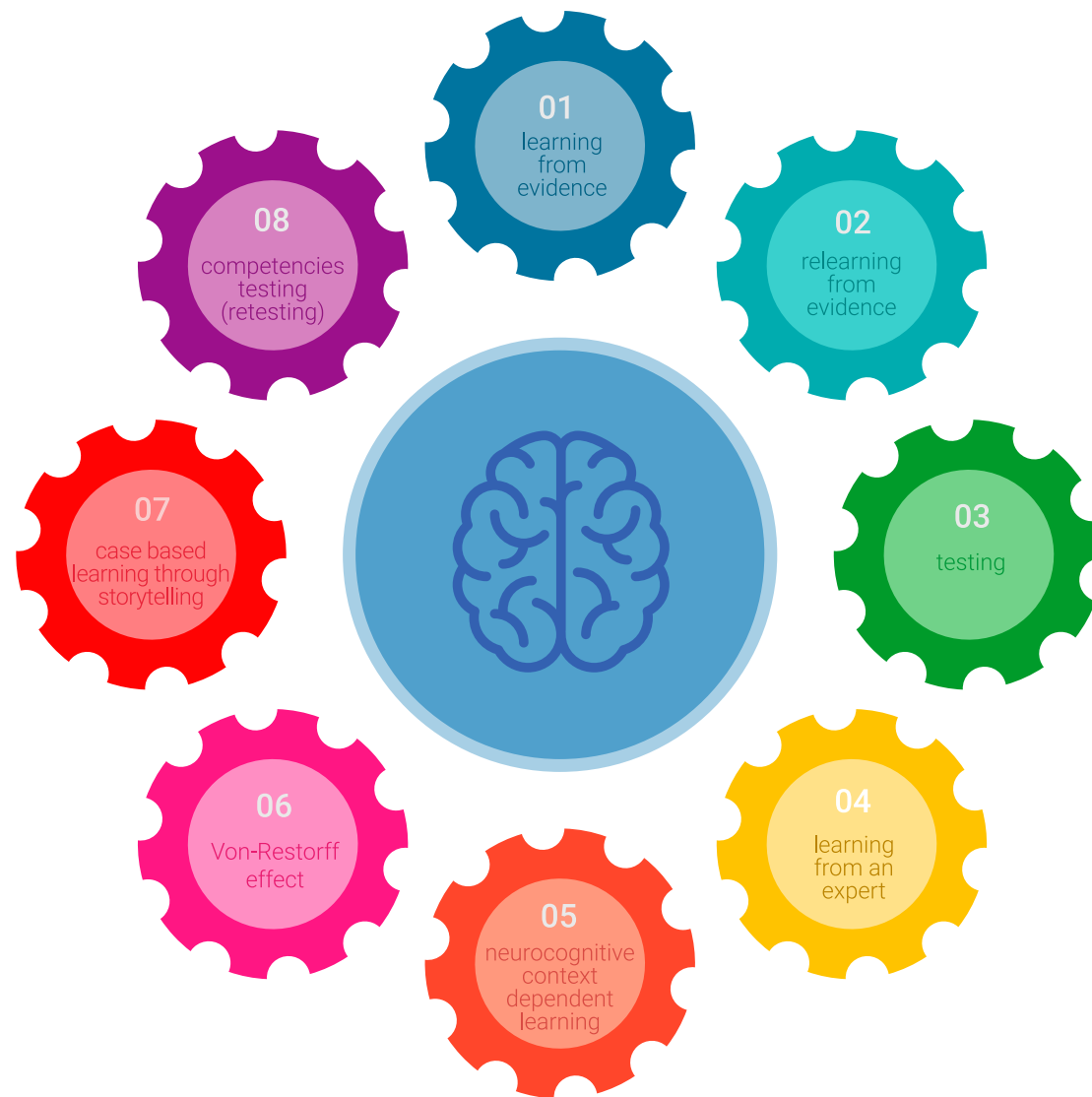
Notre université est la première au monde à combiner les *études de cas* de l'Université de Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui combine éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons les *études de cas* de Harvard avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus à partir de n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école hispanophone autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, le leadership, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières données scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



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



Support d'étude

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

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Cours magistraux

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

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



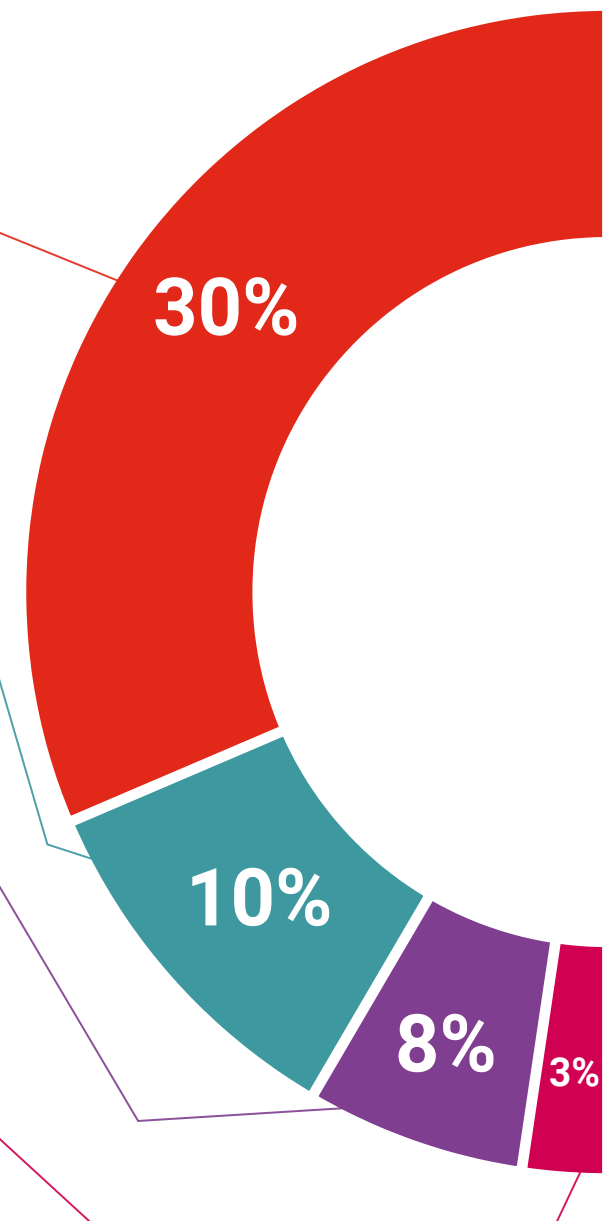
Stages en gestion des compétences

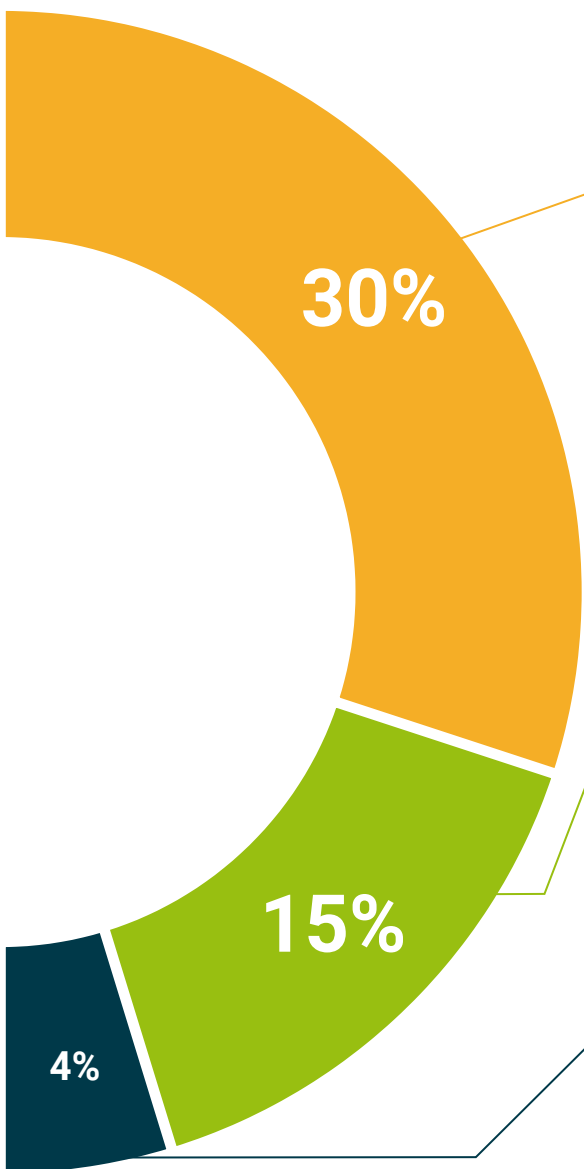
Vous réaliserez des activités visant à développer des compétences de direction spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un haut dirigeant doit développer dans le contexte de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case Studies

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



Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

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



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International de TECH est un programme destiné aux personnes ayant fait des études universitaires et ayant au moins quatre ans d'expérience professionnelle, qui souhaitent transformer leur carrière et l'orienter vers la gestion d'entreprise.

La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.



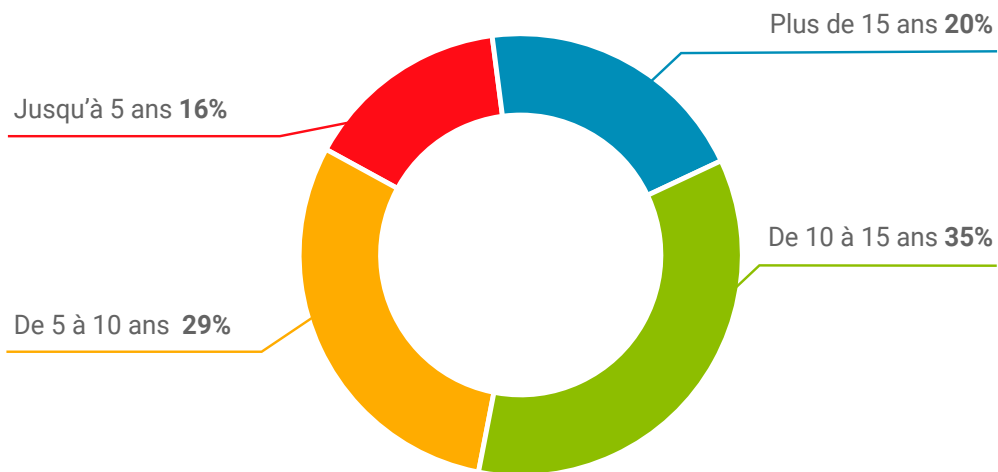
“

Si vous avez de l'expérience dans le domaine du Management et de la gestion, et que vous recherchez une amélioration intéressante de votre carrière tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous"

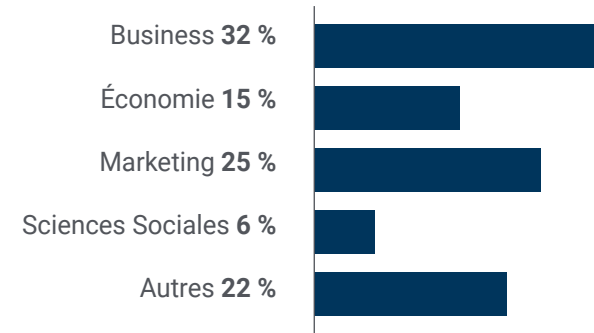
Âge moyenne

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

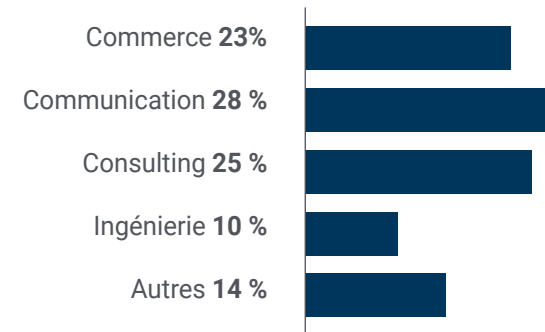
Années d'expérience



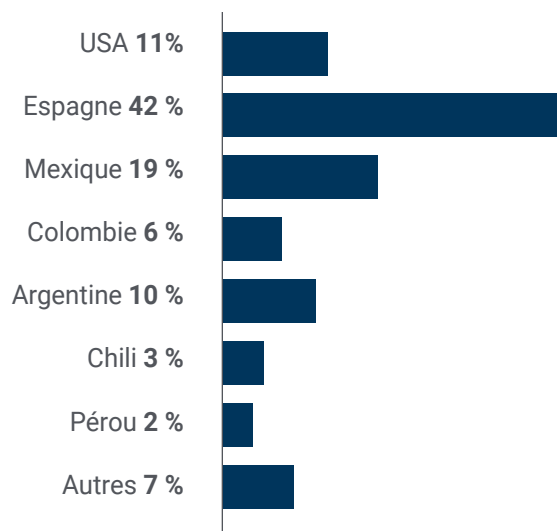
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Pedro García

Directeur d'une entreprise multinationale

"Quelle que soit l'envie que l'on en ait, il n'est pas facile d'envisager un Mastère Avancé, surtout lorsqu'il faut le combiner avec sa vie professionnelle et familiale. Cependant, le Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International de TECH Université Technologique m'a offert la possibilité de le faire. Les excellents professeurs ont rendu l'expérience et l'apprentissage encore plus enrichissants. C'est en grande partie grâce à cela que je suis aujourd'hui directeur d'une grande entreprise, une nouvelle fonction que j'exerce avec enthousiasme et de mon mieux. En bref, le changement pour avoir agi"

09

Direction de la formation

Pour créer un programme d'études spécialisé destiné aux entrepreneurs les plus ambitieux, TECH a réuni une équipe d'enseignants ayant une connaissance approfondie de l'entrepreneuriat et de l'environnement numérique international. Sa propre expérience se reflète dans chaque thème du Mastère Avancé, car il comprend de nombreuses études de cas réels dans lesquelles l'entrepreneur contextualisera les leçons les plus importantes pour lancer un projet international réussi dans le monde numérique.



“

*Vous bénéficierez d'un tutorat
totalement personnalisé en
fonction de vos intérêts, avec une
équipe pédagogique engagée
dans votre cheminement vers le
zénith de votre carrière”*

Direttore ospite internazionale

Reconnue comme l'un des 35 Leaders Innovateurs Globaux de moins de 35 ans par la MIT Tech Review, Rebeca Hwang est une figure éminente dans le paysage international des affaires et de l'entrepreneuriat. Elle est connue pour son expérience, sa polyvalence et son succès dans le développement d'investissements en capital-risque. En outre, elle a cofondé des projets entrepreneuriaux dans différents pays tels que les États-Unis, le Mexique, la Malaisie, la Corée du Sud, l'Islande et le Pérou, et en a été la partenaire.

Entre autres responsabilités, Mme Hwang est Directrice du Centre Thunderbird pour l'Entrepreneuriat Global et l'Entreprise Familiale. Elle s'y est imposée comme une dirigeante d'entreprise influente. En outre, son rôle d'Associée Directrice de Kalei Ventures, une société d'investissement qui se concentre sur les start-ups technologiques en phase de démarrage en Amérique Latine, a contribué à la croissance et au développement de nombreuses entreprises dans la région. Avant Kalei, elle était cofondatrice et Directrice Générale de Rivet Ventures, qui se concentre sur les entreprises dirigées par des femmes, soulignant l'importance de l'inclusion des genres dans l'entrepreneuriat.

Outre ses réalisations entrepreneuriales, elle est une inventrice prolifique avec 12 brevets accordés et 9 en attente. Elle est également une avocate passionnée des opportunités de changement pour les entreprises familiales. Sa volonté de travailler avec les nouvelles générations de petits entrepreneurs dans les domaines de la technologie, de l'investissement dans les actifs alternatifs et de l'esprit d'entreprise fait d'elle une véritable visionnaire dans le



Dott.ssa Hwang, Rebeca

- ♦ Direttrice del Thunderbird Center for Global Entrepreneurship and Family Enterprise dell'Università dell'Arizona
- ♦ Imprenditrice specializzata in investimenti in capitale di rischio
- ♦ Inventrice con 12 brevetti rilasciati e 9 brevetti in corso di registrazione
- ♦ Collaboratrice accademica presso l'Università di Stanford
- ♦ Socia direttrice di Kalei Ventures
- ♦ Direttrice di Rivet Ventures
- ♦ Co-fondatrice e presidentessa della startup YouNoodle
- ♦ Co-fondatrice di Cleantech Open
- ♦ Co-fondatrice di Startup Malaysia
- ♦ Co-fondatrice di Startup Nations Summit
- ♦ Membro di: Comitato per l'accesso al capitale del Consiglio USA-Messico per l'imprenditorialità e l'innovazione, Consiglio globale GEN di Kauffman, Consiglio

“

Grazie a TECH potrai apprendere con i migliori professionisti del mondo”

Direction



M. Galán, José

- ♦ Spécialiste en Marketing en ligne, Ecommerce, SEO, SEM, Blogging, etc.
- ♦ Directeur du E-Marketing à TECH-Université Technologique
- ♦ Blogger sur "Cosas sobre Marketing Online" www.josegalan.es
- ♦ Directeur du Marketing d'Entreprise chez Médica Panamericana
- ♦ Diplômé en Publicité et Relations Publiques. Université Complutense de Madrid
- ♦ Programme Supérieur Européen en Marketing Numérique. ESIC



M. López Rausell, Adolfo

- ♦ Directeur de Tech Business School
- ♦ Directeur Technique des Projets et Études de Marché chez Investgroup
- ♦ Gestion au Club d'Innovation de la Région de Valence
- ♦ Licence en Économie et Études Commerciales de l'Université de Valence
- ♦ Diplôme en Marketing à l'ESEM Business School

10

Impact sur votre carrière

Le secteur de l'entrepreneuriat requiert, outre des compétences numériques et internationales renforcées, une attention particulière aux compétences transversales. L'entrepreneur doit être une personne capable de s'autogérer, de s'auto-motiver et de développer de meilleures compétences en communication.

C'est pourquoi ce Mastère Avancé se concentre sur toutes les compétences non techniques les plus demandées dans tous les domaines du management et de l'entrepreneuriat. Ainsi, les diplômés ne se spécialiseront pas seulement dans l'Entrepreneuriat Numérique International, mais renforceront également les compétences les plus utiles qui les aideront à réaliser leurs plus grandes ambitions.



“

Générer un changement positif dans votre carrière professionnelle, tel est notre défi. Nous nous engageons pleinement à vous aider à y parvenir"

Si vous souhaitez apporter un changement positif dans votre profession, le Mastère Avancé en Entrepreneuriat Numérique International vous aidera à y parvenir.

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

Le Mastère Avancé en Entrepreneuriat Numérique International de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Aidez-les pour atteindre le succès.

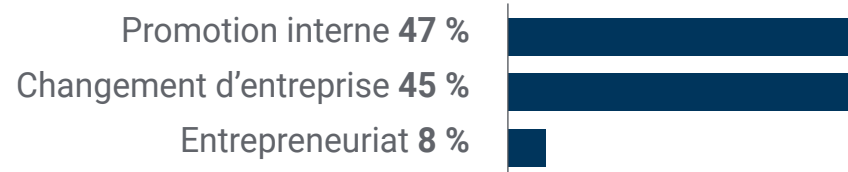
Par conséquent, ceux qui souhaitent s'améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, trouveront leur place à TECH.

Générer un changement positif

Le moment du changement



Type de changement



Ne manquez pas l'occasion de vous spécialiser avec nous et vous verrez que vous obtiendrez rapidement les résultats attendus.

Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de 25% pour nos stagiaires



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la Formation de leaders de haut niveau.

Participer à ce Mastère Avancé est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

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

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

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

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

02

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

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

03

Former des agents du changement

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

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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



05

Développement de projets propres

Le directeur pourra travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du Développement Commercial de son entreprise.

06

Augmentation de la compétitivité

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

12 Diplôme

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



“

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

Cet **Mastère Avancé en Entrepreneurat Numérique International** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme **Mastère Avancé** délivré 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 Entrepreneurat Numérique International**

N.º d'Heures Officielles: **3.000 h.**



Mastère Avancé en Didactique et Pratique de l'Enseignement à l'École Mater

Distribution Générale du Programme d'Études

Cours	Matière	Heures	Type	Cours	Matière	Heures	Type
1º	Administration des Entreprises: Introduction et Organisation	150	OB	2º	Environnement concurrentiel et stratégie	150	OB
1º	Introduction aux TIC	150	OB	2º	Innovation et esprit d'entreprise	150	OB
1º	Comptabilité financière	150	OB	2º	Marketing digital et e-Commerce	150	OB
1º	Gestion Commerciale I	150	OB	2º	Outils en Marketing	150	OB
1º	Gestion des Entreprises	150	OB	2º	Communication numérique et réputation en ligne	150	OB
1º	Fiscalité des Entreprises	150	OB	2º	Performance and Inbound Marketing	150	OB
1º	Stratégies du Marketing Numérique	150	OB	2º	Analyse web et Marketing Analytics	150	OB
1º	Technologie et information dans l'entreprise numérique	150	OB	2º	Finance internationale	150	OB
1º	Créer et gestion entreprise dans l'environnement numérique	150	OB	2º	Mobile e-Commerce	150	OB
1º	Gestion de l'innovation dans un environnement numérique	150	OB	2º	Nouvelles tendances numériques	150	OB

Pre Tere Guevara Navarro
Pre Tere Guevara Navarro
Rectrice

tech université technologique

*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 Entrepreneuriat Numérique International

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

Mastère Avancé

Entrepreneuriat Numérique International