

Mastère Avancé Gestion Supérieure des Achats

M A G S A



Mastère Avancé Gestion Supérieure des Achats

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Global University
- » Accréditation: 120 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-gestion-superieur-achats

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier chez TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Direction de la formation

page 22

06

Compétences

page 26

07

Structure et contenu

page 32

08

Méthodologie

page 44

09

Profil de nos étudiants

page 52

10

Impact sur votre carrière

page 56

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 60

12

Diplôme

page 54

01

Accueil

Les achats d'une entreprise sont un domaine fondamental, car une gestion correcte des achats permettra à l'entreprise d'être plus compétitive et d'obtenir des bénéfices plus élevés. La spécialisation des responsables de ce domaine revêt donc une grande importance. Avec ce Mastère Avancé vous élargirez vos connaissances sur les stratégies les plus appropriées pour négocier avec les fournisseurs et la gestion des achats, ce qui vous permettra d'effectuer une gestion plus réaliste et efficace.



Mastère en Gestion Supérieure des Achats
TECH Global University



“

Se spécialiser dans la gestion des achats et acquérir la formation nécessaire pour améliorer votre travail quotidien et atteindre le maximum d'avantages pour votre entreprise”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

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



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

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

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

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

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

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



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique"

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



A black and white close-up portrait of a middle-aged man with short hair, smiling broadly, showing his teeth. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape on the right side of the page.

“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

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

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

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

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

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

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

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

04 Objectifs

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



“

Apprenez à gérer stratégiquement les achats de votre entreprise et donnez un coup de pouce à votre carrière”

Vos objectifs sont les nôtres.

Nous travaillons ensemble pour vous aider à les atteindre.

Le Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats vous formera à:

01

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

04

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

02

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

03

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

05

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



06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

08

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

09

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

07

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

10

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



11

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

14

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

12

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



13

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

15

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

16

Créer des stratégies innovantes en accord avec nos projets

18

Définir les politiques, pratiques et leviers qui façonnent la gestion des achats, ainsi que les relations client-fournisseur

19

Utiliser les outils d'achat les plus appropriés pour la sélection et l'évaluation des meilleurs fournisseurs

17

Définir les politiques d'approvisionnement dans le cadre de la logistique intégrée

20

Structuration des besoins dans le domaine des marchés publics



21

Mise en œuvre d'un plan pour améliorer la productivité et réduire les coûts

22

Évaluer et mesurer les résultats grâce à l'identification d'indicateurs clés

23

Développer des stratégies de négociation qui génèrent des relations stables et positives avec les fournisseurs





24

Élaborer le plan stratégique du département des achats

25

Définir les implications financières de la gestion des achats sur la rentabilité de l'entreprise

26

Acquérir des compétences de leadership qui permettront de mener à bien le travail professionnel avec plus d'aisance

05

Direction de la formation

Ce programme académique dispose du personnel enseignant le plus spécialisé sur le marché de l'éducation actuel. Il s'agit des spécialistes sélectionnés par TECH pour développer l'ensemble de l'itinéraire. Ainsi, sur la base de leur propre expérience et des données les plus récentes, ils ont conçu le contenu le plus actuel qui offre une garantie de qualité dans un sujet aussi pertinent.



“

TECH vous offre le personnel enseignant le plus spécialisé dans le domaine d'étude. Inscrivez-vous maintenant et profitez de la qualité que vous méritez”

Directeur invité international

Manuel Arens est un professionnel expérimenté de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de responsable mondial des achats au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basé à Mountain View, en Californie, il a apporté des solutions aux défis opérationnels du géant de la technologie, tels que l'intégrité des données de base, la mise à jour des données des fournisseurs et la hiérarchisation 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 BIM Leadership Award, le Search Leadership Award, l'Export Lead Generation Programme Award et l'EMEA Best Sales Model Award.

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 conduit l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer entre eux et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste d'Analyste Industriel Principal, basé à Hambourg, en Allemagne, créant des scénarios pour plus de 150 clients en utilisant des 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. Manuel, Arens

- Responsable principal de l'analyse B2B et de la technologie chez Google, États-Unis
- Directeur des Ventes chez Google, Irlande
- Senior Industry Analyst chez Google, Allemagne
- Account Manager à Google, Irlande
- Accounts 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”

05

Compétences

Après avoir passé les évaluations du Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires pour une praxis de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.





“

Développer les compétences nécessaires qui seront utiles pour améliorer votre carrière”

01

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

02

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

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

04

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

05

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise



06

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

08

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



07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

09

Développer et diriger des plans de marketing

10

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

11

Diriger les différents projets de l'entreprise

14

Réaliser une analyse de marché qui permet de connaître la situation de l'entreprise et de ses concurrents

12

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

15

Améliorer les processus d'achat et d'approvisionnement

13

Réaliser le diagnostic financier de l'entreprise

16

Comprendre l'importance des audits dans le processus d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise

17

Comprendre l'entreprise et le processus logistique d'un point de vue stratégique international

18

Obtenir des connaissances sur le droit commercial, le droit du travail et le droit fiscal liés à l'entreprise

19

Effectuer et gérer l'exécution et l'audit des achats

20

Trouver et sélectionner les fournisseurs les plus appropriés pour l'entreprise

21

Avoir une planification logistique internationale qui améliore les bénéfices de l'entreprise

22

Appliquer les plus hauts niveaux de qualité dans tous les processus et projets

06

Structure et contenu

Le Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats est un programme sur mesure 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 24 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite en tant que manager et entrepreneur.



“

Nous vous proposons un syllabus complet pour élargir votre formation en gestion des achats”

Programme d'études

Le Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats 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 contenu est conçu pour favoriser le développement des compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

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

Ce Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats traite en profondeur les principales domaines de l'entreprise, et est conçu pour que les managers comprennent la gestion des ventes et du commerce d'un point de vue stratégique, et innovant.

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

Ce programme se déroule sur 24 mois et est divisé en 18 modules:

Module 1.	Leadership, éthique et RSE
Module 2.	Direction stratégique et <i>management</i> directivo
Module 3.	Gestion des personnes et des talents
Module 4.	Gestion économique et financière
Module 5.	Gestion des opérations et de la logistique
Module 6.	Gestions des systèmes d'information
Module 7.	Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise
Module 8.	Innovation et gestion de projet
Module 9.	<i>Management</i> et leadership
Module 10.	Logistique et gestion économique
Module 11.	Investigation du marché
Module 12.	Gestion de projet et de qualité pour les acheteurs
Module 13.	Fonction des achats et des marchés publics
Module 14.	Gestion stratégique du Achats
Module 15.	<i>Supplier relationship management</i>
Module 16.	Impact socio-écologique
Module 17.	<i>Global sourcing</i>
Module 18.	<i>Performance y auditoría</i>



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 24 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

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

Module 1. Leadership, éthique et RSE

1.1. Mondialisation et Gouvernance

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

1.2. Leadership

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

1.3. Éthique des affaires

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

1.4. Durabilité

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

1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

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

Module 2. Orientation stratégique et gestion exécutive

2.1. Analyse et conception organisationnelles

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

2.2. Stratégie d'entreprise

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

2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Réflexion stratégique
- 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
- 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise

2.4. Modèles et motifs stratégiques

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

2.5. La Direction stratégique

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

2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

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

2.7. Direction Générale

- 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
- 2.7.2. Politique et processus de gestion
- 2.7.3. Knowledge Management

2.8. Analyses et résolution de problèmes

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

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

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

3.2. La direction stratégique des personnes

- 3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection
- 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre
- 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs
- 3.2.4. Formation et développement professionnel

3.3. Développement de la gestion et le leadership

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

3.4. Gestion du changement

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

3.5. Négociation et gestion des conflits

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

3.6. La communication managériale

- 3.6.1. Analyse des performances
- 3.6.2. Faire face au changement. Résistance au changement
- 3.6.3. Gestion des processus de changement
- 3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles

3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes

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

3.8. Gestion des connaissances et du talent

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

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

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

4.2. Comptabilité de gestion

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

4.3. Budget et Contrôle de Gestion

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

4.4. Responsabilité fiscale des entreprises

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

4.5. Systèmes de contrôle des entreprises

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

4.6. Direction Financière

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

4.7. Planification Financière

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

4.8. Stratégie financière de l'entreprise

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

4.9. Contexte Macroéconomique

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

4.10. Financement Stratégique

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

4.11. Marchés monétaires et des capitaux

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

4.12. Analyses et résolution de problèmes

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

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction des opérations

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

5.2. Direction des achats

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

5.3. Supply chain management R

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

5.4. Supply chain management II. Exécution

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

5.5. Processus logistiques

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

5.6. La logistique et les clients

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

5.7. La logistique internationale

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

5.8. Concurrence des opérations

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

Module 6. Gestion des systèmes d'information

6.1. Gestion des systèmes d'information

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

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

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

6.3. Plan Stratégique du Système d'Information

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

6.4. Systèmes d'information et business intelligence

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

6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC

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

6.6. Commerce électronique

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

6.7. Stratégies de E-Business

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

6.8. Digital business

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

Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise

7.1. Gestion Commerciale

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

7.2. Marketing

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

7.3. Gestion stratégique du Marketing

- 7.3.1. Les sources d'innovation
- 7.3.2. Tendances actuelles du Marketing
- 7.3.3. Outils du Marketing
- 7.3.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients

7.4. Stratégie du Marketing Digital

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

7.5. Stratégie de vente et de communication

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

7.6. Communication d'Entreprise

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

7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise

- 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise
- 7.7.2. Plan de Communication
- 7.7.3. Rédaction de Communiqués de Presse/ Clipping/Publicity

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

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

8.2. Stratégie de l'Innovation

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

8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise

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

8.4. Direction et Gestion des projets

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

Module 9. Management et leadership**9.1. Général management**

- 9.1.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
- 9.1.2. Politique et processus de gestion
- 9.1.3. *Société entreprise*

9.2. Stratégie super compétitive des diplômés

- 9.2.1. Analyse du marché
- 9.2.2. Avantage concurrentiel durable
- 9.2.3. Retour sur investissement

9.3. Planification et stratégie

- 9.3.1. Pertinence de l'orientation stratégique dans le processus de contrôle de gestion
- 9.3.2. Analyse de l'environnement et de l'organisation
- 9.3.3. *Lean Management*

9.4. Gestion des talents

- 9.4.1. Gestion du Capital Humain
- 9.4.2. Environnement, stratégie et mesures
- 9.4.3. L'innovation dans la gestion des personnes

9.5. Négociation

- 9.5.1. Négociation interculturelle
- 9.5.2. Approches de la négociation
- 9.5.3. Techniques de négociation efficaces
- 9.5.4. La restructuration

Module 10. Logistique et gestion économique**10.1. Diagnostic financier**

- 10.1.1. Indicateurs pour l'analyse des états financiers
- 10.1.2. Analyse de la rentabilité
- 10.1.3. La rentabilité économique et financière d'une entreprise

10.2. Analyse économique des décisions

- 10.2.1. Le contrôle budgétaire
- 10.2.2. Analyse de la concurrence. Analyse comparative
- 10.2.3. La prise de décision. Investissement ou désinvestissement des entreprises

10.3. Évaluation de l'investissement et portfolio management

- 10.3.1. Rentabilité des projets d'investissement et la création de valeur
- 10.3.2. Modèles pour l'évaluation des projets d'investissement
- 10.3.3. Analyse de sensibilité, élaboration de scénarios et arbres de décision

10.4. Gestion financière pour la gestion des achats

- 10.4.1. Effet multiplicateur des achats sur les bénéfices
- 10.4.2. Rentabilité et réduction des coûts
- 10.4.3. Coût d'opportunité des actifs

10.5. Contrôle économique des achats

- 10.5.1. KPIs, indicateurs clés de gestion des achats
- 10.5.2. Impact sur les coûts totaux d'une bonne gestion des KPIs
- 10.5.3. Tableau de bord économique et de contrôle des achats

10.6. Gestion des entrepôts, des stocks et de la logistique

- 10.6.1. Gestion de la logistique des achats
- 10.6.2. Gestion des *Stocks*
- 10.6.3. Gestion des entrepôts

Module 11. Investigation du marché

11.1. Nouvel environnement concurrentiel

- 11.1.1. Innovation technologique et impact économique
- 11.1.2. Société de la connaissance
- 11.1.3. Le nouveau profil du consommateur

11.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative

- 11.2.1. Variables et échelles de mesure
- 11.2.2. Sources d'information
- 11.2.3. Techniques d'échantillonnage
- 11.2.4. Traitement et analyse des données

11.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative

- 11.3.1. Techniques indirectes *focus group*
- 11.3.2. Techniques anthropologiques
- 11.3.3. Techniques indirectes
- 11.3.4. *Two face mirror* et méthode *Delphi*

11.4. Segmentation du marché

- 11.4.1. Types de marché
- 11.4.2. Concept et analyse de la demande
- 11.4.3. Segmentation et critères
- 11.4.4. Définition du public cible

11.5. Types de comportement d'achat

- 11.5.1. Comportement complexe.
- 11.5.2. Comportement de réduction de la dissonance
- 11.5.3. Comportement de recherche variée
- 11.5.4. Le comportement habituel d'achat

11.6. Systèmes de l'information du marketing

- 11.6.1. Approches conceptuelles des systèmes d'information de gestion des entreprises
- 11.6.2. *Data Warehouse and Datamining*
- 11.6.3. Systèmes d'information géographique

11.7. Gestion de projets de recherche

- 11.7.1. Outils d'analyse de l'information
- 11.7.2. Élaboration d'un plan de gestion des attentes
- 11.7.3. Évaluation de la faisabilité du projet

11.8. *Marketing intelligence*

- 11.8.1. *Big Data*
- 11.8.2. Expérience de l'utilisateur
- 11.8.3. Application des techniques

Module 12. Gestion de projet et de qualité pour les acheteurs

12.1. *Lean management*

- 12.1.1. Principes de base *du Lean Management*
- 12.1.2. Groupes d'amélioration et de résolution de problèmes
- 12.1.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité

12.2. Outils Lean pour la gestion projets de

- 12.2.1. Outils d'amélioration de qualité
- 12.2.2. Outils d'amélioration de coûts
- 12.2.3. Outils d'amélioration de terme
- 12.2.4. Outils pour améliorer la participation du personnel

12.3. Application pratique du Lean management: principes et règles de base

- 12.3.1. Identifier le gaspillage dans les achats et le *Procurement*
- 12.3.2. Application pratique des 4 règles *Lean*
- 12.3.3. Définition unique des sous-processus par le SIPOC

12.4. Lean six-sigma dans les processus d'achat

- 12.4.1. Maximiser la valeur grâce à l'approche d'amélioration DMAIC
- 12.4.2. Diagnostic de la capacité du processus et du potentiel d'amélioration
- 12.4.3. Utilisation d'indicateurs de processus et de résultats dans le *Procurement*

12.5. Gestion de la qualité des services

- 12.5.1. Planification du projet sur la base des exigences et des spécifications
- 12.5.2. Besoins des clients et évaluation de la concurrence
- 12.5.3. Objectifs, relations et corrélations
- 12.5.4. Analyse des modes de défaillance et de leurs effets

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

- 12.6.1. *Total Quality Management*
- 12.6.2. *Six Sigma* comme système global de gestion d'entreprise
- 12.6.3. Modèle EFQM

12.7. Carte de la chaîne de valeur dans les processus d'approvisionnement

- 12.7.1. Identification d'objectifs concrets d'amélioration
- 12.7.2. Ajustement et équilibrage des processus pour réduire les temps de non-valeur et optimiser les ressources

Module 13. Fonction des achats et des marchés publics**13.1. Achats et chaîne de valeur**

- 13.1.1. Mission, objectif et structure du département des achats et du sourcing
- 13.1.2. Principales composantes du service des achats
- 13.1.3. Achats et flux logistique de l'entreprise
- 13.1.4. Gestion des indicateurs, tableau de bord

13.2. Développement de la stratégie d'achat

- 13.2.1. Spécifications d'achat
- 13.2.2. Gestion des reçus, des commandes et des bons de livraison
- 13.2.3. Gestion des incidents et des stocks

13.3. Analyse des prix, des coûts et de la valeur d'achat

- 13.3.1. *Category Management*
- 13.3.2. Systèmes d'appels d'offres et de demandes de devis
- 13.3.3. Indices de prix internationaux
- 13.3.4. Prix dynamique

13.4. Gestion des risques dans les marchés publics

- 13.4.1. Nature du risque
- 13.4.2. Risques sur le marché de l'offre
- 13.4.3. Assurance
- 13.4.4. Risques de prix, volatilité

13.5. e-Procurement

- 13.5.1. e-Business et e-Sourcing
- 13.5.2. Enchères et enchères inversées
- 13.5.3. Coûts de mise en œuvre et systèmes les plus couramment utilisés
- 13.5.4. Achats en ligne

13.6. Les marchés publics dans différents secteurs et industries

- 13.6.1. Passation de marchés de services
- 13.6.2. Acquisition de biens d'équipement
- 13.6.3. Achat de produits de *merchandising*, marketing, publicité
- 13.6.4. Informatique, transports et autres secteurs
- 13.6.5. Les marchés publics dans le secteur public

Module 14. Gestion stratégique du Achats**14.1. Gestion stratégique du Achats**

- 14.1.1. De nouveaux défis en matière d'achats, de *sourcing* et de gestion des approvisionnements
- 14.1.2. Fonction d'achat dans l'entreprise et dans la chaîne d'approvisionnement
- 14.1.3. Fonction d'achat en tant que fournisseur de ressources
- 14.1.4. Aspects juridiques de la fonction achat

14.2. Lean management dans les processus d'approvisionnement

- 14.2.1. *Lean Buying*
- 14.2.2. *Outsourcing* en la SCM
- 14.2.3. *Lean Supplying*

14.3. Conception de la stratégie du Achats

- 14.3.1. Externalisation
- 14.3.2. Externalisation des processus
- 14.3.3. Mondialisation
- 14.3.4. Délocalisation

14.4. *Outsourcing-insourcing*

- 14.4.1. Modèles et processus de passation de marchés
- 14.4.2. Modèles de segmentation
- 14.4.3. Rôle du *e-Procurement*

14.5. Approvisionnement stratégique

- 14.5.1. Sélection et stratégie des fournisseurs
- 14.5.2. Création de valeur à partir de l'approvisionnement stratégique
- 14.5.3. Opérateurs logistiques dans l'approvisionnement

14.6. Conception et gestion d'entrepôts

- 14.6.1. Conception avancée d'entrepôts
- 14.6.2. *Picking et Sorting*
- 14.6.3. Contrôle du flux de matériaux

14.7. *Lean Warehouse*

- 14.7.1. Principes fondamentaux de *Lean Warehousing*
- 14.7.2. Systèmes de gestion des stocks
- 14.7.3. La radiofréquence dans la conception des entrepôts

14.8. Gestion du transport et de la distribution

- 14.8.1. Coordination entre le transport et l'entreposage
- 14.8.2. Zones d'activités logistiques, ZAL
- 14.8.3. Réglementations et accords pour le transport aérien et terrestre de marchandises

14.9. Logistique interne

- 14.9.1. Calcul des besoins
- 14.9.2. Typologie des entrepôts dans un système JIT
- 14.9.3. Fournitures *DOUKI SEISAN*
- 14.9.4. *Lean materials handling*

Module 15. *Supplier relationship management*

15.1. Planification des Recherche de fournisseurs

- 15.1.1. Processus d'offre et développement de critères
- 15.1.2. Identification des fournisseurs potentiels
- 15.1.3. Sélection des fournisseurs

15.2. Critères de sélection des fournisseurs

- 15.2.1. Critères économiques
- 15.2.2. Critères de qualité
- 15.2.3. Autres critères

15.3. Gestion des relations avec les fournisseurs

- 15.3.1. L'éthique dans les relations
- 15.3.2. Planification du recrutement
- 15.3.3. Passation de marchés de services

15.4. Intégrer les fournisseurs dans la chaîne de valeur

- 15.4.1. Phases du processus d'intégration
- 15.4.2. Risques et paramètres de contrôle
- 15.4.3. Suivi
- 15.4.4. Rupture de l'intégration

15.5. Droit Commercial

- 15.5.1. Le contrat de vente
- 15.5.2. Paiements et retards de paiement
- 15.5.3. Garanties de bonne exécution
- 15.5.4. Responsabilité pour les dommages causés par des produits défectueux
- 15.5.5. Contrats de location

15.6. Droit du travail

- 15.6.1. Contrats de travaux et de services
- 15.6.2. Responsabilité conjointe et solidaire
- 15.6.3. Responsabilité des filiales en matière de sécurité sociale
- 15.6.4. Prévention des risques professionnels

15.7. Droit fiscal

- 15.7.1. Dettes fiscales en matière de sous-traitance
- 15.7.2. Implications fiscales des achats

15.8. Gestion et administration des contrats

- 15.8.1. Négociation et démarrage
- 15.8.2. Suivi et contrôle des résultats
- 15.8.3. Clôture du contrat

Module 16. Impact socio-écologique

16.1. Responsabilité sociale des entreprises

- 16.1.1. Vision stratégique de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 16.1.2. Systèmes et modèles pour la mise en œuvre de la RSE
- 16.1.3. Organisation de la RSE
- 16.1.4. Rôles et responsabilités

16.2. *SCM y corporate responsibility*

- 16.2.1. La création de valeur dans une économie de biens intangibles
- 16.2.2. RSE: engagement des entreprises
- 16.2.3. Impact social, environnemental et économique

16.3. Finance et investissement responsables

- 16.3.1. Transparence de l'information
- 16.3.2. Financement et investissement responsable
- 16.3.3. Économie sociale, coopérativisme et responsabilité sociale des entreprises

16.4. Les entreprises et l'environnement

- 16.4.1. Développement durable
- 16.4.2. Évolution de la législation en matière de responsabilité environnementale
- 16.4.3. Réponse des entreprises aux problèmes environnementaux
- 16.4.4. Déchets et émissions

16.5. Systèmes et outils de gestion responsables

- 16.5.1. Systèmes de gestion de la responsabilité sociale
- 16.5.2. Systèmes de gestion de la qualité, de l'environnement et de la santé et sécurité au travail
- 16.5.3. Audits

16.6. Éthique des affaires

- 16.6.1 Le comportement éthique dans les affaires
- 16.6.2. Éthique et codes éthiques
- 16.6.3. Fraude et conflits d'intérêts

Module 17. Global sourcing**17.1. Environnement économique mondial**

- 17.1.1. Principes fondamentaux de l'économie mondiale
- 17.1.2. La mondialisation des entreprises et des marchés financiers
- 17.1.3. *Growth & development in emerging markets*
- 17.1.4. Système monétaire international

17.2. Adaptation des achats à l'approvisionnement mondial

- 17.2.1. Structure d'achat
- 17.2.2. Besoin de nouvelles compétences
- 17.2.3. Intermédiaires

17.3. Gestion des importations

- 17.3.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
- 17.3.2. Institutions et accords commerciaux internationaux
- 17.3.3. Législation douanière
- 17.3.4. Gestion des usines et achats internationaux

17.4. Distribution logistique internationale

- 17.4.1. Plateformes logistiques internationales
- 17.4.2. Opérateur de transport international
- 17.4.3. *Hubs* et distribution

17.5. Incoterms et gestion des documents internationaux

- 17.5.1. Exportation ou mise en œuvre
- 17.5.2. Le contrat d'agence, de distribution et de vente et d'achat international
- 17.5.3. Propriété industrielle et intellectuelle
- 17.5.4. Classement tarifaire

17.6. Formes et moyens de paiement internationaux

- 17.6.1. Le choix des moyens de paiement
- 17.6.2. Crédit documentaire
- 17.6.3. Garantie bancaire et crédit documentaire

17.7. Logistique allégée internationale

- 17.7.1. Fondamentaux du *Lean* avec application à la logistique internationale
- 17.7.2. Principales implications et exigences
- 17.7.3. Principales implications et exigences

Module 18. Performance y audit**18.1. Aspects généraux des indicateurs de performance des entreprises**

- 18.1.1. Fonctions des indicateurs de gestion
- 18.1.2. Panel d'indicateurs et *Balance Score Card*
- 18.1.3. Indicateurs logistiques

18.2. Indicateurs d'achat de matériaux de départ

- 18.2.1. Indicateurs d'efficacité
- 18.2.2. Indicateurs économiques
- 18.2.3. Indicateurs de la relation client interne
- 18.2.4. Indicateurs de l'efficacité des marchés publics
- 18.2.5. Indicateurs d'efficacité des marchés publics
- 18.2.6. Objectifs de la passation de marchés

18.3. Indicateurs d'achat de services

- 18.3.1. Indicateurs économiques
- 18.3.2. Indicateurs de l'efficacité des marchés publics
- 18.3.3. Indicateurs d'efficacité
- 18.3.4. Indicateurs de relations
- 18.3.5. Indicateurs de la relation client interne

18.4. Autres indicateurs

- 18.4.1. Indicateurs de performance
- 18.4.2. Indicateurs de productivité de l'équipe d'achat

18.5. Audit des achats

- 18.5.1. Politique générale d'audit
- 18.5.2. Objectifs de l'audit
- 18.5.3. Portée de l'audit sur les contrôles des marchés publics
- 18.5.4. Audits internes, formation, politiques et procédures des contractants

18.6. L'Analyse comparative dans la gestion des Achats

- 18.6.1. Types de *benchmarking*
- 18.6.2. Réaliser un *benchmark* du marché
- 18.6.3. Réalisations et avantages du *benchmarking* dans un département d'achat
- 18.6.4. Mesurer le *benchmarking*

07

Méthodologie

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



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

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

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

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



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Stages en compétences de gestion

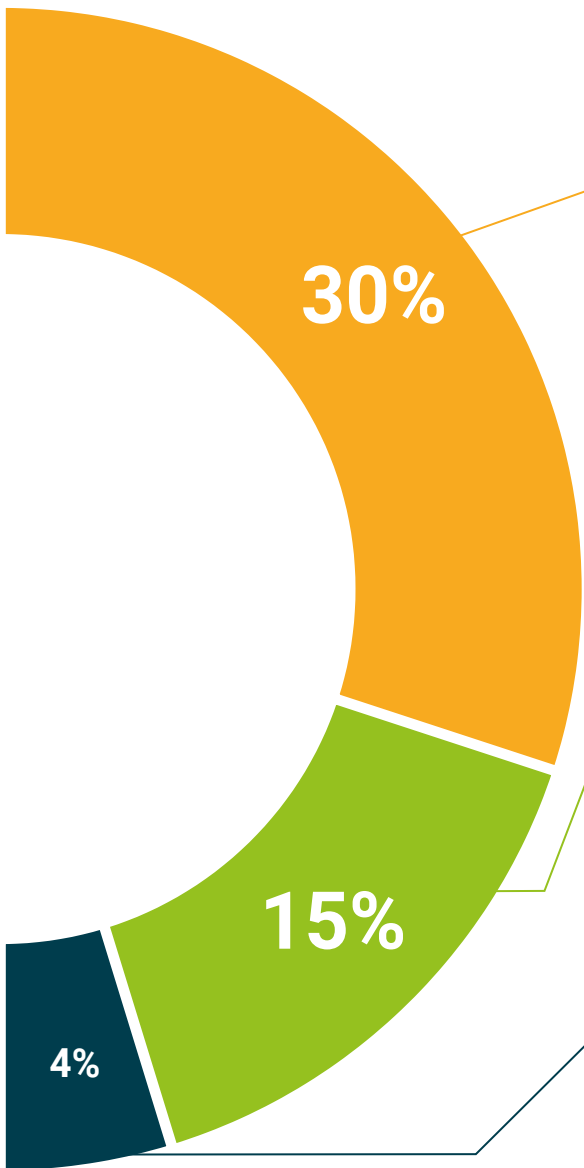
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

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





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

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



08

Profil de nos étudiants

Notre Mastère en Gestion Supérieure des Achats est un programme destiné aux professionnels expérimentés qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





“

Un programme de haut niveau pour les professionnels en quête de réussite professionnelle”

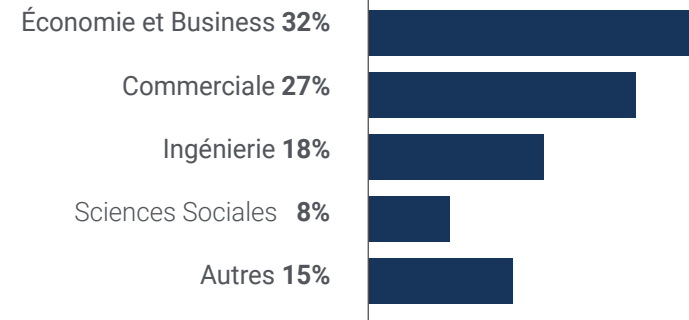
Âge moyenne

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

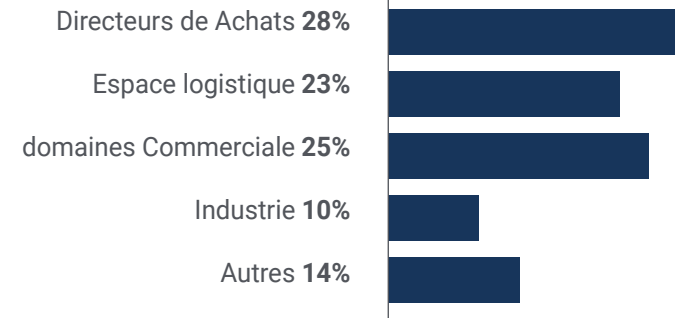
Années d'expérience



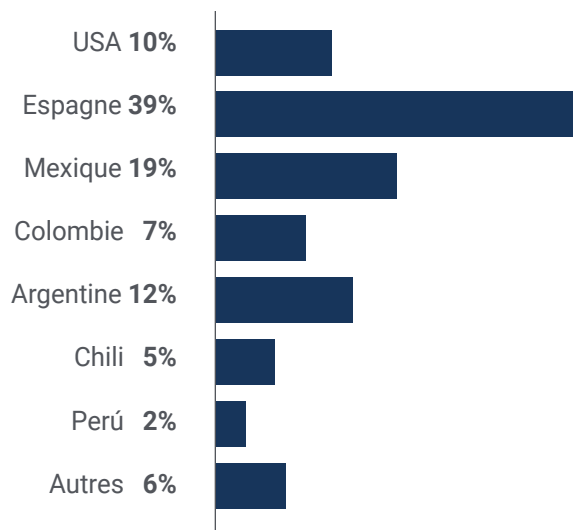
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Margarita Pisaca

Directrice d'achats une entreprise multinationale

"L'achèvement de ce Mastère Avancé TECH a été une expérience unique au niveau académique, en raison de la qualité de son contenu et, bien sûr, de son mode en ligne, essentiel pour pouvoir le combiner avec le reste de mes obligations. Grâce à lui, j'ai pu actualiser mes connaissances d'un secteur dans lequel je travaille depuis des années, mais dans lequel j'ai ressenti le besoin d'aller encore plus loin"

09

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. L'objectif ultime de ce grand effort devrait être de parvenir à une croissance professionnelle. C'est pourquoi nous mettons tous nos efforts et nos outils à votre disposition pour que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réaliser ce changement.



“

À TECH, nous mettons toutes nos ressources à votre disposition afin que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires à votre développement professionnel"

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

Le Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats 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. Vous aider à réussir.

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

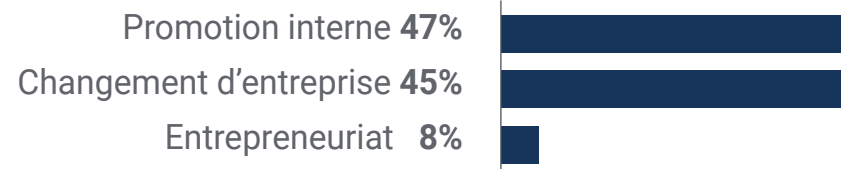
Si vous êtes intéressé par le perfectionnement professionnel, n'hésitez pas à vous spécialiser en TECH. Nous avons le meilleur programme académique du marché.

Plongez dans l'étude de ce Mastère Avancé et atteignez l'objectif professionnel que vous désirez.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, la participation à ce programme académique vous permettra de vous améliorer non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant votre formation du professionnel de et en améliorant vos compétences en matière de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

Obtenez la formation dont vous avez besoin pour apporter une nouvelle vision commerciale à votre entreprise”

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

02

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

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

03

Former des agents du changement

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

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

Développement de projets propres

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

06

Augmentation de la compétitivité

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



11 Diplôme

Le Mastère Avancé en Direction de la Gestion Supérieure des Achats 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 Global University.



“

Réussissez ce programme et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à remplir des formalités administratives compliquées”

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme de **Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique du monde.

TECH Global University est une Université Européenne Officielle reconnue publiquement par le Gouvernement d'Andorre ([journal officiel](#)). L'Andorre fait partie de l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur (EEES) depuis 2003. L'EEES est une initiative promue par l'Union européenne qui vise à organiser le cadre international de formation et à harmoniser les systèmes d'enseignement supérieur des pays membres de cet espace. Le projet promeut des valeurs communes, la mise en œuvre d'outils communs et le renforcement de ses mécanismes d'assurance qualité afin d'améliorer la collaboration et la mobilité des étudiants, des chercheurs et des universitaires.

Ce diplôme de Mastère Avancé de **TECH Global University** est un programme européen de formation continue et d'actualisation professionnelle qui garantit l'acquisition de compétences dans son domaine de connaissances, conférant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit le programme.

Diplôme: **Mastère Avancé en Gestion Supérieure des Achats**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**

Accréditation: **120 ECTS**



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



Mastère Avancé Gestion Supérieure des Achats

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Global University
- » Accréditation: 120 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Avancé

Gestion Supérieure des Achats

