

Mastère Avancé

Haute Direction de la Durabilité en Entreprise

M A D D E





Mastère Avancé Haute Direction de la Durabilité en Entreprise

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-haute-direction-durabilite-entreprise

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Pourquoi étudier à 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 56

08

Profil de nos étudiants

page 64

09

Direction de la formation

page 68

10

Impact sur votre carrière

page 90

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 94

12

Diplôme

page 98

01 Présentation

L'intégration de la Haute Direction de la Durabilité dans une entreprise apporte des avantages significatifs. Tout d'abord, cette pratique garantit que le développement durable devient un élément central de la stratégie commerciale, ce qui non seulement renforce la réputation de l'entreprise, mais contribue également à l'atténuation des risques et à l'accès à de nouveaux marchés et à de nouvelles opportunités. En outre, l'alignement des objectifs de l'entreprise sur les principes éthiques et environnementaux favorise un engagement plus fort. Pour cette raison, TECH a conçu ce programme 100% en ligne, facilitant considérablement le processus d'apprentissage, avec la participation d'un prestigieux expert international en durabilité, qui donnera 10 *Masterclass* exclusives et complémentaires.



Mastère Avancé en Haute Direction de la Durabilité en Entreprise
TECH Université Technologique



“

*Devenez un expert en durabilité avec TECH!
Vous aurez accès à un ensemble de 10
Masterclass, développées par un spécialiste
de renommée internationale dans ce domaine”*

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 de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

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 propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. 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

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

+100 000

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 le domaine des affaires. C'est l'occasion de mettre en avant leurs intérêts 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

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 apprendrez à connaître 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 TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

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



Analyse

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



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. 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. Elle possède un portefeuille de plus de 10 000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les 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.



Chez 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 la porte à un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons 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 apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur 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 acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

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

03

Consolidation des 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 obtiendrez 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 étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour 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 de TECH Université Technologique.

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

04 Objectifs

Le Mastère Avancé en Haute Gestion de la Durabilité en Entreprise fournira aux professionnels les outils et les connaissances nécessaires pour mener l'intégration de la durabilité dans la gestion des entreprises. Ainsi, ce programme formera des dirigeants capables de comprendre et de relever les défis environnementaux, sociaux et éthiques des organisations. En outre, grâce à une approche multidisciplinaire, les diplômés seront dotés de compétences stratégiques leur permettant de prendre des décisions éclairées qui concilient les objectifs financiers et l'impact social et environnemental.



“

Ce Mastère Avancé 100% en ligne favorisera l'innovation durable dans votre organisation, en encourageant l'adoption de pratiques commerciales responsables et la création de valeur partagée"

**TECH considère les objectifs de ses étudiants comme les siens
Ils collaborent pour les atteindre**

Le **Mastère Avancé en Haute Direction de la Durabilité en Entreprise** vous préparera pour:

01

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

04

Encourager la création de stratégies d'entreprise qui définissent le scénario à suivre par l'entreprise pour être plus compétitive et atteindre ses propres objectifs

02

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

03

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

05

Différencier les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité de l'entreprise



06

Travailler de manière plus efficace, plus agile et plus en phase avec les nouvelles technologies et les outils actuels

08

Définir la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, afin d'obtenir de meilleures performances de leur part

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

Design de stratégies et de politiques innovantes pour améliorer la gestion et l'efficacité des entreprises

10

Clarifier l'environnement économique dans lequel l'entreprise se développe et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements

11

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

Appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise

14

Réaliser la stratégie de Marketing qui permet de faire connaître le produit aux clients potentiels et de générer une image adéquate de l'entreprise

15

Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: Design, plan de faisabilité, mise en œuvre, suivi



16

Établir des lignes directrices appropriées pour l'adaptation de l'entreprise à l'évolution de la société

18

Construire un plan de développement et d'amélioration des compétences personnelles et managériales

19

Approfondir l'organisation des entreprises et les stratégies d'atténuation du changement climatique

17

Proposer un modèle d'entreprise dynamique qui appuie sa croissance sur des ressources immatérielles

20

Acquérir une bonne connaissance des principales sources d'énergie utilisées dans le monde et des innovations dans le secteur de l'énergie



21

Comprendre en profondeur l'énergie électrique, en décomposant les principaux équipements consommateurs et leurs applications

22

Maîtriser les carburants les plus utilisés et les équipements qui les consomment

23

Formation à l'utilisation des outils environnementaux et énergétiques

24

Réalisation d'audits énergétiques

25

Réalisation d'évaluation des incidences sur l'environnement



26

Analyse approfondie de la gestion de l'eau et des déchets en vue de l'élaboration de plans de gestion et d'améliorations opérationnelles

28

Réalisation d'une analyse du cycle de vie des produits

29

Acquérir une bonne connaissance des certifications énergétiques et environnementales et de l'environnement

27

Effectuer le calcul de l'empreinte carbone et eau de différentes installations

30

Élaboration et mise en œuvre d'un système de management environnemental ISO



05

Compétences

Ce diplôme universitaire développera des compétences clés chez les diplômés, les dotant des aptitudes nécessaires pour diriger efficacement dans le domaine de l'entreprise durable. Ces compétences comprennent la capacité à intégrer le développement durable dans la prise de décision stratégique, en comprenant la complexité des questions environnementales et sociales. En outre, les participants acquerront des compétences analytiques pour évaluer l'impact des opérations commerciales sur l'environnement, ainsi que la capacité de développer et de mettre en œuvre des stratégies qui promeuvent la responsabilité sociale et l'efficacité environnementale.



“

Un programme 100% en ligne qui enrichira votre CV professionnel d'un triple diplôme universitaire, si vous remplissez les conditions d'admission officielles"

01

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

02

Appliquer les méthodologies de gestion *Lean*

03

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

04

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise

05

Gérer des outils et des méthodes pour la manipulation et une meilleure utilisation des données, afin de fournir des résultats compréhensibles pour le destinataire final



06

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

08

Mettre en œuvre les clés d'une gestion réussie de la R+D+I dans les organisations

09

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

10

Développer et diriger des plans de Marketing



11

Développer des mesures de réalisation des objectifs associés à une stratégie de Marketing Numérique et les analyser dans des tableaux de bord numériques

14

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

12

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



13

Diriger les différents projets de l'entreprise, en définissant quand donner la priorité et quand retarder leur développement au sein d'une organisation

15

Connaître le cadre réglementaire applicable en matière de gestion de l'énergie, de l'environnement et du développement durable

16

Maîtriser la terminologie dans le domaine de l'énergie (production et consommation), des énergies renouvelables et des installations électriques, thermiques et d'éclairage

18

Maîtriser les processus de gestion de l'environnement et de l'énergie dans tout type d'organisation

19

Reconnaître les différences et l'adéquation des différentes sources d'énergie

17

Réaliser avec précision des audits énergétiques, des certifications de durabilité et des calculs d'empreinte carbone et eau pour des organisations et/ou des produits

20

Considérer les utilisations appropriées de l'énergie électrique du point de vue de la gestion de l'environnement et de l'énergie



21

Intégrer la prise en compte du cadre énergétique européen dans la gestion des organisations

22

Savoir appliquer les stratégies d'adaptation au changement climatique du point de vue de l'impact environnemental le plus approprié à la norme et à la situation actuelle

23

S'efforcer de réduire la pollution en gérant correctement l'eau et les déchets





24

Appliquer des systèmes de gestion de l'énergie adaptés à ISO 50001:2018 la norme ISO 50001: 2011

25

Appliquer des systèmes de gestion environnemental norme ISO 14001

26

Préparer l'organisation à la certification UNE- EN la norme ISO 19011

06

Structure et contenu

Le programme couvrira les fondements théoriques et pratiques du développement durable, en explorant des sujets tels que l'éthique des affaires, la responsabilité sociale des entreprises et la gestion de l'environnement. Il abordera également l'intégration du développement durable dans la stratégie d'entreprise, la mesure de l'impact environnemental et social, l'établissement de rapports sur le développement durable et la gestion des risques liés au développement durable. Enfin, le diplômé se penchera sur la communication efficace et la création d'une culture organisationnelle engagée en faveur du développement durable.



“

Vous vous pencherez sur l'innovation durable, la chaîne d'approvisionnement responsable et la gouvernance d'entreprise durable. Qu'attendez-vous pour vous inscrire"

Plan d'études

Le Mastère Avancé en Haute Gestion de la Durabilité en Entreprise de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises au niveau international. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours des 3.600 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, obtenant ainsi un apprentissage approfondi que vous pourrez mettre en pratique dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur les principaux domaines de la gestion de la durabilité et est conçu pour les cadres afin de comprendre la gestion d'entreprise d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la gestion de la durabilité dans les organisations. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières avancées et soutenu par la meilleure méthodologie éducative ainsi que par un corps professoral exceptionnel. Cette formation vous permettra ainsi d'acquérir les compétences nécessaires pour être en mesure de résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 2 ans et comporte 20 modules:

Module 1 Leadership Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

Module 2 Direction stratégique et *Management* Exécutif

Module 3 Gestion des personnes et des talents

Module 4 Gestion économique et financière

Module 5 Gestion des opérations et de la logistique

Module 6 Gestion des systèmes d'information

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

Module 8 Études de marché, publicité et gestion du marketing

Module 9 Innovation et Gestion de Projet

Module 10 *Management* Directif

Module 11	Gestion environnementale et énergétique des organisations
Module 12	Sources d'énergie
Module 13	Énergie électrique
Module 14	Outils de gestion de l'énergie
Module 15	Évaluation de l'impact environnemental et stratégies d'adaptation au changement climatique dans les organisations
Module 16	Pollution et gestion de l'eau et des déchets
Module 17	Outils de gestion de l'environnement
Module 18	Système de gestion de l'énergie
Module 19	Systèmes de gestion de l'environnement
Module 20	Audits des systèmes de gestion

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère avancé en Haute Direction de la Durabilité en Entreprise entièrement en ligne. Pendant les 2 années que dure la spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui lui permettra d'autogérer son temps d'étude.

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

Module 1. leadership Éthique et Responsabilité sociale des entreprises

1.1. Mondialisation et Gouvernance

- 1.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'entreprise
- 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'entreprise dans les sociétés
- 1.1.3. Le rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise

1.2. Leadership

- 1.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
- 1.2.2. Le Leadership dans l'entreprise
- 1.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion de l'entreprise

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures
- 1.3.3. Gestion de la diversité

1.4. Développement de la gestion et le leadership

- 1.4.1. Concept de développement de la gestion
- 1.4.2. Le concept de leadership
- 1.4.3. Théories du leadership
- 1.4.4. Styles de leadership
- 1.4.5. L'intelligence dans le leadership
- 1.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui

1.5. Éthique des affaires

- 1.5.1. Éthique et Moralité
- 1.5.2. Éthique des Affaires
- 1.5.3. Leadership et éthique dans les Entreprises

1.6. Durabilité

- 1.6.1. Durabilité et Développement Durable
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Entreprises durables

1.7. Responsabilité Sociale des entreprises

- 1.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 1.7.2. Implémentation de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 1.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

1.8. Systèmes et outils de Gestion responsable

- 1.8.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
- 1.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
- 1.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
- 1.8.4. Outils et normes du RSC

1.9. Multinationales et Droits de l'homme

- 1.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
- 1.9.2. Entreprises multinationales face au droit international
- 1.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans la législation sur les droits de l'homme

1.10. Environnement juridique et Corporate Governance

- 1.10.1. Importation et exportation
- 1.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 1.10.3. Droit international du travail

Module 2. Direction stratégique et Management Exécutif**2.1. Analyse et design organisationnelles**

- 2.1.1. Cadre conceptuel
- 2.1.2. Facteurs clés du Design organisationnel
- 2.1.3. Modèles de base de l'organisation
- 2.1.4. Design organisationnel: typologies

2.2. Stratégie d'entreprise

- 2.2.1. Stratégie analytique concurrentielle
- 2.2.2. Stratégies de croissance: Typologie
- 2.2.3. Cadre conceptuel

2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Cadre conceptuel
- 2.3.2. Éléments de la planification stratégique
- 2.3.3. Formulation stratégique: Processus de Planification Stratégique

2.4. Réflexion stratégique

- 2.4.1. L'entreprise comme système
- 2.4.2. Concept d'organisation

2.5. Diagnostic Financier

- 2.5.1. Concept de Diagnostic Financier
- 2.5.2. Étapes du Diagnostic Financier
- 2.5.3. Méthodes d'Évaluation du Diagnostic Financier

2.6. Planification et Stratégie

- 2.6.1. Le plan dans une Stratégie
- 2.6.2. Positionnement Stratégique
- 2.6.3. La stratégie dans l'Entreprise

2.7. Modèles et Motifs Stratégiques

- 2.7.1. Cadre conceptuel
- 2.7.2. Modèles stratégiques
- 2.7.3. Modèles stratégiques: Les cinq P de la stratégie

2.8. Stratégie concurrentielle

- 2.8.1. L'Avantage Concurrentiel
- 2.8.2. Choix d'une stratégie concurrentielle
- 2.8.3. Stratégies selon le Modèle de l'Horloge Stratégique
- 2.8.4. Types de stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel

2.9. Direction Stratégique

- 2.9.1. Le concept de Stratégie
- 2.9.2. Le processus de la direction stratégique
- 2.9.3. Approches de la gestion stratégique

2.10. Mise en œuvre de la Stratégie

- 2.10.1. Systèmes d'indicateurs et approche par les processus
- 2.10.2. Carte stratégique
- 2.10.3. Alignement stratégique

2.11. Management Exécutif

- 2.11.1. Cadre conceptuel du Management Exécutif
- 2.11.2. Management Exécutif. Le rôle du Conseil d'Administration et outils de gestion d'Entreprise

2.12. Communication Stratégique

- 2.12.1. Communication Interpersonnel
- 2.12.2. Compétences communicatives et l'influence
- 2.12.3. Communication interne
- 2.12.4. Obstacles à la communication dans l'entreprise

Module 3. Gestion des Personnes et des Talents

3.1. Comportement Organisationnel

- 3.1.1. Comportement Organisationnel
Cadre conceptuel
- 3.1.2. Principaux facteurs
du comportement organisationnel

3.2. Les personnes dans les organisations

- 3.2.1. Qualité de la vie professionnelle
et bien-être psychologique
- 3.2.2. Travail en équipe et conduite de réunions
- 3.2.3. Coaching et gestion d'équipes
- 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité

3.3. La direction Stratégique des personnes

- 3.3.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
- 3.3.2. La direction stratégique des personnes

3.4. Évolution des Ressources Une vision intégrée

- 3.4.1. La Importance de RH
- 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des personnes et le leadership
- 3.4.3. Gestion stratégique des RH

3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement RH

- 3.5.1. Approche en matière de recrutement et de sélection
- 3.5.2. Le recrutement
- 3.5.3. Le processus de sélection

3.6. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

- 3.6.1. Analyse du potentiel
- 3.6.2. Politique de rémunération
- 3.6.3. Plans de carrière/succession

3.7. Évaluation et gestion des performances

- 3.7.1. Gestion des performances
- 3.7.2. La gestion des performances: Objectifs et Processus

3.8. Gestion de la formation

- 3.8.1. Théories de l'apprentissage
- 3.8.2. Détection et rétention des talents
- 3.8.3. Gamification et gestion des talents
- 3.8.4. Formation et obsolescence professionnelle

3.9. Gestion des talents

- 3.9.1. Les clés d'un management positif
- 3.9.2. Origine conceptuelle du talent et son implication dans l'entreprise
- 3.9.3. Carte des talents dans l'organisation
- 3.9.4. Coût et valeur ajoutée

3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 3.10.1. Modèles de gestion stratégique des talents
- 3.10.2. Identification, formation et développement des talents
- 3.10.3. Fidélisation et rétention
- 3.10.4. Proactivité et innovation

3.11. Motivation

- 3.11.1. La nature de la motivation
- 3.11.2. La théorie de l'espérance
- 3.11.3. Théories des besoins
- 3.11.4. Motivation et compensation économique

3.12. Employer Branding

- 3.12.1. *Employer Branding* en RH
- 3.12.2. Personal Branding pour les professionnels en RH

3.13. Développer des équipes performantes

- 3.13.1. Le site équipes performantes: Équipes agiles
- 3.13.2. Méthodes de gestion des équipes autogérées haute performance

3.14. Développement des compétences managériales

- 3.14.1. Que sont les compétences de Directive?
- 3.14.2. Éléments des compétences
- 3.14.3. Connaissances
- 3.14.4. Compétences en gestion
- 3.14.5. Attitudes et valeurs des managers
- 3.14.6. Compétences en matière de gestion

3.15. Gestion du temps

- 3.15.1. Bénéfices
- 3.15.2. Quelles peuvent être les causes d'une mauvaise gestion du temps?
- 3.15.3. Temps
- 3.15.4. Les illusions du temps
- 3.15.5. Attention et mémoire
- 3.15.6. État mental
- 3.15.7. Gestion du temps
- 3.15.8. Proactivité
- 3.15.9. Être clair sur l'objectif
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification

3.16. Gestion du changement

- 3.16.1. Gestion du changement
- 3.16.2. Les étapes du processus de gestion du changement
- 3.16.3. Les composantes de l'analyse dans la gestion du changement

3.17. Négociation et gestion des conflits 3.17.1 Négociation 3.17.2 Gestion des Conflits 3.17.3 Gestion de Crise	3.18. La communication managériale 3.18.1. Communication internes et externes dans l'environnement des entreprises 3.18.2. Département de communication 3.18.3. Le Responsables de Communication dans l'Entreprise. Le profil du Dircom	3.19. les équipes de gestion des ressources humaines et Équipement de santé et sécurité au travail 3.19.1. Gestion des ressources humaines et Équipement 3.19.2. Prévention des risques professionnels	3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents 3.20.1. Productivité 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents
3.21. Compensation monétaire vs Non-monétaire 3.21.1. Compensation monétaire vs . Non-monétaire 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires 3.21.4. Modèle de travail 3.21.5. Communauté d'entreprises 3.21.6. Image de l'entreprise 3.21.7. Rémunération émotionnelle	3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes II 3.22.1. Innovation dans les Organisations 3.22.2. Recrutement et département des Ressources Humaines 3.22.3. Gestion de l'innovation 3.22.4. Outils de Innovation	3.23. Gestion des connaissances et du talent 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent 3.23.2. Mise en œuvre de Gestion des Connaissances	3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique 3.24.1. Le contexte socio-économique 3.24.2. Les nouvelles formes d'organisation des entreprises 3.24.3. Nouvelles méthodes

Module 4. Gestion Économique et Financière

4.1. Environnement Économique 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier 4.1.2. Institutions financières 4.1.3. Marchés financiers 4.1.4. Actifs financiers 4.1.5. Autres entités du secteur financier	4.2. Le financement de l'entreprise 4.2.1. Sources de financement 4.2.2. Types de coûts de financement	4.3. Comptabilité de gestion 4.3.1. Concepts de base 4.3.2. Actif de l'entreprise 4.3.3. Passif de l'entreprise 4.3.4. Le Capitaux propres de l'entreprise 4.3.5. Compte de résultat	4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique 4.4.1. Éléments de la comptabilité analytique 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique 4.4.3. Classification des coûts
4.5. Systèmes d'information et Business Intelligence 4.5.1. Principes fondamentaux et classification 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet	4.6. Budget et Contrôle de Gestion 4.6.1. Le modèle budgétaire 4.6.2. Le budget d'investissement 4.6.3. Le budget de fonctionnement 4.6.5. Le budget de trésorerie 4.6.6. Le suivi budgétaire	4.7. Gestion de la trésorerie 4.7.1. Fonds de roulement comptable et besoins en fonds de roulement 4.7.2. Calcul des besoins de trésorerie d'exploitation 4.7.3. <i>Gestion du crédit</i>	4.8. Responsabilité fiscale des entreprises 4.8.1. Concepts Fiscaux de base 4.8.2. Impôt sur les sociétés 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État

4.9. Systèmes de contrôle des entreprises

- 4.9.1. Analyse des états financiers
- 4.9.2. Balance de l'entreprise
- 4.9.3. Le compte de Profits et Pertes
- 4.9.4. Tableau des flux de trésorerie
- 4.9.5. Analyse des ratios

4.10. Direction Financière

- 4.10.1. Les Décision financiers de l'entreprise
- 4.10.2. Département financier
- 4.10.3. Les excédents de trésorerie
- 4.10.4. Les risques liés à la gestion financière
- 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

4.11. Planification Financière

- 4.11.1. Planification financière
- 4.11.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 4.11.3. Créer et établir la stratégie de l'entreprise
- 4.11.4. Le tableau des *Cash Flow*
- 4.11.5. Le tableau des fonds de roulementLe tableau des fonds de roulement

4.12. Stratégie financière de l'entreprise

- 4.12.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
- 4.12.2. Produits de financement des entreprises

4.13. Contexte Macroéconomique

- 4.13.1. Contexte Macroéconomique
- 4.13.2. Indicateurs économiques pertinents
- 4.13.3. Mécanismes de suivi des grandeurs macroéconomiques
- 4.13.4. Cycles économiques

4.14. Financement Stratégique

- 4.14.1. Autofinancement
- 4.14.2. Augmentation des fonds propres
- 4.14.3. Ressources hybrides
- 4.14.4. Financement par des intermédiaires

4.15. Marchés monétaires et des capitaux

- 4.15.1. Le marché Monétaire
- 4.15.2. Marché des titres à Revenu fixe
- 4.15.3. Marché des Actions
- 4.15.4. Le marché des Changes
- 4.15.5. Le marché des Produits dérivés

4.16. Analyse et planification financières

- 4.16.1. Analyse du Bilan
- 4.16.2. Analyse du Compte de Résultat
- 4.16.3. Analyse de la Rentabilité

4.17. Analyses et résolution de cas/ problèmes

- 4.17.1. Informations financières sur Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction et Gestion d'Opérations

- 5.1.1. La Fonction des opérations
- 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
- 5.1.3. Introduction à la Stratégie des opérations
- 5.1.4. Le sens de la Opérations

5.2. Organisation industrielle et logistique

- 5.2.1. Département de l'Organisation Industrielle
- 5.2.2. Département logistique

5.3. Structure et types de production (MTS, MTO, ATO, ETO, etc)

- 5.3.1. Systèmes de production
- 5.3.2. Stratégie de production
- 5.3.3. Système de gestion des stocks
- 5.3.4. Indicateurs de production

5.4. Structure et types d'approvisionnement

- 5.4.1. Fonction de l'approvisionnement
- 5.4.2. Gestion de l'approvisionnement
- 5.4.3. Types d'achats
- 5.4.4. Gestion efficace des achats d'une entreprise
- 5.4.5. Étapes du processus de décision d'achat

5.5. Contrôle économique des achats

- 5.5.1. Influence économique des achats
- 5.5.2. Centres de coûts
- 5.5.3. La budgétisation
- 5.5.4. Budgétisation vs. dépenses réelles
- 5.5.5. Outils de contrôle budgétaire

5.6. Contrôle des opérations d'entrepôt

- 5.6.1. Contrôle de l'inventaire
- 5.6.2. Système de localisation
- 5.6.3. Techniques de gestion des stocks
- 5.6.4. Systèmes de stockage

5.7. Gestion stratégique des achats

- 5.7.1. Stratégie d'entreprise
- 5.7.2. Planification stratégique
- 5.7.3. Stratégie d'achat

5.8. Typologie de la chaîne d'approvisionnement (SCM)

- 5.8.1. Chaîne d'approvisionnement
- 5.8.2. Avantages de la gestion de la chaîne approvisionnement
- 5.8.3. Gestion logistique de la chaîne d'approvisionnement

<p>5.9. Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.9.1. Concept de gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM) 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne opérationnelle 5.9.3. Modèles de demande 5.9.4. Stratégie opérationnelle et changement 	<p>5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties 5.10.3. Problèmes d'intégration de la chaîne d'approvisionnement 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0 	<p>5.11. Coûts logistiques</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.11.1. Coûts logistiques 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques 	<p>5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.12.1. Chaîne logistique 5.12.2. Rentabilité et efficacité de la chaîne logistique 5.12.3. Indicateurs de rentabilité et d'efficacité de la chaîne logistique
<p>5.13. Gestion des processus</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.13.1. Gestion du processus 5.13.2. Approche basée sur les processus: carte des processus 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus 	<p>5.14. Distribution et transport</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.14.1. Distribution dans la chaîne d'approvisionnement 5.14.2. La logistique du transport 5.14.3. Les systèmes d'information Géographique en tant que soutien à la Logistique 	<p>5.15. Logistique et clients</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.15.1. Analyse de la demande 5.15.2. Prévion de la demande et ventes 5.15.3. Planification des ventes et des opérations 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR) 	<p>5.16. Logistique internationale</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.16.1. processus d'exportation et d'importation 5.16.2. Douanes 5.16.3. Formes et moyens de paiement internationaux 5.16.4. Plateformes logistiques internationales
<p>5.17. Outsourcing des opérations</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.17.1. Gestion des opérations et Outsourcing 5.17.2. Mise en œuvre de l'Outsourcing dans les environnements logistiques 	<p>5.18. Compétitivité des opérations</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.18.1. Gestion des opérations 5.18.2. Compétitivité opérationnelle 5.18.3. Stratégie des opérations et avantages concurrentiels 	<p>5.19. Gestion de la qualité</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.19.1. Clients internes et externes 5.19.2. Coûts de la qualité 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de Deming 	

Module 6. Gestion des systèmes d'information

6.1. Environnements technologiques

- 6.1.1. Technologie et mondialisation
- 6.1.2. Environnement économique et technologie
- 6.1.3. L'environnement technologique et son impact sur les entreprises

6.2. Systèmes et technologies de l'information dans les entreprises

- 6.2.1. Évolution du modèle informatique
- 6.2.2. Organisation et département IT
- 6.2.3. Technologies de l'information et environnement économique

6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique

- 6.3.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
- 6.3.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
- 6.3.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique

6.4. Gestion des systèmes d'information

- 6.4.1. Le gouvernement d'entreprise en matière de technologies et de systèmes d'information
- 6.4.2. Gestion des systèmes d'information dans les entreprises
- 6.4.3. Gestionnaires experts en systèmes d'information: rôles et fonctions

6.5. Planification stratégique des systèmes d'information

- 6.5.1. Systèmes d'information et Stratégie d'entreprise
- 6.5.2. Planification stratégique des systèmes d'information
- 6.5.3. Phases d'une planification Stratégique des systèmes d'information

6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC ou Tableau de Bord Prospectif

6.7. Explorer l'information

- 6.7.1. SQL: Base de données relationnelles Concepts de base
- 6.7.2. Réseaux et communications
- 6.7.3. Système opérationnel: modèles de données normalisés
- 6.7.4. Système stratégique: OLAP, modèle multidimensionnel et *Dashboards* graphiques
- 6.7.5. Analyse stratégique du BBDD et composition du rapport

6.8. *Business Intelligence* dans l'entreprise

- 6.8.1. Le monde des données
- 6.8.2. Concepts pertinents
- 6.8.3. Caractéristiques principales
- 6.8.4. Solutions actuelles du marché
- 6.8.5. Architecture globale d'une solution BI
- 6.8.6. La cybersécurité dans la BI et Data Science

6.9. Nouveau concept commercial

- 6.9.1. Pourquoi BI?
- 6.9.2. Obtenir l'information
- 6.9.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
- 6.9.4. Raisons d'investir dans la BI

6.10. Outils et solutions de BI

- 6.10.1. Comment choisir le meilleur outil?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

6.11. Planification et gestion de projets BI

- 6.11.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
- 6.11.2. Solution BI pour l'entreprise
- 6.11.3. Exigences et objectifs

6.12. Applications de gestion d'entreprise

- 6.12.1. Systèmes d'information et Gestion d'entreprise
- 6.12.2. Applications pour la gestion d'entreprise
- 6.12.3. Systèmes *Enterprise Resource Planning* o ERP

6.13. Transformation Numérique

- 6.13.1. Cadre conceptuel de la la transformation numérique
- 6.13.2. Transformation Numérique ; éléments clés, avantages et inconvénients
- 6.13.3. La transformation numérique dans les entreprises

6.14. Technologies et tendances

- 6.14.1. Les grandes tendances technologiques qui modifient les modèles d'entreprise
- 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes

6.15. *Outsourcing* de TI

- 6.15.1. Cadre conceptuel de l'*Outsourcing*
- 6.15.2. L'*Outsourcing* informatique et son impact sur les entreprises
- 6.15.3. Les clés de la mise en œuvre des projets d'*Outsourcing* informatique des entreprises

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

7.1. Gestion commerciale 7.1.1. Cadre conceptuel du Gestion commerciale 7.1.2. Stratégie et planification Commercial 7.1.3. Le rôle du Directeur Commerciale	7.2. Marketing 7.2.1. Concept de marketing 7.2.2. Éléments de base du Marketing 7.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise	7.3. Gestion Stratégique du Marketing 7.3.1. Concept de Marketing stratégique 7.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du marketing	7.4. Marketing Numérique et commerce électronique 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et e-commerce 7.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés 7.4.3. Commerce électronique. Contexte général 7.4.4. Catégories de commerce électronique 7.4.5. Avantages et inconvénients du <i>E-commerce</i> par rapport au commerce traditionnel
7.5. Managing digital business 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias 7.5.2. Design et création d'un plan de Marketing Numérique 7.5.3. Analyse du retour sur investissement dans un plan de Marketing Numérique	7.6. Marketing Numérique pour renforcer la marque 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque 7.6.2. <i>Branded Content & Storytelling</i>	7.7. Stratégie de Marketing Numérique 7.7.1. Définir la stratégie de Marketing Numérique 7.7.2. Outils d'une stratégie de Marketing Numérique	7.8. Marketing Numérique pour attirer et fidéliser les clients 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet 7.8.2. <i>Visitor Relationship Management</i> 7.8.3. Hyper-segmentation
7.9. Gestion des campagnes numériques 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique? 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne 7.9.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique	7.10. Plan de marketing en ligne 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne? 7.10.2. Étapes du créer un plan de marketing en ligne 7.10.3. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne	7.11. Blended marketing 7.11.1. Qu'est-ce que le <i>Blended Marketing</i> ? 7.11.2. Différence entre le marketing online et offline 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de <i>Blended Marketing</i> 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de <i>Blended Marketing</i> 7.11.5. Recommandations en <i>Blended Marketing</i> 7.11.6. Bénéfices du <i>Blended Marketing</i>	7.12. Stratégie de vente 7.12.1. Stratégie de vente 7.12.2. Méthodes de vente
7.13. Communication d'Entreprise 7.13.1. Concept 7.13.2. Importance de la communication dans l'organisation 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation 7.13.5. Éléments de Communication 7.13.6. Problèmes de la communication 7.13.7. Scénario de la communication	7.14. Stratégie de la Communication d'entreprise 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH 7.14.2. Instruments et supports de communication interne 7.14.3. Le plan de communication interne	7.15. Communication et réputation Numérique 7.15.1. Réputation en ligne 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique? 7.15.3. Outils de réputation en ligne 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne 7.15.5. Branding online	

Module 8. Études de marché, publicité et gestion du marketing

8.1. Étude de Marché

- 8.1.1. Études de marché: origine historique
- 8.1.2. Analyse et évolution du cadre conceptuel de l'étude de marché
- 8.1.3. Éléments clés et contribution à la valeur de l'étude de marché

8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative

- 8.2.1. Taille de l'échantillon
- 8.2.2. Échantillonnage
- 8.2.3. Types de techniques quantitatives

8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative

- 8.3.1. Types de recherche qualitative
- 8.3.2. Techniques de recherche qualitative

8.4. Segmentation du marché

- 8.4.1. Concept de la segmentation du marché
- 8.4.2. Utilité et exigences de la segmentation
- 8.4.3. Segmentation des marchés de consommation
- 8.4.4. Segmentation des marchés industriels
- 8.4.5. Stratégies de segmentation
- 8.4.6. Segmentation sur la base des critères du Marketing - mix
- 8.4.7. Méthodologie de la segmentation du marché

8.5. Gestion de projets de recherche

- 8.5.1. Les études de Marché comme un processus
- 8.5.2. Les étapes de la planification d'une Étude de Marché
- 8.5.3. Les étapes de l'Exécution d'une Étude de Marché
- 8.5.4. Gestion d'un Projet de Recherche

8.6. L'investigation des marchés internationaux

- 8.6.1. investigation des Marchés Internationaux
- 8.6.2. Processus d'Études de Marché Internationales
- 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans la recherche Marché internationale

8.7. Études de faisabilité

- 8.7.1. Concept et utilité
- 8.7.2. Schéma d'études de faisabilité
- 8.7.3. Développement d'études de faisabilité

8.8. Publicité

- 8.8.1. Historique de la publicité
- 8.8.2. Cadre conceptuel de la publicité ; principes, concept de briefing et de positionnement
- 8.8.3. Agences de publicité, agences de médias et professionnels de la publicité
- 8.8.4. Importance de la publicité pour les entreprises
- 8.8.5. Tendances et défis en matière de publicité

8.9. Développement du plan de Marketing

- 8.9.1. Concept du Plan de Marketing
- 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
- 8.9.3. Décisions de marketing stratégique
- 8.9.4. Décisions de marketing opérationnel

8.10. Stratégies de promotion et Merchandising

- 8.10.1. Communication Marketing Intégrée
- 8.10.2. Plan de Communication Publicitaire
- 8.10.3. Le *Merchandising* comme technique de Communication

8.11. Planification des médias

- 8.11.1. Origine et évolution de la planification des médias
- 8.11.2. Moyens de communication
- 8.11.3. Plan média

8.12. Principes fondamentaux de la gestion commerciale

- 8.12.1. Le rôle de la Gestion Commerciale
- 8.12.2. Systèmes d'analyse de la situation concurrentielle commerciale de l'entreprise/du marché
- 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
- 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles

8.13. Négociation commerciale

- 8.13.1. Négociation commerciale
- 8.13.2. Les enjeux psychologiques de la négociation
- 8.13.3. Principales méthodes de négociation
- 8.13.4. Le processus de négociation

8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale

- 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie concurrentielle
- 8.14.2. Modèles de prise de décision
- 8.14.3. Outils décisionnels et analytiques
- 8.14.4. Comportement humain dans la prise de décision

8.15. Direction et gestion du réseau de vente

- 8.15.1. Sales Management. Gestion des ventes
- 8.15.2. Des réseaux au service de l'activité commerciale
- 8.15.3. Politiques de sélection et de formation des vendeurs
- 8.15.4. Systèmes de rémunération des réseaux commerciaux propres et externes
- 8.15.5. Gestion du processus commercial. Contrôle et assistance au travail du personnel commercial sur la base de l'information

8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale

- 8.16.1. Recrutement de personnel commercial propre et d'agents commerciaux
- 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
- 8.16.3. Le code de déontologie des agents commerciaux
- 8.16.4. Conformité:
- 8.16.5. Normes de conduite des affaires généralement acceptées

8.17. Gestion des comptes clés

- 8.17.1. Concept de gestion de comptes clés
- 8.17.2. *Key Account Manager*
- 8.17.3. Stratégies de la Gestion des Comptes Clés

8.18. Gestion financière et budgétaire

- 8.18.1. Seuil de rentabilité
- 8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de gestion et du plan de vente annuel
- 8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques des entreprises
- 8.18.4. Gestion des cycles, rotations, rentabilité et liquidité
- 8.18.5. Compte de résultat

Module 9. Innovation et gestion de projet

9.1. Innovation

- 9.1.1. Introduction à l'innovation
- 9.1.2. L'innovation dans l'écosystème entrepreneurial
- 9.1.3. Instruments et outils pour le processus d'innovation entrepreneuriale

9.2. Stratégie de l'Innovation

- 9.2.1. Intelligence stratégique et innovation
- 9.2.2. Stratégies d'innovation

9.3. *Project Management* pour startups

- 9.3.1. Concept *start up*
- 9.3.2. Philosophie *du Lean Startup*
- 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
- 9.3.4. Le rôle d'un chef de projet dans une *startup*

9.4. Design et validation du modèle d'entreprise

- 9.4.1. Cadre conceptuel d'un modèle d'entreprise
- 9.4.2. Design et validation du modèle d'entreprise

9.5. Direction et Gestion des projets

- 9.5.1. Gestion de projet: identification des opportunités de développement de projets d'innovation d'entreprise
- 9.5.2. Principales étapes ou phases de la direction et de la gestion des projets d'innovation

9.6. Gestion du changement dans les projets: gestion de la formation

- 9.6.1. Concept de gestion du changement
- 9.6.2. Processus de gestion du changement
- 9.6.3. Mise en œuvre du changement

9.7. Gestion de la communication de projets

- 9.7.1. Gestion de la communication des projets
- 9.7.2. Concepts clés pour la gestion des communications
- 9.7.3. Tendances émergentes
- 9.7.4. Adaptations des équipements
- 9.7.5. Planification de la gestion des communications
- 9.7.6. Gestion des communications
- 9.7.7. Suivi des communications

9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes

- 9.8.1. Méthodes d'innovation
- 9.8.2. Principes de base du Scrum
- 9.8.3. Différences entre les principaux aspects de Scrum et les méthodologies traditionnelles

9.9. Création d'une *start-up*

- 9.9.1. Création d'une *start-up*
- 9.9.2. Organisation et culture
- 9.9.3. Les 10 principales raisons de l'échec des *start-ups*
- 9.9.4. Aspects juridiques

9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets

- 9.10.1. Planification des risques
- 9.10.2. Éléments pour la création d'un plan de gestion des risques
- 9.10.3. Outils pour l'élaboration d'un plan de gestion des risques
- 9.10.4. Contenu du plan de gestion des risques

Module 10. Management exécutif

10.1. General Management

- 10.1.1. Concept *General Management*
- 10.1.2. L'action du *Manager General*
- 10.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
- 10.1.4. Transformation du travail de la direction

10.2. Le manager et ses fonctions La culture organisationnelle et ses approches

- 10.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches

10.3. Direction des opérations

- 10.3.1. Importance de la gestion
- 10.3.2. La chaîne de valeur
- 10.3.3. Gestion de qualité

10.4. Discours et formation de porte-parole

- 10.4.1. Communication interpersonnelle
- 10.4.2. Compétences communicatives et l'influence
- 10.4.3. Obstacles à la communication

10.5. Outils de communication personnels et organisationnels

- 10.5.1. Communication interpersonnelle
- 10.5.2. Outils de communication interpersonnelle
- 10.5.3. La communication dans l'organisation
- 10.5.4. Outils dans l'organisation

10.6. La communication en situation de crise

- 10.6.1. Crise
- 10.6.2. Phases de la crise
- 10.6.3. Messages: contenu et calendrier

10.7. Préparer un plan de crise

- 10.7.1. Analyse des problèmes potentiels
- 10.7.2. Planification
- 10.7.3. Adéquation du personnel

10.8. Intelligence émotionnelle

- 10.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 10.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 10.8.3. Estime de soi et Communication émotionnel

10.9. Branding Personnel

- 10.9.1. Stratégies d'image de Branding Personal
- 10.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
- 10.9.3. Outils de construction de la marque personnelle

10.10. Leadership et gestion d'équipes

- 10.10.1. Leadership et styles de leadership
- 10.10.2. Capacités et défis du Leader
- 10.10.3. Processus de gestion du Changement
- 10.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles

Module 11. Gestion environnementale et énergétique des organisations**11.1. Principes fondamentaux de l'organisation et de l'entreprise**

- 11.1.1. Gestion de l'organisation
- 11.1.2. Types et structure d'une organisation
- 11.1.3. Normalisation de la gestion des entreprises

11.2. Développement durable: Entreprises-organismes et environnement

- 11.2.1. Développement durable. Objectifs et cibles
- 11.2.2. L'activité économique et son impact sur l'environnement
- 11.2.3. Responsabilité sociale des entreprises

11.3. Questions environnementales et énergétiques. Champ d'application et cadre actuel

- 11.3.1. Principaux problèmes environnementaux actuels: Déchets, eau, alimentation
- 11.3.2. Les questions énergétiques. Demande, répartition de la consommation et sources
- 11.3.3. Projection énergétique actuel

11.4. Les sommets européens et l'accord de Paris

- 11.4.1. Objectifs climatiques de l'UE
- 11.4.2. Sommets européens
- 11.4.3. L'accord de Paris

11.5. Agenda 2030 et objectifs de développement durable

- 11.5.1. Agenda 2030 Contexte, processus d'adoption et contenu
- 11.5.2. Les 17 objectifs de développement durable (ODD)
- 11.5.3. Guide SGD *Compass*

11.6. Économie Circulaire

- 11.6.1. L'économie circulaire
- 11.6.2. Législation et stratégies de soutien à l'économie circulaire
- 11.6.3. Diagrammes du système d'économie circulaire

11.7. Rapports sur le développement durable

- 11.7.1. Communication de gestion de la responsabilité sociale
- 11.7.3. Le processus de préparation d'un rapport de durabilité selon la GRI

Module 12. Sources d'énergie

12.1. Les combustibles fossiles

- 12.1.1. Charbon
- 12.1.2. Gaz naturel
- 12.1.3. Pétrole

12.2. Électricité

- 12.2.1. Électricité
- 12.2.2. Production d'électricité
- 12.2.3. Utilisations de la électricité

12.3. Énergie nucléaire

- 12.3.1. L'énergie nucléaire
- 12.3.2. Centrales nucléaires
- 12.3.3. Opportunités environnementales
- 12.3.4. Risques environnementaux
- 12.3.5. Traitement des déchets nucléaires

12.4. Énergie solaire

- 12.4.1. Production d'électricité
- 12.4.2. Production thermique
- 12.4.3. Centrales solaires
- 12.4.4. Risques et opportunités

12.5. Énergie éolienne

- 12.5.1. Parcs éoliens
- 12.5.2. Avantages et inconvénients
- 12.5.3. Microgénération

12.6. Biomasse

- 12.6.1. Méthodes thermochimiques et biochimiques
- 12.6.2. Marché de la biomasse
- 12.6.3. Avantages et inconvénients

12.7. Géothermie

- 12.7.1. Réservoirs géothermiques
- 12.7.2. Production d'électricité
- 12.7.3. Avantages et inconvénients

12.8. Autres énergies renouvelables

- 12.8.1. Énergie hydroélectrique
- 12.8.2. Énergie marémotrice
- 12.8.3. Énergie des houles

12.9. Développer les sources d'énergie

- 12.9.1. Hydrogène vert
- 12.9.2. Énergie marémotrice
- 12.9.3. Biogaz et biométhane

12.10. Sources d'énergie pour la mobilité

- 12.10.1. Mobilité électrique
- 12.10.2. Véhicules GNC
- 12.10.3. Autres alternatives pour une mobilité durable

Module 13. Énergie électrique**13.1. Énergie électrique. Tension, intensité, puissance et énergie**

- 13.1.1. Tension et intensité
- 13.1.2. Énergie active, réactive et apparente
- 13.1.3. Puissance électrique. Courbes de charge

13.2. Transformation de l'énergie

- 13.2.1. Transformateurs de puissance
- 13.2.2. Transport électrique
- 13.2.3. Distribution électrique

13.3. Systèmes de consommation d'énergie électrique: Moteurs électriques

- 13.3.1. Applications, pompes, ventilateurs et compresseurs
- 13.3.2. Convertisseurs de fréquence
- 13.3.3. Systèmes de consommation basés sur les moteurs: Climatisation par pompe à chaleur

13.4. Autres systèmes consommateurs d'électricité

- 13.4.1. Effet Joule
- 13.4.2. Éclairage
- 13.4.3. Systèmes alimentés en courant continu

13.5. Facturation de l'électricité

- 13.5.1. Législation
- 13.5.2. Tarifs de l'électricité
- 13.5.3. Terme de facturation de l'électricité

13.6. Unités de mesure de la consommation de carburant et leur transformation en unités d'énergie

- 13.6.1. Énergie produite par la combustion: PCI et PCS
- 13.6.2. Mesures volumétriques des liquides combustibles
- 13.6.3. Mesures volumétriques des gaz combustibles. Établissement et calcul des conditions standard

13.7. Systèmes de combustion et éléments combustibles

- 13.7.1. Efficacité de la combustion
- 13.7.2. Brûleurs
- 13.7.3. Transfert de chaleur

13.8. Chaudières

- 13.8.1. Calcul du rendement des chaudières par des méthodes directes et indirectes
- 13.8.2. Types de fluides caloporteurs
- 13.8.3. Chaudières à vapeur

13.9. Autres équipements consommateurs de carburant

- 13.9.1. Fourneaux
- 13.9.2. Moteurs
- 13.9.3. Groupes électrogènes

13.10. Facturation du carburant

- 13.10.1. Législation
- 13.10.2. Tarifs du gaz naturel
- 13.10.3. Modalités de facturation du gaz naturel

Module 14. Outils de gestion de l'énergie

14.1. Cadre de la politique énergétique

- 14.1.1. Principales réglementations en matière d'énergie

14.2. Inspections réglementaires

- 14.2.1. Inspections de la climatisation
- 14.2.2. Inspections haute/basse tension
- 14.2.3. Autres inspections réglementaires

14.3. Audits énergétiques

- 14.3.1. Élaboration d'un audit énergétique. Identification des possibilités d'amélioration
- 14.3.2. UNE EN 16247-1:2012

14.4. Outils de simulation énergétique

- 14.4.1. Simulations d'éclairage
- 14.4.2. Simulations climatiques
- 14.4.3. Simulations de la demande énergétique des bâtiments

14.5. Gestion de la fourniture: Suivi

- 14.5.1. Typologies de suivi
- 14.5.2. Plateformes de gestion de l'énergie
- 14.5.3. Équipement clé

14.6. Services énergétiques

- 14.6.1. Services énergétiques
- 14.6.2. Sociétés de services énergétiques
- 14.6.3. Typologie des contrats

14.7. IPMVP

- 14.7.1. Calcul des économies. Modèles de coûts évités et d'économies standardisées
- 14.7.2. Options A, B, C et D
- 14.7.3. Établissement de bases de référence

14.8. Plans directeurs d'efficacité énergétique

- 14.8.1. Méthodologie pour le développement d'un plan directeur
- 14.8.2. Modèles de gestion
- 14.8.3. L'efficacité énergétique dans un plan directeur

14.9. Gestion des actifs

- 14.9.1. Qu'est-ce que la gestion des des actifs
- 14.9.2. ISO 55001 gestion des actifs
- 14.9.4. Avantages de la mise en œuvre de la gestion des actifs

Module 15. Évaluation de l'impact environnemental et stratégies d'adaptation au changement climatique dans les organisations**15.1. Stratégies commerciales pour le changement climatique**

- 15.1.1. Effet de serre et changement climatique. Causes et conséquences
- 15.1.2. Projections du changement climatique
- 15.1.3. Action des entreprises en matière de changement climatique. Feuille de route pour l'intégration du changement climatique dans les entreprises

15.2. Identification et classification des facteurs environnementaux

- 15.2.1. Catalogue environnemental. Variables environnementales
- 15.2.2. Recherche d'informations et inventaire environnemental
- 15.2.3. Évaluation de l'inventaire

15.3. Évaluation et appréciation des impacts environnementaux d'un projet

- 15.3.1. Analyse environnementale d'un projet
- 15.3.2. Situation préopérationnelle
- 15.3.3. Phase de construction, d'exploitation et d'abandon
- 15.3.4. Méthodes quantitatives

15.4. Mesures préventives et correctives

- 15.4.1. Actions préventives
- 15.4.2. Actions correctives
- 15.4.3. Actions compensatoires

15.5. Programme de surveillance de l'environnement

- 15.5.1. PME
- 15.5.2. Objectifs et Structure d'un PEM
- 15.5.3. Phases de l'élaboration d'un PEM

15.6. Évaluation environnementale stratégique

- 15.6.1. Modalités d'intégration de la dimension environnementale
- 15.6.2. L'évaluation environnementale dans les phases du programme

15.7. Analyse des risques et des opportunités liés au changement climatique

- 15.7.2. Analyse et évaluation des risques environnementaux
- 15.7.3. Gestion des risques

15.8. Développer des plans d'adaptation au changement climatique pour les organisations

- 15.8.1. Adaptation au changement climatique
- 15.8.2. Évaluation de la vulnérabilité au changement climatique
- 15.8.3. Méthodologie de hiérarchisation des mesures d'adaptation au changement climatique

Module 16. Pollution et gestion de l'eau et des déchets

16.1. Gestion et pollution de l'eau

- 16.1.1. Gestion de l'eau
- 16.1.2. cycle hydrologique de l'eau
- 16.1.3. Diagnostic de l'eau
- 16.1.4. Caractérisation des eaux usées
- 16.1.5. DWTP, WWTP et WWTP Définition et schémas de fonctionnement types

16.2. Répartition des usages et de la demande en eau

- 16.2.1. Gestion de la demande
- 16.2.2. Types d'utilisations ou de demandes
- 16.2.3. Dotation. Ratios de répartition
- 16.2.4. Coût de l'eau et de l'énergie dérivée de son chauffage pour l'ECS

16.3. Mesures pour une gestion et une utilisation efficaces de l'eau

- 16.3.1. Critères "écologiques". Facteur de consommation (Fco et Fcr), facteur de correction écologique (Fce) et niveau d'efficacité (Ne)
- 16.3.2. De la résolution MAH/1603/ 2004 à l'OGUEA
- 16.3.3. Gestion et optimisation dans les installations

16.4. Plan de gestion durable de l'eau

- 16.4.1. Origine du Plan Durable en eau Objectif et champ d'application
- 16.4.2. Parties à inclure dans un PGDE
- 16.4.3. Organisation et programmation
- 16.4.4. Mise en œuvre du PGDE
- 16.4.5. Contrôles et actions correctives

16.5. Gestion des déchets solides

- 16.5.1. Déchets et sous-produits
- 16.5.2. Types de déchets
- 16.5.3. Étapes de la gestion des déchets

16.6. Cadre réglementaire de déchets

- 16.6.1. Stratégies de UE la gestion des déchets
- 16.6.2. Politique future de la gestion des résidus

16.7. Déchets solides urbains et industriels

- 16.7.1. Production de DSM
- 16.7.2. Systèmes de gestion des DSM
- 16.7.3. Caractérisation et classification des déchets industriels
- 16.7.4. Systèmes de gestion des déchets industriels

16.8. Valorisation énergétique des déchets

- 16.8.1. Méthode de valorisation
- 16.8.2. Faisabilité de la récupération
- 16.8.3. Techniques de récupération

16.9. Zero Waste

- 16.9.1. Zéro déchet
- 16.9.2. Déchet et méthodologie de zéro déchet
- 16.9.3. Laser 5Rs Refuser, Réduire, Réutiliser, Réemployer, Réincorporer et Recycler

Module 17. Outils de gestion de l'environnement**17.1. Marchés du carbone**

- 17.1.1. Mécanismes de flexibilité du PK
- 17.1.2. Programmes *CAP and Trade* et Fonds carbone
- 17.1.3. Marchés volontaire du carbone

17.2. Empreinte carbone de l'organisation

- 17.2.1. Normes de référence méthodologiques
- 17.2.2. Portée de l'empreinte carbone de l'organisation
- 17.2.3. Processus de calcul

17.3. Empreinte carbone des produits et des événements

- 17.3.1. Normes de référence méthodologiques
- 17.3.2. Portée de l'évaluation de l'empreinte carbone des produits
- 17.3.3. Portée de l'empreinte carbone des événements

17.4. Outils d'atténuation du changement climatique

- 17.4.1. Réduction et limitation des émissions
- 17.4.2. Compensations d'émissions
- 17.4.3. Avantages commerciaux. Certifications

17.5. Empreinte Hydrique

- 17.5.1. Étapes et unités
- 17.5.2. Différenciation de l'eau pour les calculs
- 17.5.3. L'empreinte eau pour les entreprises

17.6. Analyse du cycle de vie

- 17.6.1. Différenciation des approches
- 17.6.2. Processus ACV
- 17.6.3. Outils logiciels d'ACV

17.7. Eco- design et éco-étiquetage

- 17.7.1. Normalisation de l'éco-conception
- 17.7.2. Typologies de l'étiquetage écologique
- 17.7.3. Processus de l'étiquetage écologique

17.8. LEED et BREEAM

- 17.8.1. La valeur de la certification des bâtiments durables
- 17.8.2. Approches des deux certifications
- 17.8.3. Comparaison technique entre les deux certifications

17.9. Autres certifications de bâtiments durables

- 17.9.1. *Passive House*
- 17.9.2. *Well*
- 17.9.3. VERT

17.10. Certification énergétique des bâtiments

- 17.10.1. Efficacité énergétique dans les bâtiments
- 17.10.2. Conditions et procédures techniques
- 17.10.3. Principaux programmes de calcul

Module 18. Système de gestion de l'énergie

18.1. Systèmes de gestion: ISO 50001

- 18.1.1. Norme de référence et autres normes associées
- 18.1.2. Approche de la performance énergétique
- 18.1.3. Correspondance entre l'ISO 50001:2018 et ISO 50001:2011

18.2. Contexte organisationnel et leadership

- 18.2.1. Rayon d'action
- 18.2.2. Politique énergétique
- 18.2.3. Identification des parties prenantes et évaluation des risques et des opportunités

18.3. Revue de l'énergie

- 18.3.1. Identification des sources d'énergie
- 18.3.2. Détermination des utilisations significatives de l'énergie
- 18.3.3. Identification des variables et des facteurs statiques
- 18.3.4. Calcul de la performance énergétique
- 18.3.5. Estimation de la consommation future
- 18.3.6. Identification des possibilités d'amélioration

18.4. Indicateurs de base et de performance énergétique

- 18.4.1. Établissement de la période de référence
- 18.4.2. Mise en place d'indicateurs de performance énergétique
- 18.4.3. Suivi de la consommation, bases de référence et indicateurs

18.5. Soutien

- 18.5.1. Besoins de formation au sein du SGEN
- 18.5.2. Communications au sein du SGEN
- 18.5.3. Contrôle de la documentation

18.6. Opération Maintenance et exploitation

- 18.6.1. Établissement des critères d'exploitation les plus efficaces
- 18.6.2. Établissement des gammes de maintenance les plus efficaces
- 18.6.3. Économies d'énergie grâce à la maintenance prédictive

18.7. Opération Conception d'installations efficaces

- 18.7.1. Achats d'équipements consommateurs d'énergie
- 18.7.2. Design de nouvelles installations thermiques
- 18.7.3. Design de nouvelles installations éclairage

18.8. Évaluation des performances

- 18.8.1. Évaluation de la conformité aux exigences légales
- 18.8.2. L'audit interne, un outil fondamental
- 18.8.3. Examen de la gestion Objectifs et questions à traiter

18.9. Amélioration

- 18.9.1. Non-conformités et actions correctives
- 18.9.2. Amélioration continue du SGEN
- 18.9.3. Amélioration continue de la performance énergétique

18.10. Sensibilisation à l'efficacité énergétique

- 18.10.1. Les utilisateurs des installations comme personnel clé du SGEN
- 18.10.2. Modèles de campagnes de sensibilisation
- 18.10.3. Étude de cas

Module 19. Systèmes de gestion de l'environnement**19.1. Systèmes de gestion: ISO 14001**

- 19.1.1. Systèmes de gestion de l'environnement
- 19.1.2. Avantages du système de gestion environnemental
- 19.1.3. Phases de la mise en œuvre d'un SME

19.2. Contexte organisationnel et leadership

- 19.2.1. Compréhension de l'organisation, de son contexte et des parties prenantes
- 19.2.2. Portée du système
- 19.2.3. Politique environnementale
- 19.2.4. Rôles et responsabilités

19.3. Planification: Aspects et impact sur l'environnement

- 19.3.1. Aspects et impact sur l'environnement: Relation cause-effet
- 19.3.2. Identification des aspects environnementaux
- 19.3.3. Évaluation des aspects environnementaux

19.4. Planification: Objectifs, risques et opportunités

- 19.4.1. Actions pour faire face aux risques et aux opportunités
- 19.4.2. Exigences légales
- 19.4.3. Objectifs environnementaux et planification pour les atteindre

19.5. Soutien: Ressources, compétences et sensibilisation

- 19.5.1. Ressources
- 19.5.2. Compétences
- 19.5.3. Prise de décision

19.6. Soutien: Communication et information documentée

- 19.6.1. Communication environnementale interne et externe
- 19.6.2. Informations documentées
- 19.6.3. Contrôle de la documentation

19.7. Opération

- 19.7.1. Planification et contrôle des opérations
- 19.7.2. Perspective de l'analyse du cycle de vie
- 19.7.3. Préparation et réponse aux situations d'urgence

19.8. Évaluation des performances

- 19.8.1. Suivi, mesure, analyse et évaluation
- 19.8.2. Audit interne
- 19.8.3. Examen de la gestion

19.9. Amélioration

- 19.9.1. Non-conformités et actions correctives
- 19.9.2. Amélioration continue du SME
- 19.9.3. Amélioration continue de la performance environnementale

19.10. Transition de 14001 à EMAS

- 19.10.1. Règlement EMAS
- 19.10.2. Transition d'ISO 14001 à EMAS
- 19.10.3. ISO 14001 vs EMAS

Module 20. Audits des systèmes de gestion

20.1. Audits des systèmes de gestion

- 20.1.1. Caractéristiques des audits de systèmes de gestion
- 20.1.2. Types des audits de systèmes de gestion
- 20.1.3. Principes des audits de systèmes de gestion

20.2. Normes et organismes concernés

- 20.2.1. Acteurs et organismes concernés
- 20.2.2. Processus de certification
- 20.2.3. UNE-EN ISO 19011

20.3. Gestion d'un programme d'audit

- 20.3.1. Programme d'audit
- 20.3.2. Déterminer les objectifs du programme d'audit
- 20.3.3. Risques et opportunités du programme d'audit

20.4. Réalisation d'un audit

- 20.4.1. Départ de l'audit et préparation des activités
- 20.4.2. Réalisation d'activités d'audit
- 20.4.3. Conclusions et clôture de l'audit

20.5. Compétence et évaluation des auditeurs

- 20.5.1. Responsabilité et fonction des auditeurs
- 20.5.2. Détermination de la compétence de l'auditeur et de l'audité
- 20.5.3. Sélection de l'équipe d'audit

20.6. Outils et techniques d'application. Développement de l'audit

- 20.6.1. Techniques d'entretien
- 20.6.2. Listes de contrôle ou vérification
- 20.6.3. Modèles de liste de contrôle

20.7. Outils et techniques d'application. Rapport final

- 20.7.1. Préparation du rapport d'audit
- 20.7.2. Distribution des rapports d'audit
- 20.7.3. Modèles du rapport d'audit

20.8. Outils et techniques d'application. Traitement des résultats

- 20.8.1. Générer des conclusions d'audit
- 20.8.2. Traitement des conclusions d'audit
- 20.8.3. Plans d'actions correctives

20.9. Aspects particuliers des audits de systèmes de gestion environnemental

- 20.9.1. Vérification des méthodologies d'identification et d'évaluation des aspects environnementaux
- 20.9.2. Critères spécifiques pour la validation des aspects environnementaux
- 20.9.3. Visite du site pendant le processus d'audit

20.10. Aspects spécifiques des audits des systèmes de gestion de l'énergie

- 20.10.1. Vérification des méthodes de collecte de la consommation d'énergie
- 20.10.2. Critères de validation de la performance énergétique
- 20.10.3. Visite du site pendant le processus d'audit



“

Vous renforcerez vos compétences en matière de communication et de négociation, ce qui vous permettra d'influencer diverses parties prenantes et de promouvoir un changement positif dans la culture d'entreprise"

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.

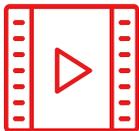
Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

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.



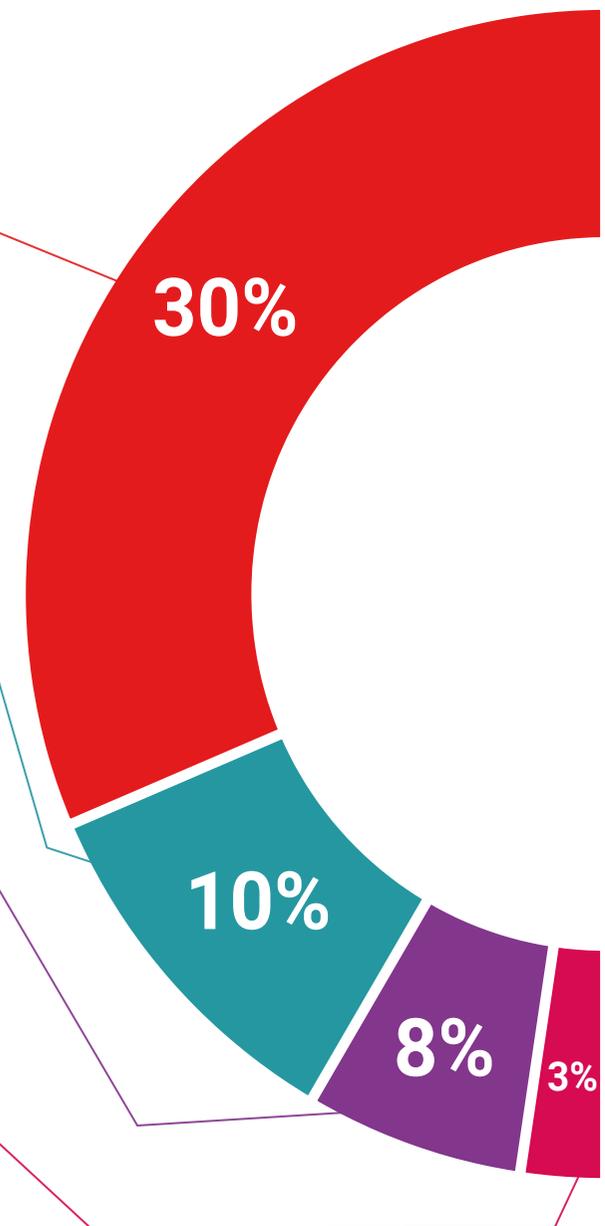
Stages en compétences de gestion

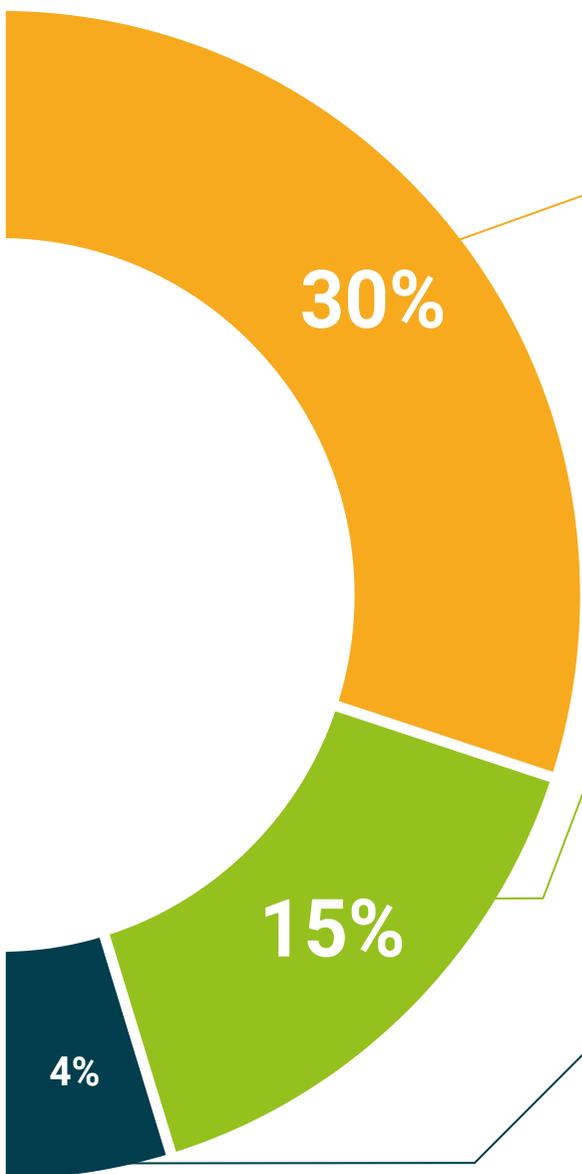
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



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

Le profil des étudiants de TECH Université Technologique est celui de professionnels dotés d'une formation et d'une expérience approfondies, qui comprennent l'importance de poursuivre leurs études au cours de leur vie professionnelle. Dans ce cas particulier, il s'agit de professionnels ayant des connaissances préalables en gestion d'entreprise, qui souhaitent étendre leur champ d'action à la gestion supérieure de la durabilité, et ils y parviendront grâce à un programme d'études de haute qualité.





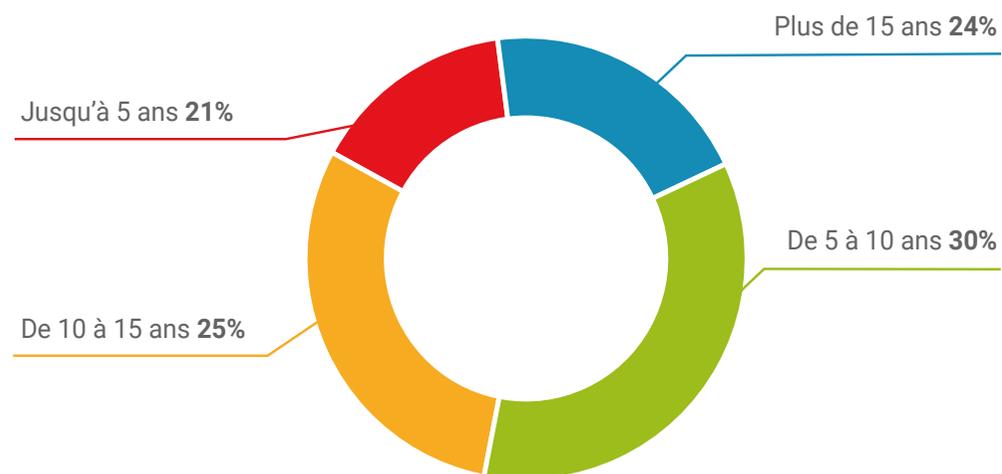
“

Ce programme s'adresse aux personnes désireuses d'améliorer leur employabilité grâce à des programmes d'études de premier ordre. Inscrivez-vous dès maintenant!

Âge moyen

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

Années d'expérience



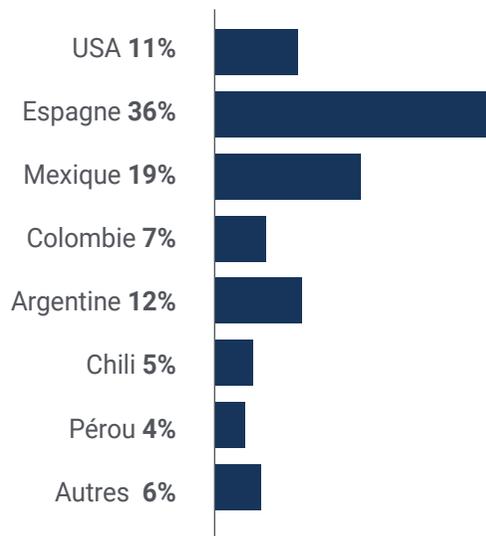
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Rodrigo Gutiérrez

Directeur d'entreprise

"J'ai fait un voyage incroyable dans le monde du développement Durable des Entreprises! L'achèvement de ce programme de Haute Gestion en Développement Durable a donné un coup de fouet à l'innovation et au succès à long terme de mon entreprise. Maintenant, je me sens prêt à apporter cette nouvelle mentalité verte au monde de l'entreprise et à faire de mon entreprise un lieu où la planète et les affaires prospèrent ensemble"

09

Direction de la formation

Les conférenciers ont été soigneusement sélectionnés pour leur expérience et leur expertise dans les domaines clés du développement durable, de l'éthique des affaires et de la gestion responsable. Ces professionnels disposent non seulement d'une solide formation universitaire, mais aussi d'une vaste expérience pratique dans le domaine de l'entreprise durable. Ainsi, la diversité de leurs expériences dans différents secteurs permettra aux diplômés d'acquérir une perspective complète et pratique sur les défis et les opportunités liés à la durabilité des entreprises.



A black and white photograph showing three people from a high angle, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape on the right side of the page.

“

L'équipe enseignante de ce Mastère Avancé vous préparera à affronter les défis complexes de la haute direction dans un contexte de durabilité, avec toutes les garanties de qualité de TECH"

Directeur invité international

Forte d'une carrière professionnelle exceptionnelle, Sarah Carson a axé ses recherches sur la **conformité** environnementale et la **durabilité** dans l'**enseignement supérieur**. Depuis plus de trente ans, elle fait partie de l'équipe de recherche de l'Université Cornell chargée d'implémenter et d'analyser l'**impact** des **politiques** d'entretien des **ressources naturelles**. En raison de son expertise dans ce domaine de spécialisation, elle a été choisie pour diriger l'**Office of Campus Sustainability** de l'Université de Cornell.

L'experte dirige ainsi les **projets de fourniture d'électricité** visant à **réduire l'empreinte carbone** de l'université. Elle a innové avec des technologies qui permettent, par exemple, de maintenir des températures élevées pendant l'hiver dans les établissements d'enseignement. Plus précisément, son équipe a opté pour la mise en œuvre d'une **source de chaleur géothermique renouvelable** appelée "ground source heat", dont les résultats ont déjà été rapportés dans **plusieurs rapports** d'impact global.

Parallèlement, il a participé activement à la **politique énergétique** de l'État de **New York** en matière de production d'énergie renouvelable. À cette fin, elle a collaboré au programme de volontariat pour l'**Initiative Régionale sur les Gaz à Effet de Serre** dans l'État américain de New York. Ce dernier est basé sur le **modèle Cap and Trade**, qui permet à l'université, au gouvernement local et à d'autres participants de **réclamer des crédits d'énergie renouvelable**.

En ce qui concerne sa vie universitaire, Mme Carson est titulaire d'un diplôme en **Gestion et Politique des Ressources Naturelles** de l'Université d'État de Caroline du Nord. Elle est également titulaire d'un diplôme en **Science et Politique de l'Environnement** de la School of Environmental Science and Forestry de l'Université de l'État de New York.



Mme Carson, Sarah

- ♦ Directrice, Bureau du développement durable, Université de Cornell, New York, États-Unis
- ♦ Responsable de l'Action Climatique du Campus, Université de Cornell, New York, USA
- ♦ Spécialiste de la Gestion de l'Environnement, Université de Cornell
- ♦ Responsable de l'Information sur l'Environnement, Université de Cornell
- ♦ Licence en Gestion et Politique des Ressources Naturelles, Université d'Etat de Caroline du Nord
- ♦ Licence en Sciences et Politiques de l'Environnement de l'Université de l'Etat de New York

“

TECH dispose d'un groupe distingué et spécialisé de Directeurs Internationaux Invités, qui occupent d'importantes fonctions de direction dans les entreprises les plus avant-gardistes du marché mondial.

Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

TECH dispose d'un groupe distingué et spécialisé de Directeurs Internationaux Invités, qui occupent d'importantes fonctions de direction dans les entreprises les plus avant-gardistes du marché mondial.

Directeur invité international

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

Saisissez l'occasion de vous informer sur les derniers progrès réalisés dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne”

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

Voulez-vous mettre à jour vos connaissances avec la plus haute qualité éducative? TECH vous offre le contenu le plus actuel du marché académique, conçu par d'authentiques experts de prestige international"

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. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les mises à jour des données des fournisseurs et la hiérarchisation des données des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

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

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

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



M. Arens, Manuel

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

“

Optez pour la TECH! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, implémenté par des spécialistes de renommée internationale dans le domaine"

Directeur invité international

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

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

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

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

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



M. La Sala, Andrea

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

“

Les professionnels internationaux les plus qualifiés et les plus expérimentés vous attendent à TECH pour vous offrir un enseignement de premier ordre, actualisé et fondé sur les dernières données scientifiques. Qu'attendez-vous pour vous inscrire?"

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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



Étudiez dans la meilleure université en ligne du monde selon Forbes! Dans ce MBA, vous aurez accès à une vaste bibliothèque de ressources multimédias, élaborées par des professeurs de renommée internationale"

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde! Le corps enseignant du MBA vous guidera tout au long du processus d'apprentissage"

Directeur invité international

Le Docteur Eric Nyquist est un grand professionnel du sport international, qui s'est construit une carrière impressionnante, reconnue pour son **leadership stratégique** et sa capacité à conduire le changement et l'**innovation** dans des **organisations sportives** de classe mondiale.

En fait, il a occupé des postes de haut niveau, notamment celui de **Directeur de la Communication et de l'Impact** à la **NASCAR**, basée en **Floride, aux États-Unis**. Fort de ses nombreuses années d'expérience, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de premier **Vice-président du Développement Stratégique** et de **Directeur Général des Affaires Commerciales**, gérant plus d'une douzaine de disciplines allant du **développement stratégique** au **Marketing du divertissement**.

Nyquist a également laissé une marque importante sur les principales **franchises sportives** de Chicago. En tant que **Vice-président Exécutif** des **Bulls de Chicago** et des **White Sox de Chicago**, il a démontré sa capacité à mener à bien des **affaires** et des **stratégies** dans le monde du **sport professionnel**.

Enfin, il a commencé sa carrière dans le sport en travaillant à **New York** en tant qu'**analyste stratégique principal** pour **Roger Goodell** au sein de la **National Football League (NFL)** et, avant cela, en tant que **Stagiaire Juridique** auprès de la **Fédération de Football des États-Unis**.



Dr Nyquist, Eric

- Directeur de la Communication et de l'Impact, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Senior du Développement Stratégique, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président de la Planification stratégique, NASCAR
- Directeur Senior des Affaires Commerciales à NASCAR
- Vice-président Exécutif, Franchises Chicago White Sox
- Vice-président Exécutif, Franchises des Bulls de Chicago
- Responsable de la Planification des Affaires à la National Football League (NFL)
- Stagiaire en Affaires Commerciales et Juridiques à la Fédération Américaine de Football
- Docteur en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires (MBA) de l'Université de Chicago (Booth School of Business)
- Licence en Économie Internationale du Carleton College



Grâce à ce diplôme universitaire 100% en ligne, vous pourrez combiner vos études avec vos obligations quotidiennes, avec l'aide des meilleurs experts internationaux dans le domaine qui vous intéresse. Inscrivez-vous dès maintenant!

Direction



M. Abreu Acosta, Guzmán

- ♦ Technicien en Planification Territoriale et Environnementale aux îles Canaries S.A
- ♦ Auditeur de la Prévention des Risques Professionnels, Spécialisation dans OSHAS 18001
- ♦ Avocat en Cabinet, spécialisé en Droit de l'Urbanisme et de l'Environnement

Professeurs

M. Bueno Márquez, Pedro

- ♦ Technicien de la Direction Générale de la Formation Professionnelle, Ministère de l'Éducation et des Sports
- ♦ Professeur Technique de Formation Professionnelle au Ministère Régional de l'Education et du Sport
- ♦ Technique de l'Agence Andalouse de l'Énergie
- ♦ Ingénieur de Projet à Aldesa Ingénierie et Services
- ♦ Ingénieur de Projet au Groupe de Recherche Andalou, Grande SL
- ♦ Ingénieur Chimiste à l'Université de Huelva
- ♦ Diplôme d'études supérieures en Gestion et Développement des Énergies Renouvelables de l'Université Catholique d'Avila

Dr Granell García, Lilia

- ♦ Responsable chez Cercan, cabinet de conseil en Énergies Renouvelables, îles Canaries
- ♦ Responsable et Administratrice de ReCap Solar
- ♦ Coordinatrice de Consultant en Projets Énergétiques 40, S.L
- ♦ Conseillère scientifique de la Mairie de La Laguna
- ♦ Directrice technique et commercial de SEIFERMANN et de Grupo SOTEC
- ♦ Doctorat en Physique et en Physique Nucléaire, Université d'État M.V. Lomonosov de Moscou
- ♦ Licence de Physique, spécialisation en Physique Fondamentale, Université de La Laguna, Espagne

Dr Contreras Acuña, Manuel

- ♦ Chercheur Engagé Département: Chimie et Science des Matériaux
- ♦ Doctorat en Chimie Faculté de Sciences Expérimentales, Université de Huelva
- ♦ Master en Techniques Instrumentales en Chimie, Faculté des Sciences Expérimentales, Université de Huelva
- ♦ Triple Master en Prévention des Risques Professionnels, Gestion de la Qualité et de l'Environnement
- ♦ Professeur Suppléant Intérim Département: Chimie et Science des Matériaux

Mme De Aspe Doldán, Ana María

- ♦ Technicienne en Durabilité et Ecomanager
- ♦ Experte en Efficacité Energétique par Femxa
- ♦ Expert en Calcul de l'Empreinte Carbone par le Centro de Formação Ingeoexpert
- ♦ Spécialiste en Durabilité, ESG et Communication Générale par l'Université de A Coruña
- ♦ Diplôme d'études supérieures en Eau, Assainissement et Hygiène en Coopération Internationale de l'Université d'Alcalá
- ♦ Diplôme de Chimie de l'Université de Santiago de Compostela

M. Palanco, César

- ♦ Directeur général d'INTENSA PROMILAB
- ♦ Spécialiste Indépendant en Services d'Ingénierie
- ♦ Technicien d'Installation chez TOGOGAS Huelva SL
- ♦ *Production Manager* en AZVI en Sevilla et Bucarest
- ♦ *Project Manager*, SACONSA
- ♦ Ingénieur Industriel, Spécialiste en Électromécanique de l'Université de Huelva

M. Espinosa, César

- ♦ Juriste spécialisée dans la Gestion de l'Environnement
- ♦ Coordinateur juridique du Département des Affaires Rurales et Marines et du Département de l'Environnement du Conseil Insulaire d'El Hierro
- ♦ Chef du Service de l'Environnement de la Municipalité d'Arona
- ♦ Responsable Technique Géoparc Mondial de l'UNESCO El Hierro
- ♦ Responsable Technique Réserve Mondiale de la Biosphère El Hierro
- ♦ Licence en Droit

M. Díaz Perdomo, Alberto

- ♦ Technicien en Administration Générale à la Mairie de San Cristóbal de La Laguna
- ♦ Consultant et Auditeur des Systèmes de Gestion de la Qualité, de l'Environnement et du PRL et des plans d'affaires chez Intemas Asesores SL
- ♦ Master en Qualité et Environnement de l'Ecole Européenne d'Affaires
- ♦ Licence en Économie de l'Université de La Laguna

Mme De los Reyes Flores, Marta

- ♦ Architecte Building Information Modeling
- ♦ Architecte chez INECO
- ♦ Experte en Revit: BIM Expert
- ♦ Master en Design d'intérieur de l'ESdesign Escuela Superior de Diseño de Barcelona
- ♦ Diplôme d'Architecture de l'Université de Castilla-La Mancha

10

Impact sur votre carrière

Ce programme TECH sera indispensable aux professionnels du monde des affaires qui souhaitent réorienter leur carrière en se spécialisant dans le domaine dynamique de la gestion de la durabilité par les cadres supérieurs. Il s'agit donc d'un Mastère Avancé qui inclura les aspects les plus pertinents dans ce domaine, et qui marquera un plus de qualité dans le CV des étudiants. Ce sera sans aucun doute l'opportunité qu'ils attendaient pour améliorer leur carrière.



“

Grâce à ce programme, vous apprendrez à gérer avec succès les départements de développement durable dans n'importe quelle entreprise"

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

Le Mastère Avancé en Haute Gestion de la Durabilité en Entreprise de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions, des entreprises au niveau international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

Ceux qui veulent s'améliorer, apporter un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs trouveront leur place chez TECH.

Optez pour la TECH! La plus grande université numérique du monde, selon Forbes, vous propose un programme unique qui rendra votre CV plus compétitif.

Vous obtiendrez l'amélioration de l'emploi que vous souhaitez, grâce à la spécialisation que TECH vous offre avec ce Mastère Avancé.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants.



11

Bénéfices pour votre entreprise

Ce programme de TECH a été conçu en gardant à l'esprit les besoins de formation des professionnels des entreprises en matière de gestion de la durabilité, mais aussi ce que les étudiants seront en mesure d'apporter aux entreprises dans lesquelles ils travaillent. Par conséquent, il ne s'agira pas seulement d'un avantage concurrentiel pour les étudiants eux-mêmes, qui bénéficieront d'une plus grande employabilité, mais aussi pour les entreprises, auxquelles ils pourront apporter toute leur valeur et leurs connaissances.



“

Vous fournirez aux entreprises dans lesquelles vous travaillez un nouveau modèle de leadership et de gestion dans le domaine de la durabilité, engagé dans un travail plus respectueux de l'environnement"

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

01

Accroître les talents et 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 professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel, ou développer de nouveaux projets, dans le domaine de la R+D ou le Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



12 Diplôme

Le Mastère Avancé en Haute Direction de la Durabilité en Entreprise garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Ce **Mastère Avancé en Haute Direction de la Durabilité en Entreprise** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé en Haute Direction de la Durabilité en Entreprise**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**



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



Mastère Avancé Haute Direction de la Durabilité en Entreprise

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

Mastère Avancé

Haute Direction de la
Durabilité en Entreprise

