

Mastère Avancé

Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance

G M A D I A



tech université
technologique



Mastère Avancé Haute en Gestion de l'Industrie de l'Assurance

- » 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-gestion-industrie-assurance

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 24

06

Structure et contenu

page 32

07

Méthodologie

page 58

08

Profil de nos étudiants

page 66

09

Direction de la formation

page 70

10

Impact sur votre carrière

page 92

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 96

12

Diplôme

page 100

01 Présentation

La Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance est un pilier fondamental dans les organisations, car elle leur permet de résoudre leurs problèmes de manière optimale et d'atteindre leurs objectifs stratégiques de manière efficace. C'est pourquoi de plus en plus d'organisations cherchent à intégrer des experts dans ce domaine dans leurs structures organisationnelles. L'objectif est qu'ils fournissent des solutions innovantes pour relever les défis réglementaires et commerciaux qui se posent constamment dans ce domaine en pleine expansion. C'est pourquoi TECH met en place un diplôme universitaire pionnier qui permettra aux professionnels de s'adapter aux tendances du marché et d'utiliser les technologies émergentes à leur avantage. Le tout dans un format pratique 100% en ligne, qui s'adapte à l'emploi du temps des professionnels occupés.



Mastère Avancé en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance
TECH Université Technologique



“

*Un excellent Mastère Avancé 100% en ligne
qui fera de vous un véritable leader pour les
compagnies d'assurance, capable de relever
avec succès tous les défis du secteur"*

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

L'objectif principal de ce Mastère Avancé est de fournir aux étudiants une solide compréhension des principes, des pratiques et des tendances actuelles de l'industrie de l'assurance. De cette manière, les ressources éducatives permettront aux experts de développer des compétences de leadership efficaces, en étant hautement qualifiés pour diriger des équipes et des organisations dans ce domaine de spécialisation. Les diplômés intégreront dans leur pratique quotidienne des stratégies innovantes pour la croissance et la compétitivité des institutions du secteur de l'assurance. D'autre part, les experts tireront parti des tendances émergentes pour s'adapter rapidement aux changements du marché et de l'environnement réglementaire.



“

Grâce à ce diplôme universitaire, vous augmenterez votre confiance dans la prise de décisions stratégiques et vous relèverez les défis auxquels vous êtes confrontés dans le cadre de vos projets”

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

Le **Mastère Avancé en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance** 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

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

02

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



03

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

05

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

06

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

08

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

09

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

07

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

10

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



11

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

14

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

12

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

13

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

15

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



16

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

18

Créer des stratégies innovantes en accord avec les différents projets



19

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

17

Traiter les mécanismes de partage de la charge de travail des ressources partagées entre plusieurs projets

20

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

21

Développer des connaissances spécialisées sur la mise en œuvre et le fonctionnement des compagnies d'assurance de pays étrangers dans d'autres pays: (i) au sein de l'Union Européenne et (ii) dans des pays extérieurs à l'Union Européenne

24

Délimiter le cadre de conformité de l'activité d'assurance

22

Développer les particularités du contrat d'assurance

23

Examiner le cadre réglementaire international du marché de l'assurance et son évolution récente

25

Analyser l'évolution de l'assurance



26

Réfléchir aux implications de la réglementation non sectorielle pour l'assurance

28

Déterminer l'interaction entre le droit de la consommation et le droit des assurances et ses conséquences

29

Développer une connaissance spécialisée de l'assurance et des concepts clés qui définissent l'activité d'assurance

27

Évaluer l'impact de la sécurité de l'information sur le cadre législatif de l'assurance

30

Déterminer l'importance du risque comme élément essentiel de l'activité d'assurance



31

Examiner le fonctionnement général de l'Activité d'Assurance et les réglementations qui la régissent

34

Analyser le marché mondial de l'assurance en mettant l'accent sur l'activité de distribution

32

Établir la pertinence de la gestion des risques auxquels sont confrontées les compagnies d'assurance en tant qu'élément clé de la gestion des compagnies d'assurance

33

Identifier les défis les plus immédiats auxquels est confrontée la gestion des risques

35

Déterminer ce que l'on entend par distribution d'assurance au niveau européen et international



36

Identifier les principaux acteurs de la distribution

38

Développer les aspects clés de la fonction de conformité réglementaire

39

Identifier les normes internationales en matière de conformité réglementaire

37

Examiner l'importance des mesures de protection des consommateurs

40

Identifier les interrelations entre la fonction de conformité et le reste de l'organisation



05

Compétences

Ce programme universitaire fournira aux experts un large éventail de compétences qui leur permettra de relever avec succès tous les défis qui peuvent survenir au cours du développement de leurs activités professionnelles dans l'industrie de l'Assurance. Dans cette optique, les diplômés acquerront les compétences nécessaires pour gérer efficacement les ressources financières des organisations (y compris le reporting, la planification budgétaire et la gestion des capitaux). En outre, ils se caractériseront par leur vision stratégique des entreprises, leur capacité à diriger des équipes et à prendre des décisions visant à atteindre les objectifs de l'entreprise.



“

Un programme 100% en ligne qui complétera votre cursus professionnel par un double 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

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

08

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

09

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

07

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

10

Développer les compétences des étudiants en comptabilité financière pour l'interprétation et l'évaluation des entreprises du secteur de l'assurance



11

Identifier les différentes méthodologies de mesure et de gestion des risques

12

Mesurer et gérer les risques auxquels une compagnie d'assurance est confrontée dans ses activités quotidiennes

13

Examiner l'importance de comprendre le système de gouvernance pour garantir une gestion prudente des activités d'assurance

14

Comprendre la raison d'être du contrôle du processus et de l'interaction avec les données, la disponibilité et la suffisance des données, et les processus de contrôle, sur la base des réglementations en vigueur et des points de vue et normes des institutions internationales

15

Développer des connaissances spécialisées dans les domaines concernés tels que la Comptabilité, la Finance, le Technique-Actuarielle, l'Informatique, ayant un caractère pluridisciplinaire et global, ce qui inclut les tâches, les limites et les responsabilités de base qui y sont liées



16

Examiner les obligations générales d'information dans la commercialisation des produits d'assurance

18

Identifier les risques potentiels qui peuvent survenir au cours du processus de commercialisation



19

Comprendre le cycle de vie du produit et sa gouvernance

17

Fournir des connaissances dans la transmission de l'information ainsi que dans le développement d'une publicité appropriée et véridique

20

Développer des connaissances spécialisées sur l'Impôt sur les Sociétés (IS) pour le secteur de l'assurance à partir d'une adaptation sectorielle du PGC et analyser les éléments fondamentaux pour optimiser et monétiser la fiscalité d'une compagnie d'assurance

21

Déterminer les *hot topics* pour revoir et planifier l'imposition directe des bénéfices générés par les compagnies d'assurance au niveau international

24

Déterminer les spécificités de la fonction de conformité dans les secteurs réglementés

22

Revoir le rôle du responsable de la conformité

23

Évaluer les tendances actuelles en matière de conformité

25

Compiler les principaux sujets qui ne devraient pas manquer dans un programme de conformité



26

Développer les compétences des étudiants en comptabilité financière pour l'interprétation et l'évaluation des entreprises du secteur de l'assurance

28

Développer des connaissances spécialisées dans les domaines concernés tels que la Comptabilité, la Finance, le Technique-Actuarielle, l'Informatique, ayant un caractère pluridisciplinaire et global, ce qui inclut les tâches, les limites et les responsabilités de base qui y sont liées

29

Fournir des connaissances dans la transmission de l'information ainsi que dans le développement d'une publicité appropriée et véridique

27

Mesurer et gérer les risques auxquels une compagnie d'assurance est confrontée dans ses activités quotidiennes

30

Identifier les risques potentiels qui peuvent survenir au cours du processus de commercialisation



06

Structure et contenu

Ce diplôme universitaire est conçu par des experts en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance, qui fourniront aux étudiants une solide compréhension de la gestion des compagnies d'assurance. À cette fin, le programme comprendra des modules perturbateurs consacrés aux aspects juridiques de l'assurance et du risque. Le programme abordera également la préparation d'un plan de crise pour permettre aux diplômés d'anticiper les problèmes qui peuvent survenir au cours de leur travail. En outre, le programme analysera rigoureusement des aspects tels que le système de Gouvernance, le Processus ORSA et l'Evaluation Interne du Risque et de la Solvabilité.



“

TECH utilise une méthodologie 100% en ligne, avec laquelle vous serez plus que capable de concevoir des projets hautement innovants dans l'Industrie de l'Assurance"

Plan d'études

Le Mastère Avancé en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance 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 l'industrie de l'Assurance 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 des compagnies d'assurance. 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	L'assurance en tant qu'Activité Réglementée dans la sphère internationale
Module 12	Aspects juridiques de l'assurance: contexte international
Module 13	L'Assurance et le Risque
Module 14	Distribution de l'Assurance
Module 15	Conformité réglementaire et Gouvernance d'Entreprise Internationale
Module 16	Composition du bilan dans le cadre de la réglementation Solvabilité II
Module 17	Solvabilité II: la gestion prudente de l'activité d'assurance
Module 18	Risque de Conduite et Supervision dans le secteur de l'Assurance
Module 19	La fiscalité dans l'Industrie de l'Assurance. Impôts Directs
Module 20	Fiscalité dans l'Industrie de l'Assurance. Impôts Indirects

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Mastère Avancé en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance 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

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

1.4. Développement de la gestion et le

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

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

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

responsable

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

1.6. Durabilité

1.7. Responsabilité Sociale des

1.8. Systèmes et outils de Gestion

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

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

1.10. Environnement juridique et Corporate Governance

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

Module 3. Gestion des personnes et des talents

3.1. Comportement Organisationnel

- 3.1.1. 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

<p>3.17. Négociation et gestion des conflits 3.17.1 Négociation 3.17.2 Gestion des Conflits 3.17.3 Gestion de Crise</p>	<p>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</p>	<p>3.19. Gestion des Ressources Humaines et équipes de santé et sécurité au travail 3.19.1. Gestion des ressources humaines et Équipement 3.19.2. Prévention des risques professionnels</p>	<p>3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents 3.20.1. Productivité 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents</p>
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>

Module 4. Gestion économique et financière

<p>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</p>	<p>4.2. Le financement de l'entreprise 4.2.1. Sources de financement 4.2.2. Types de coûts de financement</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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></p>	<p>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</p>

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

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

4.16. Analyse et planification financières

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

(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

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

5.3. Structure et types de production

- 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

5.4. Structure et types

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

d'approvisionnement (SCM)

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

- 5.5.1. 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

5.7. Gestion stratégique des achats

5.8. Typologie de la chaîne

5.9. Supply Chain Management

<p>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> <p>5.10. Interactions de la SCM avec tous les</p>	<p>secteurs</p> <p>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> <p>5.11. Coûts logistiques</p>	<p>5.11.1. Coûts logistiques 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques</p> <p>5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes</p>	<p>logistiques: KPIs</p> <p>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> <p>5.13. Gestion des processus</p>
<p>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> <p>5.14. Distribution et transport</p>	<p>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> <p>5.15. Logistique et clients</p>	<p>5.15.1. Analyse de la demande 5.15.2. Prévision de la demande et ventes 5.15.3. Planification des ventes et des opérations 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)</p> <p>5.16. Logistique internationale</p>	<p>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> <p>5.17. Outsourcing des opérations</p>
<p>5.17.1. Gestion des opérations et Outsourcing 5.17.2. Mise en œuvre de l'Outsourcing dans les environnements logistiques</p> <p>5.18. Compétitivité des opérations</p>	<p>5.18.1. Gestion des opérations 5.18.2. Compétitivité opérationnelle 5.18.3. Stratégie des opérations et avantages concurrentiels</p> <p>5.19. Gestion de la qualité</p>	<p>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</p>	

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. Technologie et stratégie 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

de décision

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

6.6. Systèmes d'information pour la prise

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,

- 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 *E-commerce* 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. *Branded Content & Storytelling*

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

fidéliser les clients.

- 7.8.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hyper-segmentation

7.8. Marketing Numérique pour attirer et
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

- 7.10.2. Étapes du créer un plan de marketing en ligne
- 7.10.3. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne

- 7.11.1. Qu'est-ce que le *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Différence entre le marketing online et offline
- 7.11.3. Aspects à prendre en compte dans la stratégie de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Caractéristiques d'une stratégie de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recommandations en *Blended Marketing*
- 7.11.6. Bénéfices du *Blended Marketing*

- 7.12.1. Stratégie de vente
- 7.12.2. Méthodes de vente

7.10. Plan de marketing en ligne

- 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne?

7.11. Blended marketing
7.12. Stratégie de vente
7.13. Communication d'Entreprise

- 7.13.1. Concept
- 7.13.2. Importance la communication dans l'Organisation
- 7.13.3. Type de la communication dans les organisations
- 7.13.4. Fonction 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

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

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

7.14. Stratégie de la Communication
7.15. Communication et réputation

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

internationales

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

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

- 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

8.6. L'investigation des marché

8.7. Études de faisabilité

8.8. Publicité

- 8.9.2. Analyse et diagnostic de la situation
- 8.9.3. Décisions de marketing stratégique
- 8.9.4. Décisions de marketing opérationnel

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

- 8.11.3. Plan média

- concurrentielle commerciale de l'entreprise/ du marché
- 8.12.3. Systèmes de planification commerciale de l'entreprise
- 8.12.4. Principales stratégies concurrentielles

8.10. Stratégies de promotion et Merchandising

- 8.10.1. Communication Marketing Intégrée

8.11. Planification des médias

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

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

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

- 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

- 8.15.2. 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

- 8.16.1. 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

8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale

- 8.14.1. Stratégie commerciale et stratégie

8.15. Direction et gestion du réseau de vente

- 8.15.1. Sales Management. Gestion des ventes

8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale

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	gestion et du plan de vente annuel
8.18. Gestion financière et budgétaire	8.18.3. Impact financier des décisions stratégiques des entreprises
8.18.1. Seuil de rentabilité	8.18.4. Gestion des cycles, rotations, rentabilité et liquidité
8.18.2. Variations du budget des ventes. Contrôle de	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*

9.10. 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 *Branding Personnel*
- 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. L'assurance en tant qu'Activité Réglementée dans la sphère internationale**11.1. Régime de Mise en œuvre pour les Assureurs Communautaires dans d'autres pays de l'Union Européenne: État membre d'origine, État membre d'accueil**

- 11.1.1. Libre prestation de services
- 11.1.2. Droit d'établissement
- 11.1.3. Agence d'abonnement

11.2. Obligations des entreprises d'assurance

- 11.2.1. Représentation permanente dans l'État d'accueil
- 11.2.2. Service à la clientèle
- 11.2.3. Service de défense de la clientèle

11.3. Fonction de l'organe de contrôle de l'État d'origine

- 11.3.1. Fonction de surveillance
- 11.3.2. Fonction de sanction
- 11.3.3. Fonction de contrôle

11.4. Fonction de l'organe de contrôle de l'État d'accueil

- 11.4.1. Fonction de surveillance
- 11.4.2. Fonction de sanction
- 11.4.3. Fonction de contrôle

11.5. Régime applicable aux entreprises d'assurance de pays tiers dans l'Union Européenne

- 11.5.1. Établissement permanent
- 11.5.2. Libre prestation de services
- 11.5.3. Agence d'abonnement

11.6. Régime d'exercice des assureurs Communautaires dans les pays tiers

- 11.6.1. Établissement permanent
- 11.6.2. Libre prestation de services
- 11.6.3. Agence d'abonnement

11.7. Régime spécial d'assurance automobile

- 11.7.1. Obligations de l'État d'accueil
- 11.7.2. Représentation
- 11.7.3. Gestion des réclamations

11.8. Ofesauto et Organismes équivalents dans les pays Tiers

- 11.8.1. Organisation
- 11.8.2. Compétences
- 11.8.3. Fonctionnement

11.9. Contrats d'assurance et clauses juridictionnelles

- 11.9.1 Juridiction
- 11.9.2. Compétences
- 11.9.3 Normes des Conflits

11.10. Systèmes de résolution des conflits

- 11.10.1. Médiation
- 11.10.2. Arbitrage
- 11.10.3. Accords de collaboration

Module 12. Aspects juridiques de l'assurance. Contexte international

12.1. Le Contrat d'Assurance. Particularités

- 12.1.1. Objet du contrat, caractère onéreux et aléatoire
- 12.1.2. Parties au contrat et autres intervenants
- 12.1.3. Onérosité, consensualité et exécution successive

12.2. Les branches de l'assurance

- 12.2.2. Critères internationaux de définition
- 12.2.3. Branches de l'assurance vie
- 12.2.4. Branches de l'assurance non-vie

12.3. Le cadre réglementaire de l'assurance: Europe, Amérique et Asie-Pacifique

- 12.3.1. Principes et normes de l'AICA
- 12.3.2. Aperçu des progrès réglementaires: exigences quantitatives et qualitatives
- 12.3.2. Évolution des exigences en matière de gouvernance

12.4. Législation internationale sur le contrôle de l'activité d'assurance

- 12.4.1. Organes Internationaux de Surveillance et de Contrôle
- 12.4.2. Autorités de Surveillance: Compétences et coordination dans un environnement mondial
- 12.4.3. Principales questions réglementaires dans le domaine du contrôle et de la surveillance

12.5. Protection des données personnelles

- 12.5.1. Modèles de réglementation en matière de protection de la vie privée: Europe, Amérique et Asie-Pacifique
- 12.5.2. Impact global de la Réglementation Européenne sur la Protection des Données
- 12.5.3. Environnement physique et numérique

12.6. Prévention de la blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme

- 12.6.1. Réglementation du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme
- 12.6.2. Recommandations du Groupe d'Action Financière Internationale (GAFI/FATF)
- 12.6.3. Pays à Haut Risque

12.7. Prévention de la fraude

- 12.7.1. Typologie de la fraude. Concept
- 12.7.2. Éléments des systèmes de gestion de la fraude
- 12.7.3. Réglementation sectorielle de la fraude

12.8. Développements et perspectives sur les nouveaux risques et le développement durable: Éthique et Responsabilité dans la activité d'assurance

- 12.8.1. De RSC à ESG.
- 12.8.2. Nouveaux paradigmes en matière de durabilité et de risque
- 12.8.3. Évolution des exigences réglementaires sur la scène internationale

12.9. Cyber-résilience, gouvernance et sécurité des TIC

- 12.9.1. Sécurité des réseaux et des systèmes d'information: Évolution de la réglementation
- 12.9.2. L'impact des assureurs sur les niveaux de Cyber-résilience
- 12.9.3. Cadre de cyber-sécurité

12.10. Protection des consommateurs. Obligations de transparence et d'information

- 12.10.1. Principes directeurs des Nations Unies pour la protection des Consommateurs
- 12.10.2. Transparence et divulgation d'informations: Évolution de la réglementation
- 12.10.3. Commerce électronique et vente à distance

Module 13. L'Assurance et le Risque**13.1. Le Risque et son rôle dans la activité d'assurance**

- 13.1.1. Le Risque. Contextualisation
- 13.1.2. Le Risque dans l'Activité d'Assurance
- 13.1.3. Comportements à l'égard du Risque

13.2. Le Risque Assurable

- 13.2.1. Conditions d'Assurabilité d'un Risque
- 13.2.2. Classification des Risques
- 13.2.3. Sélection et Surveillance des Risques

13.3. Répartition du Risque entre les assureurs

- 13.3.1. Répartition du Risque
- 13.3.2. La Réassurance
- 13.3.3. La Co-assurance

13.4. L'Activité d'Assurance

- 13.4.1. Cycle de l'Activité d'assurance
- 13.4.2. Éléments de l'Activité d'Assurance
- 13.4.3. Bénéfice ou Marge Bénéficiaire dans les Activités d'Assurance

13.5. Le Secteur de l'Assurance et le Contrôle de son Activité

- 13.5.1. Fonction économique et sociale de l'Assurance
- 13.5.2. Contrôle de l'Activité d'Assurance
- 13.5.3. Objectifs du Contrôle

13.6. Évolution de la Législation sur la Solvabilité

- 13.6.1. Concept de Solvabilité. Importance dans le Secteur de l'Assurance
- 13.6.2. Évolution de la Législation Européenne
- 13.6.3. Législation en matière de Solvabilité dans les Pays Tiers

13.7. Solvabilité II et Risque

- 13.7.1. Évaluation du Risque Quantitatif
- 13.7.2. Évaluation du Risque Qualitatif
- 13.7.3. Information et Transparence du Marché

13.8. La Gestion du Risque en tant qu'élément clé des Entités d'Assurance

- 13.8.1. Système de Gestion des Risques
- 13.8.2. Processus de Gestion des Risques
- 13.8.3. la gestion des Risque dans l'Activité d'Assurance. Pertinence

13.9. La Gestion du Risque et son Rôle dans la Transformation Numérique

- 13.9.1. Transformation Digitale. Contextualisation
- 13.9.2. Transformation Numérique dans l'Activité d'Assurance
- 13.9.3. Transformation Numérique et Gestion des Risques

13.10. Risques émergents dans l'Activité d'Assurance

- 13.10.1. Cyber-risques
- 13.10.2. Risques NRBC
- 13.10.3. Autres risques émergents

Module 14. Distribution de l'Assurance

14.1. Analyse du secteur de l'assurance: Chiffres

- 14.1.1. Le marché mondial de l'assurance
- 14.1.2. L'activité d'assurance
- 14.1.3. Le contrôle des assurances

14.2. Réglementation de l'activité de Distribution

- 14.2.1. Réglementation au niveau mondial
- 14.2.2. Réglementation dans les différentes juridictions internationales
- 14.2.3. Institutions de surveillance

14.3. Activité de Distribution

- 14.3.1. Qu'est-ce que la distribution
- 14.3.2. Ce que la distribution n'est pas
- 14.3.3. La Distribution internationale

14.4. Types de distributeurs

- 14.4.1. Distributeurs dans l'UE
- 14.4.2. Distributeurs en dehors de l'UE
- 14.4.3. Mention spéciale pour les OBS (Opérateurs Bancaires d'Assurance)

14.5. Conditions d'accès à l'activité de distribution, obligations et Enregistrement administratif

- 14.5.1. Conditions d'accès à l'activité de distribution
- 14.5.2. Obligations applicables
- 14.5.3. Enregistrement administratif

14.6. Informations à fournir au client et gouvernance des produits

- 14.6.1. Obligations générales d'information du client
- 14.6.2. Obligations d'information spécifiques: critères de durabilité et Greenwashing
- 14.6.3. Obligation de prévenir les conflits d'intérêts

14.7. Protection des consommateurs

- 14.7.1. Cadre juridique de la protection des consommateurs de produits financiers
- 14.7.2. Plans d'action au niveau mondial
- 14.7.3. Plans d'action dans différentes Juridictions internationales

14.8. Activité transfrontalière

- 14.8.1. Activité au sein de l'UE en Droit d'établissement
- 14.8.2. Activité au sein de l'UE dans le cadre de la Libre prestation de services
- 14.8.3. Activité en dehors de l'UE

14.9. Formation des distributeurs

- 14.9.1. Exigences
- 14.9.2. Objectifs de la formation
- 14.9.3. Formation au niveau international

14.10. Supervision des distributeurs

- 14.10.1. Autorités de surveillance
- 14.10.2. Types de surveillance
- 14.10.3. Contrôle Administratif

Module 15. Conformité Réglementaire et Gouvernance d'Entreprise Internationale**15.1. Conformité Réglementaire,**

- 15.1.1. Conformité:
- 15.1.2. Origine et évolution de la conformité
- 15.1.3. L'avenir de la conformité

15.2. Conformité et Gouvernement des Entreprises

- 15.2.1. Gouvernance d'Entreprise
- 15.2.2. Principes de gouvernement d'entreprise de l'OCDE et du G20
- 15.2.3. La responsabilité des Conseils d'Administration

15.3. Normes internationales en matière de conformité réglementaire

- 15.3.1. Activité de normalisation internationale
- 15.3.2. ISO 19600 et ISO 37001
- 15.3.3. La structure de haut niveau des systèmes de gestion

15.4. La fonction de conformité dans les organisations

- 15.4.1. La fonction, sa nécessité et sa relation avec d'autres domaines
- 15.4.2. Avantages et enjeux
- 15.4.3. Externalisation de la fonction

15.5. La figure du Responsable de Conformité

- 15.5.1. Le responsable du respect des engagements dans l'organigramme de l'entreprise
- 15.5.2. Indépendance, impartialité et détermination des fonctions
- 15.5.3. La responsabilité du cadre chargé du respect des engagements

15.6. Questions de conformité (I) Prévention du blanchiment d'argent

- 15.6.1. Responsabilité pénale des personnes morales. Perspective internationale
- 15.6.2. Politiques de lutte contre la corruption. Guides de bonnes pratiques OCDE
- 15.6.3. Prévention du blanchiment d'argent

15.7. Questions de conformité (II). Sécurité de l'Information

- 15.7.1. Sécurité de l'information
- 15.7.2. Modèle BYOD vs. contrôle par l'entreprise de l'utilisation des ressources technologiques
- 15.7.3. Société de l'information

15.8. Questions de conformité (III). Propriété Intellectuelle

- 15.8.1. Confidentialité et protection des données
- 15.8.2. Propriété intellectuelle
- 15.8.3. Protection des secrets d'affaires

15.9. Normes et accords de niveau de service

- 15.9.1. Normes et organismes de normalisation
- 15.9.2. Mise en œuvre et avantages des normes
- 15.9.3. Accords de niveau de service (SLA)

15.10. Conformité réglementaire dans les secteurs réglementés

- 15.10.1. Secteur réglementé et approche internationale
- 15.10.2. Secteur financier
- 15.10.3. Secteur de l'assurance

Module 16. Composition du bilan dans le cadre de la réglementation Solvabilité II

16.1. Solvabilité II:

- 16.1.1. Processus de définition de Solvabilité II
- 16.1.2. Solvabilité I vs Solvabilité II:
- 16.1.3. Domaine d'application
- 16.1.4. Structuration de solvabilité II
- 16.1.5. Mesures de transition de Solvabilité II
- 16.1.6. Révision réglementaire de Solvabilité II

16.2. Bilan économique: Actif

- 16.2.1. Évaluation des actifs (NIIF13)
- 16.2.2. Actifs incorporels
- 16.2.3. Contrats de location-financement et opérationnels
- 16.2.4. Actifs corporels
- 16.2.5. Inversions
- 16.2.6. *Ajustement de l'appariement* et réplcation du Portefeuille

16.3. Bilan économique: Passif

- 16.3.1. Dispositions techniques. Séparation par LPP
- 16.3.2. Calcul du passif: *as a whole* vs. meilleure estimation
- 16.3.3. Calcul de la valeur actuelle des provisions

16.4. Bilan économique: Capitaux propres

- 16.4.1. Évaluation des Fonds Propres Nets: Fonds propres de base
- 16.4.2. Évaluation des Fonds Propres Nets: Fonds propres de Complémentaires
- 16.4.3. Qualité des fonds propres Tier
- 16.4.4. Solvabilité II - Minimum de Capital Requis (MCR)
- 16.4.5. Carte des risques. Formule standard ou modèle interne/partiel

16.5. Risque de souscription en assurance vie

- 16.5.1. Risque de souscription en vie
- 16.5.2. Risque de souscription en cas de décès
- 16.5.3. Risque de souscription en assurance maladie (techniques de vie)

16.6. Risques du marché

- 16.6.1. Risque de marché
- 16.6.2. Risques du taux d'intérêt
- 16.6.3. Marché des Risques à Revenu Variables
- 16.6.4. Risque immobilier
- 16.6.5. Risque de spread
- 16.6.6. Risque de concentration
- 16.6.7. Risque de change

16.7. Risque de souscription en non-vie

- 16.7.1. Risque de souscription en non-vie: Primes et réserves ; chute et catastrophe
- 16.7.2. Risque de souscription en assurance maladie (techniques non-vie)
- 16.7.3. USP: Paramètres propres

16.8. Risque opérationnel, risque de crédit et calcul du BSCR

- 16.8.1. Risque opérationnel
- 16.8.2. Méthodes de calcul du risque opérationnel
- 16.8.3. Introduction au risque de crédit
- 16.8.4. Méthodes de calcul du risque opérationnel
- 16.8.5. Matrice d'agrégation des risques globaux BSCR

16.9. SCR intergroupe: situation financière

- 16.9.1. Entité participante
- 16.9.2. Entité apparentée
- 16.9.3. Groupes soumis au contrôle
- 16.9.4. Méthodes de consolidation et calcul de la solvabilité du groupe

- 16.10.1. Niif 17
- 16.10.2. Méthode BBA
- 16.10.3. Méthode VFA
- 16.10.4. Méthode PAA
- 16.10.5. Transition

16.10. Nouvelles normes: IFRS 17

Module 17. Solvabilité II: Gestion Privée de l'Activité d'Assurance**17.1. Système de Gouvernance et de Gestion des Risques**

- 17.1.1. Aptitude et honorabilité
- 17.1.2. Conflits d'intérêts
- 17.1.3. Système de gestion des risques

17.2. Évaluation interne des Risques et de la Solvabilité (ORSA)

- 17.2.1. Processus ORSA
- 17.2.2. Risques significatifs: Tests de Résistance et analyse de scénarios
- 17.2.3. Description et contenus du rapport ORSA

17.3. Appétence et Tolérance au Risque

- 17.3.1. Considérations pour la détermination de l'appétence pour le risque
- 17.3.2. Méthodologie
- 17.3.3. Cadres de Référence

17.4. Contrôle interne et Audit interne

- 17.4.1. Système de contrôle interne
- 17.4.2. Fonction d'audit interne
- 17.4.3. Carte des Risques

17.5. Fonction Actuarielle

- 17.5.1. Structure organisationnelle
- 17.5.2. Lignes de défense
- 17.5.3. Champ d'application de la fonction actuarielle

17.6. Rapport sur la Solvabilité et la Situation Financière

- 17.6.1. Système de Gouvernance
- 17.6.2. Profil de Risque
- 17.6.3. Évaluation à des fins de solvabilité et de Gestion du capital

17.7. Rapports périodiques de surveillance

- 17.7.1. Rayon d'action
- 17.7.2. Objectifs
- 17.7.3. Risques futurs anticipés

17.8. Modèles de Rapports Quantitatifs - Trimestriel

- 17.8.1. Informations nécessaires à la surveillance
- 17.8.2. Taxonomie
- 17.8.3. Périodicité

17.9. Modèles de Rapports Quantitatifs - Annuel

- 17.9.1. Informations nécessaires à la surveillance
- 17.9.2. Taxonomie
- 17.9.3. Périodicité

17.10. Modèles Internes. Autres considérations

- 17.10.1. Modèles internes
- 17.10.2. Entreprises Captives
- 17.10.3. Révision des règles de l'UE en matière d'assurance

Module 18. Risque de Conduite et Supervision dans le secteur de l'Assurance

18.1. Principes généraux d'action et obligations générales d'Information

- 18.1.1. Principes généraux et obligations d'information
- 18.1.2. Informations à fournir par un entité d'assurance
- 18.1.3. Informations à fournir par un intermédiaire d'assurance

18.2. Règles de divulgation et règles de conduite

- 18.2.1. Réglementation applicable à la commercialisation des instruments financiers
- 18.2.2. Réglementation communautaire en matière d'information et de règles de conduite
- 18.2.3. Réglementation internationale, rapprochement et exemples

18.3. Information précontractuelle

- 18.3.1. Types de ventes
- 18.3.2. Assurance non-vie
- 18.3.3. Assurance vie

18.4. Information préalable à la souscription de produits d'investissement fondés sur l'assurance

- 18.4.1. Produits d'investissement fondés sur l'assurance
- 18.4.2. Informations sur les produits d'investissement fondés sur l'assurance
- 18.4.3. Types de ventes

18.5. Modalités de transmission de l'information

- 18.5.1. Exigences générales
- 18.5.2. Commercialisation à distance
- 18.5.3. Exigences particulières pour les produits d'investissement fondés sur l'assurance

18.6. Publicité dans les Opérations d'Assurance

- 18.6.1. Principes généraux et restrictions en matière de dénomination
- 18.6.2. Publicité pour les entités d'assurance
- 18.6.3. Publicité pour les courtiers d'assurance

18.7. Conflits d'intérêts dans la Distribution d'Assurances

- 18.7.1. Détection des conflits d'intérêts
- 18.7.2. Politique en matière de conflits d'intérêts
- 18.7.3. Procédures d'action

18.8. Rémunération et incitations

- 18.8.1. Principe général
- 18.8.2. Notion de rémunération
- 18.8.3. Rémunération et incitations dans le cas des produits d'investissement fondés sur l'assurance

18.9. Vente conjointe avec des produits non assurantiers

- 18.9.1. Pratique de la vente combinée et de la vente liée: obligations d'information
- 18.9.2. Vente combinée
- 18.9.3. Ventes liées

18.10. Cycle de vie des produits et gouvernance

- 18.10.1. Concepteur du produit d'assurance
- 18.10.2. Exigences de gouvernance pour les concepteurs. Cycle de vie d'un produit
- 18.10.3. Exigences de gouvernance applicables aux distributeurs de produits non-concepteurs

Module 19. Fiscalité dans l'Industrie de l'Assurance. Impôts Directs**19.1. Fiscalité Directe**

- 19.1.1. Impôts composant la fiscalité directe
- 19.1.2. Fiscalité directe en tant que création de valeur durable (ESG)
- 19.1.3. Réglementation générale et spécifique de la fiscalité directe

19.2. Obligations des entités d'assurance

- 19.2.1. Obligations des Entités d'Assurance. Concepts clés
- 19.2.2. Particularités pour les entités d'assurance
- 19.2.3. Déclaration dans un groupe d'intégration fiscale avec une compagnie d'assurance dominante.

19.3. Comptabilité: Plan comptable des entités d'assurance / IFS

- 19.3.1. Adaptation sectorielle
- 19.3.2. États financiers et volume des primes
- 19.3.3. Reflet dans les règlements de l'Impôt sur les Sociétés

19.4. Impôt sur les Sociétés I– Fiscalité internationale

- 19.4.1. Ajustements de la base imposable: provisions techniques
- 19.4.2. Compensation des pertes fiscales: Groupe Fiscal
- 19.4.3. Réserve de capitalisation

19.5. Impôt sur les Sociétés II– Fiscalité internationale

- 19.5.1. Détermination de l'impôt brut à payer
- 19.5.2. Déductions et indemnités
- 19.5.3. Limites des déductions et des compensations futures

19.6. Formulaires 200 et 220 et équivalents dans d'autres juridictions

- 19.6.1. Particularités du Modèle
- 19.6.2. Annexes et déclarations complémentaires
- 19.6.3. Délais et dépôt

19.7. Investissements dans les GIE

- 19.7.1. Relations avec le secteur de l'assurance
- 19.7.2. Questions fiscales connexes
- 19.7.3. Déclaration et aspects spécifiques à prendre en compte

19.8. Autres impôts directs

- 19.8.1. Particularités des acomptes d'IS
- 19.8.2. Restructuration de l'entreprise
- 19.8.3. Valeur de référence pour les autres impôts directs

19.9. Rapports: relation avec la fiscalité directe

- 19.9.1. SII
- 19.9.2. *Country by Country report*
- 19.9.3. DAC6

19.10. Inspections des SI. Aspects clés

- 19.10.1. Questions clés concernant les inspections des Systèmes d'Information
- 19.10.2. Transactions avec des parties liées
- 19.10.3. La fiscalité directe dans le monde. Nouveautés pour l'exercice 2023

Module 20. Fiscalité. Impôts Indirects

20.1. Législation Communautaire. Origine de l'exonération

- 20.1.1. Taxe sur la Valeur Ajoutée dans l'Union Européenne
- 20.1.2. Directive 2006/112/ CE
- 20.1.3. Impact de l'exonération

20.2. Limitations de la déduction de la fiscalité indirecte par pays

- 20.2.1. L'Impôt Indirect en tant que coût
- 20.2.2. Secteurs proportionnels et différenciés
- 20.2.3. Déduction minimale

20.3. Groupements Européens d'Intérêt Economique (GIE)

- 20.3.1. Le GEIE
- 20.3.2. Les GEIE dans le secteur de l'assurance
- 20.3.3. Exonération de la TVA et son évolution dans l'Environnement Communautaire

20.4. Succursalisation dans l'Industrie de l'Assurance

- 20.4.1. Filiale ou Succursale
- 20.4.2. Opérations matricielles - branche
- 20.4.3. Risques pratiques

20.5. Régime Spécial pour les Groupes d'Entités (REGE)

- 20.5.1. Le REGE
- 20.5.2. Le REGE dans le secteur de l'assurance
- 20.5.3. EESN vs GEIE (Groupement Européen d'Intérêt Économique)

20.6. Le *renting* et l'assurance

- 20.6.1. Décision de la CJUE BGŻ Leasing - Affaire C-224/11
- 20.6.2. Le *renting* en tant que contrat complexe
- 20.6.3. Formules d'assurance en matière de *renting*

20.7. L'auto-assurance

- 20.7.1. Éléments de l'assurance
- 20.7.2. Approche de l'auto-assurance
- 20.7.3. Auto-assurance et *renting*

20.8. Gestion internationale des sinistres

- 20.8.1. La gestion dans le cadre de la médiation
- 20.8.2. Évolution de son traitement aux fins de la TVA
- 20.8.3. Sinistres transfrontaliers et correspondants

20.9. *Centres de contact*, Collaborateurs

externes et intermédiaires

- 20.9.1. *Centres de contact*, Collaborateurs externes et intermédiaires. Fonctions
- 20.9.2. Évolution de leur traitement Fiscal
- 20.9.3. Risques pratiques

20.10. Taxe sur les primes d'assurance

(IPS) en Europe

- 20.10.1. Taxe sur les primes d'assurance en Europe Concept
- 20.10.2. Points de connexion en termes de Règles de Localisation
- 20.10.3. Taux d'imposition en Europe



“

Les ressources didactiques innovantes de ce Mastère Avancé vous permettront d'approfondir les Aspects Juridiques de l'Assurance d'une manière plus visuelle et plus agile”

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 du corps étudiant se distingue par sa nature multidisciplinaire. Ces étudiants ont une solide formation académique dans des disciplines telles que l'Administration et la Gestion des Entreprises, l'Economie, la Finance et d'autres domaines professionnels connexes. Ainsi, leurs priorités sont basées sur l'optimisation de leur carrière par l'acquisition de compétences avancées qui leur donneront un avantage concurrentiel significatif. Il est à noter qu'ils sont conscients de l'importance de l'innovation, c'est pourquoi ils souhaitent réaliser des projets personnalisés et exclusifs qui permettront à leurs entreprises de se différencier sur le marché.





“

Cette formation s'adresse aux professionnels qui souhaitent approfondir les risques inhérents à l'activité d'assurance et les stratégies les plus pointues pour les atténuer"

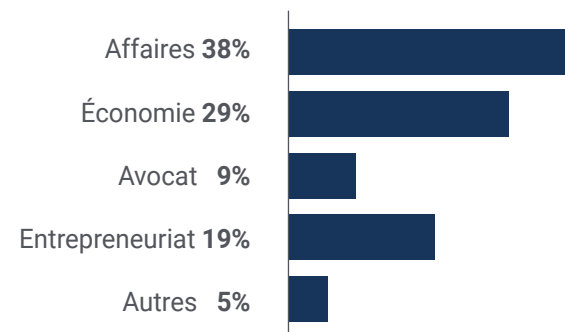
Âge moyen

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

Années d'expérience



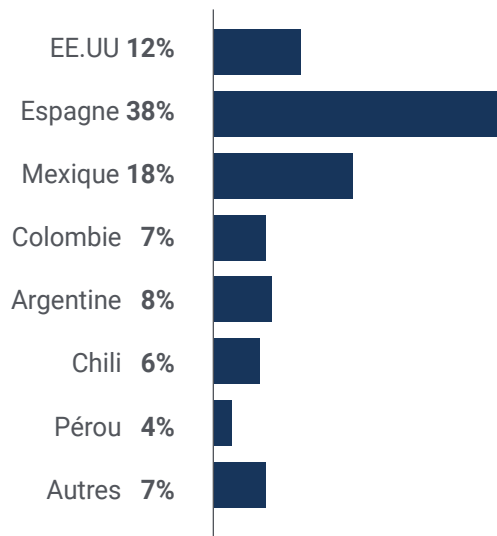
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Víctor Hernández

Directeur des Assurances et Conseiller Financier

"Je tiens à remercier le corps professoral de TECH pour son dévouement et ses conseils au cours du programme de Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance. En vérité, leurs connaissances approfondies m'ont été d'une valeur inestimable et les compétences acquises m'aident à faire un bond en avant dans mon développement professionnel. Merci à TECH pour leur engagement en faveur de l'excellence!"

09

Direction de la formation

Dans sa philosophie de fournir l'excellence éducative, TECH réunit un corps enseignant expérimenté pour ce Mastère Avancé en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance. Spécialisés dans ce domaine, ces professionnels mettent à profit leurs connaissances approfondies et leurs années d'expérience professionnelle dans le matériel d'enseignement. Soucieux d'offrir les meilleurs services, ces spécialistes restent à la pointe de la technologie dans ce domaine et intègrent les dernières tendances émergentes dans leur pratique. Ainsi, les étudiants auront les garanties nécessaires pour élargir leur compréhension et acquérir de nouvelles compétences qui leur permettront d'élargir leur horizon professionnel.



“

*Un corps professoral de premier ordre
avec lequel vous pourrez approfondir
les avancées réalisées dans le domaine
de l'Executive Management"*

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 en recrutement et en stratégie technologique. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes de direction 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 est chargée de superviser la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les responsables des Ressources Humaines afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. Elle vise notamment à créer des équipes diversifiées, inclusives et performantes qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. Elle est également experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs professionnels 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 du développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des Ressources Humaines et en contribuant au recrutement de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu un diplôme en Communication Organisationnelle à l'Université de Miami, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines.

En outre, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à intégrer les technologies dans les processus de recrutement et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions à relever les défis futurs. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de bien-être qui ont considérablement augmenté la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur Invité International

Leader technologique possédant des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, Rick Gauthier 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 chef d'équipe et un manager très efficace, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un haut niveau 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 à **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

- Directeur régional des Technologies de l'Information chez Amazon, Seattle, États-Unis
- Directeur de programme senior chez Amazon
- Vice-président, Wimmer Solutions
- Directeur principal des services d'ingénierie de production chez Microsoft
- Diplôme en Cybersécurité de l'Université Western Governors
- Certificat Technique en *Plongée Commerciale* de l'Institut de Technologie de la Diversité
- 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

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. Stevenson, Scott

- 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



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



Mme Cano Guerrero, Yolanda

- ♦ Associée en Charge de la TVA et de VATech chez BLN Palao
- ♦ Manager Spécialisé dans le Secteur Financier, Banque, Assurance, Patrimoine et Gestion d'Actifs
- ♦ Consultante Stratégique dans le domaine de la TVA Projets d'optimisation des risques et de remédiation
- ♦ Spécialiste du reporting DAC7 et PSP
- ♦ Experte en procédures fiscales et d'inspection
- ♦ Licence en Droit, avec spécialisation en droit des affaires de l'Université San Pablo
- ♦ Master en Conseil Fiscal pour les Professionnels de l'Instituto de Empresa de Madrid
- ♦ Legal Leadership Development Executive Program por la Harvard Law School
- ♦ Partenaire de Women in a Legal World

Professeurs

M. Mendizábal, Germán

- ◆ Inspecteur des Assurances de l'Etat à la Sous-Direction Générale des Autorisations
- ◆ Professionnel du Secteur des Équipes d'Inspection Vie et Pensions à la Sous-Direction Générale de l'Inspection et à la Direction Générale des Assurances et des Fonds de Pensions
- ◆ Professionnel du Domaine de la Conduite du Marché à la Sous-Direction Générale des Agréments
- ◆ Responsable de la Procédure sélective d'admission dans le Corps Supérieur des Inspecteurs des Assurances de l'Etat
- ◆ Licence en Économie de l'Université du Pays Basque
- ◆ Licence en Sciences Actuarielles et Financières de l'Université du Pays Basque

M. Nova Rebanales, Rubén

- ◆ Responsable de l'actuariat chez Telefónica Seguros
- ◆ Consultant en Actuariat - *Milliman Consultants and Actuaries*
- ◆ Consultant en Actuariat - Mercer du groupe Marsh Mc Lennan Companies
- ◆ Actuaire Non-Vie chez Asemas
- ◆ Contrôleur Financier au Head Office de Mercure Hotel
- ◆ Analyste de données pour le Centre des Familles Entrepreneuriales de Monterrey
- ◆ Vice-président de la Fédération Nationale pour la Numérisation et la Blockchain
- ◆ Président de l'Association des Actuaires UC3M de l'Université Carlos III de Madrid
- ◆ Transformation Numérique dans le secteur de l'assurance et des Risques Numériques pour les entreprises bancaires et d'assurance
- ◆ Diplôme en Finance et Comptabilité de l'Université d'Estrémadure Master en Sciences Actuarielles et Financières de l'Université Carlos III de Madrid

M. Cabrerizo Pardo, Jorge

- ◆ Actuaire en Assurance chez Mapfre
- ◆ Actuaire Senior Vie Solvabilité II/IFRS17 chez Mapfre
- ◆ Secteur du développement commercial Vie individuelle chez Mapfre
- ◆ Conférencier à la IVe Conférence sur la Recherche Actuarielle de l'ICEA
- ◆ Expert en techniques de gestion d'entreprise à l'Université Francisco de Vitoria
- ◆ Cours Avancé en Big Data pour la gestion d'entreprise et le marketing à la CEF
- ◆ Diplôme en Administration et Gestion des Entreprises de l'Université d'Alcalá
- ◆ Diplôme de troisième cycle en Solvabilité II de l'Université de Barcelone
- ◆ Master en Sciences Actuarielles et Financières de l'Université Carlos III

Mme Palacios Barrières, Ana

- ◆ *Risk Manager* chez ARAG SE
- ◆ Directrice de l'Audit Interne chez ARAG SE
- ◆ Inspectrice des Compagnies d'Assurance à la Surintendance des Banques et Assurances
- ◆ Licence en Économie de l'Université de Lima
- ◆ Master en Gestion d'Entreprise et Administration MBA à l'ESADE
- ◆ Master en Gestion des Risques Numériques et Cybersécurité à *EALDE Business School*
- ◆ Diplôme d'études supérieures en Gestion Avancé à l'ESADE
- ◆ Diplôme de troisième cycle en Solvabilité II à l'Université de Barcelone

M. Pedrera Rosado, Alejandro

- ♦ Conseiller spécialisé dans la Transformation Numérique du Droit
- ♦ Cofondateur et Conseiller Général de Hesperian Wares LLC
- ♦ Représentant des Partnerships chez Factorial
- ♦ Expert en Numérisation du Droit
- ♦ Master en Accès à la Profession Juridique à l'Université d'Estrémadure
- ♦ Diplôme en Droit de l'Université d'Estrémadure

M. Núñez, José María

- ♦ Avocat et Rédacteur d'articles juridiques dans Derecho Virtual
- ♦ Rédacteur en chef et Scénariste d'articles dans Derecho Virtual
- ♦ Master en Droit de l'Université de Caceres
- ♦ Diplôme en Droit de l'Université de Cáceres

M. Ibáñez Siles, Juan

- ♦ Avocat spécialisé en Fiscalité Indirecte chez BLN Palao Abogados
- ♦ Technicien Spécialisé en Fiscalité chez Grupo Mahou- San Miguel
- ♦ Stage dans les Cabinets Martos, Herreros y Muñoz Abogados, María González Risoto Abogados et Lexer M.C Gestión y Recobros
- ♦ Diplôme de Droit de l'Université de Jaén
- ♦ Master en Accès à la Profession Juridique de l'Université de Jaén
- ♦ Master en Conseil Fiscal de l'Université Internationale de Rioja
- ♦ Master en Conseil Fiscal International de l'Institut de Droit et d'Economie (ISDE)
- ♦ Membre de l'Association des Étudiants en Droit de Jaén





“

Saisissez l'occasion de découvrir les dernières avancées dans ce domaine pour les appliquer à votre pratique quotidienne"

10

Impact sur votre carrière

Grâce à ce diplôme universitaire, les professionnels se distingueront par leur compréhension approfondie du fonctionnement de l'industrie de l'Assurance. De même, les experts renforceront leurs compétences en matière de leadership et de gestion, nécessaires pour diriger des entreprises dans ce secteur. En ce sens, les diplômés enrichiront leur pratique professionnelle avec des innovations de pointe en matière de gestion de projet. Ainsi, les diplômés connaîtront un saut qualitatif notable dans leur carrière professionnelle et profiteront de multiples opportunités d'emploi pour aspirer au sommet.



“

Un processus de croissance professionnelle qui vous dotera des compétences les plus avancées pour exceller dans l'Industrie de l'Assurance. Vous serez en concurrence avec les meilleurs de l'industrie!”

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

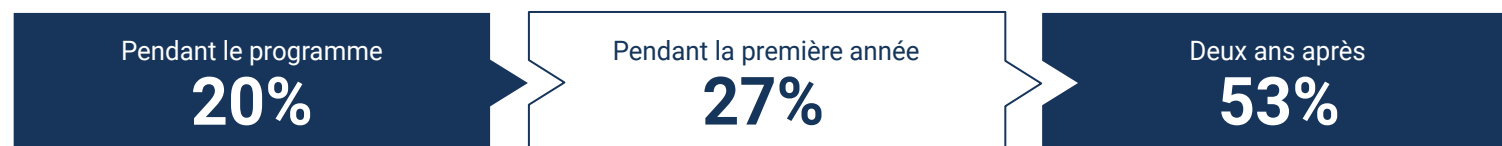
Le Mastère Avancé en Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises au niveau international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel 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.

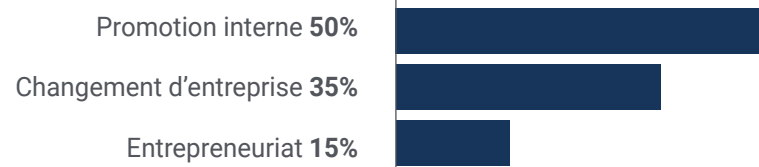
Vous connaîtrez sur le bout des doigts les stratégies les plus efficaces pour prévenir des problèmes allant du blanchiment d'argent au financement du terrorisme.

Un programme complet qui incorpore toutes les connaissances dont vous avez besoin pour faire un pas vers une qualité commerciale supérieure.

Moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



11

Bénéfices pour votre entreprise

Pour les entreprises, la présence dans leurs équipes de travail de leaders spécialisés dans la Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance apporte de nombreux avantages. Parmi ceux-ci, ces professionnels auront une approche globale des défis et des opportunités du secteur de l'assurance. Ils seront ainsi en mesure de conduire les institutions à atteindre leurs objectifs grâce à une vision stratégique, ce qui favorisera une prise de décision éclairée, tant pour la croissance que pour la durabilité des organisations. Grâce à TECH, les diplômés acquerront des compétences avancées pour optimiser les ressources dans l'environnement de travail et améliorer de manière significative leur efficacité opérationnelle.





“

Vous deviendrez un assureur de grande valeur pour toute institution, grâce aux compétences que vous acquerez dans le cadre de ce programme. Vous vous distinguerez par votre leadership stratégique”

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 Gestion de l'Industrie de l'Assurance garantit, outre la formation la plus rigoureuse et 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 Gestion de l'Industrie de l'Assurance** 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 Gestion de l'Industrie de l'Assurance**

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 en Gestion de l'Industrie de l'Assurance

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

Mastère Avancé

Haute Gestion de l'Industrie de l'Assurance