

Mastère Avancé

MBA des Études de Marchés

M A M B A D E M



Mastère Avancé MBA des Études de Marchés

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-etudes-marches

Sommaire

01 Accueil	02 Pourquoi étudier chez TECH?	03 Pourquoi notre programme?	04 Objectifs
<hr/> <i>page 4</i>	<hr/> <i>page 6</i>	<hr/> <i>page 10</i>	<hr/> <i>page 14</i>
	05 Compétences	06 Structure et contenu	07 Méthodologie
	<hr/> <i>page 22</i>	<hr/> <i>page 28</i>	<hr/> <i>page 40</i>
	08 Profil de nos étudiants	09 Direction de la formation	10 Impact sur votre carrière
	<hr/> <i>page 48</i>	<hr/> <i>page 52</i>	<hr/> <i>page 56</i>
		11 Avantages pour votre entreprise	12 Diplôme
		<hr/> <i>page 60</i>	<hr/> <i>page 64</i>

01

Accueil

Il est essentiel de connaître le marché sur lequel nous opérons pour obtenir de meilleures performances et, par conséquent, des bénéfices plus élevés. Ce n'est qu'en connaissant les goûts des clients et de la concurrence qu'il sera possible de planifier une stratégie de vente appropriée qui mènera l'entreprise au succès. À cette fin, il est essentiel de réaliser une étude de marché efficace qui indique clairement les stratégies commerciales à suivre et les orientations à donner à notre entreprise. Pour être plus efficace dans ce domaine, nous vous présentons chez TECH ce programme dans lequel vous trouverez les dernières informations sur le management des études de marché.



Mastère Avancé en Management des Études de Marché.
TECH Université Technologique



“

Spécialisez-vous dans un secteur d'activité essentiel, avec une équipe de professionnels dotés d'une grande expérience, qui vous apprendront les clés des études de marché”

02

Pourquoi étudier chez TECH?

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



“

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

À TECH Université Technologique



Innovation

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

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



Les plus hautes exigences

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

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

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

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

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

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

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

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



Contexte Multiculturel

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

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.



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



Apprenez auprès des meilleurs

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.

“ À TECH, vous aurez accès aux études de cas de la prestigieuse université d'Harvard ”



Analyse

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



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec des *case studies* de Harvard Business School. Tradition et avant-garde dans un équilibre difficile, et dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

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

03

Pourquoi notre programme?

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

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



“

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

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

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

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

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

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

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

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

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

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

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

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

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

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

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

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

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

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

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

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

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

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

04 Objectifs

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



“

L'un de nos principaux objectifs est de vous aider à développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'Investigation du marché”

Vos objectifs sont les nôtres.

Nous travaillons ensemble pour vous aider à les atteindre.

Le Mastère Avancé en MBA des Études de Marché vous permettra de:

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.

05

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

03

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

06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

07

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

10

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

08

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

11

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

09

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

12

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

13

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

16

Définir les dernières tendances et évolutions en matière de gestion d'entreprise

14

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

17

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

15

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

18

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

19

Élaborer un plan de Marketing pour l'entreprise

22

Être capable de définir la technique d'étude de marché la plus appropriée pour notre entreprise

20

Identifier les types d'études de marché et savoir appliquer celle qui est la plus appropriée pour l'entreprise

23

Connaître et savoir appliquer les principaux outils numériques d'analyse et de mesure du marché

21

Développer les principales techniques d'étude de marché

24

Acquérir une connaissance approfondie des principaux outils quantitatifs et qualitatifs de cette recherche

25

Acquérir des compétences en matière de gestion et de leadership

26

Connaître les différents segments de marché et analyser ceux sur lesquels notre entreprise doit se concentrer

27

Savoir identifier les concurrents et créer des stratégies qui les différencient





28

Utiliser les techniques de marketing pour obtenir une bonne réputation pour notre entreprise

29

être capable de gérer et de diriger des projets de recherche

30

Analyser les résultats obtenus et atteindre des conclusions utiles pour l'entreprise

05

Compétences

Après avoir réussi les évaluations du Mastère Avancé MBA des Études de Marchés, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante.





“

Réalisez des études de marché avec succès et obtenez les meilleurs résultats pour votre entreprise”

01

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

02

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

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

04

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

05

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise

06

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

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

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

08

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

11

Diriger les différents projets de l'entreprise

09

Élaborer et diriger des plans de Marketing

12

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

13

Réalisez des études de marché avec succès et obtenez les meilleurs résultats pour votre entreprise

14

Appliquer les ressources technologiques dans le cadre de la stratégie d'entreprise de la société

15

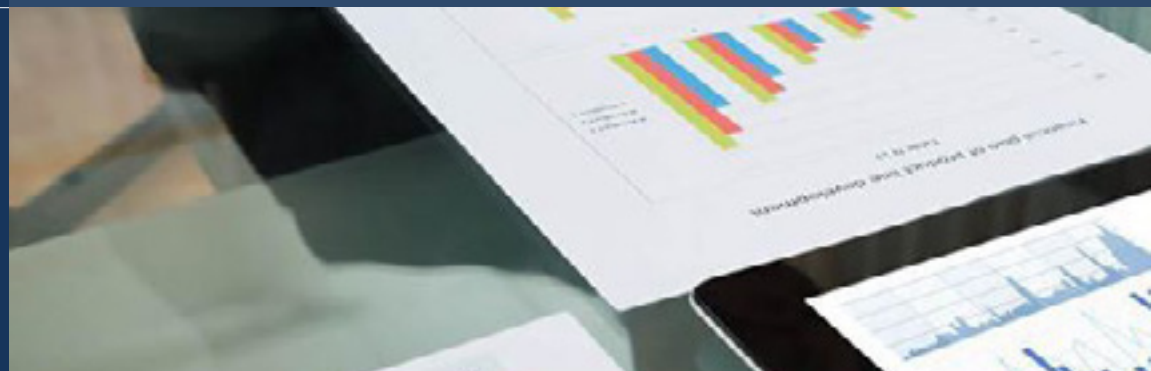
Utiliser les outils de marketing pour faire connaître l'entreprise et obtenir une réputation en ligne conforme aux objectifs

16

Identifier les différents segments de marché

17

Positionnement concurrentiel de l'entreprise



18

Avoir une connaissance approfondie des différents types d'études de marché et mettre en œuvre les plus appropriées pour répondre aux objectifs de l'entreprise

20

Savoir comment réaliser les questionnaires et les entretiens nécessaires à une étude de marché



21

Effectuer une analyse adéquate des métriques internet afin d'obtenir les informations nécessaires pour orienter la stratégie de l'entreprise

19

Appliquer techniques de recherche quantitative et qualitative

22

Réaliser des études de marché nationales et internationales

06

Structure et contenu

Le Mastère Avancé en MBA des Études de Marché est un programme conçu sur mesure qui est enseigné 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, en fonction de votre emploi du temps et vos intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 2 ans, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite en tant que manager et entrepreneur.



“

Un programme spécialement conçu pour améliorer vos compétences et vous aider à réussir professionnellement”

Programme d'études

Le Mastère Avancé MBA des Études de Marchés de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son contenu est conçu pour favoriser le développement des compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 3.000 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, réalisant ainsi un apprentissage approfondi qui vous sera d'une grande utilité dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Mastère Avancé MBA des Études de Marchés traite en profondeur les principaux courants domaines de l'entreprise. De plus, il est conçu pour donner aux cadres une compréhension concernant le management des études de marchés dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

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

Ce programme se déroule sur 2 ans et est divisé en 18 modules:

Module 1	Leadership, éthique et RSE
Module 2	Management stratégique et <i>management</i> de direction
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 et communication d'entreprise
Module 8	Innovation et gestion de projet
Module 9	<i>Management</i> et stratégie des entreprises et des organisations
Module 10	Principes du Marketing stratégique
Module 11	Processus et variables de Marketing
Module 12	Gestion des marchés et des clients
Module 13	Introduction à l'étude des marchés
Module 14	Techniques de recherche qualitative
Module 15	Techniques de recherche quantitative
Module 16	Production de l'étude des marchés
Module 17	Analyses et mesures sur internet
Module 18	Analyse des résultats et des applications des études de marché

Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 2 ans de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

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



Module 1. Leadership, éthique et RSE

1.1. Mondialisation et gouvernance

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

1.2. Leadership

- 1.2.1. Environnement interculturel.
- 1.2.2. Leadership et Management des Entreprises
- 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction

1.3. Éthique des affaires

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

1.4. Durabilité

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

1.5. Responsabilité Sociale des Entreprises

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

Module 2. Direction stratégique et direction générale

2.1. Analyse et conception organisationnelles

- 2.1.1. Culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse organisationnelle
- 2.1.3. Design de la structure organisationnelle

2.2. Stratégie d'entreprise

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

2.3. Planification et Formulation Stratégiques

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

2.4. Modèles et Schémas Stratégiques

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

2.5. La Direction stratégique

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

2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

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

2.7. Direction Générale

- 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales globales
- 2.7.2. Politique et Processus de Gestion
- 2.7.3. *Knowledge Management*.

2.8. Analyses et résolution de cas/ problèmes

- 2.8.1. Méthodologie de Résolution de Problèmes
- 2.8.2. Méthode des Cas
- 2.8.3. Positionnement et prise de décision

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

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

3.2. La direction stratégique des personnes

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

3.3. Développement de la gestion et le leadership

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

3.4. Gestion du changement

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

3.5. Négociation et gestion des conflits

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

3.6. La communication managériale

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

3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes

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

3.8. Gestion des connaissances et du talent

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

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

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

4.2. Comptabilité de Gestion

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

4.3. Budget et Contrôle de Gestion

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

4.4. Responsabilité fiscale des entreprises

- 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
- 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays à un cas de pays

4.5. Systèmes de contrôle des entreprises

- 4.5.1. Typologie du Contrôle
- 4.5.2. Conformité réglementaire/*Compliance*
- 4.5.3. Audit Interne
- 4.5.4. Audit Externe

4.6. Direction Financière

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

4.7. Planification Financière

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

4.8. Stratégie financière de l'Entreprise

- 4.8.1. Investissements Financiers des Entreprises
- 4.8.2. Croissance stratégique: typologies

4.9. Contexte Macroéconomique

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

4.10. Financement Stratégique

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

4.11. Marchés monétaires et des capitaux

- 4.11.1. Marché des titres à Revenu Fixe
- 4.11.2. Marché des Actions
- 4.11.3. Évaluation l'entreprise

4.12. Analyses et résolution de problèmes

- 4.12.1. Méthodologie de Résolution de Problèmes
- 4.12.2. Méthode des Cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction des opérations

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

5.2. Direction des achats

- 5.2.1. Gestion de Stocks
- 5.2.2. Gestion des Entrepôts
- 5.2.3. Gestion des Achats et des Commandes

5.3. Supply chain management I

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

5.4. Supply chain management II. Exécution

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

5.5. Processus logistiques

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

5.6. La logistique et les clients

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

5.7. La logistique internationale.

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

5.8. Concurrence des opérations

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

Module 6. Gestions des systèmes d'information

6.1. Gestion des systèmes d'information.

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

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

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

6.3. Plan Stratégique du Système d'Information.

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

6.4. Systèmes d'information et Business Intelligence

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

6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC

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

6.6. Commerce électronique

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

6.7. Stratégies d'e-Business

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

6.8. Digital business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Conception et facilité d'utilisation
- 6.8.3. Opérations du Commerce Électronique

Module 7. Gestion commerciale, Marketing et communication d'entreprise**7.1. Gestion Commerciale**

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

7.2. Marketing

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

7.3. Gestion stratégique du Marketing

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

7.4. Stratégie du Marketing Digital

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

7.5. Stratégie de vente et de communication

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

7.6. Communication d'Entreprise

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

7.7. Stratégie de la Communication d'Entreprise

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

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

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

8.2. Stratégie de l'Innovation

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

8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise

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

8.4. Direction et Gestion des Projets

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

Module 9. *Management y stratégie des entreprises et des organisations*

9.1. <i>Management Général</i>	9.2. Design Organisationnel	9.3. Planification et Stratégie	9.4. La Direction Stratégique
9.5. Stratégie d'Entreprise	9.6. Stratégie Digitale	9.7. Stratégie d'Entreprise et Stratégie Technologique	9.8. <i>Stratégie Concurrentielle</i>
9.9. Évaluation des Investissements	9.10. Social Business		

Module 10. Principes du Marketing stratégique

10.1. Les Fondements du Marketing	10.2. Dimensions de la Stratégie du Marketing	10.3. Rôle du Marketing Stratégique	10.4. Marketing Digital
10.5. Inbound Marketing.	10.6. Marketing: du Concept à la réalité des Marchés	10.7. Psychologie et Comportement du Consommateur	10.8. Segmentation des Marchés
10.9. Positionnement Concurrentiel	10.10. Marketing Social		

Module 11. Processus et variables de Marketing

11.1. Développement du plan Marketing	11.2. <i>Marketing Mix</i>	11.3. Gestion des Produits	11.4. Principes des Prix
11.5. Gestion des Canaux de Distribution	11.6. Communication Publicitaire	11.7. E-commerce	11.8. Système d'Information Marketing
11.9. <i>Marketing Intelligence</i>	11.10. <i>Branding</i>		

Module 12. Gestion des marchés et des clients

12.1. Marketing <i>Management</i>	12.2. Marketing Relationnel	12.3. <i>Data Base</i> Marketing	12.4. Types de Comportement d'Achat 12.5. <i>Marketing Consumer Centric</i>
12.6. Le Processus de Fidélisation	12.7. Connaître le Marché et le Consommateur	12.8. Web Social	12.9. Plateformes de réseaux sociaux

Module 13. Introduction à l'étude des marchés

13.1. Principes fondamentaux de l'Étude des Marchés	13.2. Applications de l'Étude des Marchés	13.3. Principes Types de l'Étude des Marchés	13.4. Types d'Information
13.5. Organisation de l'Étude des Marchés	13.6. Gestion de Projets de Recherche	13.7. Les études du Cabinet	13.8. Travail de Terrain
13.9. Recherche des Marchés en Ligne	13.10. Principe de l'Étude des Marchés		

Module 14. Techniques de recherche qualitative

14.1. Introduction à l'Étude Qualitative 14.2. Dynamique de Groupes	14.3. Entretien en Profondeur 14.4. Techniques Projectives	14.5. Techniques Créatives 14.6. L'Observation comme technique qualitative	14.7. <i>Neuromarketing</i> : Les réponses du cerveau 14.8. Le Pseudo-achat
14.9. Recherche Qualitative Digital 14.10. Applications de l'Étude Qualitatives			

Module 15. Techniques de recherche quantitative

15.1. Introduction à l'Étude Quantitative	15.2. L'Enquête Personnelle	15.3. L'Enquête Téléphonique	15.4. Enquête Auto-administrée
15.5. L' <i>Ómnibus</i>	15.6. Le Groupe	15.7. Le <i>Suivi</i>	15.8. L'Observation comme technique quantitative
15.9. Expérimentation	15.10. Application de l'Étude Quantitative		

Module 16. Production de l'étude des marchés

16.1. Le Questionnaire Quantitatif	16.2. Formulation des questions	16.3. Échelles de Mesure	16.4. Conception de Questionnaires sur Internet
16.5. Scénarios et Entretiens Qualitatifs	16.6. Échantillonnage:	16.7. Échantillonnage de Probabilité	16.8. Échantillon Non Probabiliste
16.9. Taille des Échantillons	16.10. Processus de Travail sur le Terrain		

Module 17. Analyses et mesures sur internet

17.1. Systèmes d'Information pour la prise de décision	17.2. Analyses web	17.3. <i>Google Analytics</i>	17.4. Analyse Qualitative
17.5. Métriques digitales.	17.6. Domaines d'analyse d'une stratégie	17.7. <i>Data Science & Big Data</i>	17.8. Outils de l'analyse web.
17.9. La visualisation des données	17.10. Analyses mobiles		

Module 18. Analyse des résultats et des applications des études de marché

18.1. Plan d'Analyse de l'Information	18.2. Analyse Descriptive de l'Information	18.3. Analyse Bivariée	18.4. Analyse de Dépendance multivariée
18.5. Analyses Multivariées de l'Interdépendance	18.6. Conclusions de l'Étude des Marchés	18.7. Élaboration du Rapport	18.8. L'Investigation des Marché Internationaux
18.9. Les Études de Viabilité	18.10. Études sur l'Intention de Vote		



Une expérience unique, clé et déterminante pour booster votre évolution professionnelle et franchir le pas définitif"

07

Méthodologie

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Support d'étude

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

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



Cours magistraux

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

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



Stages en gestion des compétences

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



Bibliographie complémentaire

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





Case Studies

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



Résumés interactifs

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profil de nos étudiants

Le Mastère Avancé en MBA des Études de Marché est un programme destiné aux professionnels expérimentés qui souhaitent actualiser leurs connaissances et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





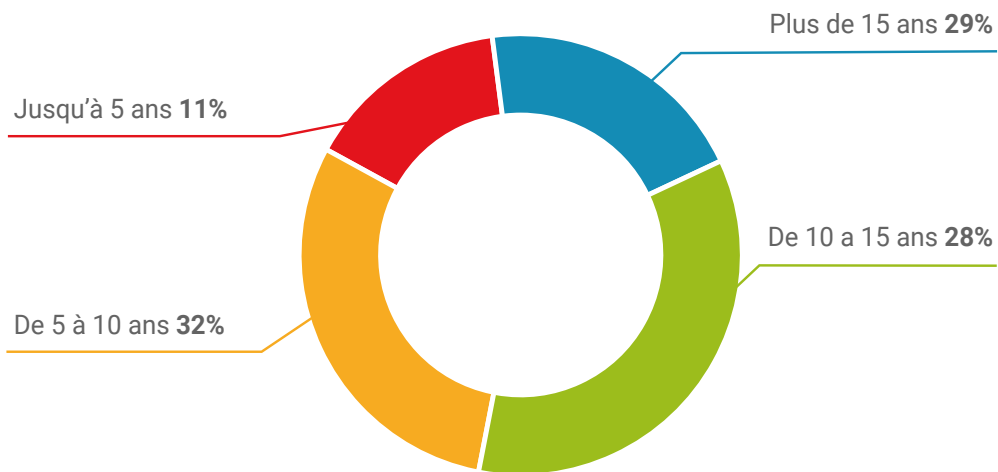
“

Si vous avez de l'expérience en matière de Direction et de d'Études de Marchés, et que vous recherchez une évolution de carrière intéressante tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous"

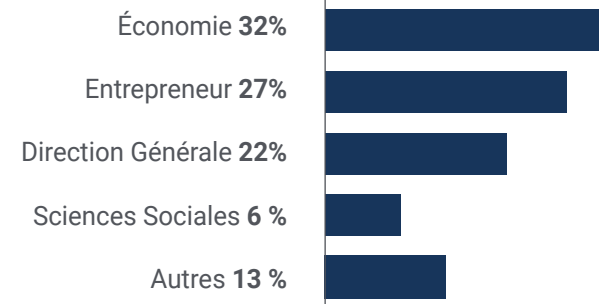
Âge moyenne

Entre **35** y **45** ans

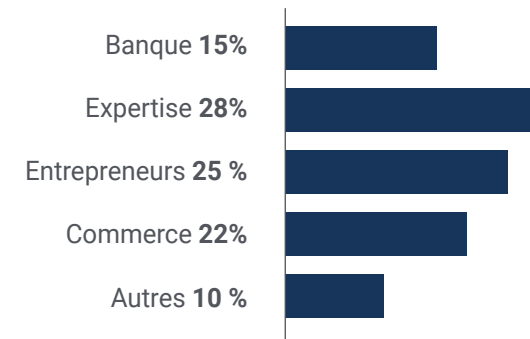
Années d'expérience



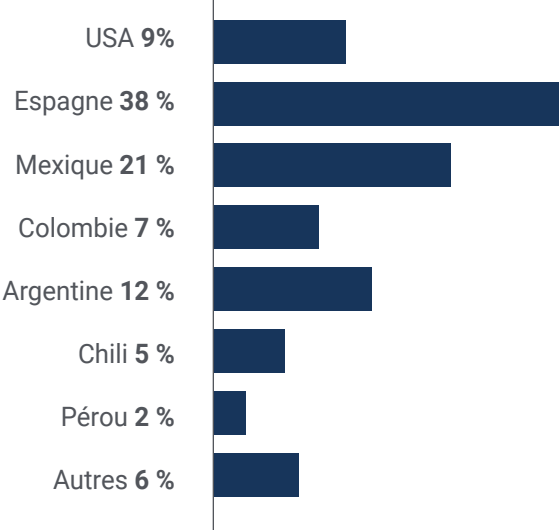
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Ruth Balcázar

Directrice d'une entreprise multinationale

"Ce Mastère Avancé MBA des Études de Marchés de TECH m'a permis de me spécialiser dans un secteur indispensable à mon travail quotidien, car seule une connaissance approfondie des marchés me permettra de planifier des stratégies bénéfiques pour mon entreprise. Heureusement, le format 100% en ligne de ce programme m'a permis de le combiner avec mes autres obligations"

09

Direction de la formation

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



“

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

Directeur invité international

Mina Bastawros est un prestigieux Ingénieur en Aérospatiale qui possède plus de 13 ans d'expérience professionnelle dans le domaine de l'innovation numérique, du marketing et de l'entrepreneuriat au sein d'institutions renommées. Il est hautement spécialisé dans la création de nouvelles opportunités commerciales perturbatrices et a fait preuve d'une approche visionnaire dans la création et l'exécution de projets stratégiques qui s'adressent à divers publics et stakeholders. Sa passion pour l'aviation et la technologie l'a amené à concevoir des campagnes qui ne se contentent pas de promouvoir des produits, mais qui inspirent son équipe et le marché.

Tout au long de sa carrière, il a occupé des postes à responsabilité en tant que Chef du Marketing Créatif et Numérique et Directeur du Marketing Stratégique chez Airbus. Il a ainsi dirigé la transformation de la Publicité au sein des entreprises, en veillant à ce que les tactiques soient non seulement plus efficaces, mais qu'elles reflètent une approche alignée sur les tendances du secteur. En outre, il a supervisé l'exécution de campagnes à fort impact qui ont renforcé l'enthousiasme pour les ventes d'avions, améliorant ainsi la présence de l'entreprise sur le marché.

Il a également été reconnu au niveau international pour sa capacité à mener des initiatives publicitaires qui ont redéfini la manière dont les produits aérospatiaux sont promus. À cet égard, son approche disruptive et axée sur les résultats lui a valu de nombreuses récompenses de la part de l'industrie, faisant de lui une figure clé dans ce domaine. En outre, sa capacité à diriger son équipe a fait de lui une référence en matière de promotion de la créativité dans l'industrie.

D'autre part, il a également contribué à améliorer la compréhension de ces questions par le biais de divers projets d'innovation. Ainsi, son travail s'est concentré sur l'intégration des technologies numériques et l'exploration de nouvelles formes d'intrapreneuriat.



M. Bastawros, Mina

- Vice-président du Marketing Créatif et Numérique chez Airbus, Toulouse, France
- Directeur du Marketing Stratégique chez Airbus
- Fondateur de l'Entreprise - Développement de Nouvelles Affaires chez Airbus
- Responsable de la Chaîne d'Approvisionnement et de la Qualité chez Airbus
- Ingénieur des Projet chez Airbus
- Ingénieur en charge du Stress chez Airbus
- Ingénieur en Aérospatiale à Air New Zealand
- Master en Ingénierie Aérospatiale, Aéronautique et Astronautique, Université de Loughborough
- Licence en Ingénierie Aérospatiale au Politecnico di Torino

“

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

10

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. L'objectif ultime de ce grand effort devrait être de parvenir à une croissance professionnelle.

C'est pourquoi nous mettons tous nos efforts et nos outils à votre disposition pour que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réaliser ce changement.



“

Chez TECH, nous orientons tous nos efforts pour vous aider à obtenir le changement professionnel que vous méritez”

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

Le Mastère Avancé MBA des Études de Marchés de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel.

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

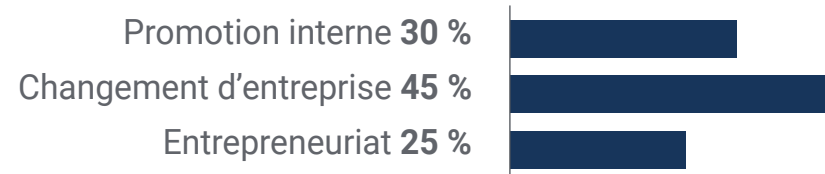
Acquérir les compétences dont vous avez besoin pour améliorer vos connaissances et donc votre employabilité.

Au terme de ce programme, vous aurez la possibilité de vous améliorer dans votre travail quotidien et d'obtenir la progression de carrière que vous souhaitez.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

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



11

Avantages pour votre entreprise

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





“

Une fois le Master Avancé finalisez, vous apporterez à votre entreprise une nouvelle vision commerciale”

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 manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

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

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

Développement de projets propres

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

06

Augmentation de la compétitivité

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



12 Diplôme

Le Mastère Avancé MBA des Études de Marchés garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Mastère Avancé MBA des Études de Marchés** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé MBA des Études de Marchés**

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



* Apostille de la Haye 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 MBA des Études de Marchés

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

Mastère Avancé

MBA des Études de Marchés

