

Mastère Avancé

MBA en Gestion des Affaires Numériques

M A M B A G A N



**tech** université  
technologique

## Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques

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

Accès au site : [www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-gestion-affaires-numeriques](http://www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-gestion-affaires-numeriques)

# Sommaire

01

Accueil

---

*page 4*

02

Pourquoi étudier chez  
TECH?

---

*page 6*

03

Pourquoi notre programme?

---

*page 10*

04

Objectifs

---

*page 14*

05

Compétences

---

*page 22*

06

Structure et contenu

---

*page 28*

07

Méthodologie

---

*page 42*

08

Profil de nos étudiants

---

*page 50*

09

Impact sur votre carrière

---

*page 54*

10

Bénéfices pour votre  
entreprise

---

*page 58*

11

Diplôme

---

*page 62*

# 01

# Accueil

La numérisation est là pour durer dans tous les secteurs, offrant les avantages de l'internet à toutes les entreprises. Par conséquent, la gestion des entreprises doit être orientée vers ce nouveau domaine, afin d'obtenir une croissance efficace et réelle, car tous les processus d'une entreprise sont aujourd'hui liés, d'une manière ou d'une autre, à la numérisation, ce qui explique la croissance exponentielle des entreprises en ligne. Dans ce contexte, les dirigeants et les décideurs des entreprises doivent accroître leurs connaissances et se spécialiser dans tous les outils offerts par l'ère numérique. Et, pour cela, TECH vous propose ce programme très complet, dans lequel vous trouverez les informations les plus pertinentes pour réussir dans ce domaine.



Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires  
Numériques TECH Université Technologique



“

*Les entreprises recherchent des managers ayant une grande expérience et une connaissance approfondie du monde numérique, capables de s'adapter aux changements du 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, dont le modèle répond aux normes académiques les 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 donnera les clés pour que l'étudiant puisse dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le pari essentiel de tout entrepreneur.

*"Microsoft Europe Success Story"* pour avoir intégré un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



### Les plus hautes exigences

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 terminent leurs études avec succès



### Networking

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

**+100000**

cadres formés chaque année

**+200**

nationalités différentes



### Empowerment

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

**+500**

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



### Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans l'environnement des affaires. Une opportunité qui vous permettra de faire connaître vos préoccupations et votre vision de l'entreprise.

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



### Contexte Multiculturel

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

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





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



### Analyse

---

TECH explore le côté critique des étudiants, leur capacité à remettre les choses en question, leur aptitude à résoudre les problèmes et leurs 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 les "*case studies*" de Harvard Business School. Tradition et avant-garde dans un équilibre difficile, et dans le cadre d'un itinéraire éducatif 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 universitaires. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



### Apprenez avec les meilleurs

---

Notre 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 de la Harvard Business School"*

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.

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 professionnels et personnels, dont les suivants:

**01**

### **Vous donnerez un coup de fouet à votre carrière des étudiants**

En étudiant à TECH, les étudiants prendre en main votre avenir et de développer tout votre potentiel. En complétant notre 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 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**

### **Consolider l'étudiant dans la 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.

*45% des étudiants sont promus à leur poste par promotion interne.*

05

### Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en relation pour maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations

et le désir de se développer. De cette façon, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

*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 de business.*

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 matière de communication et de leadership et donnez un élan à votre profession.*

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 l'Université de technologie TECH.

*Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser avec 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 los negocios Numériques”*



**Vos objectifs sont les nôtres.**

**Nous travaillons ensemble pour vous aider à les atteindre.**

Le **Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques** vous formera à:

01

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

04

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

02

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

03

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

05

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



06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

08

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

09

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

07

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

10

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



11

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

14

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

12

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



13

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

15

Acquérir une connaissance approfondie des phases de la création d'une entreprise

16

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

18

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

19

Réaliser des stratégies de marketing numérique et de commerce électronique

17

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

20

Appliquer les outils SEO et SEM dans les campagnes de marketing



21

Utilisez les médias sociaux pour vos campagnes de marketing et de publicité

23

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

22

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

24

Concevoir et planifier des campagnes de réputation en ligne



25

Savoir gérer les outils de suivi en ligne pour comprendre la portée des campagnes de marketing

27

Comprendre les analyses web et les métriques numériques des outils que nous utilisons



26

Être capable de mener des campagnes d'e-mailing efficaces

28

Comprendre les nouvelles tendances du commerce électronique via les téléphones mobiles

05

# Compétences

Après avoir passé les évaluations du Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.







“

*Développer les compétences nécessaires pour  
gérer avec succès une entreprise numérique”*

01

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

02

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

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

04

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

05

Assurer le contrôle économique et financier de l'entreprise



06

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

08

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



09

Élaborer et diriger des plans de marketing

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

11

Diriger les différents projets de l'entreprise

14

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

12

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

15

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

13

Contrôler et gérer les finances de l'entreprise

16

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

17

Mettre en œuvre des techniques du eCommerce

20

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

18

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

21

Avoir une large connaissance des consommateurs

19

Mettre en pratique les techniques de marketing des moteurs de recherche

22

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

06

# Structure et contenu

Le Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques est un programme sur mesure dispensé dans un format 100 % en ligne. Vous pouvez donc choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à vos disponibilités, votre emploi du temps et vos intérêts.

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



“

*Nous mettons toutes nos ressources  
à votre disposition pour vous aider à  
réussir professionnellement”*



## Programme d'études

Le Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques de TECH Université Technologique est un programme intense qui 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 beaucoup de cas pratiques via un travail individuel, et vous obtiendrez un apprentissage approfondi qui sera d'une grande utilité dans la pratique des quotidiens. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce grand Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques traite en profondeur les principales domaines de l'entreprise, et est conçu pour que les managers comprennent la gestion des

ventes et du commerce d'un point de vue stratégique, et innovant.

Un plan conçu pour vous, axé sur votre perfectionnement professionnel et qui 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, soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous développera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

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

<b>Module 1</b>	Leadership, éthique et RSE
<b>Module 2</b>	Orientation stratégique et gestion exécutive
<b>Module 3</b>	Gestion des personnes et des talents
<b>Module 4</b>	Gestion économique et financière
<b>Module 5</b>	Gestion des opérations et de la logistique
<b>Module 6</b>	Gestion des systèmes d'information
<b>Module 7</b>	Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise
<b>Module 8</b>	Innovation et gestion de projet
<b>Module 9</b>	Environnement concurrentiel et stratégie
<b>Module 10</b>	Innovation et esprit d'entreprise
<b>Module 11</b>	Marketing en ligne et e-commerce
<b>Module 12</b>	Outils en Marketing
<b>Module 13</b>	Communication numérique et réputation en ligne
<b>Module 14</b>	<i>Performance and inbound marketing</i>
<b>Module 15</b>	Analyse web et marketing analytics
<b>Module 16</b>	Finance internationale
<b>Module 17</b>	Mobile e-Commerce
<b>Module 18</b>	Nouvelles tendances numériques

## Où, quand et comment se déroule la formation?

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

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



## Module 1. Leadership, éthique et RSE

### 1.1. Mondialisation et Gouvernance

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

### 1.2. Leadership

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

### 1.3. Éthique des affaires

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

### 1.4. Durabilité

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

### 1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

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

## Module 2. Orientation stratégique et gestion exécutive

### 2.1. Analyse et conception organisationnelles

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

### 2.2. Stratégie d'entreprise

- 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
- 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
- 2.2.2. 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 motifs stratégiques

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

### 2.5. La Direction stratégique

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

### 2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

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

### 2.7. Direction Générale

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

### 2.8. Analyses et résolution de problèmes

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

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

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

**3.2. La direction stratégique des personnes**

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

**3.3. Développement de la gestion et le leadership**

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

**3.4. Gestion du changement**

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

**3.5. Négociation et gestion des conflits**

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

**3.6. La communication managériale**

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

**3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes**

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

**3.8. Gestion des connaissances et du talent**

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

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

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

**4.2. Comptabilité de gestion**

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

**4.3. Budget et Contrôle de Gestion**

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

**4.4. Responsabilité fiscale des entreprises**

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

**4.5. Systèmes de contrôle des entreprises**

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

**4.6. Direction Financière**

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

**4.7. Planification financière**

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

**4.8. Stratégie financière de l'entreprise**

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

**4.9. Contexte Macroéconomique**

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

**4.10. Financement Stratégique**

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

**4.11. Marchés monétaires et des capitaux**

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

**4.12. Analyses et résolution de problèmes**

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

## Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

<b>5.1. Direction des opérations</b> 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	<b>5.2. Direction des achats</b> 5.2.1. Gestion des Stocks 5.2.2. Gestion des entrepôts 5.2.3. Gestion des achats et des marchés publics	<b>5.3. Supply chain management (1)</b> 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	<b>5.4. Supply chain management (2) Exécution</b> 5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking 5.4.2. Gestion Logistique. 5.4.3. Achats.
<b>5.5. Processus logistiques</b> 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.	<b>5.6. La logistique et les clients</b> 5.6.1. Analyse et prévision de la demande 5.6.2. Prévision et planification des ventes 5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement	<b>5.7. La logistique internationale</b> 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux 5.7.3. Plateformes logistiques internationales	<b>5.8. Concurrence des opérations</b> 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel de l'entreprise 5.8.2. Technologies et sciences émergentes 5.8.3. Les Systèmes d'information dans les opérations

## Module 6. Gestion des systèmes d'information.

<b>6.1. Gestion des systèmes d'information</b> 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises 6.1.2. Décisions stratégiques 6.1.3. Rôle du DSI	<b>6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise</b> 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet 6.2.3. La valeur du service IT dans l'entreprise	<b>6.3. Plan Stratégique du Système d'Information.</b> 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	<b>6.4. Systèmes d'information et business intelligence</b> 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
<b>6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC</b> 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	<b>6.6. Commerce électronique</b> 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 commerce électronique comme opportunité d'internationalisation	<b>6.7. Stratégies de E-Business</b> 6.7.1. Stratégies des Médias Sociaux 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client 6.7.3. Régulation digitale	<b>6.8. Digital business</b> 6.8.1. Mobile e-Commerce 6.8.2. Conception et facilité d'utilisation 6.8.3. Opérations de commerce électronique

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

<b>7.1. Gestion Commerciale</b> 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	<b>7.2. Marketing</b> 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	<b>7.3. Gestion stratégique du Marketing</b> 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	<b>7.4. Stratégie du Marketing Digital</b> 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
<b>7.5. Stratégie de vente et de communication</b> 7.5.1. Positionnement et promotion 7.5.2. Relations Publiques 7.5.3. Stratégie de vente et de communication	<b>7.6. Communication d'Entreprise</b> 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	<b>7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise</b> 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise 7.7.2. Plan de Communication 7.7.3. Rédaction de communiqués de presse/ Clipping/Publicity	

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

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

**8.2. Stratégie de l'Innovation**

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

**8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise**

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

**8.4. Direction et Gestion des projets**

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

**Module 9. Environnement concurrentiel et stratégie**
**9.1. Environnement économique mondial**

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

**9.2. Finances des entreprises**

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

**9.3. Analyse économique des décisions**

- 9.3.1. Le contrôle budgétaire
- 9.3.2. Analyse de la concurrence. Analyse comparative
- 9.3.3. La prise de décision. Investissement ou désinvestissement des entreprises

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

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

**9.5. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique**

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

**9.6. Systèmes d'information pour la prise de décision**

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

**9.7. Stratégie numérique**

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

**9.8. Modèles commerciaux basés sur l'Internet**

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

**9.9. Systèmes d'entreprise collaboratifs basés sur l'Internet**

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

**9.10. Social business**

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



## Module 10. Innovation et esprit d'entreprise

### 10.1. Design Thinking

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

### 10.2. Intelligence stratégique de l'innovation

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

### 10.3. Entrepreneurship & innovation

- 10.3.1. Stratégies de recherche d'opportunités de business
- 10.3.2. Évaluation de la faisabilité de nouveaux projets
- 10.3.3. *Innovation management systems*
- 10.3.4. Compétences *soft* d'un entrepreneur

### 10.4. Gestion des startups

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

### 10.5. Le plan d'affaires

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

### 10.6. Project management

- 10.6.1. *Agile Development*
- 10.6.2. *Lean Management dans les Startups*
- 10.6.3. *Project tracking and project steering*

### 10.7. Les phases de croissance d'une jeune entreprise

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

### 10.8. Financement de startups

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

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

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

### 10.10. Lean management

- 10.10.1. Principes de base du *Lean Management*
- 10.10.2. Groupes d'amélioration et de résolution de problèmes
- 10.10.3. Nouvelles formes de maintenance et de gestion de la qualité



**Module 11. Marketing en ligne et e-commerce****11.1. Digital e-commerce management**

- 11.1.1. Nouveaux modèles commerciaux du e-commerce
- 11.1.2. Planification et développement d'un plan stratégique de commerce électronique
- 11.1.3. Structure technologique du e-commerce

**11.2. Opérations et logistique dans le commerce électronique**

- 11.2.1. Comment gérer le *fulfillment*?
- 11.2.2. Gestion numérique du point de vente
- 11.2.3. *Contact center management*
- 11.2.4. Automatisation de la gestion et du suivi des processus

**11.3. Mise en œuvre des techniques du e-commerce**

- 11.3.1. Médias sociaux et intégration dans le plan de commerce électronique
- 11.3.2. Stratégie *multichannel*
- 11.3.3. Personnalisation des *Dashboards*

**11.4. Digital pricing**

- 11.4.1. Méthodes et passerelles de paiement en ligne
- 11.4.2. Promotions électroniques.
- 11.4.3. Temporisation numérique des prix
- 11.4.4. e-Auctions

**11.5. Du e-commerce au m-commerce et s-commerce**

- 11.5.1. Modèles commerciaux des e-marketplaces
- 11.5.2. S-Commerce et l'expérience des marques
- 11.5.3. Achats via des appareils mobiles

**11.6. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM**

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

**11.7. Trade marketing digital**

- 11.7.1. *Cross merchandising*
- 11.7.2. Design et Gestion des Campagnes sur Facebook Ads
- 11.7.3. Design et Gestion des Campagnes sur Google Ads

**11.8. Marketing en ligne pour le e-commerce**

- 11.8.1. *Inbound Marketing*
- 11.8.2. Display et Achat Programmatique
- 11.8.3. Plan de Communication

**Module 12. Outils en Marketing****12.1. Fonctionnement des moteurs de recherche**

- 12.1.1. Indicateurs et index
- 12.1.2. Algorithmes
- 12.1.3. SEO et *branding* de marque

**12.2. Analyse SEO**

- 12.2.1. Détermination des KPI
- 12.2.2. Création des scripts et alertes
- 12.2.3. Optimisation des images, des vidéos et d'autres éléments
- 12.2.4. *Linkbuilding*

**12.3. SEO technique**

- 12.3.1. Web Performance Optimization
- 12.3.2. Real Time et contenu
- 12.3.3. L'étiquetage et les headers pertinents
- 12.3.4. Techniques avancées du WPO

**12.4. SEO et le e-commerce**

- 12.4.1. Conversion Rate Optimization
- 12.4.2. Google *WebMaster* avancé *Tools*
- 12.4.3. Social Proof et viralisation
- 12.4.4. Navigation et indexabilité

**12.5. Keyword hunting pour SEM**

- 12.5.1. *Adwords Keyword Tool*
- 12.5.2. *Google Suggest*
- 12.5.3. *Insights for Search*
- 12.5.4. *GoogleTrends*

**12.6. SEM et Google Ads**

- 12.6.1. *Google Shopping*
- 12.6.2. *Google Display Network*
- 12.6.3. *Google Ads Mobile*
- 12.6.4. Publicité sur Youtube

**12.7. Facebook Ads**

- 12.7.1. Annonce de PPC/PPF (*pay per fan*)
- 12.7.2. Facebook Ads création
- 12.7.3. Facebook Power Editor
- 12.7.4. Optimisation des campagnes

**12.8. Stratégie et mesure du SEM**

- 12.8.1. *Quality score*
- 12.8.2. *Site links*
- 12.8.3. KPI's
- 12.8.4. Impressions, clics, conversions. Revenue, ROI, CPA

## Module 13. Communication numérique et réputation en ligne

### 13.1. Web 2.0 ou web social

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

### 13.2. Communication et réputation digitale.

- 13.2.1. Rapport sur la réputation en ligne
- 13.2.2. Étiquette et meilleures pratiques dans les réseaux sociaux
- 13.2.3. Branding y networking 2.0

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

- 13.3.1. Plan de réputation de la marque
- 13.3.2. Métriques générales, ROI et CRM social
- 13.3.3. Crise en ligne et SEO de réputation

### 13.4. Plateformes généralistes, professionnelles et microblogging

- 13.4.1. Facebook
- 13.4.2. LinkedIn
- 13.4.3. Twitter

### 13.5. Plateformes vidéo, image et mobilité

- 13.5.1. YouTube
- 13.5.2. Instagram
- 13.5.3. Flickr
- 13.5.4. Vimeo
- 13.5.5. Pinterest

### 13.6. Stratégie de contenu et storytelling

- 13.6.1. Blogging corporative
- 13.6.2. Stratégie de marketing de contenu
- 13.6.3. Création d'un plan de contenus
- 13.6.4. Stratégie de curation de contenus

### 13.7. Stratégie de médias sociaux

- 13.7.1. Relations publiques d'entreprise et social media
- 13.7.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
- 13.7.3. Analyse et évaluation des résultats

### 13.8. Community management

- 13.8.1. Rôles, tâches et responsabilités du Community manager
- 13.8.2. Social Media Manager
- 13.8.3. Social Media Strategist

### 13.9. Social media plan

- 13.9.1. Design d'un plan de médias sociaux
- 13.9.2. Calendrier, budget, attentes et suivi
- 13.9.3. Protocole d'urgence en cas de crise

### 13.10. Outils de surveillance en ligne

- 13.10.1. Outils de gestion et applications de bureau
- 13.10.2. Outils de surveillance et d'étude

## Module 14. Performance and inbound marketing

### 14.1. Permission marketing

- 14.1.1. Comment obtenir l'autorisation de l'utilisateur?
- 14.1.2. Personnalisation du message
- 14.1.3. Confirmation par courriel ou Double Opt-in

### 14.2. Stratégie et techniques de performance

- 14.2.1. Performance Marketing: résultats
- 14.2.2. Mix de médias en digital
- 14.2.3. L'importance du funnel

### 14.3. Développement de campagnes d'adhésion

- 14.3.1. Agences et programmes d'affiliation
- 14.3.2. Postview
- 14.3.3. Conception de programmes d'affiliation
- 14.3.4. Optimisation de l'affichage et des campagnes

### 14.4. Lancement d'un programme d'affiliation

- 14.4.1. Réseaux d'affiliation et affiliation directe
- 14.4.2. Suivi et analyse des performances
- 14.4.3. Contrôle des fraudes

### 14.5. Développement de campagnes d'emailing

- 14.5.1. Listes d'abonnés, de prospects et de clients
- 14.5.2. Outils et ressources pour le marketing par courriel
- 14.5.3. Rédaction en ligne pour les campagnes d'email marketing

### 14.6. Métriques de l'email marketing

- 14.6.1. Métrique des listes
- 14.6.2. Métriques des envois de newsletter
- 14.6.3. Métriques de conversion

### 14.7. Inbound Marketing.

- 14.7.1. Inbound marketing efficace
- 14.7.2. Bénéfices du inbound marketing
- 14.7.3. Mesurer le succès du inbound marketing

### 14.8. Recherche ciblée

- 14.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer Personas*
- 14.8.2. *Customer Journey Mapping*
- 14.8.3. *Content strategy*

### 14.9. Optimisation du contenu

- 14.9.1. Optimisation du contenu pour les moteurs de recherche
- 14.9.2. Création de contenu
- 14.9.3. Dynamisation du contenu

### 14.10. Conversion

- 14.10.1. *Lead capturing & CRO*
- 14.10.2. *Lead nurturing & Marketing automation*

**Module 15. Analyse web et marketing analytics****15.1. Analyses web**

- 15.1.1. Les bases de l'analyse web
- 15.1.2. Médias classiques vs. Médias digitaux
- 15.1.3. Méthodologie de base de l'analyste web

**15.2. Google Analytics**

- 15.2.1. Création d'un compte
- 15.2.2. *Tracking API Javascript*
- 15.2.3. Rapports et segments personnalisés

**15.3. Analyse qualitative**

- 15.3.1. Techniques de recherche appliquées à l'analyse du web
- 15.3.2. *Customer journey*
- 15.3.3. *Purchase funnel*

**15.4. Métriques Numériques**

- 15.4.1. Métriques classiques
- 15.4.2. Ratios
- 15.4.3. Établissement d'objectifs et KPI

**15.5. Domaines d'analyse d'une stratégie**

- 15.5.1. Acquisition de trafic
- 15.5.2. Activation
- 15.5.3. Conversion
- 15.5.4. La loyauté

**15.6. Data science & Big data**

- 15.6.1. *Business Intelligence*
- 15.6.2. Méthodologie et analyse de grands volumes de données
- 15.6.3. Extraction, traitement et chargement des données

**15.7. La visualisation des données**

- 15.7.1. Visualisation et interprétation des *dashboards*
- 15.7.2. Transformation des données en valeur
- 15.7.3. Intégration des sources
- 15.7.4. Rapports

**15.8. Outils de l'web**

- 15.8.1. Base technologique d'un outil AW
- 15.8.2. *Logs et Tags*
- 15.8.3. Étiquetage de base et adhoc

**Module 16. Finance internationale****16.1. Ingénierie des processus et des produits**

- 16.1.1. Stratégies d'innovation
- 16.1.2. Innovation ouverte
- 16.1.3. Organisation et culture innovantes
- 16.1.4. Équipement multifonctionnel

**16.2. Lancement et industrialisation de nouveaux produits**

- 16.2.1. Conception de nouveaux produits
- 16.2.2. *Lean Design*
- 16.2.3. Industrialisation de nouveaux produits
- 16.2.4. Fabrication et assemblage

**16.3. Digital e-commerce management**

- 16.3.1. Nouveaux modèles commerciaux du e-commerce
- 16.3.2. Planification et développement d'un plan stratégique de commerce électronique
- 16.3.3. Structure technologique du e-commerce

**16.4. Opérations et logistique dans le commerce électronique**

- 16.4.1. Gestion numérique du point de vente
- 16.4.2. *Contact center management*
- 16.4.3. Automatisation de la gestion et du suivi des processus

**16.5. E-Logistics. B2C y B2B**

- 16.5.1. E-Logistics
- 16.5.2. Le B2C: e-fulfilment, le dernier kilomètre
- 16.5.3. El B2B: e-procurement. Market Places

**16.6. Digital pricing**

- 16.6.1. Méthodes et passerelles de paiement en ligne
- 16.6.2. Promotions électroniques
- 16.6.3. Temporisation numérique des prix
- 16.6.4. e-Auctions

**16.7. L'entrepôt du e-Commerce**

- 16.7.1. Particularités de l'entrepôt dans le e-Commerce
- 16.7.2. Conception et planification de l'entrepôt
- 16.7.3. Infrastructures. Équipements fixes et mobiles
- 16.7.4. Zonage et emplacements

**16.8. La conception de la boutique en ligne.**

- 16.8.1. Conception et utilisation
- 16.8.2. Fonctionnalités les plus courantes
- 16.8.3. Alternatives technologiques.

**16.9. Supply chain management et tendances futures.**

- 16.9.1. L'avenir du e-Business
- 16.9.2. La réalité actuelle et l'avenir du e-Business
- 16.9.3. Modèles d'exploitation SC pour les Entreprises Mondiales

## Module 17. Mobile e-Commerce

### 17.1. Mobile marketing

- 17.1.1. Nouvelles habitudes de consommation et mobilité
- 17.1.2. Modèle SoLoMo
- 17.1.3. Les 4 P du Marketing Mix en matière de mobilité

### 17.2. Technologie mobile

- 17.2.1. Les opérateurs mobiles
- 17.2.2. Dispositifs mobiles et systèmes d'exploitation
- 17.2.3. Applications mobiles et webapps
- 17.2.4. Capteurs et intégration avec le monde physique

### 17.3. Tendances du marketing mobile

- 17.3.1. Mobile publishing
- 17.3.2. *Advergaming y Gammification*
- 17.3.3. Geolocalización Mobile
- 17.3.4. Réalité augmentée

### 17.4. Comportement des utilisateurs de mobiles

- 17.4.1. Nouvelles habitudes de recherche sur les appareils mobiles
- 17.4.2. Multi-écran
- 17.4.3. Le mobile comme moteur d'achat
- 17.4.4. ASO, attraction et fidélisation des utilisateurs mobiles

### 17.5. Interface utilisateur et expérience d'achat

- 17.5.1. Règles et plateformes de m-Commerce
- 17.5.2. Omnichannel
- 17.5.3. Mobile & Proximity Marketing
- 17.5.4. Gap entre consommateur et annonceur
- 17.5.5. Gestionnaires de contenu sur mobile commerce

### 17.6. Apps et achats

- 17.6.1. Design Apps Mobile commerce
- 17.6.2. Apps store
- 17.6.3. App marketing pour fidélisation des clients
- 17.6.4. App marketing pour e-commerce

### 17.7. Paiements mobiles

- 17.7.1. Chaîne de valeur et modèles économiques des méthodes de paiement mobile
- 17.7.2. Les clés pour améliorer l'UX dans le paiement mobile
- 17.7.3. Stratégies de positionnement sur le marché des paiements mobiles
- 17.7.4. Gestion des fraudes

### 17.8. Analyses mobiles

- 17.8.1. Méthodes de mesure et d'analyse des mobiles
- 17.8.2. Métriques mobiles: principaux KPIs
- 17.8.3. Analyse de rentabilité
- 17.8.4. *Mobile analytics*

### 17.9. Mobile commerce

- 17.9.1. Services
- 17.9.2. Applications
- 17.9.3. *Mobile social shopping*

### 17.10. Mobile social media applications

- 17.10.1. Intégration des portables dans les Réseaux Sociaux
- 17.10.2. Mobilité, relation, ubiquité et publicité
- 17.10.3. Facebook Places
- 17.10.4. Géolocalisation, annuaires mobiles, recommandations et achats en ligne

## Module 18. Nouvelles tendances numériques

### 18.1. Internet des objets

- 18.1.1. Visions et défis
- 18.1.2. Technologies clés
- 18.1.3. Projets pionniers

### 18.2. Gamification

- 18.2.1. Techniques de gamification d'entreprise
- 18.2.2. *Gamification design framework*
- 18.2.3. Mécanismes de fonctionnement et de motivation
- 18.2.4. Avantages et retour sur investissement

### 18.3. Big Data

- 18.3.1. Application sectoriel
- 18.3.2. Modèles commerciaux
- 18.3.3. Nouvelles professions.

### 18.4. Intelligence artificielle

- 18.4.1. Aspects Méthodologiques en Intelligence Artificielle
- 18.4.2. Recherche heuristique
- 18.4.3. Méthodes d'inférence de règles
- 18.4.4. Réseaux sémantiques

### 18.5. Robotique

- 18.5.1. La morphologie des robots
- 18.5.2. Outils mathématiques pour la localisation spatiale
- 18.5.3. Contrôle cinématique
- 18.5.4. Critères pour la mise en œuvre d'un robot industriel

### 18.6. Modélisation et simulation

- 18.6.1. Modélisation à l'aide de DEVS
- 18.6.2. Modélisation des entrées aléatoires
- 18.6.3. Génération d'entrées aléatoires
- 18.6.4. Conception d'expériences et d'optimisation

### 18.7. Mise en œuvre de la cryptographie dans les projets technologiques

- 18.7.1. Signature électronique
- 18.7.2. Certificat numérique
- 18.7.3. Cryptage des données
- 18.7.4. Applications pratiques de la cryptographie

### 18.8. Autres tendances

- 18.8.1. Imprimantes 3D
- 18.8.2. Drones
- 18.8.3. Vision artificielle
- 18.8.4. Réalité augmentée







07

# Méthodologie

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

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





“

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



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

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

“

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



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



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

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

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

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

## Relearning Methodology

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

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

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

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

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







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

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

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

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

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



#### Support d'étude

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

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



#### Cours magistraux

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

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



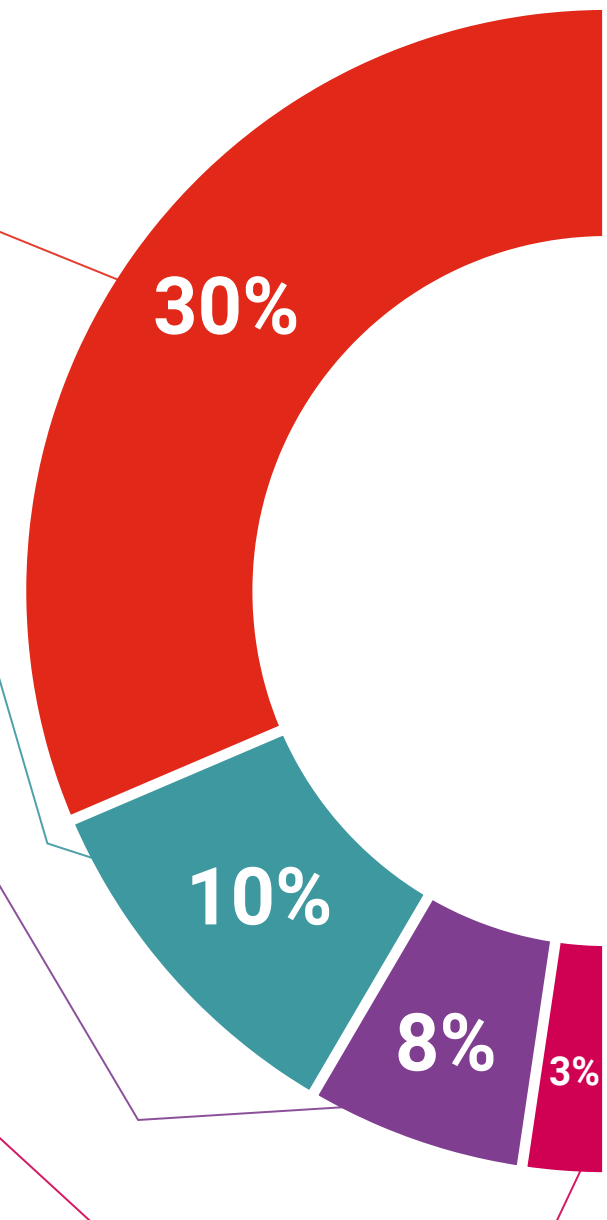
#### Stages en gestion des compétences

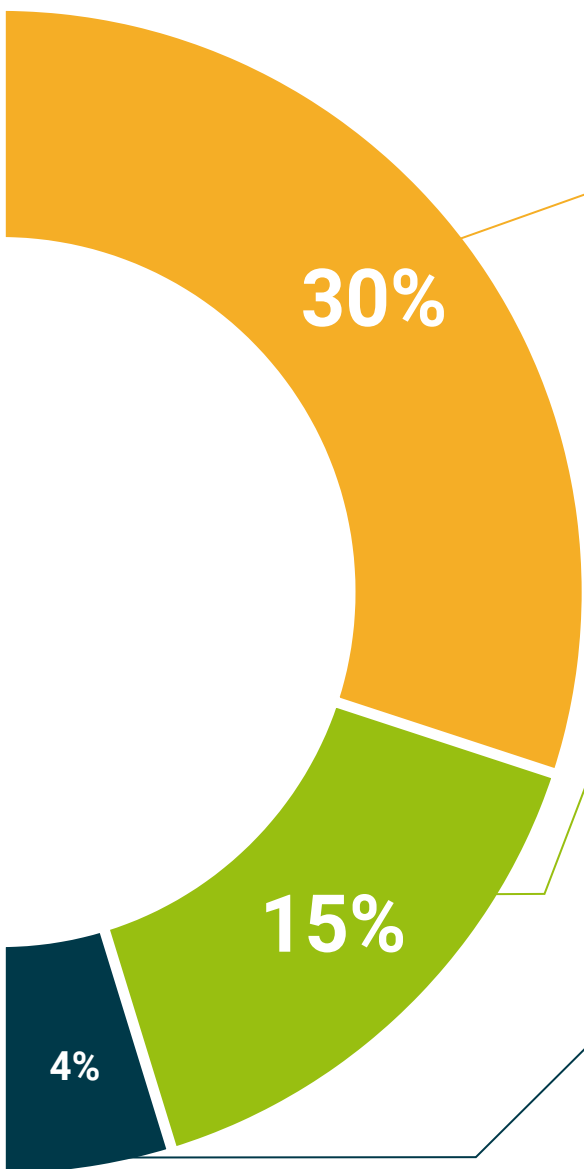
Vous réaliserez des activités visant à développer des compétences de direction spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un haut dirigeant doit développer dans le contexte de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Bibliographie complémentaire

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





### Case Studies

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



### Résumés interactifs

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

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profil de nos étudiants

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







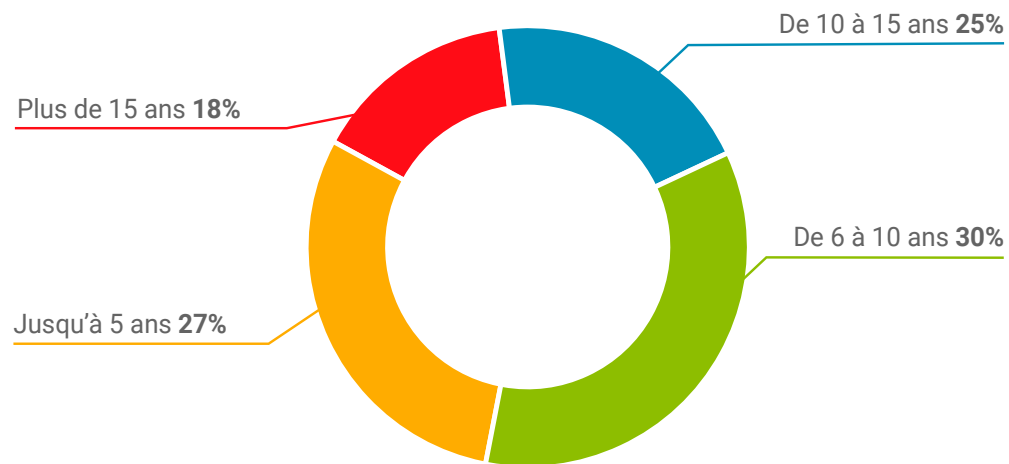
“

*Nos étudiants sont des professionnels expérimentés, conscients de la nécessité d'améliorer leurs compétences afin de faire progresser leur carrière"*

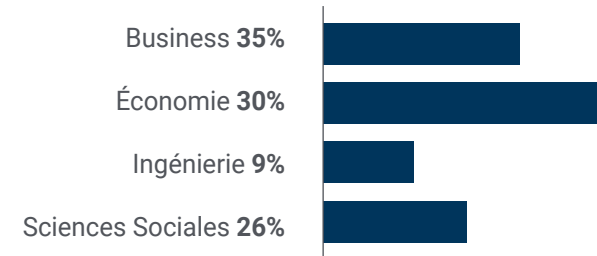
### Âge moyenne

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

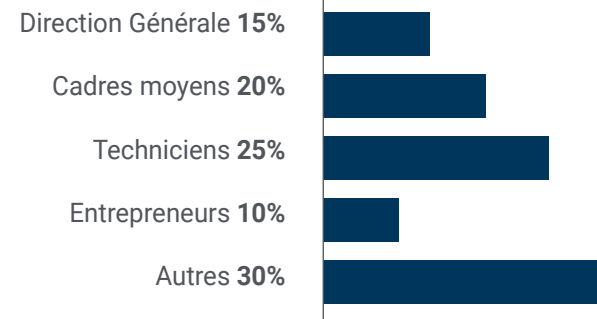
### Années d'expérience



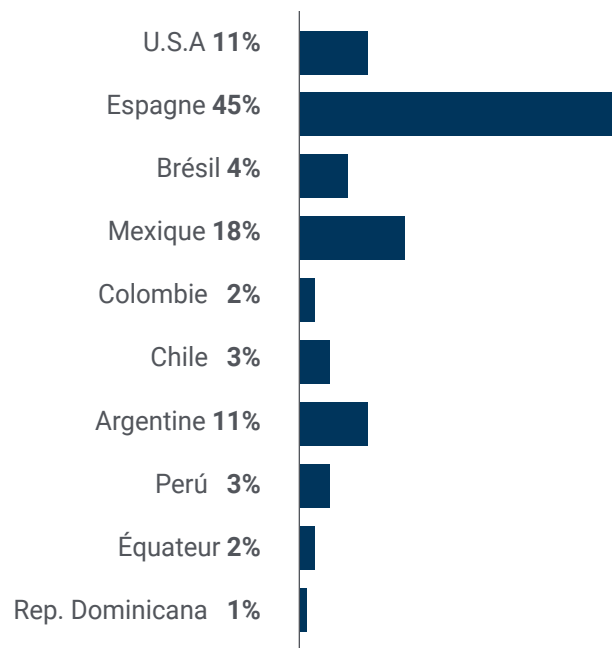
### Formation



### Profil Académique



## Distribution géographique



## Manuel Mendoza

Directeur d'une entreprise multinationale

*"L'achèvement de ce programme TECH m'a permis d'accroître mes compétences et d'obtenir le coup de pouce dont j'avais besoin pour faire progresser ma carrière. Cela a certainement été une occasion unique de progresser dans mon travail et d'agir avec plus de confiance dans ma pratique quotidienne"*

09

# Impact sur votre carrière

Nous TECH est 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 l'état de préparation des étudiants de sorte que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réaliser ce changement.





“

*Nous vous aidons à franchir le cap professionnel que vous souhaitez grâce à un programme à fort impact sur votre carrière”*

*L'achèvement de ce programme vous permettra de donner un coup de pouce à votre carrière.*

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

Le Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques de TECH Université Technologique est un programme intense qui prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

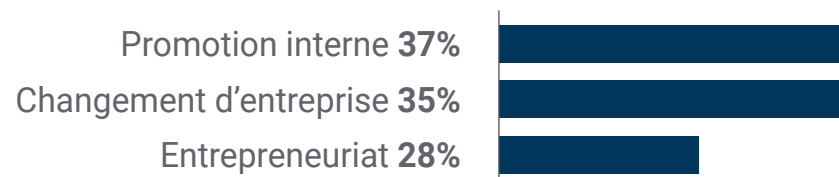
Si vous souhaitez améliorer vos compétences, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, vous êtes au bon endroit.

*Un programme unique, avec les informations les plus pertinentes sur le sujet, pour que vous puissiez obtenir l'amélioration professionnelle 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.





# 10

## Bénéfices pour votre entreprise

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





“

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

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

01

### Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives qui peuvent 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

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

---

04

### Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

### Développement de projets propres

Vous pourrez 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 donne les étudiants des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation



# 11 Diplôme

Le MBA en Gestion des Affaires Numériques garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université technologique.



“

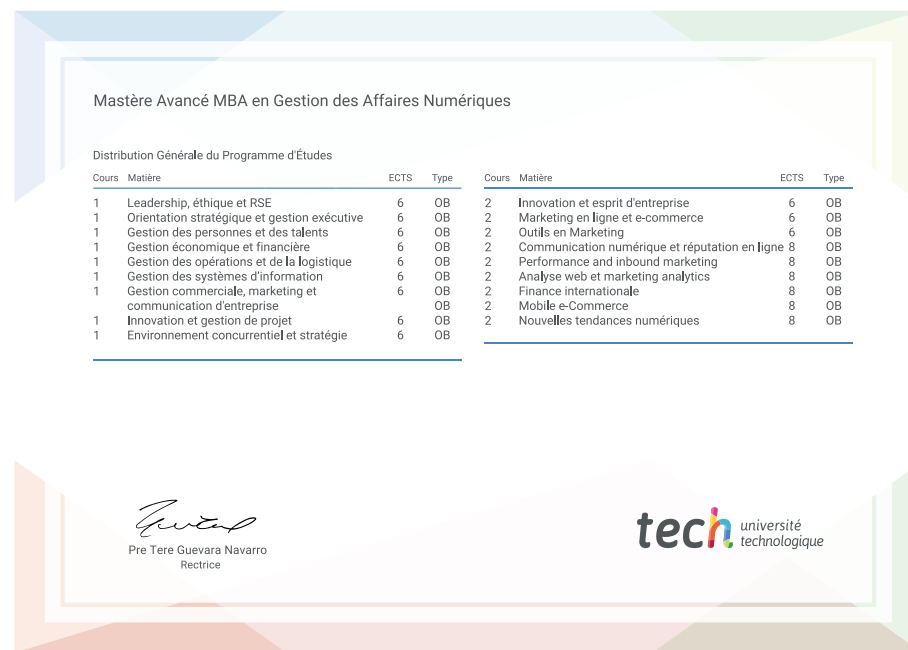
*Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”*

Ce **Mastère Avancé MBA en Gestion des Affaires Numériques** contient le programme le plus complet et le plus actuel sur la Marchés.

Après avoir réussi les évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Avancé** 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 en Gestion des Affaires Numériques**  
N.º d'Heures Officielles: **3.000 h.**



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





## **Mastère Avancé** MBA en Gestion des Affaires Numériques

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

# Mastère Avancé

## MBA en Gestion des Affaires Numériques

