

Mastère Avancé

MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal

G M M B A G P T I





tech université
technologique

Mastère Avancé MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-gestion-ports-transport-intermodal

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 22

06

Structure et contenu

page 28

07

Méthodologie

page 50

08

Profil de nos étudiants

page 58

09

Direction de la formation

page 62

10

Impact sur votre carrière

page 84

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 88

12

Diplôme

page 92

01 Présentation

La Gestion des Transports Portuaires et Intermodaux présente un certain nombre d'avantages significatifs qui favorisent l'efficacité et les Synergies dans la chaîne logistique globale. Tout d'abord, elle facilite le transfert des marchandises entre les différents modes de transport, ce qui permet d'optimiser les délais et de réduire les coûts d'exploitation. En outre, elle favorise l'intégration des systèmes logistiques, améliorant la visibilité et le contrôle des opérations de transport. La planification intermodale permet une allocation plus efficace des ressources, en réduisant la congestion et les émissions de gaz à effet de serre. Elle favorise également la sécurité et la transparence des opérations, renforçant ainsi la résilience de la chaîne d'approvisionnement. C'est pourquoi TECH a conçu ce programme 100% en ligne et flexible, basé sur la méthodologie révolutionnaire du *Relearning*.



Mastère Avancé en MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal
TECH Université Technologique



“

Les approches intermodales améliorent non seulement la compétitivité des ports, mais contribuent également au développement durable et à l'efficacité économique au niveau mondial. Inscrivez-vous dès maintenant!”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande école de commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

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

À TECH Université Technologique



Innovation

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

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



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95 % | des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

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

+100 000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

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

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

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

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



Contexte Multiculturel

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

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

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



Analyse

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



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de Cas. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

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



Apprenez avec les meilleurs

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



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

03

Pourquoi notre programme?

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

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



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

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

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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

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

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

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

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

03

Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

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

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

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

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

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

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

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

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

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

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

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

04 Objectifs

Ce Mastère Avancé vise à former des professionnels à la gestion efficace et stratégique des opérations portuaires et du transport intermodal. Ses principaux objectifs comprennent la compréhension des principes fondamentaux de la logistique et du transport, ainsi que des dernières tendances et technologies du secteur. En outre, vous développerez les compétences de leadership et de gestion nécessaires pour diriger des équipes et prendre des décisions efficaces dans des environnements logistiques complexes et dynamiques. Il favorisera également l'analyse et la résolution de problèmes, préparant les diplômés à relever les défis opérationnels, économiques et environnementaux inhérents à la Gestion des Ports et du Transport Intermodal.



“

Grâce à ce programme 100% en ligne, vous collaborerez efficacement avec les différentes parties prenantes et optimiserez les flux de marchandises au niveau international”

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

Le Mastère Avancé en MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal permettra aux étudiants pour:

01

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

04

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

02

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



03

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

05

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

06

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

08

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

09

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

07

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

10

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



11

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

14

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

12

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



13

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

15

Créer des stratégies innovantes en accord avec les différents projets

16

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

18

Comprendre en quoi consiste chacun de ces processus et dans quel but ils ont été conçus



17

Définir conceptuellement les processus qui la composent et qui donnent lieu aux différentes typologies de la logistique

19

Mettre à jour les connaissances dans le domaine du transport multimodal

20

Justifier l'importance du transport maritime dans la mondialisation

21

Analyser ce qu'est la multimodalité et son rôle dans la chaîne logistique

22

Examiner les principaux trafics maritimes et les navires de transport

23

Préciser la législation internationale en matière de transport maritime

24

Approfondir les caractéristiques et les fonctions traditionnelles des ports et leur évolution historique

25

Examiner l'alternative de la spécialisation des infrastructures portuaires comme moyen de s'adapter aux exigences des chaînes logistiques



26

Définir les différents modèles de gouvernance des ports

28

Définir un modèle portuaire pour l'avenir dans un contexte de transformation profonde et globale



29

Analyser ces aspirations avec le maximum d'objectivité, d'un point de vue technique

27

Examiner l'évolution de la gouvernance portuaire en relation avec le degré de développement des pays

30

Identifier l'importance du consensus, de la communication et de la transparence dans le processus de formulation d'une stratégie de système portuaire

05

Compétences

Avec ce MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal, vous développerez des compétences multidisciplinaires cruciales pour réussir dans l'industrie mondiale de la logistique. Vous acquerez de solides compétences en planification stratégique et en gestion opérationnelle, ainsi qu'en analyse financière et en prise de décision. En outre, vous serez en mesure de diriger des équipes dans des environnements interfonctionnels, en faisant preuve d'une communication efficace et de compétences en matière de résolution des conflits. La capacité à appliquer les technologies émergentes, à optimiser les processus logistiques et à évaluer et atténuer les risques dans la chaîne d'approvisionnement sera également importante.



“

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

01

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

02

Appliquer les méthodologies de gestion *Lean*

03

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

04

Effectuer le contrôle économique et financier de l'entreprise

05

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



06

Contrôler les processus logistiques, ainsi que les activités de l'entreprise et les processus d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise

08

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

09

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

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

Développer et diriger des plans de Marketing



11

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

14

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

12

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

15

Générer une stratégie pour un système portuaire qui réponde aux aspirations de la société dans son ensemble, c'est-à-dire à l'intérêt général du public

13

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

16

Développer la capacité à répondre aux crises et aux urgences dans l'environnement portuaire, en concevant des plans d'action efficaces

17

Développer en détail le fonctionnement de chacun des services portuaires ayant des obligations de service public dans les ports

20

Établir des stratégies globales de sûreté portuaire, comprenant des mesures physiques, technologiques et de gestion

18

Analyser les menaces et les vulnérabilités spécifiques des environnements portuaires, en identifiant les scénarios de risque possibles et en évaluant leur impact potentiel

21

Appliquer les réglementations et les normes internationales relatives à la sûreté portuaire, en veillant à la conformité avec les réglementations en vigueur

19

Planifier et coordonner les ressources humaines dans une entité portuaire

22

Réaliser la stratégie au moyen d'un plan d'entreprise portuaire fondé sur le modèle stratégique d'un système portuaire

06

Structure et contenu

Le programme universitaire comprendra des modules sur la logistique et les chaînes d'approvisionnement, la gestion portuaire, le transport maritime, ferroviaire et routier, ainsi que les aspects juridiques et réglementaires liés au commerce international et à la gestion portuaire. En outre, des sujets tels que les technologies de l'information appliquées à la logistique, la gestion environnementale et la durabilité dans les transports seront abordés, sans oublier les stratégies de Marketing et la gestion financière spécifiques au secteur.



“

Vous approfondirez des sujets fondamentaux, tels que la planification et l'exploitation efficaces des ports, grâce à une vaste bibliothèque dotée des ressources multimédias les plus innovantes"

Plan d'études

Le MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises, au niveau international. Son contenu est conçu pour promouvoir le développement de compétences managériales qui permettent une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Tout au long du programme, les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais d'un travail individuel, réalisant ainsi un apprentissage de haute qualité qu'ils seront en mesure d'appliquer dans leur pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme traite en profondeur les principaux fondamentaux de la gestion des ports et du transport intermodal. Il est conçu pour permettre aux cadres de comprendre la gestion d'entreprise d'un point de vue stratégique, international et innovant.

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

Module 1 Leadership Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

Module 2 Direction stratégique et *Management* Exécutif

Module 3 Gestion des personnes et des talents

Module 4 Gestion économique et financière

Module 5 Gestion des opérations et de la logistique

Module 6 Gestion des systèmes d'information

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

Module 8 Études de marché, publicité et gestion du marketing

Module 9 Innovation et Gestion de Projet

Module 10 *Management* Directif

Module 11	Logistique et Opérateurs Logistiques
Module 12	Transport Multimodal, Intermodalité et Plateformes Logistiques
Module 13	Transport Maritime
Module 14	Ports et Terminaux Portuaires
Module 15	Modèle de Gouvernance Portuaire
Module 16	Planification Portuaire Stratégique
Module 17	Plan Commercial d'un Port et Gestion des Ressources Humaines
Module 18	Logistique Maritime-Portuaire et Services Portuaires
Module 19	Planification et Développement des Infrastructures et Durabilité Environnementale
Module 20	Sécurité et Protection Portuaire

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH vous offre la possibilité de développer ce MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal de manière totalement online. Pendant les 24 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

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

Module 1. Leadership Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

1.1. Mondialisation et Gouvernance

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

1.2. Leadership

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

1.3. Cross Cultural Management

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

1.4. Développement de la gestion et le leadership

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

1.5. Éthique des affaires

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

1.6. Durabilité

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

1.7. Responsabilité Sociale des Entreprises

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

1.8. Systèmes et outils de Gestion responsable

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

1.9. Multinationales et Droits de l'homme

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

1.10. Environnement juridique et Corporate Governance

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

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

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

2.2. Stratégie d'entreprise

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

2.3. Planification et formulation stratégiques

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

2.4. Réflexion stratégique

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

2.5. Diagnostic Financier

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

2.6. Planification et Stratégie

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

2.7. Modèles et Motifs Stratégiques

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

2.8. Stratégie concurrentielle

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

2.9. Direction Stratégique

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

2.10. Mise en œuvre de la Stratégie

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

2.11. Management Directif

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

2.12. Communication Stratégique

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

Module 3. Gestion des personnes et des talents

3.1. Comportement Organisationnel

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

3.2. Les personnes dans les organisations

- 3.2.1. Qualité de vie au travail et bien-être psychologique
- 3.2.2. Groupes de travail et direction des réunions
- 3.2.3. Coaching et gestion d'équipes
- 3.2.4. Gestion de l'égalité et de la diversité

3.3. La direction Stratégique des personnes

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

3.4. Évolution des Ressources. Une vision intégrée

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

3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement RH.

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

3.6. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

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

3.7. Évaluation et gestion des performances

- 3.7.1. Gestion des performances
- 3.7.2. Gestion des performances: Objectifs et processus

3.8. Gestion de la formation

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

3.9. Gestion des talents

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

3.10. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

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

3.11. Motivation

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

3.12. Employer Branding

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

3.13. Développer des équipes performantes

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

3.14. Développement des compétences managériales

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

3.15. Gestion du temps

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

3.16. Gestion du changement

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

3.17. Négociation et gestion des conflits

- 3.17.1. Négociation
- 3.17.2. Gestion de conflits
- 3.17.3. Gestion de Crise

3.18. La communication managériale

- 3.18.1. Communication internes et externes dans l'environnement des entreprises
- 3.18.2. Département de communication
- 3.18.3. Le Responsables de Communication dans l'Entreprise. Le profil du Dircom

3.19. Gestion des Ressources Humaines et équipes de santé et sécurité au travail

- 3.19.1. Gestion des ressources humaines et Équipement
- 3.19.2. Prévention des risques professionnels

3.20. Productivité, attraction, rétention et activation des talents

- 3.20.1. Productivité
- 3.20.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

3.21. Compensation monétaire vs. Non-monétaire

- 3.21.1. Compensation monétaire vs. Non-monétaire
- 3.21.2. Modèles d'échelons salariaux
- 3.21.3. Modèles de compensation non monétaires
- 3.21.4. Modèle de travail
- 3.21.5. Communauté d'entreprises
- 3.21.6. Image de l'entreprise
- 3.21.7. Rémunération émotionnelle

3.22. Innovation dans la gestion des talents et des personnes II

- 3.22.1. Innovation dans les Organisations
- 3.22.2. Recrutement et département des Ressources Humaines
- 3.22.3. Gestion de l'innovation
- 3.22.4. Outils de Innovation

3.23. Gestion des connaissances et du talent

- 3.23.1. Gestion des connaissances et du talent
- 3.23.2. Mise en œuvre de Gestion des Connaissances

3.24. Transformer les ressources humaines à l'ère du numérique

- 3.24.1. Le contexte socio-économique
- 3.24.2. Les nouvelles formes d'organisation des entreprises
- 3.24.3. Nouvelles méthodes

Module 4. Gestion économique et financière

4.1. Environnement économique

- 4.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
- 4.1.2. Institutions financières
- 4.1.3. Marchés financiers
- 4.1.4. Actifs financiers
- 4.1.5. Autres entités du secteur financier

4.2. Le financement de l'entreprise

- 4.2.1. Sources de financement
- 4.2.2. Types de coûts de financement

4.3. Comptabilité de gestion

- 4.3.1. Concepts de base
- 4.3.2. Actif de l'entreprise
- 4.3.3. Passif de l'entreprise
- 4.3.4. Le Capitaux propres de l'entreprise
- 4.3.5. Compte de résultat

4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique

- 4.4.1. Éléments de la comptabilité analytique
- 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique
- 4.4.3. Classification des coûts

4.5. Systèmes d'information et *business intelligence*

- 4.5.1. Principes fondamentaux et classification
- 4.5.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
- 4.5.3. Choix du centre de coûts et de l'effet

4.6. Budget et Contrôle de Gestion

- 4.6.1. Le modèle budgétaire
- 4.6.2. Le budget d'investissement
- 4.6.3. Le budget de fonctionnement
- 4.6.4. Le budget de trésorerie
- 4.6.5. Le suivi budgétaire

4.7. Gestion de la trésorerie

- 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Fonds de Roulement Nécessaire
- 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
- 4.7.3. *Credit Management*

4.8. Responsabilité fiscale des entreprises

- 4.8.1. Concepts Fiscaux de base
- 4.8.2. Impôt sur les sociétés
- 4.8.3. Taxe sur la valeur ajoutée
- 4.8.4. Autres taxes liées à l'activité commerciale
- 4.8.5. L'entreprise en tant que facilitateur du travail de l'État

4.9. Systèmes de contrôle des entreprises

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

4.10. Direction Financière

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

4.11. Planification Financière

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

4.12. Stratégie financière de l'entreprise

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

4.13. Contexte Macroéconomique

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

4.14. Financement Stratégique

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

4.15. Marchés monétaires et des capitaux

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

4.16. Analyse et planification financières

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

4.17. Analyses et résolution de cas/ problèmes

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

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction et Gestion d'Opérations

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

5.2. Organisation industrielle et logistique

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

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

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

5.4. Structure et types d'approvisionnement

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

5.5. Contrôle économique des achats

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

5.6. Contrôle des opérations de stockage

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

5.7. Gestion stratégique des achats

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

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

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

5.9. Supply Chain Management

- 5.9.1. Concept de gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM)
- 5.9.2. Coûts et efficacité de la chaîne d'approvisionnement
- 5.9.3. Modèles de demande
- 5.9.4. Stratégie opérationnelle et changement

5.10. Interactions de la SCM avec tous les secteurs

- 5.10.1. Interaction de la chaîne d'approvisionnement
- 5.10.2. Interaction de la chaîne d'approvisionnement. Intégration par parties
- 5.10.3. Problèmes d'intégration de la chaîne d'approvisionnement
- 5.10.4. Chaîne d'approvisionnement 4.0

5.11. Coûts logistiques

- 5.11.1. Coûts logistiques
- 5.11.2. Problèmes de coûts logistiques
- 5.11.3. Optimisation des coûts logistiques

5.12. Rentabilité et efficacité des chaînes logistiques: KPIs

- 5.12.1. Chaîne logistique
- 5.12.2. Rentabilité et efficacité de la chaîne logistique
- 5.12.3. Indicateurs de rentabilité et d'efficacité de la chaîne logistique

5.13. Gestion des processus

- 5.13.1. Gestion du processus
- 5.13.2. Approche basée sur les processus: Carte de processus
- 5.13.3. Amélioration de la gestion des processus

5.14. Distribution et transport

- 5.14.1. Distribution dans la chaîne d'approvisionnement
- 5.14.2. La logistique du transport
- 5.14.3. Les systèmes d'information Géographique en tant que soutien à la Logistique

5.15. Logistique et clients

- 5.15.1. Analyse de la demande
- 5.15.2. Prévission de la demande et ventes
- 5.15.3. Planification des ventes et des opérations
- 5.15.4. Planification, prévision et réapprovisionnement participatifs (CPFR)

5.16. Logistique internationale

- 5.16.1. processus d'exportation et d'importation
- 5.16.2. Douanes
- 5.16.3. Formes et moyens de paiement internationaux
- 5.16.4. Plateformes logistiques internationales

5.17. Outsourcing des opérations

- 5.17.1. Gestion des opérations et Outsourcing
- 5.17.2. Mise en œuvre de l'Outsourcing dans les environnements logistiques

5.18. Compétitivité des opérations

- 5.18.1. Gestion des opérations
- 5.18.2. Compétitivité opérationnelle
- 5.18.3. Stratégie des opérations et avantages concurrentiels

5.19. Gestion de la qualité

- 5.19.1. Clients internes et externes
- 5.19.2. Coûts de la qualité
- 5.19.3. L'amélioration continue et la philosophie de Deming

Module 6. Gestion des systèmes d'information**6.1. Environnements technologiques**

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

6.2. Systèmes et technologies de l'information dans l'entreprise

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

6.3. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique

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

6.4. Gestion des systèmes d'information

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

6.5. Planification Stratégique des Systèmes d'Information

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

6.6. Systèmes d'information pour la prise de décision

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

6.7. Explorer l'information

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

6.8. | Business Intelligence dans l'entreprise

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

6.9. Nouveau concept commercial

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

6.10. Outils et solutions de BI

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

6.11. Planification et gestion de projets BI

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

6.12. Applications de gestion d'entreprise

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

6.13. Transformation numérique

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

6.14. Technologies et tendances

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

6.15. Outsourcing de TI

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

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

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

Module 8. Études de marché, publicité et gestion du marketing**8.1. Investigation du marché**

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

8.2. Méthodes et techniques de recherche quantitative

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

8.3. Méthodes et techniques de recherche qualitative

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

8.4. Segmentation du marché

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

8.5. Gestion de projets de recherche

- 8.5.1. Les études de Marché comme un processus
- 8.5.2. Les étapes de la planification d'une étude de marché
- 8.5.3. Les étapes de l'exécution d'une étude de marché
- 8.5.4. Gestion d'un projet de recherche

8.6. L'investigation des marchés internationaux

- 8.6.1. Études de marché internationales
- 8.6.2. Processus d'étude de marché international
- 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans la recherche Marché internationale

8.7. Études de faisabilité

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

8.8. Publicité

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

8.9. Développement du plan de Marketing

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

8.10. Stratégies de promotion et merchandising

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

8.11. Planification des médias

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

8.12. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises

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

8.13. Négociation commerciale

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

8.14. La prise de décision dans la gestion commerciale

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

8.15. Direction et gestion du réseau de vente

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

8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale

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

8.17. Gestion des comptes clés

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

8.18. Gestion financière et budgétaire

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

Module 9. Innovation et gestion de projet

9.1. Innovation

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

9.2. Stratégies d'innovation

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

9.3. *Project Management* pour startups

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

9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise

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

9.5. Direction et gestion des projets

- 9.5.1. Direction et gestion des projets: Identification des possibilités de développer des projets d'innovation au sein de l'entreprise
- 9.5.2. Principales étapes ou phases de la direction et de la gestion des projets d'innovation

9.6. La gestion du changement à projet: Gestion de la formation

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

9.7. Gestion de la communication de projets

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

9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes

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

9.9. Création d'une *start-up*

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

9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets

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

Module 10. Management Directif**10.1. General Management**

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

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

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

10.3. Direction des opérations

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

10.4. Discours et formation de porte-parole

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

10.5. Outils de communication personnels et organisationnels

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

10.6. La communication en situation de crise

- 10.6.1. Crise
- 10.6.2. Phases de la crise
- 10.6.3. Messages: Contenus et moments

10.7. Préparer un plan de crise

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

10.8. Intelligence émotionnelle

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

10.9. Branding Personnel

- 10.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
- 10.9.2. Loi *branding* personal
- 10.9.3. Outils de construction de la marque personnelle

10.10. Leadership et gestion d'équipes

- 10.10.1. Leadership et styles de leadership
- 10.10.2. Capacités et défis du Leader
- 10.10.3. Gestion des processus de changement
- 10.10.4. Gestion d'équipes multiculturelles

Module 11. Logistique et Opérateurs Logistiques**11.1. La logistique**

- 11.1.1. La logistique Rôle dans les flux économiques actuels
- 11.1.2. Logistique de chaîne d'approvisionnement. Différences
- 11.1.3. La logistique dans l'entreprise. Importance

11.2. Zones logistiques et typologies

- 11.2.1. Zones de la logistique
- 11.2.2. Logistique interne Vs . logistique externe
- 11.2.3. Éléments clés de la logistique

11.3. Opérations logistiques

- 11.3.1. Opérations des entreprises de logistique
- 11.3.2. Le Processus logistique et ses éléments
- 11.3.3. Étapes de la chaîne logistique
- 11.3.4. Problèmes qui se posent dans les environnements logistiques

11.4. La logistique adaptée aux besoins actuels du marché

- 11.4.1. La logistique dans le *e-commerce*. Logistique de distribution
- 11.4.2. Logistique inverse
- 11.4.3. Indicateurs logistiques
- 11.4.4. Logistique actuelle

11.5. Nouvelles technologies appliquées à la logistique

- 11.5.1. La robotique et les entrepôts automatisés
- 11.5.2. L'automatisation des processus
- 11.5.3. Systèmes d'information appliqués à la logistique
- 11.5.4. *Blockchain* et *Machine Learning*

11.6. Logistique du futur

- 11.6.1. Défis et enjeux de la logistique
- 11.6.2. La logistique verte
- 11.6.3. Nouvelles tendances en matière de logistique

11.7. Les Opérateurs logistiques

- 11.7.1. Logistique Globale
- 11.7.2. Figure de l'opérateur logistique
- 11.7.3. Évolution des opérateurs logistiques jusqu'à aujourd'hui
- 11.7.4. Opérations logistiques. Exigences

11.8. Les opérateurs logistiques et le contrat d'*Outsourcing*

- 11.8.1. Le Contrat d'*Outsourcing*. Clauses, accords de niveau de service
- 11.8.2. Services fournis par les opérateurs logistiques
- 11.8.3. Avantages offerts par les opérateurs logistiques

11.9. Les Opérateurs logistiques. Fonctions et typologie

- 11.9.1. Fonctions des opérateurs logistiques
- 11.9.2. Les *Party Logistics* (PL). Utilité
- 11.9.3. Typologies des opérateurs logistiques. Services et infrastructures
- 11.9.4. L'avenir des PL. De 6 PL à 10 PL

11.10. Transitaire (*freight forwarder*) Vs. Opérateur logistique

- 11.10.1. Transitaire VS pérateur logistique. Différences et similitudes
- 11.10.2. Évolution du transitaire vers la figure de l'Opérateur Logistique
- 11.10.3. Le transitaire et le système de PL's Rassembler les services

Module 12. Transport Multimodal, Intermodalité et Plateformes Logistiques

12.1. L'entrepôt

- 12.1.1. Phases de l'activité logistique. Rôle de l'entrepôt dans la chaîne d'approvisionnement
- 12.1.2. Activités de l'entrepôt
- 12.1.3. Types d'entrepôts
- 12.1.4. Alternatives de stockage

12.2. Plateformes logistiques

- 12.2.1. Entrepôt Vs Plateforme logistique. Éléments de différenciation
- 12.2.2. Typologies des plateformes logistiques
- 12.2.3. Fonctionnement d'une plateforme logistique. Infrastructures, organisation de l'espace et des ressources humaines et mécaniques

12.3. Les plates-formes logistiques en tant qu'élément d'intégration de la chaîne intermodale

- 12.3.1. Types des plateformes logistiques
- 12.3.2. La localisation comme élément de différenciation des plateformes logistiques. Les entrepôts HUB
- 12.3.3. Les micro-plateformes logistiques. Les SLP urbaines

12.4. Transport terrestre de marchandises par route

- 12.4.1. Le transport terrestre international de marchandises. Infrastructures primaires et cadre juridique international
- 12.4.2. Types de transport routier de marchandises
- 12.4.3. Éléments clés pour la Gestion des entreprises de transport routier
- 12.4.4. Transformation numérique des entreprises de transport terrestre. Systèmes de gestion

12.5. Transport ferroviaire de marchandises

- 12.5.1. Transport ferroviaire. Situation des réseaux ferroviaires internationaux de fret
- 12.5.2. Opérateurs ferroviaires
- 12.5.3. Types de transport ferroviaire

12.6. Transport maritime de marchandises

- 12.6.1. Organisations régulatrices Internationales
- 12.6.2. Législation pertinente
- 12.6.3. Transport maritime à longue distance
- 12.6.4. Le *short sea shipping* et les autoroutes de la mer
- 12.6.5. Transport de marchandises par voies navigables intérieures
- 12.6.6. Transport maritime. Aspects clés

12.7. Transport aérien de marchandises

- 12.7.1. Organisations régulatrices Internationales
- 12.7.2. Cadre juridique international
- 12.7.3. Infrastructures essentielles
- 12.7.4. L'avion. Typologie
- 12.7.5. Transport aérien. Aspects clés

12.8. Distribution capillaire des marchandises

- 12.8.1. Distribution capillaire, dernier maillon de la chaîne logistique
- 12.8.2. Fonctionnement de la distribution capillaire
- 12.8.3. Logistique du dernier kilomètre. Fonctionnement

12.9. Transport multimodal et combiné

- 12.9.1. Transport multimodal et combiné
- 12.9.2. Multimodalité Vs. Intermodalité
- 12.9.3. Rôle des Opérateurs de Transport Multimodal (OTM)

12.10. Transport Intermodal

- 12.10.1. Transport Intermodal
- 12.10.2. Types d'intermodalité
- 12.10.3. Rôle de l'entrepôt dans l'intermodalité Le crossdocking
- 12.10.4. L'opérateur de transport intermodal
- 12.10.5. Systèmes de transport intermodal
- 12.10.6. Transport Intermodal. Avantages, problèmes et défis

Module 13. Transport Maritime**13.1. Transport Maritime et Commerce International**

- 13.1.1. Transport maritime
- 13.1.2. Commerce international
- 13.1.3. Trafic maritime
- 13.1.4. Trafic TRAMP et lignes régulières

13.2. Types de Navires dans le Transport Maritime

- 13.2.1. Types de navires dans le transport maritime en fonction de leur cargaison
- 13.2.2. Évolution des navires dans le transport maritime
- 13.2.3. Le conteneur
 - 13.2.3.1. Types de conteneurs maritimes

13.3. Marché du Transport Maritime

- 13.3.1. Marché du Transport Maritime
- 13.3.2. Flotte mondiale
- 13.3.3. Besoins mondiaux en matière de Transport Maritime

13.4. Coûts du Transport Maritime

- 13.4.1. Distribution des coûts
- 13.4.2. Coûts fixes
- 13.4.3. Coûts variables
- 13.4.4. Coûts de chargement/déchargement
- 13.4.5. Facteurs qui influencent les coûts

13.5. Trafics Maritimes

- 13.5.1. Trafic du pétrole
- 13.5.2. Trafic de solides en vrac
- 13.5.3. Marchandises générales

13.6. Droit Maritime

- 13.6.1. Privilèges maritimes
- 13.6.2. Hypothèque de navire
- 13.6.3. Règlements et Conventions Internationaux en matière de transport maritime

13.7. Contrats d'Exploitation du Navire

- 13.7.1. Exploitation économique du navire
- 13.7.2. Affrètement coque nue
- 13.7.3. Affrètement
- 13.7.4. Contrat de transport de passagers

13.8. Marché du Fret

- 13.8.1. Marché du Fret. Évolution
- 13.8.2. Périodes
- 13.8.3. Offre/Demande

13.9. Accidents et Assurance Maritime

- 13.9.1. Accidents de la navigation
- 13.9.2. Types de défaillance
- 13.9.3. L'assurance maritime

13.10. Émissions. Réglementation internationale

- 13.10.1. Émissions dues au transport maritime
- 13.10.2. Réglementation internationale
- 13.10.3. Moyens de se conformer à la réglementation
- 13.10.4. Réduction des émissions de CO2

Module 14. Ports et Terminaux Portuaires**14.1. Le port de commerce. Fonctions**

- 14.1.1. Fonctions d'un port de commerce
- 14.1.2. Les ports de la chaîne d'approvisionnement
- 14.1.3. Les Port au 21e siècle

14.2. Modèles de ports en fonction des flux de marchandises

- 14.2.1. Les ports comme nœuds essentiels des chaînes logistiques
- 14.2.2. Typologie des ports en fonction des flux de marchandises
 - 14.2.2.1. Ports *import/export*
 - 14.2.2.2. Ports *hub*
- 14.2.3. Adaptation à l'évolution des flux de marchandises

14.3. Terminaux portuaires

- 14.3.1. Spécialisation des ports
- 14.3.2. Aménagement et zones des terminaux portuaires
- 14.3.3. Typologie des terminaux portuaires

14.4. Grues et moyens mécaniques

- 14.4.1. Grues pour le chargement et le déchargement du navire
- 14.4.2. Moyens de transport de la cargaison dans un terminal
- 14.4.3. Moyens de manutention de la cargaison dans le chantier naval

14.5. Terminaux polyvalents et terminaux à conteneurs

- 14.5.1. Terminaux polyvalents ou à usages multiples
- 14.5.2. Terminal à conteneurs
- 14.5.3. Flux de chargement et de déchargement dans un terminal à conteneurs

14.6. Terminaux vrac

- 14.6.1. Terminaux de vrac
- 14.6.2. Terminaux de vrac liquide
- 14.6.3. Installations spéciales

14.7. Bornes d'enroulement et de déroulage.

- 14.7.1. Bornes d'enroulement et de déroulage.
- 14.7.2. Conteneurs sur plateformes roulantes
- 14.7.3. Automobile

14.8. Terminaux pour passagers et autres types de terminaux spécialisés

- 14.8.1. Terminaux pour passagers
- 14.8.2. Ports de navigation sportive
- 14.8.3. Terminaux de pêche

14.9. Ports intelligents et automatisation

- 14.9.1. Ports intelligents (*Smart Ports*)
- 14.9.2. Numérisation
- 14.9.3. Automatisation des opérations

14.10. Dernières tendances en matière d'innovation portuaire

- 14.10.1. L'Intelligence Artificielle et son application aux ports
- 14.10.2. Formation basée sur la simulation (SBT)
- 14.10.3. Jumeaux portuaires numériques

Module 15. Modèle de Gouvernance Portuaire

15.1. Gouvernance portuaire

- 15.1.1. La Gouvernance Portuaire
- 15.1.2. Évolution de la gouvernance portuaire
- 15.1.3. Gouvernance portuaire et développement économique

15.2. Modèle de Gouvernance Portuaire

- 15.2.1. Ports publics et ports privés
- 15.2.2. Les *tool ports*
- 15.2.3. Le modèle *landlord port*

15.3. Tendances dans la gouvernance portuaire

- 15.3.1. Stabilisation du modèle de gouvernance: Vers un *landlord* nuancé
- 15.3.2. L'intégration verticale et horizontale
- 15.3.3. Les activités de contrôle et la surveillance de la concurrence

15.4. Le modèle *landlord* et le domaine public

- 15.4.1. La gestion du domaine public portuaire
- 15.4.2. Recettes de redevances
- 15.4.3. Recettes tarifaires

15.5. Exemples de modèles de gouvernance portuaire

- 15.5.1. Ports privés au Royaume-Uni
- 15.5.2. Le modèle *landlord* en Europe continentale
- 15.5.3. Amérique espagnole. Modèles en transition

15.6. Le régime des services portuaires

- 15.6.1. Nature du service (public, privé). Exigences relatives à la fourniture du service
- 15.6.2. Lien administratif (contrat, licence)
- 15.6.3. Forme ou conditions d'accès à la prestation de services. Concurrence Limitation du nombre de prestataires

15.7. Coordination des systèmes portuaires

- 15.7.1. Systèmes centralisés
- 15.7.2. Systèmes décentralisés
- 15.7.3. Systèmes mixtes

15.8. La gouvernance intraportuaire

- 15.8.1. La gestion d'un port
- 15.8.2. Modèle d'organigramme et de domaines fonctionnels
- 15.8.3. Les zones de planification et d'exploitation portuaires

15.9. L'administration portuaire

- 15.9.1. La gestion économique et financière
- 15.9.2. Gestion des Ressources Humaines
- 15.9.3. La sécurité industrielle et la prévention des risques professionnels

15.10. Les relations entre le port et son environnement

- 15.10.1. Interrelations port-ville
- 15.10.2. Le réseau urbano-portuaire. Considérations en matière d'urbanisme
- 15.10.3. Activités institutionnelles et collaboration avec l'environnement

Module 16. Planification Portuaire Stratégique**16.1. Le Système Portuaire**

- 16.1.1. Les autorités portuaires. Coordination
- 16.1.2. Perspectives économiques
- 16.1.3. Perspectives environnementales
- 16.1.4. Perspective sociale
- 16.1.5. Critères d'action

16.2. Ports économiquement rentables

- 16.2.1. Financement
- 16.2.2. La budgétisation
- 16.2.3. Prix associés à la réalité portuaire
- 16.2.4. Redistribution des ressources entre les ports

16.3. Gestion de l'espace portuaire

- 16.3.1. Rendement de l'espace portuaire
- 16.3.2. Zones portuaires au service de l'intérêt général
- 16.3.3. Numérisation de l'espace portuaire

16.4. Infrastructures. Investissements axés sur la demande

- 16.4.1. Exploitation des investissements dans les infrastructures
- 16.4.2. Infrastructures économiquement et socialement rentables
- 16.4.3. Connectivité des infrastructures
- 16.4.4. Respect de l'environnement

16.5. Fourniture de services aux clients et à la société dans son ensemble

- 16.5.1. Services concurrentiels au service de l'intérêt général
- 16.5.2. Efficacité de la prestation de services
- 16.5.3. Contrôle de la prestation de services
- 16.5.4. Simplification des procédures bureaucratiques
 - 16.5.4.1. Contrôles et inspections aux frontières
 - 16.5.4.2. Rationalisation des formalités

16.6. Innovation et numérisation des ports

- 16.6.1. Administration en ligne
- 16.6.2. Ports numériques
- 16.6.3. Stimuler l'innovation
- 16.6.4. Innovation au service de l'intérêt général

16.7. Projection internationale

- 16.7.1. Relations internationales
- 16.7.2. Image de marque
- 16.7.3. La compétitivité des ports dans le contexte international

16.8. Durabilité environnementale

- 16.8.1. Gestion de l'environnement
- 16.8.2. Qualité et mesures environnementales
- 16.8.3. Consommation et gestion des déchets
- 16.8.4. Mobilité durable
- 16.8.5. Changement climatique
- 16.8.6. Le port et le citoyen

16.9. Sécurité

- 16.9.1. Sécurité industrielle
- 16.9.2. Protection portuaire
- 16.9.3. Cybersécurité

16.10. Culture d'entreprise éthique et capital humain

- 16.10.1. Le code de déontologie
- 16.10.2. Supervision et contrôle
- 16.10.3. Transparence
- 16.10.4. Structure de l'organisation
- 16.10.5. Égalité
- 16.10.6. Formation et développement de carrière
- 16.10.7. Communication et participation

Module 17. Plan Commercial d'un Port et Gestion des Ressources Humaines

17.1. Le Plan Commercial d'un Port en tant qu'instrument de Planification

- 17.1.1. Le Plan Commercial en tant que concrétisation de la stratégie globale d'un système portuaire
- 17.1.2. Le Plan Commercial en tant qu'élément de coordination de la planification
- 17.1.3. Le SWOT
- 17.1.4. Carte stratégique
- 17.1.5. Autres instruments de planification du Port

17.2. Perspectives du Plan Commercial d'un Port

- 17.2.1. Le trafic portuaire
- 17.2.2. Inversions
- 17.2.3. Économique et financier
- 17.2.4. Ressources Humaines
- 17.2.5. Environnement et durabilité

17.3. Contrôle de gestion par le biais du Plan Commercial

- 17.3.1. Suivi des objectifs
- 17.3.2. Évolution des ratios de gestion
- 17.3.3. Mesures correctives.

17.4. Capital humain

- 17.4.1. Contexte socioprofessionnel des ports
- 17.4.2. Planification des RH dans le cadre de la stratégie globale et portuaire
- 17.4.3. Les relations industrielles et la négociation

17.5. Nécessité de changement. Professionnalisation des Ports

- 17.5.1. Résistance au changement
- 17.5.2. Comment gérer le changement
- 17.5.3. Professionnalisation des ports
- 17.5.4. Transparence et communication

17.6. Gestion axée sur les compétences en tant qu'instrument de changement

- 17.6.1. Compétences en matière de connaissances
- 17.6.2. Compétences "douces"
- 17.6.3. Les différents aspects de la gestion des compétences

17.7. Les Postes de travail

- 17.7.1. Spécification des postes
- 17.7.2. Évaluation des postes
- 17.7.3. Classification des postes et structure organisationnelle

17.8. Plan de formation

- 17.8.1. Plan de formation au système portuaire
- 17.8.2. Plan de formation au niveau du port
- 17.8.3. L'"université d'entreprise"
- 17.8.4. La classe virtuelle

17.9. Système de rémunération

- 17.9.1. Le Système de rémunération
- 17.9.2. La Structure de la rémunération
- 17.9.3. Évaluation des performances et rémunération variable

17.10. Prévention des risques professionnels

- 17.10.1. Rapports de prévention. Stratégies de prévention
- 17.10.2. Prévention des risques professionnels dans un port
- 17.10.3. Risques psychosociaux

Module 18. Logistique Maritime-Portuaire et Services Portuaires**18.1. Communauté Portuaire**

- 18.1.1. Communauté Portuaire
- 18.1.2. Principaux Acteurs de la Communauté Portuaire
- 18.1.3. Systèmes de Gestion de la Qualité appliqués à la Communauté Portuaire

18.2. Opérations portuaires

- 18.2.1. Opérations et activités portuaires
- 18.2.2. Systèmes d'information dans les opérations portuaires
- 18.2.3. Flux d'information dans les opérations portuaires

18.3. Logistique portuaire

- 18.3.1. La Logistique portuaire
- 18.3.2. Les ports en tant que nœuds logistiques dans la chaîne d'approvisionnement mondiale
- 18.3.3. La Logistique du transport de conteneurs

18.4. Gestion portuaire générale

- 18.4.1. Organisation générale des trafics maritimes et terrestres dans un port
- 18.4.2. Entrée des navires dans le port
- 18.4.3. Attribution des mouillages et des postes d'amarrage
- 18.4.4. Séjour des navires et mouvements intérieurs dans le port
- 18.4.5. Circulation des véhicules et des personnes dans le port
- 18.4.6. Passagers et marchandises

18.5. Gestion du terminal portuaire

- 18.5.1. Niveaux d'analyse
- 18.5.2. Planification des terminaux portuaires
- 18.5.3. Indicateurs de productivité

18.6. Services portuaires

- 18.6.1. Réglementation des services portuaires
- 18.6.2. Obligations de service public
- 18.6.3. Types de services portuaires

18.7. Services technico-nautiques

- 18.7.1. Amarrage
- 18.7.2. Remorquage portuaire
- 18.7.3. Pilotage

18.8. Services de réception des marchandises, des passagers et des déchets

- 18.8.1. Services de manutention du fret
 - 18.8.1.1. Activités de chargement et d'arrimage
 - 18.8.1.2. Activités de désarrimage et de déchargement
 - 18.8.1.3. Opérations d'arrimage et de désarrimage éventuellement exemptées
- 18.8.2. Service de réception des déchets d'exploitation des navires
- 18.8.3. Service aux passagers

18.9. Services aux navires commerciaux

- 18.9.1. Avitaillement
- 18.9.2. Approvisionnement en combustible
- 18.9.3. Fourniture de GNL
- 18.9.4. Fourniture d'énergie électrique aux navires

18.10. Service de signalisation maritime

- 18.10.1. Types d'Aides à la navigation
- 18.10.2. Aides visuelles
- 18.10.3. Aides acoustiques
- 18.10.4. Aides radio
- 18.10.5. VTS
- 18.10.6. Le Système de Balisage Maritime de l'AIMS

Module 19. Planification et Développement des Infrastructures et Durabilité Environnementale

19.1. Planification portuaire Durable

- 19.1.1. Législation: *Fit for 55* et EU ETS
- 19.1.2. Relations avec les autres continents
- 19.1.3. Relations avec l'Organisation Maritime Internationale (OMI)

19.2. Instruments de planification portuaire et adaptation à la nouvelle réalité climatique

- 19.2.1. *Plans Directeurs*
- 19.2.2. Instruments de Planification pour le développement des infrastructures
- 19.2.3. Conception et réaménagement des terminaux portuaires: Plans d'électrification
- 19.2.4. Relations durables port-ville: Le changement climatique et le design des espaces 1port-ville

19.3. Évaluation environnementale des instruments de planification portuaire

- 19.3.1. Programmes de développement des Infrastructures
- 19.3.2. Évaluation des plans de développement des infrastructures
- 19.3.3. Évaluation des Projets d'Infrastructures

19.4. Financement de projets de développement d'infrastructures portuaires durables

- 19.4.1. La Banque Européenne d'Investissement
- 19.4.2. La Banque mondiale
- 19.4.3. La Banque Interaméricaine de Développement
- 19.4.4. Fonds d'investissements internationaux
- 19.4.5. Émission de Titres Verts

19.5. Les ports et l'érosion côtière: *Working with Nature*

- 19.5.1. Projets de préservation des estuaires
- 19.5.2. Projets de régénération côtière
- 19.5.3. Projets de réutilisation des sédiments

19.6. Projets d'investissement dans les énergies renouvelables

- 19.6.1. Projets de production d'énergie éolienne *on shore* et *off shore*
- 19.6.2. Projets de production d'énergie photovoltaïque *on shore* et *off shore*
- 19.6.3. Autres énergies renouvelables

19.7. Évaluation de la rentabilité des projets d'investissement. Méthodologie MEIPORT

- 19.7.1. Analyse du contexte et des objectifs du projet
- 19.7.2. Analyse des alternatives
- 19.7.3. Définition du projet
- 19.7.4. Analyse financière
- 19.7.5. Analyse économique
- 19.7.6. Analyse de sensibilité et de risque

19.8. Technologie BIM appliquée aux ports

- 19.8.1. Conception des terminaux portuaires
- 19.8.2. Conception de projets d'électrification des quais
- 19.8.3. Conception de projets d'accès terrestres aux ports

19.9. Instruments de surveillance et de prévision du milieu marin

- 19.9.1. Réseaux de mesure: Bouées, marégraphes et radar à haute fréquence.
- 19.9.2. Éléments pour la Prévision du climat maritime et les scénarios de changement
- 19.9.3. Projets

19.10. Économie Bleue

- 19.10.1. Économie Bleue. Dimensions
- 19.10.2. Projets de préservation des écosystèmes marins
- 19.10.3. Ports et centres de recherche marine et climatique: Vers une relation à long terme

Module 20. Sécurité et Protection Portuaire**20.1. Sécurité Portuaire**

- 20.1.1. Sécurité dans les Ports
- 20.1.2. Sécurité et protection
- 20.1.3. Normes, réglementations et standards internationaux

20.2. Sécurité Technologique et Industrielle dans les Ports

- 20.2.1. Gestion de marchandises dangereuses
- 20.2.2. Prévention des accidents Industriels
- 20.2.3. Procédures de sécurité pour la manutention et le transport des marchandises

20.3. Protection portuaire. Planification de la sécurité

- 20.3.1. Identification des menaces et des vulnérabilités
- 20.3.2. Analyse des risques et évaluation de la protection
- 20.3.3. Stratégies d'atténuation des risques. Plan de protection

20.4. Protection Physique et électronique

- 20.4.1. Conception des systèmes de protection physique
- 20.4.2. Contrôle d'accès et surveillance
- 20.4.3. Technologies de sûreté portuaire

20.5. Sécurité logique et cybernétique dans les ports

- 20.5.1. Menaces et vulnérabilités cybernétiques spécifiques
- 20.5.2. Stratégies de cybersécurité portuaire
- 20.5.3. Réponse aux incidents cybernétiques

20.6. Gestion de Crise et Urgences

- 20.6.1. Planification des interventions d'urgence
- 20.6.2. Coordination avec les organismes de sécurité publique
- 20.6.3. Simulâcres et exercices d'intervention

20.7. Relations avec la Communauté et Communication de Crise

- 20.7.1. Importance de la communication avec la communauté
- 20.7.2. Stratégies de communication en situation de crise
- 20.7.3. Responsabilité sociale des entreprises dans les ports

20.8. Gestion d'un Département de Sécurité

- 20.8.1. Gestion de la sécurité publique et privée
- 20.8.2. Planification de la sécurité
- 20.8.2. Ressources matérielles
- 20.8.3. Gestion des ressources humaines et formation

20.9. Prévention et protection

- 20.9.1. Recommandations contre les risques de nature antisociale
- 20.9.2. Recommandations concernant les risques d'incendie
- 20.9.3. Recommandations concernant les risques professionnels

20.10. Innovation et Futur de la Sécurité Portuaire

- 20.10.1. Tendances technologiques en matière de sûreté portuaire
- 20.10.2. Intelligence artificielle et analyse de données
- 20.10.3. Se préparer aux défis futurs

07

Méthodologie

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Support d'étude

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

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



Cours magistraux

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

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



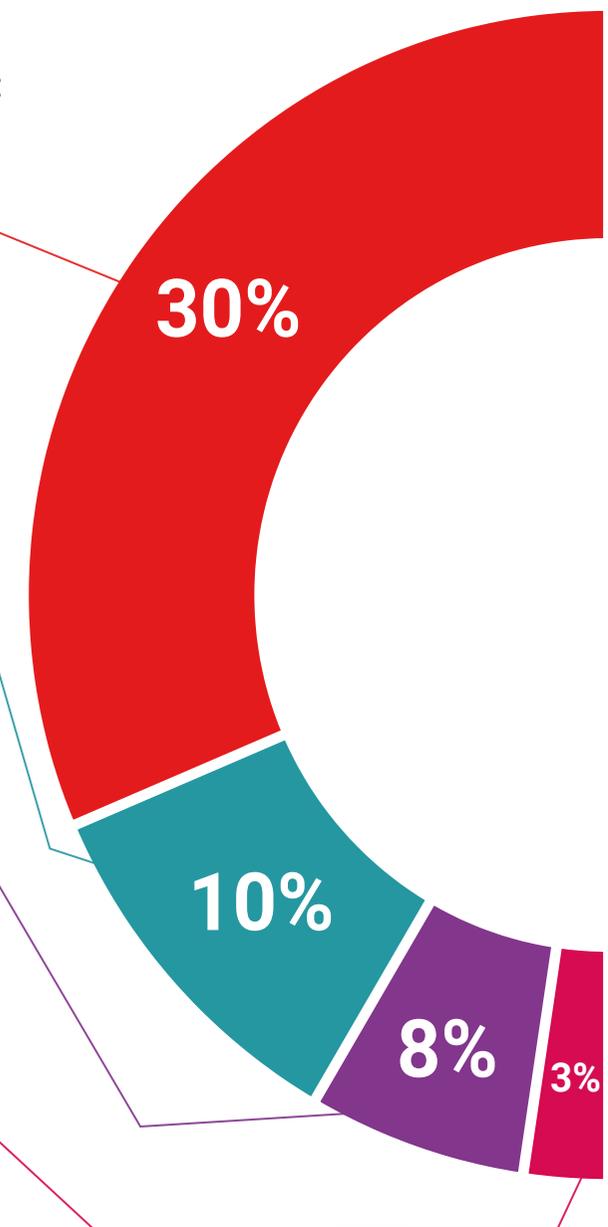
Stages en compétences de gestion

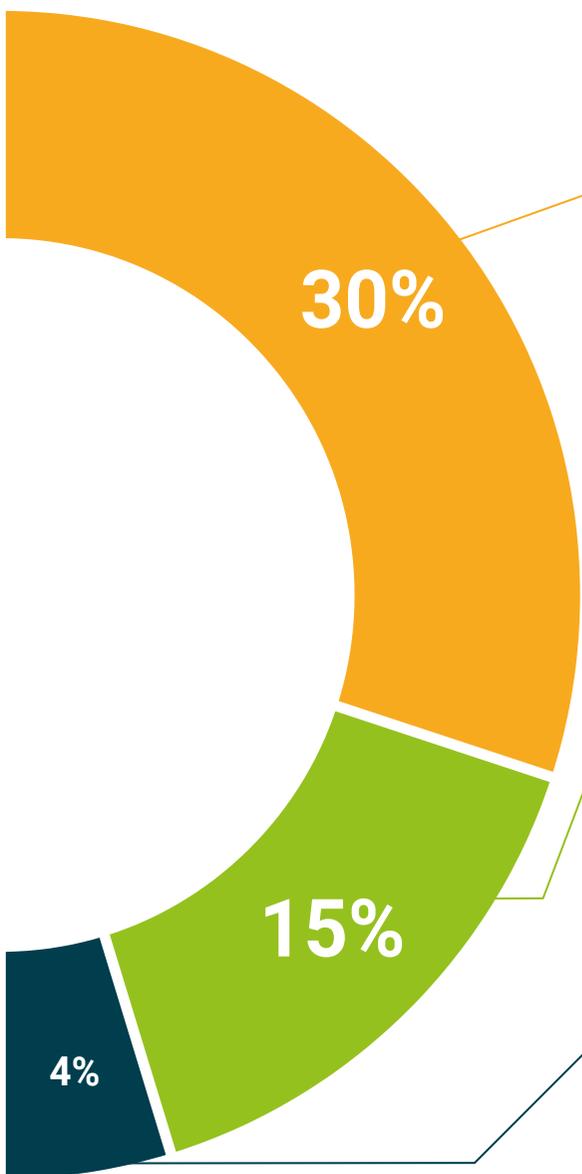
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

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





Case studies

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



Résumés interactifs

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



Testing & Retesting

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



08

Profil de nos étudiants

Le profil des étudiants est varié et multidisciplinaire. Ces étudiants viennent d'horizons académiques et professionnels divers et s'intéressent fortement à la gestion stratégique et opérationnelle de la chaîne d'approvisionnement mondiale, ainsi qu'à l'optimisation des opérations portuaires et du transport intermodal. En outre, ils apprécient la collaboration interdisciplinaire et s'engagent à apprendre en permanence et à s'adapter aux nouvelles tendances et technologies dans le domaine de la logistique et du transport.





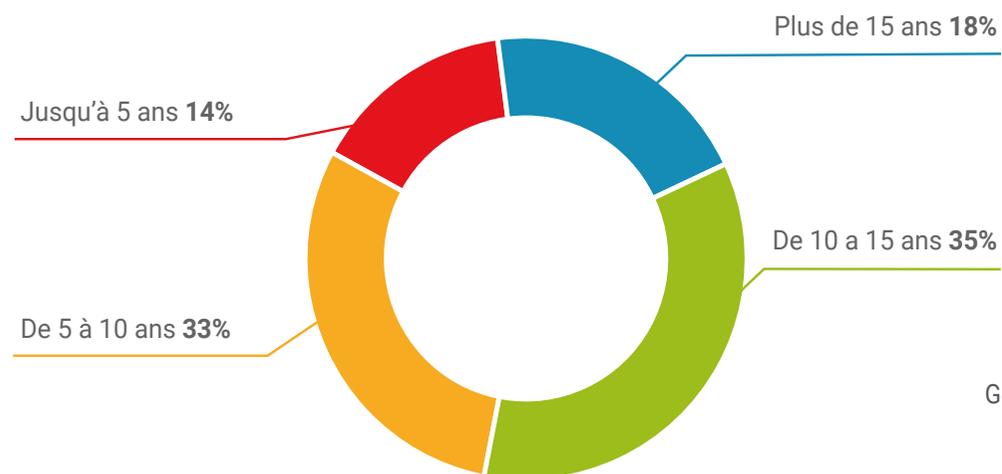
“

Ce programme s'adresse à des personnes motivées, dotées de compétences analytiques et capables de résoudre des problèmes complexes dans des environnements dynamiques”

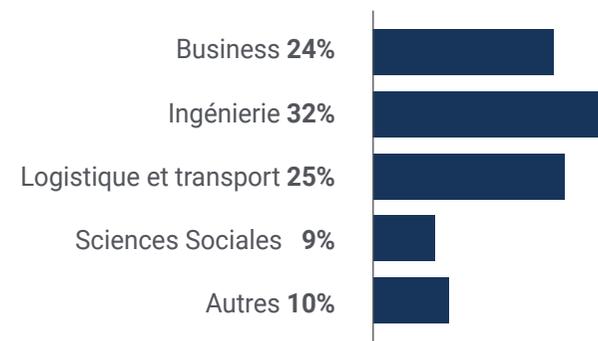
Âge moyen

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

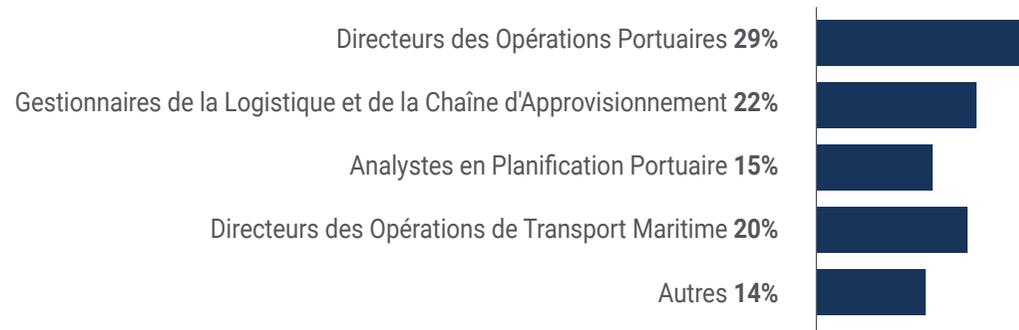
Années d'expérience



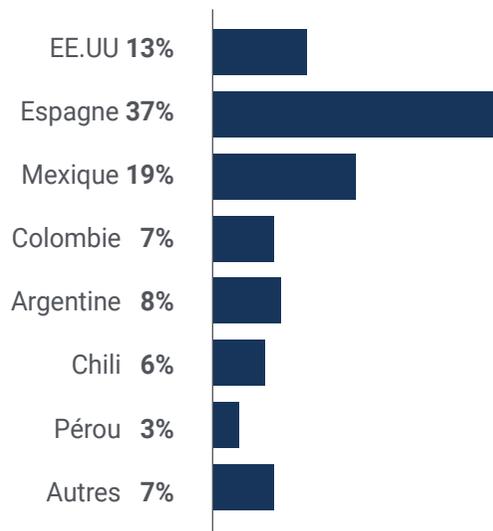
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Joaquín Hernández

Analyste de la Planification Portuaire

"Mon expérience dans ce Mastère Avancé a été extraordinaire! Non seulement j'ai acquis de nombreuses connaissances actualisées sur la gestion portuaire et les transports intermodaux, mais j'ai également eu l'occasion de rencontrer d'autres professionnels du secteur. Les cours étaient très pratiques et pertinents, et les professeurs savaient vraiment de quoi ils parlaient. Cette étape de formation a donné un coup de fouet à ma carrière, car j'ai appris d'une manière que je n'aurais jamais imaginée. Je recommande vivement cette formation à tous ceux qui sont passionnés par la logistique et le transport!"

09

Direction de la formation

Les conférenciers sont des experts hautement qualifiés et expérimentés dans divers aspects de la logistique et de l'industrie portuaire. En effet, ils viennent d'horizons professionnels divers et sont engagés dans l'excellence académique et l'application pratique des connaissances, offrant aux diplômés une combinaison unique de théorie et d'expérience réelle de l'industrie. En outre, non seulement ils ont une solide formation universitaire, mais ils ont également joué un rôle de premier plan dans ce domaine.



“

Le corps professoral sera au fait des dernières tendances et évolutions dans le domaine, ce qui lui permettra de fournir aux étudiants comme vous une formation actualisée et pertinente”

Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur invité international

Leader technologique possédant des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, Rick Gauthier s'est distingué dans le domaine des **services en nuage** et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un chef d'équipe et un manager très efficace, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un haut niveau d'engagement parmi ses employés.

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

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



M. Gauthier, Rick

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

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

Directeur invité international

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les mises à jour des données des fournisseurs et la hiérarchisation des données des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

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

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

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



M. Arens, Manuel

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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

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



M. La Sala, Andrea

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Stevenson, Scott

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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

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



Dr Nyquist, Eric

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



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

Direction



Dr López Rodríguez, Armando

- ♦ Chef du Service de Conseil Technique dans le Bureau du Président de Puertos del Estado
- ♦ Chef du Secteur de la Planification Stratégique à Puertos del Estado
- ♦ Chef de Projet à Puertos del Estado
- ♦ Chef du Secteur Ressources et Technologies de l'Information et de la Communication à Puertos del Estado
- ♦ Chef du Secteur Développement à Puertos del Estado
- ♦ Chef du Secteur des Relations avec les Entreprises à Puertos del Estado
- ♦ Chef du Secteur de la Planification Stratégique à Puertos del Estado
- ♦ Professeur Associé à l'École d'Organisation Industrielle
- ♦ Professeur associé à AENOR
- ♦ Professeur Associé à UBT Lab
- ♦ Ingénieur en Télécommunications de l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Licence en Histoire de l' Université Nationale d' Éducation à Distance (UNED)
- ♦ Docteur en Histoire de l' Université Nationale d' Éducation à Distance (UNED)
- ♦ Master en Méthodes et Techniques Avancées de Recherche Historique, Artistique et Géographique de l'Université Nationale d'Éducation à Distance (UNED)
- ♦ Programme de Développement de la Gestion (PDD) de l'IESE de l'Université de Navarre

Professeurs

Dr López Ansorena, César

- Expert en direction et gestion Portuaire
- Agent de Sûreté des Installations Portuaires par l'autorité compétente dans le domaine de la sûreté maritime
- Directeur de la Sécurité Privée reconnu par le Ministère de l'Intérieur
- Doctorat en Systèmes de génie civil (programme territoire et environnement) avec Mention Cum Laude de l'Université Polytechnique de Madrid
- Ingénieur de Routes, Canaux et Ports, de l'Université Polytechnique de Madrid
- Ingénieur Civil de l'Université Polytechnique de Madrid

M. Martín Gasull, Emilio

- Directeur de la Division des Transports Réfrigérés de Zanotti Appliance
- Directeur Général de Grupo HI Logistics
- Directeur Régional Levante chez ERTRANSIT
- Branch Manager Levante à l'Agence Fernández de Sola
- Directeur de la division Transport Intermodal chez Kuehne & Nagel Spain
- Directeur de la division maritime pour l'Espagne et le Portugal chez DHL Global Forwarding
- Directeur de la division du Transport Intermodal chez DHL Global Forwarding
- Directeur Régional Technique chez JF Hillebrand Spain
- Directeur de la Logistique Maritime et Intérieure chez Evergreen Shipping Spain
- Professeur dans le cadre du Master en Gestion Portuaire et Transport Intermodal
- Licence en Droit de l'Université de Valence Parcours académique
- Commissaire de la Moyenne par le Collège des officiers de la Marine Marchande

M. Muriente Núñez, Carlos

- Ingénieur Naval et Océanique chez Alten Spain
- Diplôme d'Architecture Navale de l'Université Polytechnique de Madrid
- Master en Ingénierie Navale et Océanique de l'Université Polytechnique de Madrid
- Master en Énergies Renouvelables de l'Université Technologique TECH de Madrid
- Cours sur les Matériaux du Futur dans l'Industrie, la Construction et la Technologie par l'Université polytechnique de Madrid

Mme García, Ana María

- Conseillère en Chef de la Présidence de l'ESPO
- Cheffe du Département de Planification de Puertos del Estado
- Cheffe du Secteur de Développement des Ressources Humaines de Puertos del Estado
- Responsable du Développement Commercial du Transport et de l'Industrie à Indra
- Cheffe du Département Technique de Commercialisation et de Marketing de Puertos del Estado
- Professeure du Master en Gestion et Planification Portuaire et Intermodalité
- Licence en Psychologie, Spécialisation en Psychologie du Travail et des Organisations, Université Pontificale de Comillas (ICAI-ICADE) et Université Complutense de Madrid
- Master en Administration des Affaires, IESE, Université de Navarre
- Programme de leadership en Gestion Publique, IESE, par l'Université de Navarre
- Membre de: Comité de Gouvernance Portuaire et Membre du Conseil d'Administration de l'Administration Générale de l'Etat dans les Autorités Portuaires de Motril, Vigo, Gijón, La Corogne, Alicante, Ténériffe et Carthagène

M. Martín Santodomingo, Francisco Javier

- ♦ Sous-directeur Adjoint pour les Opérations et les Aides à la Navigation à Puertos del Estado
- ♦ Chef de la Division des Projets de Travaux Maritimes du Grupo Dragados et du groupe Construccions
- ♦ Professeur de Master en Gestion et Planification Portuaire et Intermodalité à Puertos del Estado, Université Polytechnique de Madrid, Université d'Oviedo, Université de Cadix et de Université de La Corogne
- ♦ Ingénieur Civil avec spécialisation dans le domaine des Transports de l'Université Polytechnique
- ♦ Master en Union Européenne de l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Master en Gestion Portuaire et Transport Intermodal par l'ICADE à l'Université Pontificale de Comilla

M. Barroso Martín, Santiago

- ♦ Conseiller juridique chez Paralegal in Vicox Legal I
- ♦ Rédacteur de contenu juridique chez Ingeniería e Integración Avanzada S.A / BABEL
- ♦ Responsable Juridique Administratif au sein de l'Ordre des Avocats de Malaga
- ♦ Conseiller Parajuridique chez Garcia de la Vega Abogados
- ♦ Diplôme en Droit de l'Université de Malaga
- ♦ Master en Conseil Juridique d'Entreprise (MAJE) de l'Université de Malaga
- ♦ Master en Conseil du Travail, Fiscal et Comptable par Ayuda T Pyme

M. Lubián García, José Miguel

- ♦ Expert en gestion des Ressources Humaines dans le secteur portuaire
- ♦ Consultant en Ressources Humaines
- ♦ Directeur et coordinateur du Master en Gestion Portuaire des Ports de l'État
- ♦ Professeur à l'INAP, à l'IIR et à l'EOI
- ♦ Directeur adjoint des Études Portuaires
- ♦ Directeur adjoint des Plans Commerciaux
- ♦ Directeur adjoint des Ressources Humaines
- ♦ Chef du Secteur de l'Organisation et de la Planification des Ressources Humaines
- ♦ Licence en Économie et en Études commerciales de l'Université Autonome de Madrid
- ♦ Master en Direction et Gestion des Ressources Humaines de l'École de Commerce
- ♦ Diplôme de Gestion du Secteur Portuaire de l'IESE
- ♦ Membre de: Conseil d'Administration des Autorités Portuaires de Castellón, Tarragone, La Corogne, Almería et Pasaje



10

Impact sur votre carrière

Ce programme de TECH aura un impact significatif sur la carrière de ses diplômés en leur procurant un avantage concurrentiel distinctif sur le marché du travail. En effet, les professionnels qui termineront cette formation acquerront une solide base de connaissances dans des domaines clés tels que la gestion portuaire, la logistique et le transport intermodal, ce qui leur permettra d'accéder à un large éventail d'opportunités au sein d'entreprises multinationales, d'agences gouvernementales et d'organisations internationales liées au commerce et à la logistique. En outre, le développement de compétences en matière de leadership, de réflexion stratégique et de résolution de problèmes complexes vous permettra de progresser et d'assumer des rôles à plus grande responsabilité.



“

Vous aurez accès à un réseau de contacts professionnels et à des possibilités de collaboration avec des experts du secteur grâce à ce Mastère Avancé 100% en ligne"

La combinaison de l'expertise dans les opérations portuaires, le transport intermodal et la chaîne d'approvisionnement mondiale vous positionnera stratégiquement pour des rôles de leadership.

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

Le MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises au niveau international. Son principal objectif est de promouvoir le développement personnel et professionnel. Vous aidant à réussir.

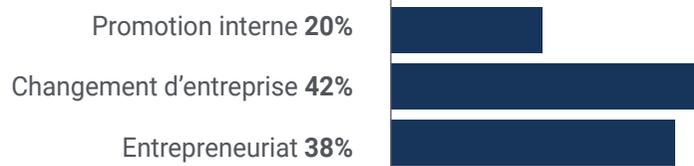
Ceux qui veulent s'améliorer, apporter un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs trouveront leur place chez TECH.

Vous développerez une grande capacité d'adaptation aux changements de l'environnement économique, en relevant avec succès les défis d'un secteur en constante évolution.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

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



11

Bénéfices pour votre entreprise

Cette qualification académique offrira un certain nombre d'avantages tangibles, tout d'abord pour les diplômés, qui acquerront des compétences et des connaissances spécialisées pouvant être directement appliquées à l'amélioration des opérations portuaires et de transport. Mais elle sera également bénéfique pour l'entreprise, car elle se traduira par une plus grande efficacité opérationnelle, une gestion plus efficace de la chaîne d'approvisionnement et une meilleure capacité à relever les défis logistiques dans un environnement mondialisé.





“

Une compréhension approfondie des dernières tendances et technologies du secteur permettra aux entreprises de rester à la pointe de l'innovation et de s'adapter rapidement aux changements du marché”

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

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

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

02

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

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

03

Former des agents du changement

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

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

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

05

Développement de projets propres

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

06

Accroître la compétitivité

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



12 Diplôme

Le Mastère Avancé en MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Mastère Avancé en MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

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

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

Diplôme: **Mastère Avancé en MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal**

Modalité: **en ligne**

Durée: **2 ans**



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



Mastère Avancé

MBA en Gestion des Ports et du Transport Intermodal

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

Mastère Avancé

MBA en Gestion des Ports
et du Transport Intermodal