

Mastère Avancé

MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique

G M M B A I A P C



Mastère Avancé

MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique

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

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-intelligence-artificielle-pratique-clinique

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

Page 6

03

Pourquoi notre programme?

Page 10

04

Objectifs

Page 14

05

Compétences

Page 22

06

Structure et contenu

Page 30

07

Méthodologie

Page 62

08

Profil de nos étudiants

Page 70

09

Direction de la formation

Page 74

10

Impact sur votre carrière

Page 94

11

Bénéfices pour votre entreprise

Page 98

12

Diplôme

Page 102

01 Présentation

Dans un récent rapport, l'Organisation Mondiale de la Santé reconnaît le potentiel de l'Intelligence Artificielle dans le domaine de la santé. Cet organisme souligne que ses outils technologiques contribuent au renforcement des essais cliniques, tout en améliorant les diagnostics médicaux et en offrant la possibilité de concevoir des traitements personnalisés. Toutefois, il exhorte les professionnels à faire un usage responsable de ces mécanismes et à prendre en compte les risques qu'ils comportent pour la sécurité des patients et de l'environnement. Dans ce contexte, TECH présente un diplôme universitaire destiné aux experts qui approfondit les clés de la mise en œuvre de l'Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique. En outre, il est enseigné dans un format pratique 100% en ligne.



MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique
TECH Université Technologique



“

Vous disposerez des techniques les plus avancées en matière d'Intelligence Artificielle pour diagnostiquer les maladies de manière efficace et précoce, ce qui contribuera à améliorer la qualité de vie des patients”

02

Pourquoi étudier à TECH?

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



“

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

À TECH Université Technologique



Innovation

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

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



Exigence maximale

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

95 %

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

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

+100 000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

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

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

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

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



Contexte Multiculturel

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

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

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



Analyse

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



Excellence académique

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



Économie d'échelle

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



Apprenez avec les meilleurs

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

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



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

03

Pourquoi notre programme?

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

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



“

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

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

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

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

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

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

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

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

03

Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

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

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

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

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

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

05

Accès à un puissant réseau de contacts

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

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

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

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

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

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

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

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

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

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

04 Objectifs

L'objectif de ce Mastère Avancé est de doter les professionnels des outils et techniques les plus innovants en matière d'Intelligence Artificielle afin qu'ils puissent les mettre en œuvre dans leur Pratique Clinique. Grâce à ce programme, les diplômés maîtriseront les principes fondamentaux de ce domaine technologique en pleine expansion, y compris des aspects tels que les réseaux neuronaux. Ils appliqueront ces procédures à des contextes cliniques afin de contribuer de manière significative à la personnalisation des soins aux patients, à la prédiction des résultats médicaux et à la gestion des données. Les spécialistes acquerront également les compétences nécessaires pour travailler avec des données cliniques, développer des modèles prédictifs et mettre en œuvre des solutions de pointe avec l'Intelligence Artificielle.



“

Un diplôme universitaire rigoureux avec une vision scientifique qui vous permettra de vous plonger dans l'Informatique Bio-inspirée pour résoudre des problèmes d'optimisation dans une grande variété de domaines tels que l'Ingénierie”

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

Le MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique permettra à l'étudiant de:

01

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

04

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

02

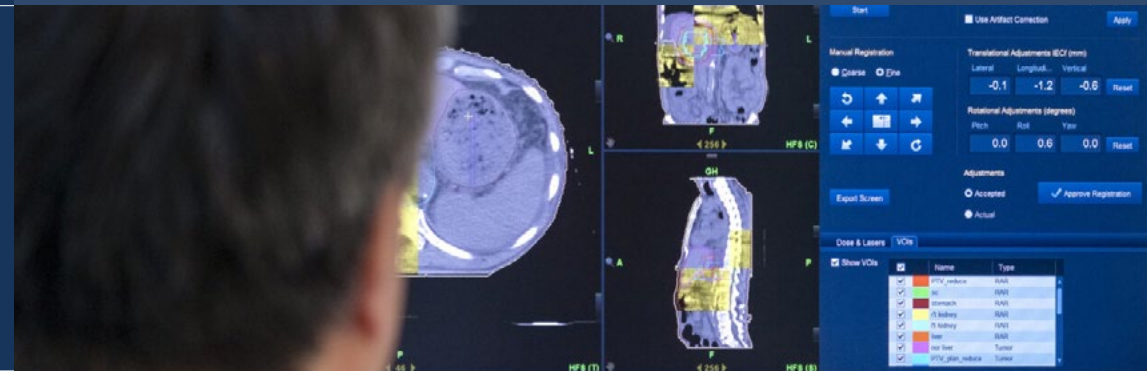
Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité

03

Approfondir les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'entreprise

05

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



06

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

08

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



09

Définir la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, afin d'obtenir une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéfices de l'entreprise

07

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

10

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

11

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

14

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

12

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



13

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

15

Mettre en œuvre la stratégie de marketing qui permet de faire connaître le produit aux clients potentiels et de générer une image adéquate de l'entreprise

16

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

18

Créer des stratégies innovantes en accord avec les différents projets

19

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

17

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

20

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



21

Comprendre les fondements théoriques de l'Intelligence Artificielle

22

Étudier les différents types de données et comprendre le cycle de vie des données

23

Évaluer le rôle crucial des données dans le développement et la mise en œuvre de solutions d'Intelligence Artificielle

24

Approfondir la compréhension des algorithmes et de leur complexité pour résoudre des problèmes spécifiques

25

Explorer les fondements théoriques des réseaux neuronaux pour le développement du *Deep Learning*



26

Analyser l'informatique bio-inspirée et sa pertinence dans le développement de systèmes intelligents

28

Obtenir une vue d'ensemble de la transformation de la Recherche Clinique grâce à l'IA, de ses fondements historiques aux applications actuelles

29

Apprendre des méthodes efficaces pour intégrer des données hétérogènes dans la Recherche Clinique, y compris le traitement du langage naturel et la visualisation avancée des données

27

Analyser les stratégies actuelles d'Intelligence Artificielle dans divers domaines, en identifiant les opportunités et les défis

30

Acquérir une solide compréhension de la validation des modèles et des simulations dans le domaine biomédical, en explorant l'utilisation d'ensembles de données synthétiques et les applications pratiques de l'IA dans la recherche en santé



05

Compétences

Ce Mastère Avancé marquera un avant et un après dans la carrière professionnelle des diplômés. Grâce à ce diplôme universitaire, les professionnels collecteront, nettoieront et traiteront de grands ensembles de données cliniques en utilisant les outils de l'Intelligence Artificielle les plus sophistiqués. Ils acquerront également des compétences pratiques pour développer et évaluer des modèles prédictifs utilisant des algorithmes d'apprentissage automatique. De cette manière, les experts pourront prédire les diagnostics médicaux, proposer des traitements personnalisés et analyser les réponses des patients aux thérapies appliquées. Ils seront également hautement qualifiés pour développer des solutions innovantes, visant à améliorer des questions telles que les interventions basées sur l'Intelligence Artificielle.



“

Vous atteindrez vos objectifs professionnels grâce à ce programme unique, qui vous fournira les compétences technologiques les plus demandées par le marché dans le domaine de la Pratique Clinique”

01

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre les 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

Comprendre les clés d'une gestion réussie de la RDI au sein d'une organisation

09

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

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

Développer et diriger des plans de marketing



11

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

14

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

12

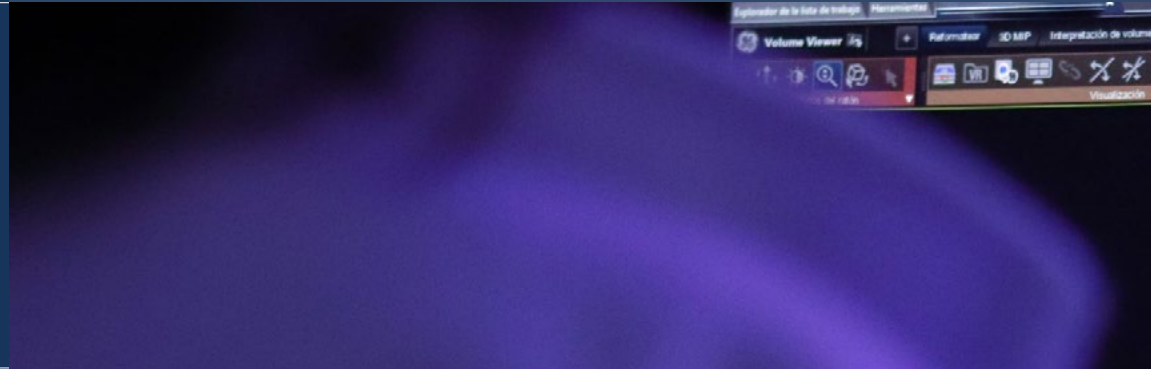
Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise

13

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

15

Maîtriser les techniques d'exploration de données, y compris la sélection, le prétraitement et la transformation de données complexes

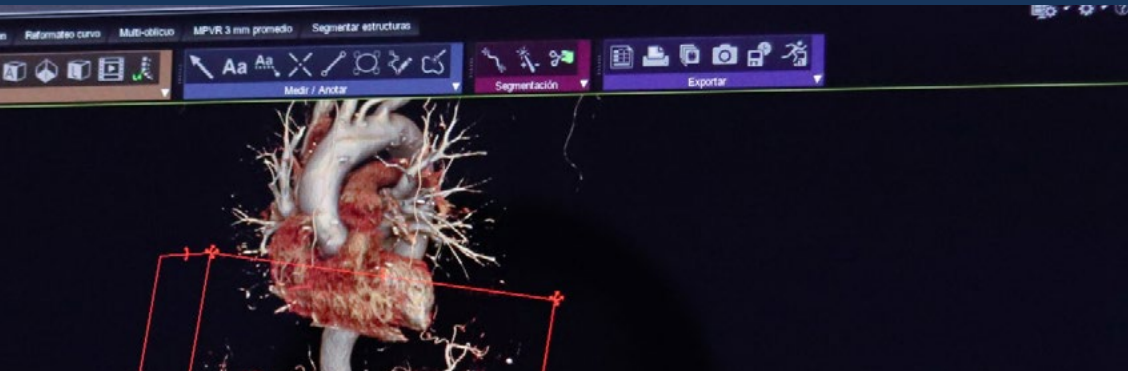


16

Concevoir et développer des systèmes intelligents capables d'apprendre et de s'adapter à des environnements changeants

18

Employer des *Autoencodeurs*, des *GANs* et des Modèles de Diffusion pour résoudre des défis spécifiques en matière d'Intelligence Artificielle



19

Mettre en œuvre un réseau encodeur-décodeur pour la traduction automatique neuronale

17

Maîtriser les outils d'apprentissage automatique et leur application à l'exploration de données pour la prise de décision

20

Appliquer les principes fondamentaux des réseaux neuronaux pour résoudre des problèmes spécifiques

21

Utiliser des outils, des plateformes et des techniques d'IA, de l'analyse des données à l'application des réseaux neuronaux et à la modélisation prédictive

24

Étudier les langages et les Logiciels pour la création d'ontologies, en utilisant des outils spécifiques pour le développement de modèles sémantiques

22

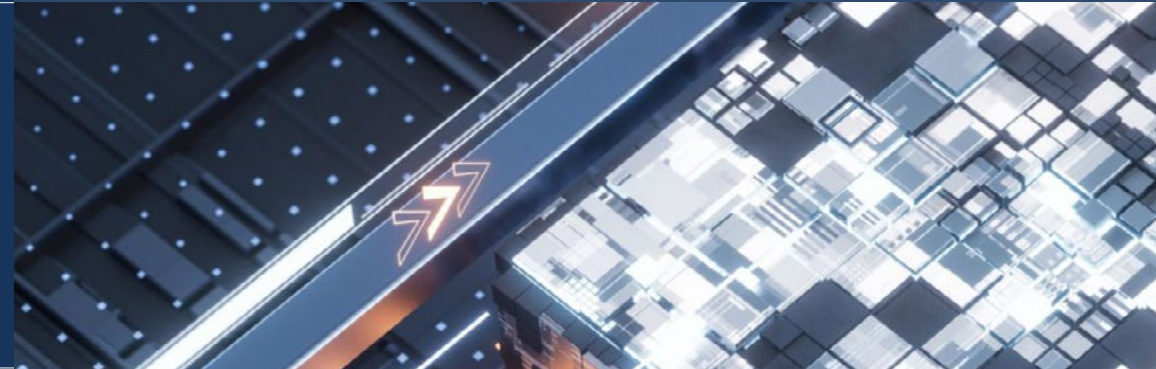
Appliquer des modèles informatiques pour simuler les processus biologiques et les réponses aux traitements, en utilisant l'IA pour améliorer la compréhension des phénomènes biomédicaux complexes

23

Relever les défis contemporains dans le domaine biomédical, y compris la gestion efficace des essais cliniques et l'application de l'IA en immunologie

25

Développer des techniques de nettoyage des données pour garantir la qualité et l'exactitude des informations utilisées dans les analyses ultérieures



26

Maîtriser les outils, plateformes et techniques d'IA utilisés dans la Recherche Clinique, de l'analyse des données à l'application des réseaux neuronaux et la modélisation prédictive

28

Appliquer les technologies de séquençage génomique et l'analyse des données avec l'intelligence de l'IA

29

Utiliser l'IA dans l'analyse d'images biomédicales

27

Appliquer des modèles informatiques pour simuler les processus biologiques, les maladies et les réponses aux traitements, en utilisant les outils d'IA pour améliorer la compréhension des phénomènes biomédicaux complexes

30

Acquérir des compétences en matière de visualisation avancée et de communication efficace de données complexes, en mettant l'accent sur le développement d'outils basés sur l'IA



06

Structure et contenu

Ce MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique est composé de 30 modules complets et actualisés, qui fourniront un matériel d'enseignement de haute qualité pour donner aux étudiants une compréhension complète de ce domaine. Ainsi, le diplôme universitaire comprendra des sujets consacrés aux algorithmes, aux systèmes intelligents et à l'apprentissage automatique. Ainsi, les diplômés appliqueront immédiatement ces techniques avancées dans leur pratique quotidienne pour enrichir leurs projets. Parallèlement, le programme d'études couvrira des aspects tels que les réseaux neuronaux, l'apprentissage de modèles, la deep computer vision et le traitement du langage naturel.



“

Vous vous plongerez dans l'Exploration des Données pour découvrir des modèles ou des tendances utiles au processus de prise de décision, grâce à ce Mastère Avancé 100% en ligne”

Plan d'études

Le Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau international. Son contenu est conçu pour favoriser le développement de compétences organisationnelles qui permettent une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais d'un travail individuel, réalisant ainsi un apprentissage de haute qualité qu'ils pourront ensuite appliquer dans leur pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce programme aborde en profondeur les principaux domaines de l'Intelligence Artificielle et est conçu pour que les managers comprennent son applicabilité dans la Pratique Clinique d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de l'Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un cloître exceptionnel, qui vous donnera des compétences pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Module 1	Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises
Module 2	Gestion stratégique et <i>Management</i> Directif
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	Rechercher du marché, publicité et gestion commerciale
Module 9	Innovation et Gestion de Projets
Module 10	<i>Management</i> Directif
Module 11	Principes fondamentaux de l'Intelligence Artificielle
Module 12	Types et cycle de vie des données
Module 13	Les données de l'Intelligence Artificielle
Module 14	Extraction de données. Sélection, prétraitement et transformation
Module 15	Algorithme et complexité en Intelligence Artificielle

Module 16	Systemes Intelligents
Module 17	Apprentissage automatique et exploration des données
Module 18	Les Réseaux Neuronaux, la base du <i>Deep Learning</i>
Module 19	Entraînement de réseaux neuronaux profonds
Module 20	Personnaliser les modèles et l'apprentissage avec <i>TensorFlow</i>
Module 21	<i>Deep Computer Vision</i> avec les Réseaux Neuronaux Convolutifs
Module 22	Traitement du langage naturel (NLP) avec les Réseaux Récurrents Naturels (NNN) et l'Attention
Module 23	<i>Autoencodeurs, GANs</i> , et modèles de diffusion
Module 24	Informatique bio-inspirée
Module 25	Intelligence Artificielle: Stratégies et applications
Module 26	Diagnostic dans la pratique clinique à l'aide de l'IA
Module 27	Traitement et prise en charge du patient grâce à l'IA
Module 28	Personnalisation de la santé grâce à l'IA
Module 29	Analyse des Big Data dans le secteur de la santé grâce à l'IA
Module 30	Éthique et réglementation de l'IA médicale

Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique entièrement en ligne. Pendant les 2 mois que dure la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'autogérer 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 Gouvernance d'Entreprise
- 1.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
- 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. Leadership dans les entreprises
- 1.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises

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 direction
- 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 de l'entreprise

- 1.5.1. Éthique et moralité
- 1.5.2. Éthique de l'entreprise
- 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. Les entreprises durables

1.7. Responsabilité sociale des entreprises

- 1.7.1. La dimension internationale de la responsabilité sociale des entreprises
- 1.7.2. La mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises
- 1.7.3. L'impact et la mesure de la responsabilité sociale des entreprises

1.8. Systèmes et outils de gestion responsables

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

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 le domaine des 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. Gestion stratégique et *Management* Directif**2.1. Analyse et design organisationnel**

- 2.1.1. Cadre conceptuel
- 2.1.2. Facteurs clés de la conception organisationnelle
- 2.1.3. Modèles de base des organisations
- 2.1.4. Design organisationnel: Typologies

2.2. Stratégie d'entreprise

- 2.2.1. Stratégie d'entreprise concurrentielle
- 2.2.2. Stratégies de croissance: Typologies
- 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 la 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. Les étapes du diagnostic financier
- 2.5.3. Méthodes d'évaluation du diagnostic financier

2.6. Planification et stratégie

- 2.6.1. Le plan d'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. Schémas stratégiques: Les Cinq Ps de la Stratégie

2.8. Stratégie concurrentielle

- 2.8.1. 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. Concepts de la 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. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
- 2.10.2. Carte stratégique
- 2.10.3. Alignement stratégique

2.11. *Management* Directif

- 2.11.1. Cadre conceptuel du *Management* Directif
- 2.11.2. *Management* Directif. Le Rôle du Conseil d'Administration et les 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. Le comportement organisationnel
Cadre conceptuel
- 3.1.2. Principaux facteurs du comportement organisationnel

3.2. Les personnes dans les organisations

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

3.3. La direction stratégique des personnes

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

3.4. Évolution des ressources. Une vision intégrée

- 3.4.1. L'importance des Ressources Humaines
- 3.4.2. Un nouvel environnement pour la gestion des ressources humaines et le leadership
- 3.4.3. Direction stratégique des RH

3.5. Sélection, dynamique de groupe et recrutement des 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 des RH

3.13. Développer des équipes performantes

- 3.13.1. Les équipes performantes: Équipes auto-gérées
- 3.13.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes

3.14. Développement des compétences managériales

- 3.14.1. Que sont les compétences de gestion?
- 3.14.2. Éléments des compétences
- 3.14.3. Connaissances
- 3.14.4. Compétences de 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. Avoir un objectif clair
- 3.15.10. Ordre
- 3.15.11. Planification

3.16. Gestion du changement

- 3.16.1. Gestion du changement
- 3.16.2. Type de processus de gestion du changement
- 3.16.3. Étapes ou phases de 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 interne et externe dans l'environnement des entreprises
- 3.18.2. Département de Communication
- 3.18.3. Le responsable de la Communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

3.19. Gestion des Ressources Humaines et Gestion d'Équipe

- 3.19.1. Gestion des ressources humaines et des équipes
- 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. Nouveaux défis du département des Ressources Humaines
- 3.22.3. Gestion de l'Innovation
- 3.22.4. Outils pour l'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 la 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. Les actifs de l'entreprise
- 4.3.3. Les passifs de l'entreprise
- 4.3.4. La valeur nette de l'entreprise
- 4.3.5. Le compte de résultats

4.4. De la comptabilité générale à la comptabilité analytique

- 4.4.1. Éléments du calcul des coûts
- 4.4.2. Dépenses en comptabilité générale et analytique
- 4.4.3. Classification des coûts

4.5. Systèmes d'information et Business Intelligence

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

4.6. Budget et Contrôle de Gestion

- 4.6.1. Le modèle budgétaire
- 4.6.2. Le budget d'Investissement
- 4.6.3. Le budget de Fonctionnement
- 4.6.5. Le budget de Trésorerie
- 4.6.6. Le suivi Budgétaire

4.7. Gestion de la trésorerie

- 4.7.1. Fonds de Roulement Comptable et Besoins en Fonds de Roulement
- 4.7.2. Calcul des Besoins de Trésorerie d'Exploitation
- 4.7.3. *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. Le Bilan de l'entreprise
- 4.9.3. Le Compte de Profits et Pertes
- 4.9.4. Le Tableau des Flux de Trésorerie
- 4.9.5. L'Analyse des Ratios

4.10. Gestion Financière

- 4.10.1. Les décisions financières de l'entreprise
- 4.10.2. Le service financier
- 4.10.3. Excédents de trésorerie
- 4.10.4. Risques liés à la gestion financière
- 4.10.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

4.11. Planification Financière

- 4.11.1. Définition de la planification financière
- 4.11.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
- 4.11.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
- 4.11.4. Le tableau des *Cash Flow*
- 4.11.5. Le tableau du 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 financiers du financement de l'entreprise

4.13. Contexte macroéconomique

- 4.13.1. Contexte macroéconomique
- 4.13.2. Indicateurs économiques
- 4.13.3. Mécanismes de contrôle des amplitudes macroéconomiques
- 4.13.4. Les 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. Le Marché des titres à Revenu Fixe
- 4.15.3. Le Marché des Actions
- 4.15.4. Le Marché des Changes
- 4.15.5. Le Marché des Dérivés

4.16. Analyse et planification financières

- 4.16.1. Analyse du Bilan de la Situation
- 4.16.2. Analyse du Compte des Résultats
- 4.16.3. Analyse de la Rentabilité

4.17. Analyses et résolution de cas/problèmes

4.17.1. Informations financières de Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

5.1. Direction et gestion des opérations

- 5.1.1. Le rôle des opérations
- 5.1.2. L'impact des opérations sur la gestion de l'entreprise
- 5.1.3. Introduction à la stratégie opérationnelle
- 5.1.4. La direction des opérations

5.2. Organisation industrielle et logistique

- 5.2.1. Département d'organisation industrielle
- 5.2.2. Département logistique

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

- 5.3.1. Système 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 des achats d'une entreprise de manière efficace
- 5.4.5. Étapes du processus de la 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 et 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. Schémas de demande
- 5.9.4. La stratégie opérationnelle et le 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 efficacité des chaînes logistiques

5.13. Gestion des processus

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

5.14. Distribution et logistique des transports

- 5.14.1. Distribution de la chaîne d'approvisionnement
- 5.14.2. Logistique des transports
- 5.14.3. Systèmes d'Information Géographique au service de la logistique

5.15. Logistique et clients

- 5.15.1. Analyse de la demande
- 5.15.2. Prévion de la demande et ventes
- 5.15.3. Planification des ventes et des opérations
- 5.15.4. Planification, prévion 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 Opération 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 opérationnelle 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. Gouvernance 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. Responsables des 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 de la 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 communication
- 6.7.3. Système opérationnel: Modèles de données normalisées
- 6.7.4. Système stratégique: OLAP, modèle multidimensionnel et dashboards graphiques
- 6.7.5. Analyse stratégique du BBDD et composition des rapports

6.8. L'intelligence économique 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 Projet 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* ou ERP

6.13. Transformation numérique

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

6.14. Technologies et tendances

- 6.14.1. Principales tendances dans le domaine de la technologie qui changent les modèles commerciaux
- 6.14.2. Analyse des principales technologies émergentes

6.15. Outsourcing de TI

- 6.15.1. Cadre conceptuel du *outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* de TI et son impact dans les affaires
- 6.15.3. Clés pour la mise en place de projets d'entreprise de *outsourcing* de TI

Module 7. Gestion Commerciale, Marketing Stratégique et Communication d'Entreprise

7.1. Gestion commerciale

- 7.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
- 7.1.2. Stratégie et planification commerciale
- 7.1.3. Le rôle des directeurs commerciaux

7.2. Marketing

- 7.2.1. Concept de Marketing
- 7.2.2. Éléments de base du Marketing
- 7.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise

7.3. Gestion stratégique du Marketing

- 7.3.1. Concept de Marketing stratégique
- 7.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
- 7.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing

7.4. Marketing numérique et e-commerce

- 7.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et e-commerce
- 7.4.2. Marketing numérique et moyen qu'il utilise
- 7.4.3. Commerce électronique. Contexte général
- 7.4.4. Catégories du commerce électronique
- 7.4.5. Avantages et inconvénients du *E-Commerce* face au commerce traditionnel

7.5. Managing digital business

- 7.5.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
- 7.5.2. Design et création d'un plan de Marketing numérique
- 7.5.3. Analyse du ROI dans un plan de Marketing numérique

7.6. Marketing Numérique pour renforcer la marque

- 7.6.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de la marque
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

7.7. Stratégies du Marketing Numérique

- 7.7.1. Définir la stratégie de marketing digital
- 7.7.2. Outil de la stratégie du Marketing numérique

7.8. Marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients.

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

7.9. Gestion des campagnes numériques

- 7.9.1. Qu'est-ce qu'une campagne de Publicité numérique?
- 7.9.2. Étapes du lancement d'une campagne de Marketing en ligne
- 7.9.3. Erreurs des campagnes de Publicité numérique

7.10. Plan de Marketing en ligne

- 7.10.1. Qu'est-ce qu'un plan de Marketing en ligne?
- 7.10.2. Étapes pour créer un plan de Marketing en ligne
- 7.10.3. Avantages de disposer d'un plan de Marketing en ligne

7.11. Blended Marketing

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

7.12. Stratégie de vente

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

7.13. Communication d'entreprise

- 7.13.1. Concept
- 7.13.2. Importance de la communication dans l'organisation
- 7.13.3. Type de la communication dans l'organisation
- 7.13.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
- 7.13.5. Éléments de communication
- 7.13.6. Problèmes de communication
- 7.13.7. Scénario de la communication

7.14. Stratégie de la Communication d'Entreprise

- 7.14.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
- 7.14.2. Instruments et supports de communication interne
- 7.14.3. Le plan de communication interne

7.15. Communication et réputation numérique

- 7.15.1. Réputation en ligne
- 7.15.2. Comment mesurer la réputation numérique?
- 7.15.3. Outils de réputation en ligne
- 7.15.4. Rapport sur la réputation en ligne
- 7.15.5. *Branding en ligne*

Module 8. Rechercher du marché, publicité et gestion commerciale**8.1. Investigation du marché**

- 8.1.1. Étude de marchés: Origine historique
- 8.1.2. Analyse du cadre conceptuel des études de marchés
- 8.1.3. Éléments clés et contribution de valeur de l'étude de marchés

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. 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. Étude des marchés internationaux
- 8.6.2. Processus d'étude des marchés internationaux
- 8.6.3. L'importance des sources secondaires dans les études de marchés Internationaux

8.7. Études de faisabilité

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

8.8. Publicité

- 8.8.1. Antécédents historiques 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 professionnelles 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 de médias

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 entreprise/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. Analytiques et Outils pour la prise de décisions
- 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 des commerciaux en se basant sur l'information

8.16. Mise en œuvre de la fonction commerciale

- 8.16.1. Recrutement de ses propres représentants commerciaux et d'agents commerciaux
- 8.16.2. Contrôle de l'activité commerciale
- 8.16.3. Le code de déontologie du personnel commercial
- 8.16.4. Conformité:
- 8.16.5. Normes commerciales de conduite généralement acceptées

8.17. Gestion des comptes clés

- 8.17.1. Concept de gestion des comptes clés
- 8.17.2. Le *Key Account Manager*
- 8.17.3. Stratégie de 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 commerciales
- 8.18.4. Gestion du cycle, des rotations, de la rentabilité et des liquidités
- 8.18.5. Compte de résultat

Module 9. Innovation et Gestion de Projets

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 des entreprises

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 de *startup*
- 9.3.2. Philosophie *Lean Startup*
- 9.3.3. Étapes du développement d'une *startup*
- 9.3.4. Le rôle d'un gestionnaire de projets dans une *startup*

9.4. Conception et validation du modèle d'entreprise

- 9.4.1. conceptuelle d'un un modèle d'entreprise
- 9.4.2. Conception validation de modèle économique

9.5. Direction et gestion des projets

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

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

- 9.6.1. Concept de gestion du changement
- 9.6.2. Le processus de gestion du changement
- 9.6.3. La 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. Adaptation à l'équipe
- 9.7.5. Planification de la gestion des communications
- 9.7.6. Gestion des communications
- 9.7.7. Surveiller les communications

9.8. Méthodologies traditionnelles et innovantes

- 9.8.1. Méthodologies d'innovation
- 9.8.2. Principes de base du Scrum
- 9.8.3. Différences entre les aspectsw principaux du 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 dix principaux motifs pour lesquels échouent les *start-ups*

9.10. Planification de la gestion des risques dans les projets

- 9.10.1. Planification des risques
- 9.10.2. Éléments de création d'un plan de gestion des risques
- 9.10.3. Outils de création 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* Général
- 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 la communication Interpersonnelle
- 10.5.3. La communication dans les organisations
- 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 émotionnelle

10.9. Branding Personnel

- 10.9.1. Stratégies pour développer la marque personnelle
- 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. Principes fondamentaux de l'Intelligence Artificielle

11.1. Histoire de l'Intelligence artificielle

- 11.1.1. Quand avons-nous commencé à parler d'Intelligence Artificielle?
- 11.1.2. Références dans le cinéma
- 11.1.3. Importance de l'intelligence artificielle
- 11.1.4. Technologies habilitantes et de soutien pour l'Intelligence Artificielle

11.2. L'Intelligence Artificielle dans les jeux

- 11.2.1. La théorie des Jeux
- 11.2.2. Minimax et Alpha-Beta
- 11.2.3. Simulation: Monte Carlo

11.3. Réseaux neuronaux

- 11.3.1. Fondements biologiques
- 11.3.2. Modèle informatique
- 11.3.3. Réseaux neuronaux supervisés et non supervisés
- 11.3.4. Perceptron simple
- 11.3.5. Perceptron multicouche

11.4. Algorithmes génétiques

- 11.4.1. Histoire
- 11.4.2. Base biologique
- 11.4.3. Codification des problèmes
- 11.4.4. Génération de la population initiale
- 11.4.5. Algorithme principal et opérateurs génétiques
- 11.4.6. Évaluation des individus: Fitness

11.5. Thésaurus, vocabulaires, taxonomies

- 11.5.1. Vocabulaires
- 11.5.2. Taxonomies
- 11.5.3. Thésaurus
- 11.5.4. Ontologies
- 11.5.5. Représentation de la connaissance: Web sémantique

11.6. Web sémantique

- 11.6.1. Spécifications: RDF, RDFS et OWL
- 11.6.2. Inférence/raisonnement
- 11.6.3. Linked Data

11.7. Systèmes experts et DSS

- 11.7.1. Systèmes experts
- 11.7.2. Systèmes d'aide à la décision

11.8. Chatbots et assistants virtuels

- 11.8.1. Types d'assistants: Assistants vocaux et textuels
- 11.8.2. Éléments fondamentaux pour le développement d'un assistant: Intents, entités et flux de dialogue
- 11.8.3. Intégration: Web, Slack, Whatsapp, Facebook
- 11.8.4. Outils d'aide au développement d'un assistant: Dialog Flow, Watson Assistant

11.9. Stratégie de mise en œuvre de l'IA

11.10. L'avenir de l'intelligence artificielle

- 11.10.1. Nous comprenons comment détecter les émotions grâce aux algorithmes
- 11.10.2. Création de la marque personnelle: Langue, expressions et contenu
- 11.10.3. Tendances en matière d'intelligence artificielle
- 11.10.4. Réflexion

Module 12. Types et cycle de vie des données**12.1. Statistiques**

- 12.1.1. Statistiques: Statistiques descriptives, statistiques inférentielles
- 12.1.2. Population, échantillon, individu
- 12.1.3. Variables: Définition, échelles de mesure

12.2. Types de données statistiques

- 12.2.1. Selon le type
 - 12.2.1.1. Quantitatifs: Données continues et données discrètes
 - 12.2.1.2. Qualitatifs: Données binomiales, données nominales et données ordinales
- 12.2.2. Selon la forme
 - 12.2.2.1. Numérique
 - 12.2.2.2. Texte
 - 12.2.2.3. Logique
- 12.2.3. Selon la source
 - 12.2.3.1. Primaire
 - 12.2.3.2. Secondaire

12.3. Cycle de vie des données

- 12.3.1. Étape de cycle
- 12.3.2. Les étapes du cycle
- 12.3.3. Les principes du FAIR

12.4. Les premières étapes du cycle

- 12.4.1. Définition des objectifs
- 12.4.2. Détermination des besoins en ressources
- 12.4.3. Diagramme de Gantt
- 12.4.4. Structure des données

12.5. Collecte des données

- 12.5.1. Méthodologie de collecte
- 12.5.2. Outils de collecte
- 12.5.3. Canaux de collecte

12.6. Nettoyage des données

- 12.6.1. Phases du nettoyage des données
- 12.6.2. Qualité des données
- 12.6.3. Manipulation des données (avec R)

12.7. Analyse des données, interprétation et l'évaluation des résultats

- 12.7.1. Mesures statistiques
- 12.7.2. Indices de ratios
- 12.7.3. Extraction de données

12.8. Entrepôt de données (Datawarehouse)

- 12.8.1. Les éléments qui le composent
- 12.8.2. Conception
- 12.8.3. Aspects à prendre en compte

12.9. Disponibilité des données

- 12.9.1. Accès
- 12.9.2. Utilité
- 12.9.3. Sécurité

12.10. Aspects réglementaires

- 12.10.1. Loi de protection des données
- 12.10.2. Bonnes pratiques
- 12.10.3. Autres aspects réglementaires

Module 13. Les données de l'Intelligence Artificielle

13.1. Science des données

- 13.1.1. La science des données
- 13.1.2. Outils avancés pour le scientifique des données

13.2. Données, informations et connaissances

- 13.2.1. Données, informations et connaissances
- 13.2.2. Types de données
- 13.2.3. Sources des données

13.3. Des données aux informations

- 13.3.1. Analyse des données
- 13.3.2. Types d'analyse
- 13.3.3. Extraction d'informations d'un *Dataset*

13.4. Extraction d'informations par la visualisation

- 13.4.1. La visualisation comme outils d'analyse
- 13.4.2. Méthodes de visualisation
- 13.4.3. Visualisation d'un ensemble de données

13.5. Qualité des données

- 13.5.1. Données de qualités
- 13.5.2. Nettoyage des données
- 13.5.3. Prétraitement de base des données

13.6. *Dataset*

- 13.6.1. Enrichissement du *Dataset*
- 13.6.2. La malédiction de la dimensionnalité
- 13.6.3. Modification d'un ensemble de données

13.7. Déséquilibre

- 13.7.1. Déséquilibre des classes
- 13.7.2. Techniques d'atténuation du déséquilibre
- 13.7.3. Équilibrer un *Dataset*

13.8. Modèles non supervisé

- 13.8.1. Modèles non supervisé
- 13.8.2. Méthodes
- 13.8.3. Classifications avec modèles non supervisé

13.9. Modèles supervisés

- 13.9.1. Modèles supervisé
- 13.9.2. Méthodes
- 13.9.3. Classifications avec modèles supervisés

13.10. Outils et bonnes pratiques

- 13.10.1. Bonnes pratiques pour un scientifique des données
- 13.10.2. Le meilleur modèle
- 13.10.3. Outils utiles

Module 14. Extraction de données. Sélection, prétraitement et transformation

14.1. Inférence statistique

- 14.1.1. Statistiques descriptives vs. Inférence statistique
- 14.1.2. Procédures paramétriques
- 14.1.3. Procédures non paramétriques

14.2. Analyse exploratoire

- 14.2.1. Analyse descriptive
- 14.2.2. Visualisation
- 14.2.3. Préparations des données

14.3. Préparations des données

- 14.3.1. Intégration et nettoyage des données
- 14.3.2. Normalisation des données
- 14.3.3. Transformer les attributs

14.4. Valeurs manquantes

- 14.4.1. Traitement des valeurs manquantes
- 14.4.2. Méthodes d'imputation de vraisemblance maximale
- 14.4.3. Imputation des valeurs manquantes à l'aide de l'apprentissage automatique

14.5. Bruit dans les données

- 14.5.1. Classes et attributs de bruit
- 14.5.2. Filtrage du bruit
- 14.5.3. L'effet du bruit

14.6. La malédiction de la dimensionnalité

- 14.6.1. *Oversampling*
- 14.6.2. *Undersampling*
- 14.6.3. Réduction des données multidimensionnelles

14.7. Des attributs continus aux attributs discrets

- 14.7.1. Données continues ou discrètes
- 14.7.2. Processus de discrétisation

14.8. Les données

- 14.8.1. Sélection des données
- 14.8.2. Perspectives et critères de sélections
- 14.8.3. Méthodes de sélection

14.9. Sélection des instances

- 14.9.1. Méthodes de sélection des instances
- 14.9.2. Sélection des prototypes
- 14.9.3. Méthodes avancées de sélection des instances

14.10. Prétraitement des données dans les environnements *Big Data*

Module 15. Algorithme et complexité en Intelligence Artificielle**15.1. Introduction aux stratégies de conception d'algorithmes**

- 15.1.1. Récursion
- 15.1.2. Diviser pour mieux régner
- 15.1.3. Autres stratégies

15.2. Efficacité et analyse des algorithmes

- 15.2.1. Mesures d'efficacité
- 15.2.2. Taille de l'entrée de mesure
- 15.2.3. Mesure du temps d'exécution
- 15.2.4. Pire, meilleur et moyen cas
- 15.2.5. Notation asymptotique
- 15.2.6. Critères d'analyse mathématique des algorithmes non récursifs
- 15.2.7. Analyse mathématique des algorithmes récursifs
- 15.2.8. Analyse empirique des algorithmes

15.3. Algorithmes de tri

- 15.3.1. Concept de tri
- 15.3.2. Triage des bulles
- 15.3.3. Tri par sélection
- 15.3.4. Triage par insertion
- 15.3.5. Tri fusion (*Merge_Sort*)
- 15.3.6. Tri rapide (*Quick_Sort*)

15.4. Algorithmes avec arbres

- 15.4.1. Concept d'arbre
- 15.4.2. Arbres binaires
- 15.4.3. Allées d'arbres
- 15.4.4. Représentation des expressions
- 15.4.5. Arbres binaires ordonnés
- 15.4.6. Arbres binaires équilibrés

15.5. Algorithmes avec Heaps

- 15.5.1. Les *Heaps*
- 15.5.2. L'algorithme *Heapsort*
- 15.5.3. Files d'attente prioritaires

15.6. Algorithmes graphiques

- 15.6.1. Représentation
- 15.6.2. Voyage en largeur
- 15.6.3. Profondeur de déplacement
- 15.6.4. Disposition topologique

15.7. Algorithmes Greedy

- 15.7.1. La stratégie *Greedy*
- 15.7.2. Éléments de la stratégie *Greedy*
- 15.7.3. Change de devises
- 15.7.4. Le problème du voyageur
- 15.7.5. Problème de sac à dos

15.8. Recherche de chemins minimaux

- 15.8.1. Le problème du chemin minimal
- 15.8.2. Arcs et cycles négatifs
- 15.8.3. Algorithme de Dijkstra

15.9. Algorithmes Greedy sur les graphes

- 15.9.1. L'arbre à chevauchement minimal
- 15.9.2. L'algorithme de Prim
- 15.9.3. L'algorithme de Kruskal
- 15.9.4. Analyse de la complexité

15.10. Backtracking

- 15.10.1. Le *Backtracking*
- 15.10.2. Techniques alternatives

Module 16. Systèmes intelligents

16.1. Théorie des agents

- 16.1.1. Histoire du concept
- 16.1.2. Définition de l'agent
- 16.1.3. Les agents en Intelligence Artificielle
- 16.1.4. Les agents en génie de software

16.2. Architectures des agents

- 16.2.1. Le processus de raisonnement d'un agent
- 16.2.2. Agents réactifs
- 16.2.3. Agents déductifs
- 16.2.4. Agents hybrides
- 16.2.5. Comparaison

16.3. Information et connaissance

- 16.3.1. Distinction entre données, informations et connaissances
- 16.3.2. Évaluation de la qualité des données
- 16.3.3. Méthodes de capture des données
- 16.3.4. Méthodes d'acquisition de l'information
- 16.3.5. Méthodes d'acquisition des connaissances

16.4. Représentation de la connaissance

- 16.4.1. L'importance de la représentation de la connaissance
- 16.4.2. Définition de la représentation de la connaissance à travers ses rôles
- 16.4.3. Caractéristiques de la représentation de la connaissance

16.5. Ontologies

- 16.5.1. Introduction aux métadonnées
- 16.5.2. Concept philosophique d'ontologie
- 16.5.3. Concept informatique d'ontologie
- 16.5.4. Ontologies de domaine et ontologies de niveau supérieur
- 16.5.5. Comment construire une ontologie?

16.6. Langages d'ontologie et software pour la création des ontologies

- 16.6.1. Triplés RDF, *Turtle* et N
- 16.6.2. RDF *Schema*
- 16.6.3. OWL
- 16.6.4. SPARQL
- 16.6.5. Introduction aux différents outils de création d'ontologies
- 16.6.6. Installation et utilisation du *Protégé*

16.7. Le web sémantique

- 16.7.1. L'état actuel et futur du web sémantique
- 16.7.2. Applications du web sémantique

16.8. Autres modèles de représentation de la connaissance

- 16.8.1. Vocabulaires
- 16.8.2. Vision globale
- 16.8.3. Taxonomies
- 16.8.4. Thésaurus
- 16.8.5. Folksonomies
- 16.8.6. Comparaison
- 16.8.7. Cartes mentales

16.9. Évaluation et intégration des représentations de la connaissance

- 16.9.1. Logique d'ordre zéro
- 16.9.2. Logique de premier ordre
- 16.9.3. Logique descriptive
- 16.9.4. Relations entre les différents types de logique
- 16.9.5. *Prologue*: programmation basée sur la logique de premier ordre

16.10. Raisonners sémantiques, systèmes à base de connaissances et systèmes experts

- 16.10.1. Concept de raisonneur
- 16.10.2. Application d'un raisonneur
- 16.10.3. Systèmes basés sur la connaissance
- 16.10.4. MYCIN, histoire des Systèmes Experts
- 16.10.5. Éléments et Architecture des Systèmes Experts
- 16.10.6. Création de Systèmes Experts

Module 17. Apprentissage automatique et exploration des données**17.1. Introduction aux processus de découverte des connaissances et les concepts de base de l'apprentissage automatique**

- 17.1.1. Concepts clés des processus de découverte de la connaissance
- 17.1.2. Perspective historique des processus de découverte de la connaissance
- 17.1.3. Étapes du processus de découverte de connaissances
- 17.1.4. Techniques utilisées dans les processus de découverte de la connaissance
- 17.1.5. Caractéristiques des bons modèles d'apprentissage automatique
- 17.1.6. Types d'informations de l'apprentissage automatique
- 17.1.7. Concepts de base de l'apprentissage
- 17.1.8. Concepts de base de l'apprentissage non supervisé

17.2. Exploration et prétraitement des données

- 17.2.1. Traitement des données
- 17.2.2. Traitement des données dans le flux d'analyse des données
- 17.2.3. Types de données
- 17.2.4. Transformations de données
- 17.2.5. Affichage et exploration des variables continues
- 17.2.6. Visualisation et exploration des variables catégorielles
- 17.2.7. Mesures de corrélation
- 17.2.8. Représentations graphiques les plus courantes
- 17.2.9. Introduction à l'analyse multivariée et à la réduction des dimensions

17.3. Arbres de décision

- 17.3.1. Algorithme ID
- 17.3.2. Algorithme C
- 17.3.3. Surentraînement et taillage
- 17.3.4. Analyse des résultats

17.4. Évaluation des classificateurs

- 17.4.1. Matrices de confusion
- 17.4.2. Matrices d'évaluation numérique
- 17.4.3. Statistique de Kappa
- 17.4.4. La courbe ROC

17.5. Règles de classification

- 17.5.1. Mesures d'évaluation des règles
- 17.5.2. Introduction à la représentation graphique
- 17.5.3. Algorithme de superposition séquentielle

17.6. Réseaux neuronaux

- 17.6.1. Concepts de base
- 17.6.2. Réseaux neuronaux simples
- 17.6.3. Algorithme de *Backpropagation*
- 17.6.4. Introduction aux réseaux neuronaux récurrents

17.7. Méthodes bayésiennes

- 17.7.1. Concepts de base des probabilités
- 17.7.2. Théorème de Bayes
- 17.7.3. Naive Bayes
- 17.7.4. Introduction aux réseaux bayésiens

17.8. Modèles de régression et de réponse continue

- 17.8.1. Régression linéaire simple
- 17.8.2. Régression linéaire multiple
- 17.8.3. Régression logistique
- 17.8.4. Arbres de régression
- 17.8.5. Introduction aux machines à vecteurs de support (SVM)
- 17.8.6. Mesures de qualité de l'ajustement

17.9. Clustering

- 17.9.1. Concepts de base
- 17.9.2. *Clustering* hiérarché
- 17.9.3. Méthodes probabilistes
- 17.9.4. Algorithme EM
- 17.9.5. Méthode *B-Cubed*
- 17.9.6. Méthodes implicites

17.10. Exploration de textes et traitement du langage naturel (NLP)

- 17.10.1. Concepts de base
- 17.10.2. Création du corpus
- 17.10.3. Analyse descriptive
- 17.10.4. Introduction à l'analyse des sentiments

Module 18. Les Réseaux Neuronaux, la base du *Deep Learning*

18.1. Apprentissage profond

- 18.1.1. Types d'apprentissage profond
- 18.1.2. Applications de l'apprentissage profond
- 18.1.3. Avantages et inconvénients de l'apprentissage profond

18.2. Opérations

- 18.2.1. Somme
- 18.2.2. Produit
- 18.2.3. Transfert

18.3. Couches

- 18.3.1. Couche d'entrée
- 18.3.2. Couche cachée
- 18.3.3. Couche de sortie

18.4. Liaison des couches et opérations

- 18.4.1. Conception des architectures
- 18.4.2. Connexion entre les couches
- 18.4.3. Propagation vers l'avant

18.5. Construction du premier réseau neuronal

- 18.5.1. Conception du réseau
- 18.5.2. Établissement des poids
- 18.5.3. Entraînement du réseau

18.6. Entraîneur et optimiseur

- 18.6.1. Sélection de l'optimiseur
- 18.6.2. Établissement d'une fonction de perte
- 18.6.3. Établissement d'une métrique

18.7. Application des Principes des Réseaux Neuronaux

- 18.7.1. Fonctions d'Activation
- 18.7.2. Propagation à rebours
- 18.7.3. Paramétrage

18.8. Des neurones biologiques aux neurones artificiels

- 18.8.1. Fonctionnement d'un neurone biologique
- 18.8.2. Transfert de la connaissance aux neurones artificiels
- 18.8.3. Établissement de relations entre les deux

18.9. Mise en œuvre du MLP (Perceptron Multicouche) avec Keras

- 18.9.1. Définition de la structure du réseau
- 18.9.2. Compilation du modèle
- 18.9.3. Formation au modèle

18.10. Hyperparamètres de *Fine tuning* des Réseaux Neuronaux

- 18.10.1. Sélection de la fonction d'activation
- 18.10.2. Réglage du *Learning rate*
- 18.10.3. Réglage des poids

Module 19. Entraînement de réseaux neuronaux profonds

19.1. Problèmes de gradient

- 19.1.1. Techniques d'optimisation du gradient
- 19.1.2. Gradients Stochastiques
- 19.1.3. Techniques d'initialisation des poids

19.2. Réutilisation des couches pré-entraînées

- 19.2.1. Entraînement de transfert d'apprentissage
- 19.2.2. Extraction de caractéristiques
- 19.2.3. Apprentissage profond

19.3. Optimiseurs

- 19.3.1. Optimiseurs à descente de gradient stochastique
- 19.3.2. Optimiseurs *Adam* et *RMSprop*
- 19.3.3. Optimiseurs de moment

19.4. Programmation du taux d'apprentissage

- 19.4.1. Contrôle automatique du taux d'apprentissage
- 19.4.2. Cycles d'apprentissage
- 19.4.3. Termes de lissage

19.5. Surajustement

- 19.5.1. Validation croisée
- 19.5.2. Régularisation
- 19.5.3. Mesures d'évaluation

19.6. Lignes directrices pratiques

- 19.6.1. Conception de modèles
- 19.6.2. Sélection des métriques et des paramètres d'évaluation
- 19.6.3. Tests d'hypothèses

19.7. *Transfer Learning*

- 19.7.1. Entraînement de transfert d'apprentissage
- 19.7.2. Extraction de caractéristiques
- 19.7.3. Apprentissage profond

19.8. *Data Augmentation*

- 19.8.1. Transformations d'image
- 19.8.2. Génération de données synthétiques
- 19.8.3. Transformation de texte

19.9. Application Pratique du *Transfer Learning*

- 19.9.1. Entraînement de transfert d'apprentissage
- 19.9.2. Extraction de caractéristiques
- 19.9.3. Apprentissage profond

19.10. Régularisation

- 19.10.1. L_1 et L_2
- 19.10.2. Régularisation par entropie maximale
- 19.10.3. *Dropout*

Module 20. Personnaliser les Modèles et l'apprentissage avec *TensorFlow***20.1. TensorFlow**

- 20.1.1. Utilisation de la bibliothèque *TensorFlow*
- 20.1.2. Entraînement des modèles avec *TensorFlow*
- 20.1.3. Opérations avec les graphes dans *TensorFlow*

20.2. TensorFlow et NumPy

- 20.2.1. Environnement informatique NumPy pour *TensorFlow*
- 20.2.2. Utilisation des tableaux NumPy avec *TensorFlow*
- 20.2.3. Opérations NumPy pour les graphiques de *TensorFlow*

20.3. Personnalisation des modèles et des algorithmes d'apprentissage

- 20.3.1. Construire des modèles personnalisés avec *TensorFlow*
- 20.3.2. Gestion des paramètres d'entraînement
- 20.3.3. Utilisation de techniques d'optimisation pour l'entraînement

20.4. Fonctions et graphiques de TensorFlow

- 20.4.1. Fonctions avec *TensorFlow*
- 20.4.2. Utilisation des graphiques pour l'entraînement des modèles
- 20.4.3. Optimisation des graphiques avec les opérations de *TensorFlow*

20.5. Chargement des données et prétraitement avec TensorFlow

- 20.5.1. Chargement des données d'ensembles avec *TensorFlow*
- 20.5.2. Prétraitement des données avec *TensorFlow*
- 20.5.3. Utilisation des outils de *TensorFlow* pour la manipulation des données

20.6. L'API tfdata

- 20.6.1. Utilisation de l'API *tfdata* pour le traitement des données
- 20.6.2. Construction des flux de données avec *tfdata*
- 20.6.3. Utilisation de l'API *tfdata* pour l'entraînement des modèles

20.7. Le format TFRecord

- 20.7.1. Utilisation de l'API *TFRecord* pour la sérialisation des données
- 20.7.2. Chargement des fichiers *TFRecord* avec *TensorFlow*
- 20.7.3. Utilisation des fichiers *TFRecord* pour l'entraînement des modèles

20.8. Couches de prétraitement de Keras

- 20.8.1. Utilisation de l'API de prétraitement de Keras
- 20.8.2. Construire un prétraitement en *pipeline* avec Keras
- 20.8.3. Utilisation de l'API de prétraitement de Keras pour l'entraînement des modèles

20.9. Le projet TensorFlow Datasets

- 20.9.1. Utilisation de *TensorFlow Datasets* pour le chargement des données
- 20.9.2. Prétraitement des données avec *TensorFlow Datasets*
- 20.9.3. Utilisation de *TensorFlow Datasets* pour l'entraînement des modèles

20.10. Construire une Application de Deep Learning con TensorFlow

- 20.10.1. Application pratique
- 20.10.2. Construire une application de *Deep Learning* avec *TensorFlow*
- 20.10.3. Entraînement d'un modèle avec *TensorFlow*
- 20.10.4. Utilisation de l'application pour la prédiction des résultats

Module 21. *Deep Computer Vision* avec les Réseaux Neuronaux Convolutifs

21.1. L'Architecture *Visual Cortex*

- 21.1.1. Fonctions du cortex visuel
- 21.1.2. Théorie de la vision informatique
- 21.1.3. Modèles de traitement des images

21.2. Couches convolutives

- 21.2.1. Réutilisation des poids dans la convolution
- 21.2.2. Convolution D
- 21.2.3. Fonctions d'Activation

21.3. Couches de regroupement et mise en œuvre des couches de regroupement avec Keras

- 21.3.1. *Pooling* et *Striding*
- 21.3.2. *Flattening*
- 21.3.3. Types de *Pooling*

21.4. Architecture du CNN

- 21.4.1. Architecture du VGG
- 21.4.2. Architecture *AlexNet*
- 21.4.3. Architecture *ResNet*

21.5. Mise en œuvre d'un CNN *ResNet* à l'aide de Keras

- 21.5.1. Initialisation des poids
- 21.5.2. Définition de la couche d'entrée
- 21.5.3. Définition de la sortie

21.6. Utilisation de modèles pré-entraînés de Keras

- 21.6.1. Caractéristiques des modèles pré-entraînés
- 21.6.2. Utilisations des modèles pré-entraînés
- 21.6.3. Avantages des modèles pré-entraînés

21.7. Modèles pré-entraînés pour l'apprentissage par transfert

- 21.7.1. Apprentissage par transfert
- 21.7.2. Processus d'apprentissage par transfert
- 21.7.3. Avantages de l'apprentissage par transfert

21.8. Classification et localisation en *Deep Computer Vision*

- 21.8.1. Classification des images
- 21.8.2. Localisation d'objets dans les images
- 21.8.3. Détection d'objets

21.9. Détection et suivi d'objets

- 21.9.1. Méthodes de détection d'objets
- 21.9.2. Algorithmes de suivi d'objets
- 21.9.3. Techniques de suivi et de localisation

21.10. Segmentation sémantique

- 21.10.1. Apprentissage profond pour la segmentation sémantique
- 21.10.1. Détection des bords
- 21.10.1. Méthodes de segmentation basées sur des règles

Module 22. Traitement du langage naturel (TNL) avec les Réseaux Récurrents Naturels (RRN) et l'Attention**22.1. Génération de texte à l'aide de RRN**

- 22.1.1. Formation d'un RRN pour la génération de texte
- 22.1.2. Génération de langage naturel avec RRN
- 22.1.3. Applications de génération de texte avec RRN

22.2. Création d'ensembles de données d'entraînement

- 22.2.1. Préparation des données pour l'entraînement des RRN
- 22.2.2. Stockage de l'ensemble de données de formation
- 22.2.3. Nettoyage et transformation des données
- 22.2.4. Analyse des Sentiments

22.3. Classement des opinions avec RRN

- 22.3.1. Détection des problèmes dans les commentaires
- 22.3.2. Analyse des sentiments à l'aide d'algorithmes d'apprentissage profond

22.4. Réseau encodeur-décodeur pour la traduction automatique neuronale

- 22.4.1. Formation d'un RRN pour la traduction automatique
- 22.4.2. Utilisation d'un réseau *encoder-decoder* pour la traduction automatique
- 22.4.3. Améliorer la précision de la traduction automatique avec les RRN

22.5. Mécanismes d'attention

- 22.5.1. Application de mécanismes d'attention avec les RRN
- 22.5.2. Utilisation de mécanismes d'attention pour améliorer la précision des modèles
- 22.5.3. Avantages des mécanismes d'attention dans les réseaux neuronaux

22.6. Modèles *Transformers*

- 22.6.1. Utilisation des modèles *Transformers* pour le traitement du langage naturel
- 22.6.2. Application des modèles *Transformers* pour la vision
- 22.6.3. Avantages des modèles *Transformers*

22.7. *Transformers* pour la vision

- 22.7.1. Utilisation des modèles *Transformers* pour la vision
- 22.7.2. Prétraitement des données d'imagerie
- 22.7.3. Entraînement de modèle *Transformers* pour la vision

22.8. Bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*

- 22.8.1. Utilisation de la bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*
- 22.8.2. Application de la bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*
- 22.8.3. Avantages de la bibliothèque de *Transformers* de *Hugging Face*

22.9. Autres bibliothèques de *Transformers*. Comparaison

- 22.9.1. Comparaison entre les bibliothèques de *Transformers*
- 22.9.2. Utilisation de bibliothèques de *Transformers*
- 22.9.3. Avantages des autres bibliothèques de *Transformers*

**22.10. Développement d'une Application NLP avec RRN et Atención
Application pratique**

- 22.10.1. Développer une application de traitement du langage naturel et d'attention à l'aide de RRN
- 22.10.2. Utilisation des RRN, des mécanismes de soins et des modèles *Transformers* dans l'application
- 22.10.3. Évaluation de l'application pratique

Module 23. Autoencodeurs, GANs et modèles de diffusion

23.1. Représentation des données efficaces

- 23.1.1. Réduction de la dimensionnalité
- 23.1.2. Apprentissage profond
- 23.1.3. Représentations compactes

23.2. Réalisation de PCA avec un codeur automatique linéaire incomplet

- 23.2.1. Processus d'apprentissage
- 23.2.2. Implémentation Python
- 23.2.3. Utilisation des données de test

23.3. Codeurs automatiques empilés

- 23.3.1. Réseaux neuronaux profonds
- 23.3.2. Construction d'architectures de codage
- 23.3.3. Utilisation de la régularisation

23.4. Auto-encodeurs convolutifs

- 23.4.1. Conception du modèle convolutionnels
- 23.4.2. Entraînement de modèles convolutionnels
- 23.4.3. Évaluation des résultats

23.5. Suppression du bruit des codeurs automatiques

- 23.5.1. Application de filtres
- 23.5.2. Conception de modèles de codage
- 23.5.3. Utilisation de techniques de régularisation

23.6. Codeurs automatiques dispersés

- 23.6.1. Augmentation de l'efficacité du codage
- 23.6.2. Minimiser le nombre de paramètres
- 23.6.3. Utiliser des techniques de régularisation

23.7. Codeurs automatiques variationnels

- 23.7.1. Utilisation de l'optimisation variationnelle
- 23.7.2. Apprentissage profond non supervisé
- 23.7.3. Représentations latentes profondes

23.8. Génération d'images MNIST à la mode

- 23.8.1. Reconnaissance des formes
- 23.8.2. Génération d'images
- 23.8.3. Entraînement de réseaux neuronaux profonds

23.9. Réseaux adversaires génératifs et modèles de diffusion

- 23.9.1. Génération de contenu à partir d'images
- 23.9.2. Modélisation des distributions de données
- 23.9.3. Utilisation de réseaux contradictoires

23.10. Application des Modèles

- 23.10.1. Application Pratique
- 23.10.2. Implémentation des modèles
- 23.10.3. Utilisation de données réelles
- 23.10.4. Évaluation des résultats

Module 24. Informatique bio-inspirée**24.1. Introduction à l'informatique bio-inspirée**

24.1.1. Introduction à l'informatique bio-inspirée

24.2. Algorithmes d'adaptation sociale

24.2.1. Calcul basé sur des colonies de fourmis bio-inspirées

24.2.2. Variantes des algorithmes des colonies de fourmis

24.2.3. Informatique en nuage de particules

24.3. Algorithmes génétiques

24.3.1. Structure générale

24.3.2. Mises en œuvre des principaux opérateurs

24.4. Stratégies d'exploration-exploitation de l'espace pour les algorithmes génétiques

24.4.1. Algorithme CHC

24.4.2. Problèmes multimodaux

24.5. Modèles informatiques évolutifs (I)

24.5.1. Stratégies évolutives

24.5.2. Programmation évolutive

24.5.3. Algorithmes basés sur l'évolution différentielle

24.6. Modèles informatiques évolutifs (II)

24.6.1. Modèles d'évolution basés sur l'estimation des distributions (EDA)

24.6.2. Programmation génétique

24.7. Programmation évolutive appliquée aux problèmes d'apprentissage

24.7.1. Apprentissage basé sur des règles

24.7.2. Méthodes évolutives dans les problèmes de sélection des instances

24.8. Problèmes multi-objectifs

24.8.1. Concept de dominance

24.8.2. Application des algorithmes évolutionnaires aux problèmes multi-objectifs

24.9. Réseaux neuronaux (I)

24.9.1. Introduction aux réseaux neuronaux

24.9.2. Exemple pratique avec les réseaux neuronaux

24.10. Réseaux neuronaux (II)

24.10.1. Cas d'utilisation des réseaux neuronaux dans la recherche médicale

24.10.2. Cas d'utilisation des réseaux neuronaux dans l'économie

24.10.3. Cas d'utilisation des réseaux neuronaux dans la vision artificielle

Module 25. Intelligence Artificielle: Stratégies et applications

25.1. Services financiers

- 25.1.1. Les implications de l'intelligence artificielle (IA) dans les services financiers. Opportunités et défis
- 25.1.2. Cas d'utilisation
- 25.1.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.1.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.2. Implications de l'intelligence artificielle dans les services de santé

- 25.2.1. Implications de l'IA dans le secteur de la santé. Opportunités et défis
- 25.2.2. Cas d'utilisation

25.3. Risques liés à l'utilisation de l'IA dans les services de santé

- 25.3.1. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.3.2. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.4. Retail

- 25.4.1. Implications de l'IA en Retail. Opportunités et défis
- 25.4.2. Cas d'utilisation
- 25.4.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.4.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.5. Industrie

- 25.5.1. Implications de l'IA dans l'Industrie. Opportunités et défis
- 25.5.2. Cas d'utilisation

25.6. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA dans l'Industrie 4.0

- 25.6.1. Cas d'utilisation
- 25.6.2. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.6.3. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.7. Administration publique

- 25.7.1. Implications de l'IA dans l'Administration Publique. Opportunités et défis
- 25.7.2. Cas d'utilisation
- 25.7.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.7.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.8. Éducation

- 25.8.1. Implications de l'IA dans l'éducation. Opportunités et défis
- 25.8.2. Cas d'utilisation
- 25.8.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.8.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.9. Sylviculture et agriculture

- 25.9.1. Implications de l'IA pour la foresterie et l'agriculture. Opportunités et défis
- 25.9.2. Cas d'utilisation
- 25.9.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.9.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

25.10. Ressources Humaines

- 25.10.1. Implications de l'IA pour les ressources humaines. Opportunités et défis
- 25.10.2. Cas d'utilisation
- 25.10.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
- 25.10.4. Potentiels de développements / d'utilisations futures de l'IA

Module 26. Diagnostic dans la pratique clinique à l'aide de l'IA**26.1. Technologies et outils pour le diagnostic assisté par l'IA**

- 26.1.1. Développement de logiciels pour le diagnostic assisté par l'IA dans diverses spécialités médicales à l'aide de ChatGPT
- 26.1.2. Utilisation d'algorithmes avancés pour l'analyse rapide et précise des symptômes et des signes cliniques
- 26.1.3. Intégration de l'IA dans les dispositifs de diagnostic pour améliorer l'efficacité
- 26.1.4. Outils d'IA pour aider à l'interprétation des résultats des tests de laboratoire à l'aide d'IBM Watson Health

26.2. Intégration des données cliniques multimodales pour le diagnostic

- 26.2.1. Systèmes d'IA pour combiner les données d'imagerie, de laboratoire et de dossier clinique à l'aide d'AutoML
- 26.2.2. Outils de corrélation des données multimodales pour un diagnostic plus précis grâce à Enlitic Curie
- 26.2.3. Utilisation de l'IA pour analyser des schémas complexes à partir de différents types de données cliniques à l'aide de Flatiron Health's OncologyCloud
- 26.2.4. Intégration des données génomiques et moléculaires dans le diagnostic assisté par l'IA

26.3. Création et analyse de *datasets* de santé basés sur l'IA à l'aide de Google Cloud Healthcare API

- 26.3.1. Développement de bases de données cliniques pour l'entraînement des modèles d'IA
- 26.3.2. Utilisation de l'IA pour analyser et extraire des *insights* de vastes *datasets* sur la santé
- 26.3.3. Outils d'IA pour le nettoyage et la préparation des données cliniques
- 26.3.4. Systèmes d'IA pour l'identification de tendances et de modèles dans les données de santé

26.4. Visualisation et gestion des données de santé avec l'IA

- 26.4.1. Outils d'IA pour la visualisation interactive et compréhensible des données de santé
- 26.4.2. Systèmes d'IA pour le traitement efficace de grands volumes de données cliniques
- 26.4.3. Utilisation de *dashboards* basés sur l'IA pour le suivi des indicateurs de santé
- 26.4.4. Technologies d'IA pour la gestion et la sécurité des données de santé

26.5. Reconnaissance de schémas et *machine learning* dans les diagnostics cliniques à travers PathAI

- 26.5.1. Application des techniques de *machine learning* pour la reconnaissance des schémas dans les données cliniques
- 26.5.2. Utilisation de l'IA dans l'identification précoce des maladies grâce à l'analyse des schémas avec PathAI
- 26.5.3. Développement de modèles prédictifs pour des diagnostics plus précis
- 26.5.4. Mise en œuvre d'algorithmes d'apprentissage automatique dans l'interprétation des données de santé

26.6. Interprétation des images médicales basée sur l'IA à l'aide d'Aidoc

- 26.6.1. Systèmes d'IA pour la détection et la classification des anomalies dans l'imagerie médicale
- 26.6.2. Utilisation de l'apprentissage profond dans l'interprétation des radiographies, IRM et tomographies
- 26.6.3. Outils d'IA pour améliorer la précision et la rapidité du diagnostic par imagerie
- 26.6.4. Mise en œuvre de l'IA pour l'aide à la décision clinique basée sur l'imagerie

26.7. Traitement du langage naturel des dossiers médicaux pour le diagnostic clinique à l'aide de ChatGPT et d'Amazon Comprehend Medical

- 26.7.1. Utilisation du PNL pour l'extraction d'informations pertinentes à partir de dossiers médicaux
- 26.7.2. Systèmes d'IA pour l'analyse des notes des médecins et des rapports des patients
- 26.7.3. Outils d'IA pour résumer et classer les informations contenues dans les dossiers médicaux
- 26.7.4. Application du PNL dans l'identification de symptômes et de diagnostics à partir de textes cliniques

26.8. Validation et évaluation de modèles de diagnostic assistés par l'IA à l'aide de ConcertAI

- 26.8.1. Méthodes de validation et de test des modèles d'IA dans des contextes cliniques réels
- 26.8.2. Évaluation des performances et de la précision des outils de diagnostic assistés par l'IA
- 26.8.3. Utilisation de l'IA pour garantir la fiabilité et l'éthique du diagnostic clinique
- 26.8.4. Mise en œuvre de protocoles d'évaluation continue des systèmes d'IA dans les soins de santé

26.9. IA dans le diagnostic des maladies rares à l'aide de Face2Gene

- 26.9.1. Développement de systèmes d'IA spécialisés pour l'identification des maladies rares
- 26.9.2. Utilisation de l'IA pour analyser les modèles atypiques et la symptomatologie complexe
- 26.9.3. Outils d'IA pour un diagnostic précoce et précis des maladies peu courantes
- 26.9.4. Mise en œuvre de bases de données mondiales avec l'IA pour améliorer le diagnostic des maladies rares

26.10. Réussites et défis dans la mise en œuvre de diagnostics par IA

- 26.10.1. Analyse d'études de cas où l'IA a considérablement amélioré le diagnostic clinique
- 26.10.2. Évaluation des défis liés à l'adoption de l'IA en milieu clinique
- 26.10.3. Discussion sur les obstacles éthiques et les pratiques dans la mise en œuvre de l'IA pour le diagnostic
- 26.10.4. Examen des stratégies permettant de surmonter les obstacles à l'intégration de l'IA dans les diagnostics médicaux

Module 27. Traitement et prise en charge du patient grâce à l'IA

27.1. Systèmes de traitement assisté par l'IA

- 27.1.1. Développement de systèmes d'IA pour assister la prise de décision thérapeutique
- 27.1.2. Utilisation de l'IA pour la personnalisation des traitements en fonction des profils individuels
- 27.1.3. Mise en œuvre d'outils d'IA dans l'administration des doses et des horaires de prise de médicaments
- 27.1.4. Intégration de l'IA dans le suivi et l'ajustement du traitement en temps réel

27.2. Définition des indicateurs pour le contrôle de l'état de santé du patient

- 27.2.1. Établissement de paramètres clés utilisant l'IA pour le suivi de l'état de santé du patient
- 27.2.2. Utilisation de l'IA pour identifier des indicateurs prédictifs de la santé et de la maladie
- 27.2.3. Développement de systèmes d'alerte précoce basés sur des indicateurs de santé
- 27.2.4. Mise en œuvre de l'IA pour l'évaluation continue de l'état de santé des patients

27.3. Outils de suivi et de contrôle des indicateurs de santé

- 27.3.1. Développement d'applications mobiles et portables basées sur l'IA pour le suivi de la santé
- 27.3.2. Mise en œuvre de systèmes d'IA pour l'analyse en temps réel des données de santé
- 27.3.3. Utilisation de *dashboards* basés sur l'IA pour la visualisation des indicateurs de santé
- 27.3.4. Intégration des dispositifs IoT dans le suivi continu des indicateurs de santé avec l'IA

27.4. IA dans la Planification et l'Exécution des Procédures Médicales avec Intuitive Surgical's da Vinci Surgical System

- 27.4.1. Utilisation de systèmes d'IA pour optimiser la planification des chirurgies et des procédures médicales
- 27.4.2. Mise en œuvre de l'IA dans la simulation et la pratique des procédures chirurgicales
- 27.4.3. Utilisation de l'IA pour améliorer la précision et l'efficacité dans l'exécution des procédures médicales
- 27.4.4. Application de l'IA dans la coordination et à la gestion des ressources chirurgicales

27.5. Algorithmes d'apprentissage automatique pour l'établissement de traitements thérapeutiques

- 27.5.1. Utilisation du *machine learning* pour développer des protocoles de traitement personnalisés
- 27.5.2. Mise en œuvre d'algorithmes prédictifs pour la sélection de thérapies efficaces
- 27.5.3. Développement de systèmes d'IA pour l'adaptation des traitements en temps réel
- 27.5.4. Application de l'IA à l'analyse de l'efficacité des différentes options thérapeutiques

27.6. Adaptabilité et mise à jour continue des protocoles thérapeutiques grâce à l'IA avec IBM Watson for Oncology

- 27.6.1. Mise en œuvre de systèmes d'IA pour l'examen et la mise à jour dynamique des traitements
- 27.6.2. Utilisation de l'IA pour adapter les protocoles thérapeutiques aux nouvelles découvertes et données
- 27.6.3. Développement d'outils d'IA pour la personnalisation continue des traitements
- 27.6.4. Intégration de l'IA dans la réponse adaptative à l'évolution de l'état des patients

27.7. Optimisation des services de santé grâce à la technologie de l'IA avec Optum

- 27.7.1. Utilisation de l'IA pour améliorer l'efficacité et la qualité des services de santé
- 27.7.2. Mise en œuvre de systèmes d'IA pour la gestion des ressources de santé
- 27.7.3. Développement d'outils d'IA pour l'optimisation du flux de travail dans les hôpitaux
- 27.7.4. Application de l'IA à la réduction des temps d'attente et à l'amélioration des soins aux patients

27.8. Application de l'IA à la réponse aux urgences sanitaires

- 27.8.1. Mise en œuvre de systèmes d'IA pour une gestion rapide et efficace des crises sanitaires avec BlueDot
- 27.8.2. Utilisation de l'IA dans l'optimisation de l'allocation des ressources en cas d'urgence
- 27.8.3. Développement d'outils d'IA pour la prévision et la réponse aux épidémies
- 27.8.4. Intégration de l'IA dans les systèmes d'alerte et de communication pendant les urgences sanitaires

27.9. Collaboration interdisciplinaire dans les traitements assistés par l'IA

- 27.9.1. Encourager la collaboration entre différentes spécialités médicales à l'aide de systèmes d'IA
- 27.9.2. Utilisation de l'IA pour intégrer les connaissances et les compétences de différentes disciplines dans le traitement
- 27.9.3. Développement de plateformes d'IA pour faciliter la communication et la coordination interdisciplinaire
- 27.9.4. Mise en œuvre de l'IA dans la création d'équipes de traitement multidisciplinaires

27.10. Expériences réussies de l'IA dans la prise en charge des maladies

- 27.10.1. Analyse des expériences réussies d'utilisation de l'IA pour un traitement efficace des maladies
- 27.10.2. Évaluation de l'impact de l'IA sur l'amélioration des résultats des traitements
- 27.10.3. Documentation des expériences innovantes en matière d'utilisation de l'IA dans différents domaines médicaux
- 27.10.4. Discussion sur les progrès et les défis de la mise en œuvre de l'IA dans le traitement médical

Module 28. Personnalisation de la santé grâce à l'IA**28.1. Applications de l'IA en génomique pour la médecine personnalisée avec DeepGenomics**

- 28.1.1. Développement d'algorithmes d'IA pour l'analyse des séquences génétiques et leur relation avec les maladies
- 28.1.2. Utilisation de l'IA dans l'identification de marqueurs génétiques pour des traitements personnalisés
- 28.1.3. Mise en œuvre de l'IA pour une interprétation rapide et précise des données génomiques
- 28.1.4. Outils d'IA pour corrélérer les génotypes avec les réponses aux médicaments

28.2. IA dans la pharmacogénomique et conception de médicaments grâce à AtomWise

- 28.2.1. Développement de modèles d'IA pour prédire l'efficacité et la sécurité des médicaments
- 28.2.2. Utilisation de l'IA pour l'identification de cibles thérapeutiques et la conception de médicaments
- 28.2.3. Application de l'IA à l'analyse des interactions gène-médicament pour la personnalisation des traitements
- 28.2.4. Mise en œuvre d'algorithmes d'IA pour accélérer la découverte de nouveaux médicaments

28.3. Suivi personnalisé à l'aide de dispositifs intelligents et de l'IA

- 28.3.1. Développement d'appareils portables dotés d'IA pour le suivi continu des indicateurs de santé
- 28.3.2. Utilisation de l'IA dans l'interprétation des données collectées par les dispositifs intelligents avec FitBit
- 28.3.3. Mise en œuvre de systèmes d'alerte précoce basés sur l'IA pour les problèmes de santé
- 28.3.4. Outils d'IA pour la personnalisation des recommandations en matière de mode de vie et de santé

28.4. Systèmes d'aide à la décision clinique fondés sur l'IA

- 28.4.1. Mise en œuvre de l'IA pour aider les médecins à prendre des décisions cliniques avec Oracle Cerner
- 28.4.2. Développement de systèmes d'IA qui fournissent des recommandations basées sur des données cliniques
- 28.4.3. Utilisation de l'IA dans l'évaluation des risques et des bénéfices des différentes options thérapeutiques
- 28.4.4. Outils d'IA pour l'intégration et l'analyse des données de santé en temps réel

28.5. Tendances en matière de personnalisation de la santé grâce à l'IA

- 28.5.1. Analyse des dernières tendances en matière d'IA pour la personnalisation des soins de santé
- 28.5.2. Utilisation de l'IA dans le développement d'approches préventives et prédictives des soins de santé
- 28.5.3. Mise en œuvre de l'IA dans l'adaptation des plans de santé aux besoins individuels
- 28.5.4. Exploration de nouvelles technologies d'IA dans le domaine des soins de santé personnalisés

28.6. Progrès de la robotique chirurgicale assistée par l'IA avec Intuitive Surgical's da Vinci Surgical System

- 28.6.1. Développement de robots chirurgicaux avec IA pour des procédures précises et peu invasives
- 28.6.2. Utilisation de l'IA pour créer des modèles prédictifs de maladies basés sur des données individuelles avec OncoraMedical
- 28.6.3. Mise en œuvre de systèmes d'IA pour la planification chirurgicale et la simulation des opérations
- 28.6.4. Progrès dans l'intégration du *feedback* tactile et visuel dans la robotique chirurgicale basée sur l'IA

28.7. Développement de modèles prédictifs pour une pratique clinique personnalisée

- 28.7.1. Utilisation de l'IA pour créer des modèles prédictifs de maladies basés sur des données individuelles
- 28.7.2. Mise en œuvre de l'IA dans la prédiction des réponses au traitement
- 28.7.3. Développement d'outils d'IA pour l'anticipation des risques sanitaires
- 28.7.4. Application de modèles prédictifs dans la planification d'interventions préventives

28.8. IA dans la gestion et le traitement personnalisés de la douleur avec Kaia Health

- 28.8.1. Développement de systèmes d'IA pour l'évaluation et la gestion personnalisée de la douleur
- 28.8.2. Utilisation de l'IA dans l'identification des schémas de douleur et des réponses au traitement
- 28.8.3. Mise en œuvre d'outils d'IA dans la personnalisation des thérapies contre la douleur
- 28.8.4. Application de l'IA au suivi et à l'ajustement des plans de traitement de la douleur

28.9. Autonomie du Patient et Participation Active dans la Personnalisation

- 28.9.1. Promotion de l'autonomie des patients grâce aux outils d'IA pour la gestion de leur santé avec Ada Health
- 28.9.2. Développement de systèmes d'IA permettant aux patients de prendre des décisions
- 28.9.3. Utilisation de l'IA pour fournir des informations et une éducation personnalisée aux patients
- 28.9.4. Outils d'IA facilitant la participation active des patients à leur traitement

28.10. Intégration de l'IA dans les dossiers médicaux électroniques avec Oracle Cerner

- 28.10.1. Mise en œuvre de l'IA pour une analyse et une gestion efficace des dossiers médicaux électroniques
- 28.10.2. Développement d'outils d'IA pour l'extraction des *insights* cliniques des dossiers électroniques
- 28.10.3. Utilisation de l'IA pour améliorer la précision et l'accessibilité des données dans les dossiers médicaux
- 28.10.4. Application de l'IA pour corrélérer les données des dossiers médicaux avec les plans de traitement

Module 29. Analyse des Big Data dans le secteur de la santé grâce à l'IA

29.1. Principes fondamentaux des *Big Data* en santé

- 29.1.1. L'explosion des données dans le domaine de la santé
- 29.1.2. Concept de *Big Data* et principaux outils
- 29.1.3. Applications des *Big Data* en santé

29.2. Traitement et analyse des textes dans les données de santé avec KNIME et Python

- 29.2.1. Concepts du traitement du langage naturel
- 29.2.2. Techniques d'*embedding*
- 29.2.3. Application du traitement du langage naturel en santé

29.3. Méthodes avancées de recherche de données dans le domaine de la santé avec KNIME et Python

- 29.3.1. Exploration de techniques innovantes pour la recherche efficace de données en santé
- 29.3.2. Élaboration de stratégies avancées pour l'extraction et l'organisation d'informations dans le domaine de la santé
- 29.3.3. Mise en œuvre de méthodes d'extraction de données adaptatives et personnalisées pour divers contextes cliniques

29.4. Évaluation de la qualité dans l'analyse des données de santé avec KNIME et Python

- 29.4.1. Développement d'indicateurs pour une évaluation rigoureuse de la qualité des données dans le domaine de la santé
- 29.4.2. Mise en œuvre d'outils et de protocoles pour garantir la qualité des données utilisées dans les analyses cliniques
- 29.4.3. Évaluation continue de l'exactitude et de la fiabilité des résultats des projets d'analyse des données de santé

29.5. Exploration de données et apprentissage automatique en santé avec KNIME et Python

- 29.5.1. Principales méthodologies pour l'exploration de données
- 29.5.2. Intégration des données de santé
- 29.5.3. Détection de modèles et d'anomalies dans les données de santé

29.6. Domaines innovants du *Big Data* et de l'IA en santé

- 29.6.1. Exploration de nouvelles frontières dans l'application du *Big Data* et de l'IA pour transformer le secteur de la santé
- 29.6.2. Identification des opportunités innovantes pour l'intégration des technologies du *Big Data* et de l'IA dans les pratiques médicales
- 29.6.3. Développement d'approches de pointe pour maximiser le potentiel du *Big Data* et de l'IA dans le domaine de la santé

29.7. Collecte et prétraitement de données médicales avec KNIME et Python

- 29.7.1. Développement de méthodologies efficaces pour la collecte de données médicales dans des contextes cliniques et de recherche
- 29.7.2. Mise en œuvre de techniques avancées de prétraitement pour optimiser la qualité et l'utilité des données médicales
- 29.7.3. Conception de stratégies de collecte et de prétraitement garantissant la confidentialité et le respect de la vie privée des informations médicales

29.8. Visualisation des données et communication en santé à l'aide d'outils tels que PowerBI et Python

- 29.8.1. Conception d'outils de visualisation innovants dans le domaine de la santé
- 29.8.2. Stratégies créatives de communication dans le domaine de la santé
- 29.8.3. Intégration de technologies interactives dans le domaine de la santé

29.9. Sécurité des données et gouvernance dans le secteur de la santé

- 29.9.1. Élaboration de stratégies globales de sécurité des données pour protéger la confidentialité et la vie privée dans le secteur de la santé
- 29.9.2. Mettre en œuvre de cadres de gouvernance efficaces pour garantir une gestion éthique et responsable des données dans le domaine médical
- 29.9.3. Conception de politiques et de procédures pour garantir l'intégrité et la disponibilité des données médicales, en relevant les défis spécifiques au secteur de la santé

29.10. Applications pratiques du *Big Data* en santé

- 29.10.1. Développement de solutions spécialisées pour gérer et analyser de grands ensembles de données dans le domaine de la santé
- 29.10.2. Utilisation d'outils pratiques basés sur le *Big Data* pour soutenir la prise de décision clinique
- 29.10.3. Application d'approches innovantes du *Big Data* pour relever des défis spécifiques dans le secteur de la santé

Module 30. Éthique et réglementation de l'IA médicale**30.1. Principes éthiques dans l'utilisation de l'IA en médecine**

- 30.1.1. Analyse et adoption de principes éthiques dans le développement et l'utilisation de systèmes d'IA médicale
- 30.1.2. Intégration des valeurs éthiques dans la prise de décision assistée par l'IA dans des contextes médicaux
- 30.1.3. Établissement de lignes directrices éthiques pour garantir une utilisation responsable de l'intelligence artificielle en médecine

30.2. Confidentialité des données et consentement dans les contextes médicaux

- 30.2.1. Élaboration de politiques de protection de la vie privée pour protéger les données sensibles dans les applications d'IA médicale
- 30.2.2. Garantir le consentement éclairé lors de la collecte et de l'utilisation de données à caractère personnel dans le contexte médical
- 30.2.3. Mise en œuvre de mesures de sécurité pour protéger la vie privée des patients dans des contextes d'IA médicale

30.3. Éthique dans la recherche et le développement des systèmes d'IA médicale

- 30.3.1. Évaluation éthique des protocoles de recherche dans le cadre du développement de systèmes d'IA pour la santé
- 30.3.2. Garantie de transparence et de rigueur éthique dans les phases de développement et de validation des systèmes d'IA médicale
- 30.3.3. Considérations éthiques dans la publication et le partage de résultats dans le domaine de l'IA médicale

30.4. Impact social et responsabilité dans l'IA médicale

- 30.4.1. Analyse de l'impact social de l'IA sur la prestation des services de santé
- 30.4.2. Élaboration de stratégies d'atténuation des risques et de responsabilité éthique dans les applications d'IA en médecine
- 30.4.3. Évaluation continue de l'impact social et adaptation des systèmes d'IA pour contribuer positivement à la santé publique

30.5. Développement durable de l'IA dans le secteur de la santé

- 30.5.1. Intégration de pratiques durables dans le développement et la maintenance des systèmes d'IA en santé
- 30.5.2. Évaluation de l'impact environnemental et économique des technologies de l'IA dans le secteur de la santé
- 30.5.3. Développement de modèles économiques durables pour assurer la continuité et l'amélioration des solutions d'IA dans le secteur de la santé

30.6. Gouvernance des données et cadres réglementaires internationaux dans l'IA médicale

- 30.6.1. Élaboration de cadres de gouvernance pour une gestion éthique et efficace des données dans les applications d'IA médicale
- 30.6.2. Adaptation aux normes et réglementations internationales pour garantir la conformité éthique et juridique
- 30.6.3. Participation active aux initiatives internationales visant à établir des normes éthiques dans le développement de systèmes d'IA médicale

30.7. Aspects économiques de l'IA dans le domaine des soins de santé

- 30.7.1. Analyse des implications économiques et coûts-bénéfices de la mise en œuvre de systèmes d'IA dans les soins de santé
- 30.7.2. Élaboration de modèles commerciaux et financiers pour faciliter l'adoption des technologies d'IA dans le secteur de la santé
- 30.7.3. Évaluation de l'efficacité économique et de l'équité dans l'accès aux services de santé pilotés par l'IA

30.8. Conception centrée sur l'homme des systèmes d'IA médicale

- 30.8.1. Intégration des principes de conception centrée sur l'humain pour améliorer l'utilisabilité et l'acceptation des systèmes d'IA médicale
- 30.8.2. Implication des professionnels de la santé et des patients dans le processus de conception pour garantir la pertinence et l'efficacité des solutions
- 30.8.3. Évaluation continue de l'expérience et du retour d'information de l'utilisateur afin d'optimiser l'interaction avec les systèmes d'IA dans les environnements médicaux

30.9. Équité et transparence dans l'apprentissage automatique médical

- 30.9.1. Développement de modèles d'apprentissage automatique en médecine qui favorisent l'équité et la transparence
- 30.9.2. Mise en œuvre de pratiques visant à atténuer les préjugés et à garantir l'équité dans l'application des algorithmes d'IA dans le domaine de la santé
- 30.9.3. Évaluation continue de l'équité et de la transparence dans le développement et le déploiement de solutions d'apprentissage automatique en médecine

30.10. Sécurité et politique dans la mise en œuvre de l'IA en médecine

- 30.10.1. Élaborer des politiques de sécurité pour protéger l'intégrité et la confidentialité des données dans les applications de l'IA médicale
- 30.10.2. Mettre en œuvre des mesures de sécurité dans le déploiement des systèmes d'IA afin de prévenir les risques et de garantir la sécurité des patients
- 30.10.3. Évaluation continue des politiques de sécurité pour s'adapter aux avancées technologiques et aux nouveaux défis dans la mise en œuvre de l'IA médicale

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.



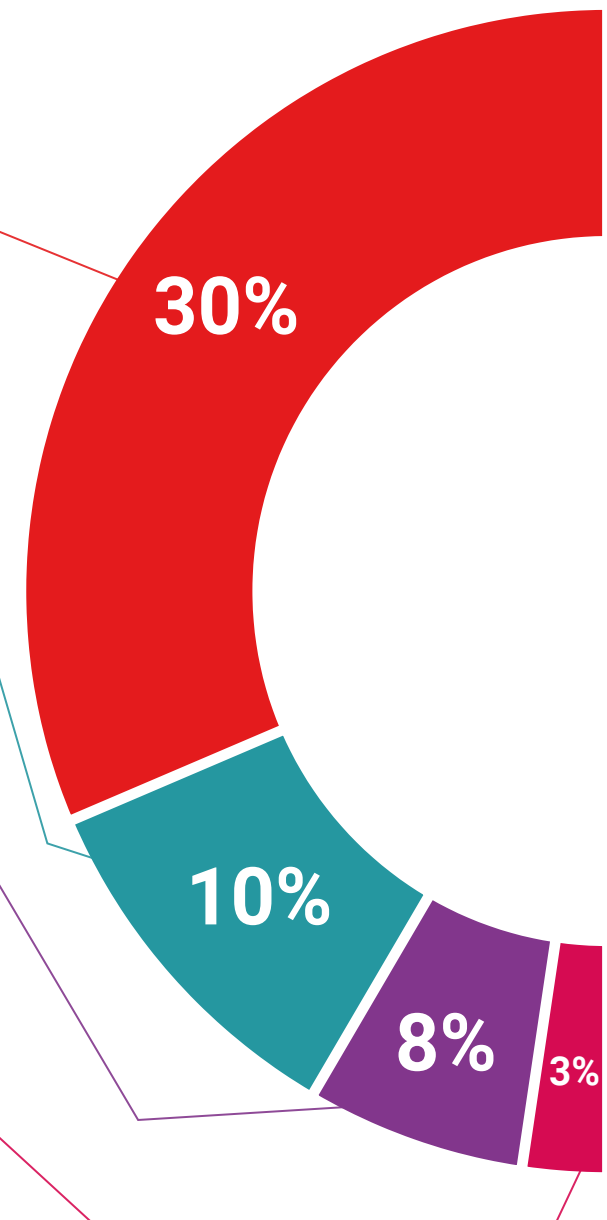
Stages en compétences de gestion

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 à la fois varié et pluridisciplinaire. La plupart des étudiants ont une solide spécialisation académique et une expérience professionnelle dans des domaines liés aux Sciences de la Santé, à l'Ingénierie, à l'Administration des Affaires, aux Technologies de l'Information et de la Communication. La priorité de ces diplômés est d'améliorer leur carrière professionnelle grâce à une approche basée sur l'innovation et l'impact social. Pour cette raison, ils souhaitent nourrir leurs procédures avec les techniques d'Intelligence Artificielle les plus avancées afin de contribuer davantage à l'amélioration de la qualité de vie des personnes.





“

Ce programme s'adresse aux personnes intéressées par l'optimisation de leur pratique professionnelle grâce à un Mastère Avancé de premier ordre"

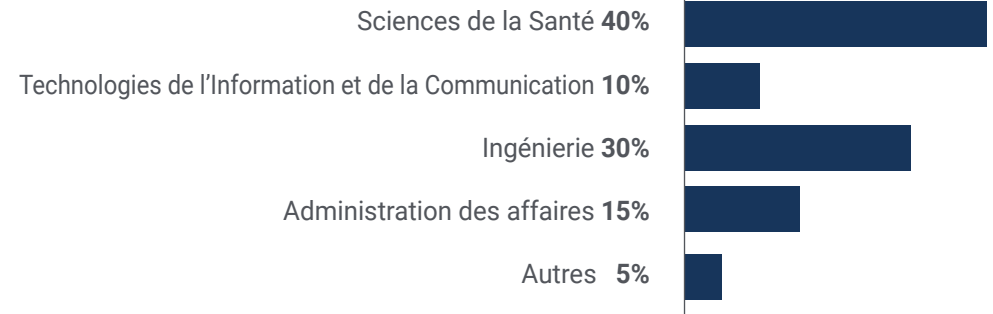
Âge moyen

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

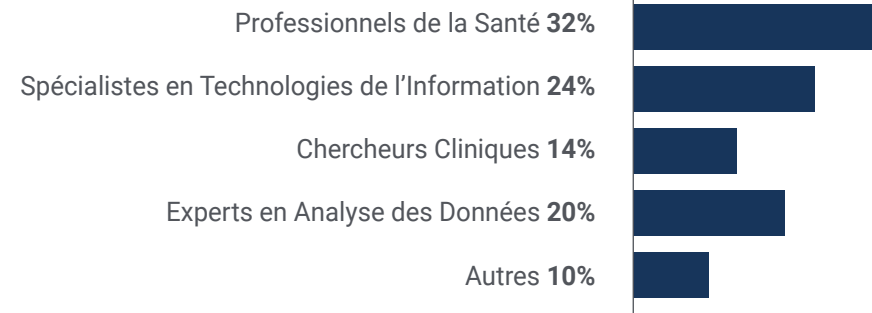
Années d'expérience



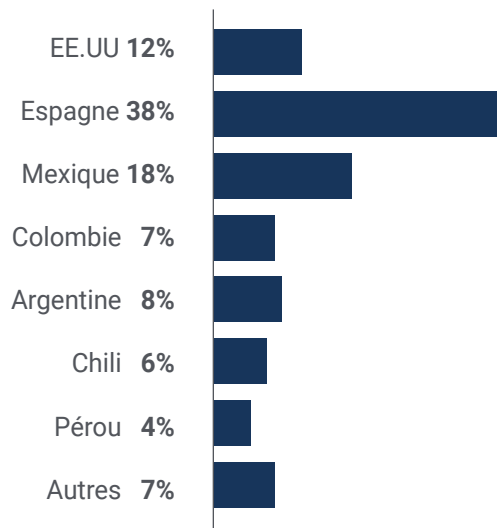
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Pedro Hernández

Chercheur Clinique dans un hôpital prestigieux

"Je voudrais exprimer ma gratitude à TECH pour m'avoir donné l'occasion de participer à ce programme de pointe. La qualité de l'enseignement, les ressources disponibles et l'environnement d'apprentissage stimulant ont joué un rôle déterminant dans mon développement professionnel."

09

Direction de la formation

Dans sa philosophie de fournir un enseignement de qualité, TECH sélectionne pour ce diplôme universitaire un groupe d'enseignants composé de spécialistes de l'Intelligence Artificielle appliquée à la Pratique Clinique. Ces professionnels fourniront aux étudiants une approche complète et multidisciplinaire, afin qu'ils puissent élever leur pratique professionnelle à un niveau supérieur. Ces enseignants apporteront au matériel pédagogique leurs connaissances et leurs années d'expérience dans ce domaine, afin que les ressources soient pleinement valides et applicables. En outre, les experts tiendront compte des technologies de pointe pour fournir une perspective sur les opportunités émergentes dans ce domaine.



“

Une équipe d'enseignants de premier ordre qui vous mettra au courant des avancées dans le domaine de la Robotique Chirurgicale Assistée par Intelligence Artificielle”

Directrice Internationale Invitée

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 International Invité

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

“

Profitez de l'occasion pour vous informer sur les derniers développements dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne"

Directeur International Invité

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

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances grâce à une formation de la plus haute qualité? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"

Directeur International Invité

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 TECH! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, mis en œuvre par des spécialistes de renommée internationale dans ce domaine"

Directeur International Invité

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 les plus qualifiés et les plus expérimentés au niveau international 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 International Invité

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 International Invité

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! Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage"

Directeur International Invité

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 Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO y CTO de Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO chez Korporate Technologies
- ♦ CTO de AI Shepherds GmbH
- ♦ Consultant et Conseiller Stratégique auprès d'Alliance Medical
- ♦ Directeur de la Conception et du Développement chez DocPath
- ♦ Doctorat en Ingénierie Informatique de l'Université de Castille-La Manche
- ♦ Doctorat en Économie, Commerce et Finances de l'Université Camilo José Cela
- ♦ Doctorat en Psychologie de l'Université de Castille -La Manche
- ♦ Master en Executive MBA de l'Université Isabel I
- ♦ Master en Gestion Commerciale et Marketing de l'Université Isabel I
- ♦ Master en Big Data par Formation Hadoop
- ♦ Master en Technologies Avancées de l'Information de l' Université de Castille La Manche
- ♦ Membre de: Groupe de Recherche SMILE



M. Martín-Palomino Sahagún, Fernando

- ♦ *Chief Technology Officer* et R+D+i Director à AURA Diagnostics (medTech)
- ♦ Développement Commercial chez SARLIN
- ♦ Directeur des Opérations chez Alliance Diagnostics
- ♦ Directeur de l'Innovation chez Alliance Medical
- ♦ *Chief Information Officer* chez Alliance Medical
- ♦ *Field Engineer & Project Management* en Radiologie Numérique chez Kodak
- ♦ MBA de l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ *Executive Master* en Marketing et ventes de l'ESADE
- ♦ Ingénieur Supérieur en Télécommunications de l'Université Alfonso X el Sabio

Professeurs

Dr Carrasco González, Ramón Alberto

- ♦ Spécialiste en Informatique et Intelligence Artificielle
- ♦ Chercheur
- ♦ Responsable de *Business Intelligence* (Marketing) à la Caisse Générale des Économies de Grenade et à la Banque Mare Nostrum
- ♦ Responsable des Systèmes d'Information (*Data Warehousing et Business Intelligence*) à la Caisse Générale des Économies de Grenade et à la Banque Mare Nostrum
- ♦ Doctorat en Intelligence Artificielle de l'Université de Grenade
- ♦ Ingénieur Supérieur en Informatique de l'Université de Grenade

M. Popescu Radu, Daniel Vasile

- ♦ Spécialiste en Pharmacologie, Nutrition et Régime alimentaire
- ♦ Producteur de Contenus Didactiques et Scientifiques en Freelance
- ♦ Nutritionniste et Diététicien Communautaire
- ♦ Pharmacien Communautaire
- ♦ Chercheur
- ♦ Master en Nutrition et Santé à l'Université Oberta de Catalogne
- ♦ Master en Psychopharmacologie à l'Université de Valence
- ♦ Pharmacien de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Nutritionniste et Diététicien de l' Université Européenne Miguel de Cervantes

10

Impact sur votre carrière

Ce Mastère Avancé permettra aux étudiants d'acquérir une compréhension approfondie de l'Intelligence Artificielle et de son application spécifique dans le domaine de la Pratique Clinique. De cette manière, les professionnels contribueront à l'avancement de la médecine et optimiseront les soins aux patients. En outre, ils pourront participer au développement de nouvelles technologies et à la mise en œuvre de solutions innovantes qui ont un impact positif à la fois sur la qualité et l'efficacité des soins de santé. Cela ouvrira aux étudiants de nombreuses perspectives de carrière, allant des entreprises spécialisées dans les technologies médicales à la recherche médicale.



“

Apprendre à travers des études de cas réels ainsi qu'en s'exerçant à résoudre des situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Aspirez au sommet avec TECH!"

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

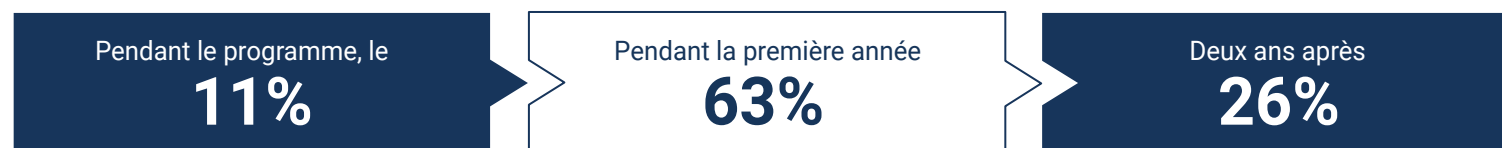
Le Mastère Avancé en MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau international. Son principal objectif est de favoriser leur épanouissement 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.

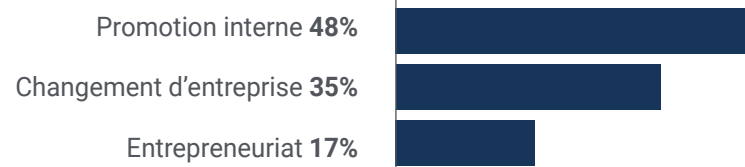
Vous vous spécialiserez dans l'Analyse des Big Data dans le domaine de la santé et ferez un saut qualitatif dans votre carrière professionnelle.

Vous utiliserez les outils les plus innovants de l'Intelligence Artificielle dans le cadre de la Pratique Clinique et contribuerez à optimiser le bien-être de vos patients.

Heure du changement

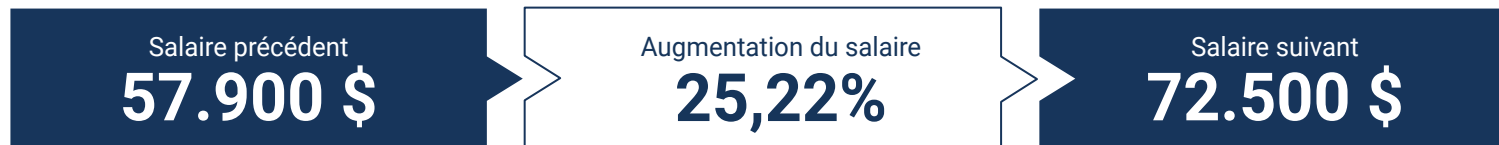


Type de changement



Amélioration salariale

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



11

Bénéfices pour votre entreprise

Si ce programme universitaire est conçu pour répondre aux besoins de spécialisation des professionnels, il tient également compte de ce que les diplômés apporteront aux organisations dans lesquelles ils travaillent. Ces experts permettront à leurs entreprises de tirer parti de leur expertise pour développer des solutions innovantes qui améliorent les soins médicaux, optimisent les processus cliniques et génèrent de nouvelles opportunités commerciales dans le secteur de la santé. Ils pourront également tirer parti de l'Intelligence Artificielle pour améliorer les diagnostics, les traitements personnalisés, la gestion des données des patients, etc. Ces spécialistes pourront diriger des équipes de recherche pour explorer de nouvelles idées et les mettre sur le marché.



“

Ce programme vous donne l'opportunité d'aborder des scénarios de travail réels en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique, offrant une expérience immersive aux côtés des meilleurs spécialistes”

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 Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique 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 Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique** 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 Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique**

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 Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique

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

Mastère Avancé

MBA en Intelligence Artificielle dans la Pratique Clinique