

Mastère Hybride

MBA en Gestion de l'Intelligence Économique



tech université
technologique

Mastère Hybride

MBA en Gestion de l'Intelligence Économique

Modalité : Hybride (En ligne + Stages)

Durée : 12 mois

Diplôme : TECH Université Technologique

Heures de cours : 1.620 h.

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-hybride/mastere-hybride-mba-gestion-intelligence-economique

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Pourquoi suivre ce Mastère Hybride ?

page 8

03

Objectifs

page 12

04

Compétences

page 16

05

Direction de la formation

page 20

06

Plan d'étude

page 28

07

Stage Pratique

page 38

08

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique ?

page 44

09

Méthodologie

page 50

10

Diplôme

page 58

01

Présentation

L'utilisation efficace des données qui existent actuellement sur Internet est la meilleure arme pour tirer le meilleur parti d'une entreprise. Connaître les différents outils pour extraire ces informations, les analyser, en avoir une vision large et l'implication des différents départements d'une entreprise seront les clés à maîtriser par le professionnel qui souhaite mener un projet qui cherche à progresser. Ce programme de Mastère Hybride fournit les connaissances les plus récentes dans ce domaine, avec un contenu multimédia à l'avant-garde académique et un séjour pratique qui servira à connaître de première main le travail effectué dans les entreprises leaders en matière de *Business Intelligence*.



“

Un programme en ligne qui vous donnera une vision large des multiples métiers qui peuvent naître de l'application des techniques du Big Data"

Le leader d'un projet ou d'une *Start-Up* est bien plus qu'une personne qui sait gérer les ressources humaines de l'entreprise, c'est actuellement la personne qui domine ce domaine, mais aussi le *Big Data*, ou le grand volume d'informations existantes sur le réseau, et qui bien ciblé est en mesure d'apporter une valeur incalculable à l'entreprise. Pour être en mesure de gérer la *Business Intelligence* dans l'entreprise, il est nécessaire d'acquérir des connaissances avancées et mises à jour qui peuvent être réalisées avec ce Mastère Hybride.

Ce programme, qui s'adresse principalement aux ingénieurs en informatique qui souhaitent réorienter leur travail vers le monde de l'intelligence économique, ou aux professionnels de l'intelligence économique qui souhaitent approfondir leurs connaissances, se penchera sur la transformation de l'entreprise en fonction des données. L'équipe d'enseignants spécialisés ayant une grande expérience dans les entreprises numériques, les cabinets de conseil et le Marketing se chargera de fournir les connaissances les plus récentes dans ce domaine, où les données seront la vedette. Les outils technologiques et les techniques les plus récentes utilisées pour leur visualisation et leur analyse seront démontrés, tout en offrant une vision future avec des utilisations dans la réalité virtuelle et augmentée et l'intelligence artificielle.

De même, cet enseignement fournira des cas réels de simulation qui permettront aux étudiants de trouver une relation directe entre le cadre théorique et l'application directe dans le domaine professionnel. Les réglementations légales existantes, les stratégies marketing ou l'optimisation du capital humain de l'entreprise seront d'autres points abordés dans ce diplôme qui apportera des connaissances approfondies au professionnel de l'informatique qui souhaite faire une incursion dans ce domaine.

Une excellente opportunité pour les étudiants qui souhaitent non seulement acquérir des connaissances, mais aussi vivre une véritable expérience professionnelle, où ils pourront mettre en application tout ce qu'ils ont appris. Ainsi, à la fin de la première étape du Mastère Hybride, les étudiants effectueront un stage pratique dans une entreprise pertinente du secteur, où ils pourront, avec des professionnels du domaine, compléter leur développement dans le domaine de la *Business Intelligence*.

Ce **Mastère Hybride en MBA en Gestion de l'Intelligence Économique** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- Développement de plus de 100 cas présentés par des professionnels de différents domaines numériques d'entreprises et de cabinets de conseil
- Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique fournit des informations sur les disciplines indispensables à la pratique professionnelle
- Plans pour un modèle d'entreprise dynamique qui soutient sa croissance en ressources immatérielles
- Analyse des sessions d'un site web afin de mieux comprendre ses clients
- Planifier une gestion, une collecte et un nettoyage corrects des données en fonction des objectifs de l'entreprise
- Le tout sera complété par des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- En outre, vous pourrez effectuer un stage dans l'un des meilleurs centres spécialisés au monde



Cette formation vous offre la flexibilité et la commodité d'un accès 24 heures sur 24 à l'ensemble de ses contenus multimédias"

“

Participez à un stage intensif de trois semaines dans une entreprise de premier plan et vivez une expérience qui vous fera progresser dans le domaine des affaires numériques”

Dans cette proposition de Mastère Hybride, de nature professionnelle et de modalité d'apprentissage mixte, le programme vise à actualiser les professionnels qui exercent leurs fonctions dans les entreprises ou qui souhaitent diriger un projet, et qui nécessitent un haut niveau de qualification. Les contenus sont basés sur les dernières preuves scientifiques et orientés de manière didactique pour intégrer les connaissances théoriques dans la pratique de la gestion, et les éléments théoriques-pratiques faciliteront la mise à jour des connaissances et permettront la prise de décision dans les entreprises.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles. La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel vous devrez essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Ce Mastère Hybride vous montrera les outils de métriques les plus utilisés dans le Marketing Numérique.

*Avez-vous pensé à diriger une Start-up ?
Acquérez toutes les connaissances nécessaires avec ce Mastère Hybride et obtenez votre diplôme en 12 mois avec des experts.*



02

Pourquoi suivre ce Mastère Hybride ?

Les économies de temps et d'argent, la facilité de consultation des données, les nouvelles opportunités commerciales, un meilleur service à la clientèle et des résultats plus fiables sont quelques-uns des avantages que la *Business Intelligence* apporte à l'environnement professionnel d'aujourd'hui. C'est pourquoi il s'agit d'une discipline qui a gagné en force dans les environnements de travail modernes qui s'engagent à améliorer leurs procédures et leur leadership sur le marché. En ce sens, ce programme hybride est une opportunité d'apprentissage unique pour les professionnels qui souhaitent aller au-delà des connaissances théoriques et appliquer leurs compétences dans un environnement de travail réel. C'est ainsi que vous pourrez travailler pendant 3 semaines dans une entreprise de pointe, nationale ou internationale, pour appliquer tout ce que vous avez appris pendant le plan d'étude théorique 100% en ligne.



“

TECH vous offre l'opportunité unique d'apprendre 100 % en ligne, où que vous soyez, avec votre appareil préféré, puis de mettre en pratique les connaissances acquises dans un environnement de travail réel pendant 3 semaines. Inscrivez-vous maintenant et vivez la expérience possible"

1. Actualisation des technologies les plus récentes

Les entreprises du monde entier appliquent la *Business Intelligence* dans leur structure opérationnelle, si bien qu'il y a même des directeurs dans ce domaine qui sont chargés de diriger le processus, avec la maîtrise d'outils avancés et des systèmes technologiques les plus récents. C'est pourquoi ce programme TECH vise à offrir aux étudiants la meilleure occasion d'appliquer ce qu'ils ont appris dans la partie théorique avec les méthodologies les plus efficaces et les plus agiles actuellement utilisées dans de nombreuses organisations.

2. Exploiter l'expertise des meilleurs spécialistes

La vaste équipe de professionnels qui accompagnera le spécialiste tout au long de la période de stage constitue une garantie de premier ordre et une garantie de mise à jour sans précédent. TECH désignera un tuteur personnel qui accompagnera l'étudiant tout au long du processus et qui pourra constater de visu l'efficacité des méthodes mises en œuvre grâce à la *Business Intelligence* dans l'entreprise. Il pourra ainsi intégrer dans sa pratique professionnelle quotidienne les procédures et les approches les plus efficaces pour prendre les bonnes décisions.

3. Accéder dans des environnements organisationnels de premier ordre

Pour le développement de la formation pratique qui complète la partie théorique de ce Mastère Hybride, TECH sélectionne à travers une analyse exhaustive tous les centres disponibles dans le cadre national ou international. Grâce à cela, le spécialiste aura un accès garanti à un environnement de travail moderne et avant-gardiste, aux côtés de professionnels qui lui permettront de développer de nouvelles compétences humaines et professionnelles. Sans aucun doute, une nouvelle et excellente façon d'apprendre par la pratique.



4. Combiner les meilleures théories avec les pratiques les plus modernes

Les professionnels abandonnent souvent les processus de formation parce qu'ils sont trop denses et impossibles à respecter, en raison d'objectifs inatteignables et irréalistes, ou à cause de calendriers imposés et de méthodologies moins efficaces. C'est pourquoi TECH a investi dans des systèmes d'enseignement avancés, adaptés aux besoins des professionnels d'aujourd'hui. En seulement 12 mois, vous obtiendrez cette qualification qui vous donnera le profil curriculaire dont vous avez besoin pour évoluer vers les améliorations que vous souhaitez.

5. Élargir les frontières de la connaissance

TECH offre la possibilité d'effectuer cette Formation Pratique non seulement dans des centres nationaux mais aussi internationaux. Ainsi, le spécialiste pourra élargir ses frontières et rattraper les meilleurs professionnels de l'environnement de gestion dans les entreprises modernes, avec des histoires de réussite grâce à l'application de la *Business Intelligence* dans sa structure opérationnelle.

“

Vous bénéficierez d'une immersion pratique totale dans le centre de votre choix”

03 Objectifs

L'objectif principal de ce Mastère Hybride est de s'assurer que le professionnel est en mesure d'acquérir une connaissance approfondie de la *Business Intelligence*, d'un point de vue innovant et avec une vision unique de l'entreprise. Pour ce faire, vous disposerez d'un matériel pédagogique actualisé et d'une équipe pédagogique spécialisée dans ce domaine qui vous aidera à mener tout projet avec les outils et les techniques nécessaires pour atteindre le succès.



“

Ce programme vous donne l'opportunité d'actualiser vos connaissances dans les outils et logiciels utilisés dans l'analyse des données”



Objectif général

- L'objectif général du Mastère Spécialisé en MBA en Gestion de l'*Intelligence Économique* est de s'assurer que, à la fin des 12 mois de ce cours, les étudiants atteignent une connaissance complète qui les conduit à être en mesure d'analyser les données existantes sur Internet, d'appliquer les dernières technologies et d'établir des stratégies commerciales appropriées, en interrelation avec les autres départements de l'entreprise et en respectant les réglementations légales en vigueur. Le tout avec des résumés vidéo, des lectures spécialisées et des études de cas qui vous permettront d'atteindre vos objectifs professionnels.



Ce programme vous montrera comment gérer les projets Big Data en conformité avec toutes les réglementations légales existantes"





Objectifs spécifiques

- Concevoir les applications possibles de la *Business Intelligence* (BI) dans l'entreprise
- Examiner des solutions avancées à des problèmes qui peuvent se poser dans les entreprises, en intégrant les techniques et méthodes étudiées.
- Développer une vision/perspective de l'entreprise, de la direction, de la gestion, de la prise de décision.
- Établir une base pour l'exploration et l'exploitation des informations (internes et externes) de l'organisation
- Analyser le Marketing Numérique, le dynamisme et les types de campagnes
- Établir les meilleures pratiques en matière de gestion des données de campagne et analyser la réalisation des objectifs de la campagne.
- Déterminer les phases du cycle de vie du client et leur relation avec une stratégie de Marketing Numérique
- Analyser la visualisation des données, ses types et ses ensembles.
- Identifier les différents types de représentation les plus couramment utilisés dans l'analyse des données et les outils qui existent pour les appliquer
- Développer un processus de *End to End* pour tirer des conclusions de l'exploitation de l'information
- Analyser les sessions d'un site web afin de mieux comprendre ses clients
- Développer les compétences liées à l'exploration des données et à la modélisation des données (avec R)
- Analyser le cadre réglementaire de la protection des données et sa relation avec la future réglementation des systèmes basés sur l'intelligence artificielle
- Identifier les principes qui doivent guider tout traitement de données personnelles.
- Justifier l'utilisation des données personnelles dans les projets de *Big Data*
- Évaluer et gérer les risques des projets de *Big Data* impliquant des données personnelles.
- Déterminer quelles sont les applications spécifiques de l'IA dans les différents secteurs et comment elles sont utilisées.
- Évaluer les conséquences et les risques potentiels de la mise en œuvre des technologies d'IA
- Établir des lignes directrices appropriées pour l'adaptation de l'entreprise à l'évolution de la société.
- Proposer un modèle d'entreprise dynamique qui appuie sa croissance sur des ressources immatérielles

04

Compétences

Après avoir terminé ce Mastère Hybride en MBA en Gestion de *l'Intelligence Économique*, le professionnel de l'informatique aura développé de nouvelles compétences et aptitudes qui lui seront très utiles dans sa carrière professionnelle, où il pourra créer des projets à partir de zéro ou prendre la direction d'entreprises *Start-Up*. Tout cela en étant capable de prendre les meilleures décisions dans les environnements BI.





“

Un Mastère Hybride où vous serez capable de gérer un projet digital avec une large connaissance en analyse de données, sans négliger le capital humain”



Compétences générales

- Établir des stratégies et des pratiques de changement pour la transformation numérique des entreprises grâce à l'application avancée de techniques analytiques
- Examiner la gestion aux niveaux stratégique, organisationnel et du projet, du point de vue de la proposition de valeur à la conception de stratégies de transformation de l'entreprise
- Présenter un système de base d'analyse de l'information commerciale.
- Analyser les phases du *Journey* du client et le type de campagnes associées à chacune d'elles
- Développer des mesures de réalisation des objectifs associés à une stratégie de marketing numérique et les analyser dans des tableaux de bord numériques Développer le concept de rédemption
- Identifier les modèles et les techniques appropriés aux problèmes connus de l'analyse des données
- Présenter le *Coaching* comme une méthode permettant d'améliorer les performances de nos employés.





Compétences spécifiques

- Développer la capacité à tirer des conclusions après le prétraitement et la modélisation d'un *Dataset*
- Justifier la meilleure combinaison de techniques pour maximiser la qualité des résultats
- Établir la mise en œuvre technique d'un problème de modélisation à l'aide de langages de programmation
- Développer les concepts les plus importants liés à la métrique et à la paramétrisation.
- Examiner la configuration de l'outil Google Analytics
- Déterminer la différence entre Universal Analytics et Google Analytics 4
- Vous évaluer les informations obtenues à partir de la mesure des données pour optimiser votre stratégie marketing : rétention, fidélité et conversions
- Déterminer les mécanismes permettant de garantir la disponibilité, l'intégrité et la confidentialité des informations
- Analyser les outils et les méthodes pour la manipulation et la meilleure utilisation des données, afin de fournir des résultats compréhensibles pour l'utilisateur final
- Établir les bases qui légitiment le traitement des données personnelles
- Présenter les droits des personnes dans le domaine de la protection des données, leur exercice et leur attention
- Présenter un modèle de leadership basé sur l'accompagnement et le soutien comme une évolution de la méthodologie autoritaire traditionnelle.
- Développer les concepts de la PNL en tant que compétence pratique qui garantit les résultats souhaités en fixant des objectifs pour chaque situation, en aiguisant son esprit pour percevoir les changements produits et en s'adaptant pour obtenir ces résultats



Vous combinerez théorie et pratique professionnelle dans le cadre d'une approche pédagogique exigeante et enrichissante"

05

Direction de la formation

TECH s'engage loyalement à offrir aux étudiants qui suivent l'ensemble de ses diplômes, un enseignement de qualité accessible à tous. Pour répondre à ce postulat, ce Mastère Hybride a intégré une équipe pédagogique pluridisciplinaire, où le professionnel de l'informatique trouvera une équipe pédagogique experte en Informatique, en Business Analysts, en Sécurité Informatique ou encore en Marketing Numérique. La proximité des enseignants et leurs connaissances dans ce domaine seront d'une aide précieuse pour le professionnel qui souhaite suivre ce programme afin de progresser dans sa carrière.



“

Une équipe pédagogique pluridisciplinaire vous apportera les connaissances les plus pointues pour que vous sachiez mener n'importe quel projet numérique avec tous les outils à votre disposition”

Directeur invité international

Mick Gram est synonyme d'innovation et d'excellence dans le domaine de la **Veille Stratégique** 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 informations sur les acheteurs et les canaux de distribution.

En termes de formation, le cadre possède plusieurs masters et diplômes de troisième cycle délivrés par des centres prestigieux tels que l'**Université de Berkeley** aux États-Unis et l'**Université de Copenhague** au Danemark. Grâce à cette actualisation continue, l'expert a atteint 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.



D. Gram, Mick

- Architecte de Solutions de *Business Intelligence* pour Walmart Data Café
- Consultant Indépendant en *Business Intelligence* et Data Science
- Directeur de la *Business Intelligence* chez Capgemini
- Analyste en Chef chez Nordea
- Consultant en Chef en *Business Intelligence* pour SAS
- Executive Education en IA et Machine Learning à l'UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA en Commerce Électronique à l'Université de Copenhague
- Licence et Master en Mathématiques et Statistiques à l'Université de Copenhague

“

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

Direction



Dr Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO y CTO de Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO chez Korporate Technologies
- ♦ CTO de AI Shephers GmbH
- ♦ Consultant et Conseiller Stratégique auprès d'Alliance Medical
- ♦ Directeur de la Conception et du Développement chez DocPath
- ♦ Docteur en Ingénierie de Informatique de l'Université de Castille - La Manche
- ♦ Doctorat en économie, commerce et finances de l'Université Camilo José Cela
- ♦ Docteur en Psychologie, Université de Castille - la Manche
- ♦ Master en Executive MBA de l'Université Isabel I
- ♦ Master en Business and Marketing Management par l'Université Isabel I
- ♦ Master en Big Data en Formación Hadoop
- ♦ Master en Technologies Avancées de l'Information de l'Université de Castille - la Manche
- ♦ Membre de: Groupe de Recherche SMILE

Professeurs

M. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ Analyste Amazon Web Services EMEA
- ♦ Analyste Commercial en Gestion de la Valeur Client chez Vodafone Espagne
- ♦ Responsable de l'Intégration des Services chez Entelgy pour Telefónica Global Solutions
- ♦ Responsable du compte Clone Server Online chez EDM Electronics
- ♦ Responsable de la Mise en Œuvre des Services Internationaux chez Vodafone Global Enterprise
- ♦ Consultant en Solutions pour l'Espagne et le Portugal chez Telvent Global Services
- ♦ Analyste Commercial pour l'Europe du Sud chez Vodafone Global Enterprise
- ♦ Ingénieur en télécommunications de l'Université européenne de Madrid
- ♦ Master en Big Data et analyse de l'Université internationale de Valence

Mme Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Certificat Avancé en Analyse d'Entreprise et en Gestion des Systèmes d'Information
- ♦ *Product Manager* en Sécurité Électronique chez Direct
- ♦ Cheffe de Projet dans le Domaine de l'Intégration des Grands Comptes chez Correos
- ♦ Analyste en Business Intelligence chez Ricopia Technologies
- ♦ Chargée de cours dans le cadre d'études universitaires et post-universitaires
- ♦ Diplômé en Ingénierie des Télécommunications de l'Université d'Alcalá

Mme Pedrajas Parabás, María Elena

- ♦ New Technologies and Digital Transformation Consultant chez Management Solutions
- ♦ Chercheuse au Département de Informatique et Analyse Numérique, l'Université de Cordoue
- ♦ Chercheuse au Centre Singulier de Recherche en Technologies Intelligentes à Santiago de Compostela.
- ♦ Licence en Génie Informatique (GBM) de l'Université de Cordoue
- ♦ Master en Science des Données et Ingénierie Informatique de l'Université de Grenade
- ♦ Master en Conseil en Affaires à l'Université Pontificale Comillas

M. Nafría Sanz, Alfonso

- ♦ Consultant en Marketing et Développement Commercial Spécialisé dans les PME.
- ♦ Consultant en Intelligence Economique chez Korporate Technologies Group SL
- ♦ Licence en Marketing et en Études de Marché Techniques de l'Université CEU San Pablo
- ♦ Master en Business Intelligence et Big Data de l'Université Oberta de Catalogne

M. Catalán Ramírez, Raúl Luis

- ♦ Graphiste
- ♦ Concepteur d'interface et programmeur chez Prometeus Global Solutions
- ♦ Concepteur de l'association Mille Cunti
- ♦ Diplôme en Design Graphique à l'EA

Mme Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Consultante en Protection des Données et en Sécurité de l'Information au sein du Groupe Oesía
- ◆ Directrice Adjointe de l'Audit au Secrétariat Général de la Compagnie Logistique des Hydrocarbures (CLH)
- ◆ Consultante en Relations Juridiques d'Entreprise à Canal de Isabel II
- ◆ Consultant et Auditrice chez Helas Consultores SL
- ◆ Consultante et Auditrice chez Alaro Avant
- ◆ Avocate dans le domaine des nouvelles technologies chez Lorenzo Abogados
- ◆ Licence en Droit de l'Université de Castille-La Manche
- ◆ Master en conseil juridique d'entreprise de l'Institut d'Entreprise
- ◆ Cours Avancé en Gestion de la Sécurité Numérique et Gestion de Crise de l'Université d'Alcalá et le Alliance Espagnole de Sécurité et Crises (AESYC)
- ◆ Membre de: Association Espagnole pour la Protection de la Vie Privée (APEP), Forum ISMS

Mme García La O, Marta

- ◆ Spécialiste du Marketing Digital et Réseaux Sociaux
- ◆ Gestion, administration et *Account Management* chez Think Planification et Développement SI
- ◆ Formatrice pour les cadres supérieurs de Think Planning and Development SI
- ◆ Spécialiste marketing chez Versas Consultores
- ◆ Diplômée en Études Commerciales de l'Université de Murcie
- ◆ Master en Gestion Commerciale et Marketing de Fundesem Business School





M. García Niño, Pedro

- ◆ Spécialiste du Positionnement sur le Web et SEO
- ◆ Responsable des ventes de services informatiques à Camuñase et Electrocamuñas
- ◆ Technicien spécialiste hardware et software à Camuñase et Electrocamuñas
- ◆ Spécialiste en Google Ads (PPC y SEM)
- ◆ Spécialiste en SEO On Page et Off Page
- ◆ Spécialiste en Analyse du Marketing Numérique et de la Mesure des Performances

Mme Fernández Meléndez, Galina

- ◆ Spécialiste en Big Data
- ◆ Analyste de données chez Aresi Gestión de Fincas
- ◆ Analyste de Données chez ADN Mobile Solution
- ◆ Diplôme en Administration des Affaires de l'Université Bicentenario de Aragua Caracas, Venezuela
- ◆ Diplôme en Planification et Finances Publiques de l'École Vénézuélienne de planification.
- ◆ Master en Analyse de Données et en Intelligence Économique de l'Université De Oviedo
- ◆ MBA en Administration des Affaires et Gestion de l'École Européenne de Commerce de Barcelone
- ◆ Master en Big Data et Business Intelligence de l'European Business School de Barcelone

06

Plan d'étude

Le programme de ce Mastère Hybride a été élaboré par une équipe pédagogique spécialisée dans lequel les principaux aspects qui constituent la *Business Intelligence* dans l'entreprise seront étudiés en profondeur. Ainsi, les étudiants pourront accéder dès le premier jour à l'agenda complet de cet enseignement qui se compose de 10 modules. De cette manière, le professionnel pourra se connecter depuis n'importe quel appareil électronique, à n'importe quel moment de la journée, au contenu, qui pourra également être distribué en fonction de ses besoins. De plus, les longues heures d'étude seront réduites dans ce programme grâce au système de *Relearning* que TECH applique à toutes ses qualifications.





“

*Accédez à un syllabus avec
le contenu le plus récent sur
l'Intelligence Artificielle et son
application dans les entreprises"*

Module 1. Business Intelligence dans l'entreprise

- 1.1. *L'intelligence économique dans l'entreprise*
 - 1.1.1. Le monde des données
 - 1.1.2. Concepts pertinents
 - 1.1.3. Caractéristiques principales
 - 1.1.4. Solutions actuelles du marché
 - 1.1.5. Architecture globale d'une solution BI
 - 1.1.6. La cybersécurité dans la BI et *Data Science*
- 1.2. Nouveau concept commercial
 - 1.2.1. Pourquoi la BI
 - 1.2.2. Obtenir l'information
 - 1.2.3. BI dans les différents départements de l'entreprise
 - 1.2.4. Les raisons d'investir dans la BI
- 1.3. L'entrepôt de données
 - 1.3.1. Définitions et objectifs : *Data Warehouse* et *Data Mart*
 - 1.3.2. Architecture
 - 1.3.3. La modélisation dimensionnelle et ses types de schémas
 - 1.3.4. Processus d'extraction, de transformation et de chargement (ETL)
 - 1.3.5. Métadonnées
- 1.4. *Big Data* et capture de données
 - 1.4.1. Capture
 - 1.4.2. Transformation
 - 1.4.3. Stockage
- 1.5. Reporting Business Intelligence (BI)
 - 1.5.1. Structures de la Data Base
 - 1.5.2. BB.DD. OLTP et OLAP
 - 1.5.3. Exemples
- 1.6. Tableaux de bord ou tableaux de bord équilibrés
 - 1.6.1. Tableaux de bord
 - 1.6.2. Systèmes d'aide à la décision
 - 1.6.3. Systèmes d'information des cadres

- 1.7. *Deep Learning*
 - 1.7.1. *Deep Learning*
 - 1.7.2. Principes fondamentaux du *Deep Learning*
 - 1.7.3. Utilités du *Deep Learning*
- 1.8. *Machine Learning*
 - 1.8.1. *Machine Learning*
 - 1.8.2. Principes fondamentaux du *Machine Learning*
 - 1.8.3. Utiles du *Machine Learning*
 - 1.8.4. *Deep Learning* vs. *Machine Learning*
- 1.9. Outils et solutions de BI
 - 1.9.1. Choisir le meilleur outil
 - 1.9.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy et Tableau
 - 1.9.3. SAP BI, SAS BI et Qlikview
 - 1.9.4. Prometeus
- 1.10. Planification et gestion de projets BI
 - 1.10.1. Premières étapes pour définir un projet de BI
 - 1.10.2. Solution BI pour l'entreprise
 - 1.10.3. Exigences et objectifs

Module 2. Perspective commerciale

- 2.1. L'entreprise :
 - 2.1.1. Capital, investissement et risque
 - 2.1.2. Morphologie des organisations : taille, forme, activité et secteurs d'activité
 - 2.1.3. Organisation et ressources
 - 2.1.4. Le management et ses besoins
- 2.2. Entreprise : marché et client
 - 2.2.1. Marché et client
 - 2.2.2. Analyse et segmentation du marché
 - 2.2.3. Concurrence directe et indirecte
 - 2.2.4. Avantage concurrentiel
- 2.3. Stratégie d'entreprise
 - 2.3.1. Stratégie commerciale
 - 2.3.2. Analyse SWOT
 - 2.3.3. Objectifs et délais
 - 2.3.4. Mesurer les résultats : connaître la réalité
 - 2.3.5. Indicateurs clés

- 2.4. L'information comme atout
 - 2.4.1. Information et gestion
 - 2.4.2. Cycle de vie de l'information
 - 2.4.3. Système opérationnel et système stratégique
- 2.5. Tableau de bord équilibré
 - 2.5.1. Tableau de bord opérationnel, tactique et stratégique
 - 2.5.2. Définition du BSC
 - 2.5.3. Perspectives financières
 - 2.5.4. Le point de vue du client
 - 2.5.5. Perspective du processus interne
 - 2.5.6. Perspective d'apprentissage et de croissance
- 2.6. Analyse de la productivité
 - 2.6.1. Revenus, dépenses, investissements et consommation
 - 2.6.2. Analyse et répartition des coûts
 - 2.6.3. ROI et autres ratios pertinents
- 2.7. Distribution et vente
 - 2.7.1. Pertinence du département
 - 2.7.2. Canaux et équipes
 - 2.7.3. Types de vente et de consommation
- 2.8. Autres espaces communs
 - 2.8.1. Production et prestation de services
 - 2.8.2. Distribution et logistique
 - 2.8.3. Communication commerciale
 - 2.8.4. Marketing *Inbound*
- 2.9. *Gestion des données*
 - 2.9.1. Rôles et responsabilités
 - 2.9.2. Identification des (*Stakeholders*)
 - 2.9.3. Systèmes de gestion de l'Information
 - 2.9.4. Type de systèmes opérationnels
 - 2.9.5. Systèmes stratégiques ou d'aide à la décision
 - 2.9.6. Plateformes d'information: *Cloud Computing vs. On Premise*

- 2.10. Explorer l'information
 - 2.10.1. Intro SQL : Bases de données relationnelles : Concepts de base
 - 2.10.2. Mise en réseau et communications : réseaux publics/privés, adresse réseau/sous-réseau/routeur et DNS. Tunnel VPN et SSH
 - 2.10.3. Système opérationnel : modèles de données standardisés
 - 2.10.4. Système stratégique : OLAP, modèle multidimensionnel et *Dashboards* graphiques
 - 2.10.5. Analyse stratégique de BB DD et composition des rapports

Module 3. Transformation de l'entreprise basée sur les données

- 3.1. *Big Data*
 - 3.1.1. *Big data* dans les affaires
 - 3.1.2. Concept de valeur
 - 3.1.3. Gestion de projets de valeur
- 3.2. Marketing Numérique
 - 3.2.1. Marketing Numérique
 - 3.2.2. Avantages du Marketing Digital
- 3.3. Planifier et conduire
 - 3.3.1. Campagnes et types
 - 3.3.2. Rédemption et dynamisme
 - 3.3.3. Types de stratégie
 - 3.3.4. Plan de Marketing Numérique
- 3.4. Exécution du plan de Marketing
 - 3.4.1. *Customer Journe* (base-campagne-campagne-redemption-improvement) et Marketing Numérique
 - 3.4.2. Intégration web des outils de Marketing Numérique
 - 3.4.3. Outils du Marketing Digital
- 3.5. *Customer Journey*
 - 3.5.1. Cycle de vie du client
 - 3.5.2. Association des campagnes au cycle de vie
 - 3.5.3. Mesures de la campagne
- 3.6. Gestion des données pour les campagnes
 - 3.6.1. *Data Warehouse et Data Lab*
 - 3.6.2. Outils de création de campagnes
 - 3.6.3. Méthodes d'entraînement

- 3.7. GDPR en Marketing Numérique
 - 3.7.1. Anonymisation des données et traitement des données personnelles
 - 3.7.2. Le concept de Robinson
 - 3.7.3. Listes d'exclusion
- 3.8. Tableau de bord
 - 3.8.1. KPIs
 - 3.8.2. Audience
 - 3.8.3. Outils
 - 3.8.4. *Storytelling*
- 3.9. Analyse et caractérisation des clients
 - 3.9.1. Vision à 360° du client
 - 3.9.2. Relation entre l'analyse et les actions tactiques
 - 3.9.3. Outils d'analyse
- 3.10. Exemples d'entreprises appliquant les techniques de *Big Data*
 - 3.10.1. *Upselling/Cross-Selling*
 - 3.10.2. Modèles de risque
 - 3.10.3. Modèles de risque
 - 3.10.4. Prédiction
 - 3.10.5. Traitement des images

Module 4. Visualisation des données

- 4.1. Visualisation des données
 - 4.1.1. La visualisation visualisation des données
 - 4.1.2. Importance de l'analyse et de la visualisation des données
 - 4.1.3. Évolution
- 4.2. La conception
 - 4.2.1. Utilisation de la couleur
 - 4.2.2. Composition et typographie
 - 4.2.3. Recommandations
- 4.3. Types de données
 - 4.3.1. Qualitatif
 - 4.3.2. Quantitatif
 - 4.3.3. Données temporelles

- 4.4. Ensembles de données
 - 4.4.1. Fichiers
 - 4.4.2. Bases de données
 - 4.4.3. Open Data
 - 4.4.4. Données en *Streaming*
- 4.5. Types de représentation courants
 - 4.5.1. Colonnaire
 - 4.5.2. Bars
 - 4.5.3. Lignes
 - 4.5.4. De zones
 - 4.5.5. Dispersion
- 4.6. Types avancés de représentation
 - 4.6.1. Circulaire
 - 4.6.2. Bague
 - 4.6.3. Bulle
 - 4.6.4. Cartes
- 4.7. Application par zone
 - 4.7.1. Sciences politiques et sociologie
 - 4.7.2. Science
 - 4.7.3. Marketing
 - 4.7.4. Santé et bien-être
 - 4.7.5. Météorologie
 - 4.7.6. Affaires et finances
- 4.8. *Storytelling*
 - 4.8.1. L'importance de la *Storytelling*
 - 4.8.2. Histoire du *Storytelling*
 - 4.8.3. Application du *Storytelling*
- 4.9. Logiciel de visualisation
 - 4.9.1. Publicités
 - 4.9.2. Gratuit
 - 4.9.3. En ligne
 - 4.9.4. Logiciel gratuit
- 4.10. L'avenir d'affichage des données
 - 4.10.1. Réalité virtuelle
 - 4.10.2. Réalité augmentée
 - 4.10.3. Intelligence artificielle

Module 5. Programmation pour l'analyse des données

- 5.1. Programmation pour l'analyse des données
 - 5.1.1. Langage pour l'analyse des données
 - 5.1.2. Évolution et caractéristiques des principaux outils
 - 5.1.3. Installation et configuration
- 5.2. Types de données
 - 5.2.1. Types de base
 - 5.2.2. Types complexes
 - 5.2.3. Autres structures
- 5.3. Structures et opérations
 - 5.3.1. Opérations sur les données
 - 5.3.2. Structures de contrôle
 - 5.3.3. Opérations avec des fichiers
- 5.4. Extraction et analyse de l'information
 - 5.4.1. Résumés statistiques
 - 5.4.2. Analyse univariée
 - 5.4.3. Analyse multivariée
- 5.5. Visualisation
 - 5.5.1. Graphes univariés
 - 5.5.2. Graphes multivariés
 - 5.5.3. Autres graphiques d'intérêt
- 5.6. Prétraitement
 - 5.6.1. L'importance de la qualité des données
 - 5.6.2. Détection et analyse des *Outliers*
 - 5.6.3. Autres facteurs de qualité des *Dataset*
- 5.7. Prétraitement avancé
 - 5.7.1. Sous-échantillonnage
 - 5.7.2. Rééchantillonnage
 - 5.7.3. Réduction de la dimensionnalité
- 5.8. Modélisation des données
 - 5.8.1. Étapes de la modélisation
 - 5.8.2. Partitionnement des ensembles de données
 - 5.8.3. Métriques pour la prédiction

- 5.9. Modélisation avancée des données
 - 5.9.1. Modèles non supervisé
 - 5.9.2. Modèles supervisés
 - 5.9.3. Bibliothèques pour la modélisation
- 5.10. Outils et bonnes pratiques
 - 5.10.1. Meilleures pratiques en matière de modélisation
 - 5.10.2. Les outils d'un analyste de données
 - 5.10.3. Conclusion et bibliothèques d'intérêt

Module 6. Digital Marketing Analytics

- 6.1. Analyse du Web
 - 6.1.1. Analyse du Web. Utilisation
 - 6.1.2. Histoire
 - 6.1.3. Méthodologie applicable
- 6.2. Google Analytics
 - 6.2.1. À propos de Google Analytics
 - 6.2.2. Métriques vs. Dimension
 - 6.2.3. Objectifs de mesure
- 6.3. Rapports
 - 6.3.1. Métriques de base
 - 6.3.2. Métriques avancées ou KPI (*Key Performance Indicators*)
 - 6.3.3. Conversions
- 6.4. Dimensions
 - 6.4.1. Campagne / Mot-clé (*keyword*)
 - 6.4.2. Source/média
 - 6.4.3. Contenu
- 6.5. Universal Analytics vs. Google Analytics4
 - 6.5.1. Différences UA vs. GA4
 - 6.5.2. Avantages et limites
 - 6.5.3. Utilisation des outils UA et GA4
- 6.6. Paramètres de Google Analytics
 - 6.6.1. Installation et intégration
 - 6.6.2. Structure d'Universal Analytics : comptes, propriétés et vues
 - 6.6.3. Objectifs et entonnoirs de conversion

- 6.7. Le marketing personnalisé sur le marché du luxe
 - 6.7.1. Analyse en temps réel
 - 6.7.2. Analyse de l'audience
 - 6.7.3. Analyse d'acquisition
 - 6.7.4. Analyse comportementale
 - 6.7.5. Analyse de conversion
- 6.8. Rapports avancés
 - 6.8.1. Panels
 - 6.8.2. Rapports personnalisés
 - 6.8.3. API
- 6.9. Segments
 - 6.9.1. Différence entre segment et filtre
 - 6.9.2. Types de segments: prédéfinis/personnalisés
 - 6.9.3. Remarketing.
- 6.10. Analyse numérique
 - 6.10.1. Mesure
 - 6.10.2. Mise en œuvre
 - 6.10.3. Conclusions

Module 7. Gestion des données

- 7.1. Statistiques
 - 7.1.1. Statistiques : statistiques descriptives, inférences statistiques
 - 7.1.2. Population, échantillon, individu
 - 7.1.3. Variables : définition, échelles de mesure
- 7.2. Types de données statistiques
 - 7.2.1. Selon le type
 - 7.2.1.1. Quantitatif: données continues et données discrètes
 - 7.2.1.2. Qualitatif: données binomiales, données nominales et données ordinales
 - 7.2.2. Selon sa forme : numérique, texte, logique
 - 7.2.3. Selon leur source : primaire, secondaire
- 7.3. Planification de la gestion de données
 - 7.3.1. Définition des objectifs
 - 7.3.2. Définition des objectifs
 - 7.3.3. Détermination des ressources disponibles
 - 7.3.4. Structure des données



- 7.4. Collecte des données
 - 7.4.1. Méthodologie de collecte
 - 7.4.2. Outils de collecte
 - 7.4.3. Canaux de collecte
- 7.5. Nettoyage des données
 - 7.5.1. Phases du nettoyage des données
 - 7.5.2. Qualité des données
 - 7.5.3. Manipulation des données (avec R)
- 7.6. Analyse des données, interprétations, évaluation des résultats
 - 7.6.1. Mesures statistiques
 - 7.6.2. Indices de ratios
 - 7.6.3. Extraction de données
- 7.7. Visualisation des données
 - 7.7.1. Visualisation appropriée en fonction du type de données
 - 7.7.2. Considérations pour l'utilisateur final
 - 7.7.3. Modèles exécutifs de présentation des résultats
- 7.8. Stockage des données (*Data Warehouse*)
 - 7.8.1. Les éléments qui le composent
 - 7.8.2. Conception
 - 7.8.3. Aspects à prendre en compte
- 7.9. Disponibilité des données
 - 7.9.1. Accès
 - 7.9.2. Utilité
 - 7.9.3. Sécurité
- 7.10. Application pratique
 - 7.10.1. Exploration des données
 - 7.10.2. Manipulation et ajustement des motifs et des structures
 - 7.10.3. Application des tests et de la modélisation

Module 8. Protection des données

- 8.1. Règlementation sur la protection des données
 - 8.1.1. Cadre réglementaire
 - 8.1.2. Définitions
 - 8.1.3. Sujets tenus de se conformer à la réglementation
 - 8.1.3.1. Différences entre les contrôleurs, les contrôleurs conjoints et les processeurs
 - 8.1.4. La figure du délégué à la protection des données
- 8.2. Règlementation harmonisée de l'intelligence artificielle : proposition de règlement européen
 - 8.2.1. Pratiques interdites
 - 8.2.2. Systèmes d'intelligence artificielle à haut risque
 - 8.2.3. Mesures de soutien à l'innovation
- 8.3. Principes relatifs au traitement des données à caractère personnel
 - 8.3.1. Légalité, équité et transparence
 - 8.3.2. Limitation de l'objet
 - 8.3.3. Minimisation des données, exactitude et limitation de la période de conservation
 - 8.3.4. Intégrité et confidentialité
 - 8.3.5. Responsabilité proactive
- 8.4. Base de la licéité ou de la légitimité et autorisations du traitement, y compris, le cas échéant, la communication des données.
 - 8.4.1. Consentement
 - 8.4.2. Relation contractuelle ou mesures précontractuelles
 - 8.4.3. Respect d'une obligation légale
 - 8.4.4. Protection des intérêts vitaux de la personne concernée ou d'une autre personne
 - 8.4.5. Intérêt public ou exercice des pouvoirs publics
 - 8.4.6. Intérêt légitime : mise en balance des intérêts
- 8.5. Droits des personnes
 - 8.5.1. Transparence et information
 - 8.5.2. Accès
 - 8.5.3. Rectification et effacement (droit à l'oubli), limitation et portabilité
 - 8.5.4. Opposition et décisions individuelles automatisées
 - 8.5.5. Limites aux droits

- 8.6. Protection des données dès la conception : analyse et gestion des risques liés au traitement des données personnelles
 - 8.6.1. Identifier les risques et les menaces pour les droits et libertés des personnes physiques
 - 8.6.2. Évaluation des risques
 - 8.6.3. Plan de traitement des risques
- 8.7. Techniques pour assurer la conformité avec la réglementation sur la protection des données
 - 8.7.1. Identification de mesures de responsabilisation proactives
 - 8.7.2. Mesures organisationnelles
 - 8.7.3. Mesures techniques
 - 8.7.4. Enregistrement des activités de traitement
 - 8.7.5. Gestion des violations de la sécurité
 - 8.7.6. Codes de conduite et certifications
- 8.8. L'analyse d'impact sur la protection des données personnelles (PIA ou DPIA)
 - 8.8.1. Étude des besoins de l' EIPD
 - 8.8.2. Méthodologie d'évaluation
 - 8.8.3. Identification des risques et des menaces
 - 8.8.4. Consultation préalable de l'autorité de surveillance
- 8.9. Règlement contractuel entre les responsables du traitement, les responsables du traitement des données et, le cas échéant, d'autres internationaux de données
 - 8.9.1. Contrat d'accès ou de traitement des données
 - 8.9.2. Contrats entre co-répondants
 - 8.9.3. Responsabilités des parties
 - 8.9.4. Définition et garanties à adopter dans les transferts internationaux
- 8.10. autorités de contrôle. Infractions et sanctions
 - 8.10.1. Infractions
 - 8.10.2. Sanctions
 - 8.10.3. Procédure de sanction
 - 8.10.4. Autorités de contrôle et mécanismes de coopération

Module 9. Business Intelligence et Intelligence Artificielle : stratégies et applications

- 9.1. Services financiers
 - 9.1.1. Les implications de l'intelligence artificielle (IA) dans les services financiers. Opportunités et défis
 - 9.1.2. Cas d'utilisation
 - 9.1.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.1.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA
- 9.2. Implications de l'intelligence artificielle dans les services de santé
 - 9.2.1. Implications de l'IA dans le secteur de la santé. Opportunités et défis
 - 9.2.2. Cas d'utilisation
- 9.3. Risques liés à l'utilisation de l'IA dans les services de santé
 - 9.3.1. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.3.2. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA
- 9.4. Retail
 - 9.4.1. Implications de l'IA dans le commerce de détail. Opportunités et défis
 - 9.4.2. Cas d'utilisation
 - 9.4.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.4.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA
- 9.5. Industrie 4.0
 - 9.5.1. Implications de l'IA dans l'industrie 4.0. Opportunités et défis
 - 9.5.2. Cas d'utilisation
- 9.6. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA dans l'industrie 4.0
 - 9.6.1. Cas d'utilisation
 - 9.6.2. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.6.3. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA
- 9.7. Administration publique
 - 9.7.1. Implications de l'IA pour l'administration publique : opportunités et défis
 - 9.7.2. Cas d'utilisation
 - 9.7.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.7.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA
- 9.8. Éducation
 - 9.8.1. Implications de l'IA dans l'éducation : opportunités et défis
 - 9.8.2. Cas d'utilisation
 - 9.8.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.8.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

- 9.9. Sylviculture et agriculture
 - 9.9.1. Implications de l'IA pour la foresterie et l'agriculture. Opportunités et défis
 - 9.9.2. Cas d'utilisation
 - 9.9.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.9.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA
- 9.10. Ressources humaines
 - 9.10.1. Implications de l'IA pour les ressources humaines. Opportunités et défis
 - 9.10.2. Cas d'utilisation
 - 9.10.3. Risques potentiels liés à l'utilisation de l'IA
 - 9.10.4. Développements / utilisations futurs potentiels de l'IA

Module 10. Optimisation du capital humain dans l'entreprise

- 10.1. Le capital humain dans l'entreprise
 - 10.1.1. Valeur du capital humain dans le monde technologique
 - 10.1.2. Compétences en matière de gestion
 - 10.1.3. Changement de paradigme dans les modèles de direction
- 10.2. Compétences du manager
 - 10.2.1. Processus de gestion
 - 10.2.2. Les fonctions de gestion
 - 10.2.3. Gestion de la direction du groupe dans les entreprises les relations de groupe
- 10.3. Communication dans l'entreprise
 - 10.3.1. Le processus de communication dans l'entreprise
 - 10.3.2. Les relations interpersonnelles dans l'entreprise
 - 10.3.3. Techniques de communication pour le changement
 - 10.3.3.1. *Storytelling*
 - 10.3.3.2. Techniques de communication assertive. *Feedback*, consensus
- 10.4. *Coaching* d'entreprise
 - 10.4.1. *Coaching* d'entreprise
 - 10.4.2. La pratique *coaching*
 - 10.4.3. Types de *coaching* et *coaching* dans les organisations
 - 10.4.3.1. Le *coaching* comme style de leadership
- 10.5. Mentorat d'entreprise
 - 10.5.1. Le *Mentoring* en entreprise
 - 10.5.2. Les 4 processus d'un programme de *Mentoring*
 - 10.5.3. Avantages de cet outil commercial
- 10.6. Médiation et résolution des conflits dans l'entreprise
 - 10.6.1. Les conflits
 - 10.6.2. Prévenir, traiter et résoudre les conflits
 - 10.6.3. Stress et motivation au travail
- 10.7. Techniques de négociation
 - 10.7.1. Négociation au niveau des cadres dans les entreprises technologiques
 - 10.7.2. Stratégies et principaux types de négociation
 - 10.7.2.1. La figure du sujet de la négociation
- 10.8. Gestion du changement d'activité
 - 10.8.1. Facteurs de changement organisationnel
 - 10.8.2. Planification stratégique
 - 10.8.3. Gestion du changement organisationnel
 - 10.8.3.1. Pour le changement intangible : équipes, communication, culture, leadership
 - 10.8.3.2. Pour le changement de base ou tangible : fixation d'objectifs, mesure des performances, apprentissage, reconnaissance et récompenses
- 10.9. Techniques pour améliorer les performances des équipes
 - 10.9.1. Techniques de travail en équipe
 - 10.9.2. La délégation dans les équipes de travail
- 10.10. Dynamique de Groupe. Classification
 - 10.10.1. Le rôle de l'animateur
 - 10.10.2. Techniques de dynamique de groupe
 - 10.10.2.1. *Brainstorming+*
 - 10.10.2.2. Phillips 6/6
 - 10.10.2.3. La montgolfière D

07

Stage Pratique

Une fois la phase théorique de ce Mastère Hybride achevée, les étudiants auront accès à une période d'apprentissage sur le terrain au sein d'une entreprise leader dans le domaine de la *Business Intelligence*. Pendant cette période, ils pourront mettre en pratique toutes les compétences et aptitudes acquises et développer leur plein potentiel aux côtés de professionnels qui dominent le secteur de la technologie.





“

Commencez un séjour pratique où vous aurez à portée de main les outils et les techniques d'analyse de données actuellement utilisés”

La période de Formation Pratique de ce programme de MBA en Gestion de l'Intelligence Économique dure 3 semaines, au cours desquelles le professionnel de l'informatique sera présent dans une entreprise numérique leader dans ce domaine, aux côtés d'un personnel hautement spécialisé. Une connaissance qui vous donnera l'occasion de vous développer dans un domaine où une connaissance élevée et étendue est nécessaire tant pour entreprendre dans le domaine numérique que pour les gérer.

Ainsi, ce séjour permettra aux étudiants de gérer des bases de données en *Business Intelligence* clé de faire usage des principaux outils actuellement utilisés par les entreprises du secteur pour l'analyse des données, l'interprétation, le traitement et l'établissement de plans de Marketing Numérique en utilisant le *Big Data* et les informations collectées par l'entreprise. Tout un ensemble d'activités qui peuvent être réalisées sous la supervision d'un tuteur de l'entreprise où se déroulera la Formation Pratique, et d'un enseignant TECH qui aidera les étudiants à atteindre leurs objectifs au cours de cette période.

Il s'agit sans aucun doute d'une opportunité d'apprendre en travaillant dans un domaine où l'innovation est quotidienne et où l'intelligence artificielle a connu un développement spectaculaire. Cependant, la composante humaine est toujours essentielle dans tout projet d'entreprise et c'est pourquoi, dans ce programme, il sera également possible d'apprendre les méthodes de *Mentoring* d'entreprise, ainsi que les techniques permettant d'améliorer la performance des équipes.

Les procédures décrites ci-dessous constitueront la base de la partie pratique de la formation et leur mise en œuvre sera fonction de la disponibilité et de la charge de travail du centre, les activités proposées étant les suivantes :





Module	Activité pratique
Application de la <i>Business Intelligence</i> dans l'entreprise	Gérer les bases de données dans la clé de la <i>Business Intelligence</i>
	Définir les besoins, les objectifs et la structure d'un projet de <i>Business Intelligence</i>
	Effectuer des analyses de productivité en fonction de paramètres tels que le retour sur investissement (ROI)
	Gérer les données commerciales pertinentes pour définir les rôles, responsabilités et les <i>Stakeholders</i>
	Pratiquer le <i>Coaching et Mentoring d'entreprise</i>
Application de l'Intelligence Artificielle dans l'entreprise	Adapter l'utilisation de l'intelligence artificielle en fonction du secteur ciblé
	Analyser, en temps réel, l'audience, l'acquisition, le comportement et les conversions
	Utiliser Google Analytics pour générer des rapports avancés avec des métriques d'intérêt et pour d'intérêt et faciliter le flux de travail
	Utiliser des outils de <i>Deep Learning, Machine Learning et de Business Intelligence</i> pour répondre à différents problèmes
	Valoriser l'utilisation de la réalité virtuelle ou augmentée pour une présentation accrocheuse des données
Gestion des données dans l'entreprise	Planifier une gestion, une collecte et un nettoyage corrects des données en fonction des objectifs de l'entreprise
	Concevoir ou perfectionner le <i>Data Warehouse</i> pour une utilisation harmonieuse des données collectées par l'entreprise
	Définir une sécurité appropriée pour toutes les données stockées, avec des protocoles bien mis en œuvre
	Adapter les méthodes de collecte et de stockage des données pour se conformer aux réglementations en vigueur en matière de protection des données
	Adopter des techniques organisationnelles et informatiques pour un traitement adéquat des données
Transformation de l'entreprise basée sur les données	Réaliser un plan de marketing numérique en utilisant le <i>Big Data</i> et les informations collectées par l'entreprise
	Analyser le cycle de vie du client et les différents indicateurs de la campagne pour détecter les éventuels points à améliorer
	Réaliser des <i>Briefings</i> ou des présentations de manière agile en appliquant des méthodes avancées de visualisation des données
	Appliquer le <i>Storytelling</i> et la narration à la présentation de données habituelles
	Utiliser les principaux outils d'analyse de données

Assurance responsabilité civile

La principale préoccupation de cette institution est de garantir la sécurité des stagiaires et des autres collaborateurs nécessaires aux processus de formation pratique dans l'entreprise. Parmi les mesures destinées à atteindre cet objectif figure la réponse à tout incident pouvant survenir au cours de la formation d'apprentissage.

Pour ce faire, cette université s'engage à souscrire une assurance Responsabilité Civile pour couvrir toute éventualité pouvant survenir pendant le séjour au centre de stage.

Cette police d'assurance couvrant la Responsabilité Civile des stagiaires doit être complète et doit être souscrite avant le début de la période de Formation Pratique. Ainsi, le professionnel n'a pas à se préoccuper des imprévus et bénéficiera d'une couverture jusqu'à la fin du stage pratique dans le centre.



Conditions générales pour la formation pratique

Les conditions générales de la Convention de Stage pour le programme sont les suivantes:

1. TUTEUR : Pendant le Mastère Hybride, l'étudiant se verra attribuer deux tuteurs qui l'accompagneront tout au long du processus, en résolvant tous les doutes et toutes les questions qui peuvent se poser. D'une part, il y aura un tuteur professionnel appartenant au centre de placement qui aura pour mission de guider et de soutenir l'étudiant à tout moment. D'autre part, un tuteur académique sera également assigné à l'étudiant, et aura pour mission de coordonner et d'aider l'étudiant tout au long du processus, en résolvant ses doutes et en lui facilitant tout ce dont il peut avoir besoin. De cette manière, le professionnel sera accompagné à tout moment et pourra consulter les doutes qui pourraient surgir, tant sur le plan pratique que sur le plan académique.
2. DURÉE: le programme de formation pratique se déroulera sur trois semaines continues, réparties en journées de 8 heures, cinq jours par semaine. Les jours de présence et l'emploi du temps relèvent de la responsabilité du centre, qui en informe dûment et préalablement le professionnel, et suffisamment à l'avance pour faciliter son organisation.
3. ABSENCE: En cas de non présentation à la date de début du Mastère Hybride, l'étudiant perdra le droit au stage sans possibilité de remboursement ou de changement de dates. Une absence de plus de deux jours au stage, sans raison médicale justifiée, entraînera l'annulation du stage et, par conséquent, la résiliation automatique du contrat. Tout problème survenant au cours du séjour doit être signalé d'urgence au tuteur académique.
4. CERTIFICATION: Les étudiants qui achèvent avec succès le Mastère Hybride recevront un certificat accréditant le séjour pratique dans le centre en question.
5. RELATION DE TRAVAIL: le Mastère Hybride ne constituera en aucun cas une relation de travail de quelque nature que ce soit.
6. PRÉREQUIS : certains centres peuvent être amenés à exiger des références académiques pour suivre le Mastère Hybride. Dans ce cas, il sera nécessaire de le présenter au département de formations de TECH afin de confirmer l'affectation du centre choisi.
7. NON INCLUS: Le mastère Hybride n'inclut aucun autre élément non mentionné dans les présentes conditions. Par conséquent, il ne comprend pas l'hébergement, le transport vers la ville où le stage a lieu, les visas ou tout autre avantage non décrit.

Toutefois, les étudiants peuvent consulter leur tuteur académique en cas de doutes ou de recommandations à cet égard. Ce dernier lui fournira toutes les informations nécessaires pour faciliter les démarches.

08

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique ?

Ce programme de Mastère Hybride comprend un itinéraire de Formation Pratique en entreprise où vous pourrez développer tout votre potentiel entre les mains d'une équipe de professionnels spécialisés ayant une grande expérience dans le domaine du numérique, notamment en *Business Intelligence*. Une entité qui a été sélectionnée par TECH avec le ferme objectif d'offrir aux étudiants une éducation de qualité qui les aidera à atteindre leurs objectifs professionnels.





“

*Complétez vos connaissances
par une Formation Pratique
qui vous rapproche du monde
professionnel”*

tech 46 | Où puis-je effectuer mon Stage Pratique ?



L'étudiant pourra suivre la partie pratique de ce Mastère Hybride dans les établissements suivants :



École de Commerce

Mecides

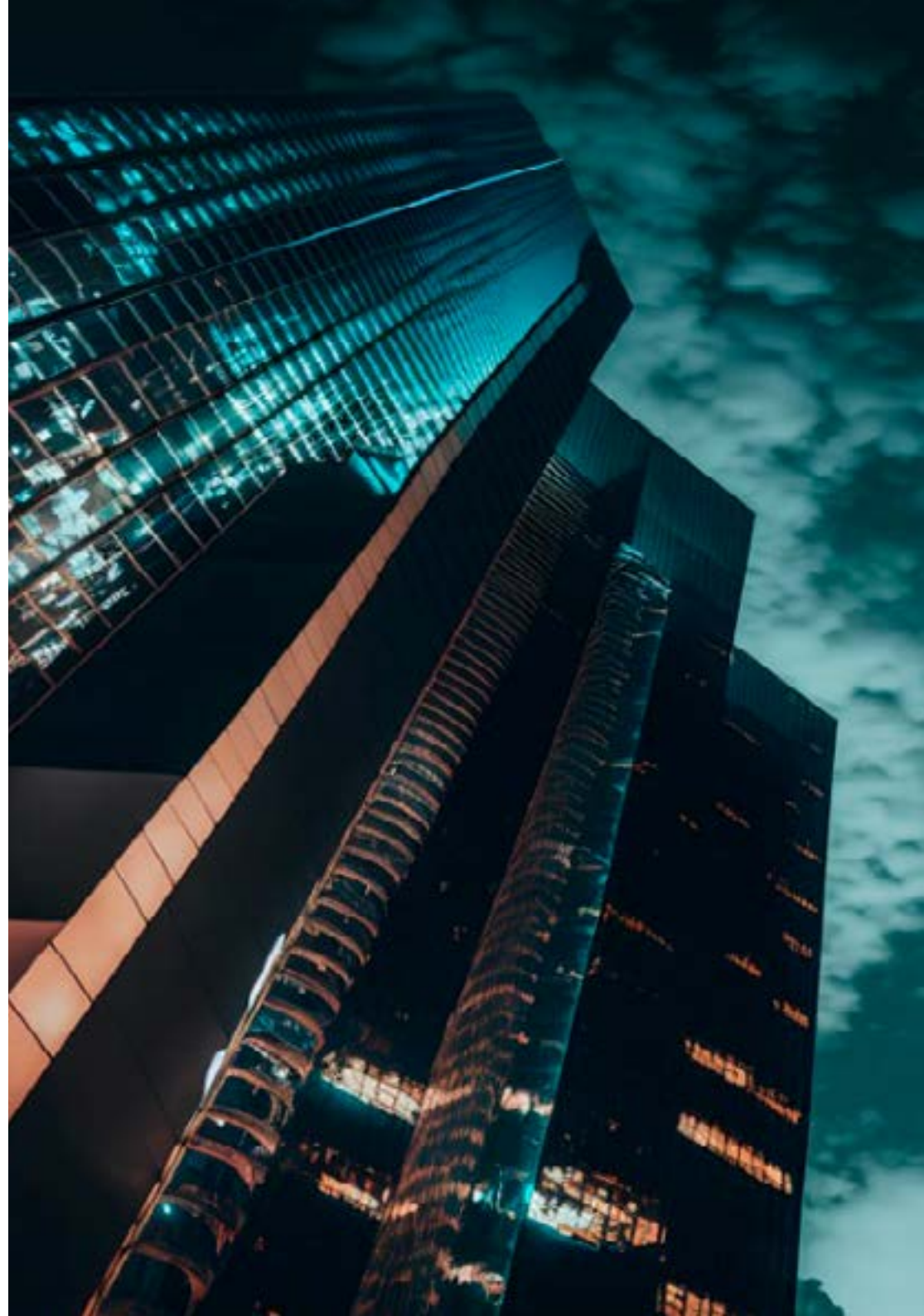
Pays	Ville
Espagne	Santa Cruz de Tenerife

Adresse: Avenida de la Trinidad, 61, 6^a planta, of. 5 y 7, 38204. San Cristóbal de La Laguna, Tenerife

Mecides est spécialisée dans la promotion de projets de R&D&I en Espagne

Formations pratiques connexes :

- MBA en Gestion de l'Intelligence Économique
- Project Management





CBM Innovación en Estrategias SAS

Pays Ville
Mexique Mexico

Adresse: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro,
56100 Texcoco, Edo. de Méx.

Entité spécialisée dans la promotion commerciale
numérique et hors ligne

Formations pratiques connexes :
- MBA en Marketing Numérique
- MBA en Gestion de l'Intelligence Économique



Grupo Fórmula

Pays Ville
Mexique . Mexico

Adresse: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc,
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Entreprise leader dans le domaine de la communication
multimédia et la génération de contenu

Formations pratiques connexes :
- Design Graphique
- Gestion du Personnel



École de Commerce

Web Experto

Pays
Argentine

Ville
Santa Fe

Adresse: Lamadrid 470 Nave 1 1° piso
Oficina 17, Rosario, Santa Fe

Entreprise de gestion numérique et d'orientation web

Formations pratiques connexes :

- Gestion Commerciale et Ventes
- MBA en Marketing Numérique



École de Commerce

The Social Surfers

Pays
Argentine

Ville
Ville Autonome
de Buenos Aires

Adresse: Avda. del Libertador 8142 Nuñez,
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Communication, marketing et analyse web
et analyse web

Formations pratiques connexes :

- Gestion de Réseaux Sociaux Community Manager
- Gestion de la Communication et Réputation Numérique





“

Inscrivez-vous dès maintenant et progressez dans votre domaine de travail grâce à un programme complet qui vous permettra de mettre en pratique tout ce que vous avez appris”

09

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.



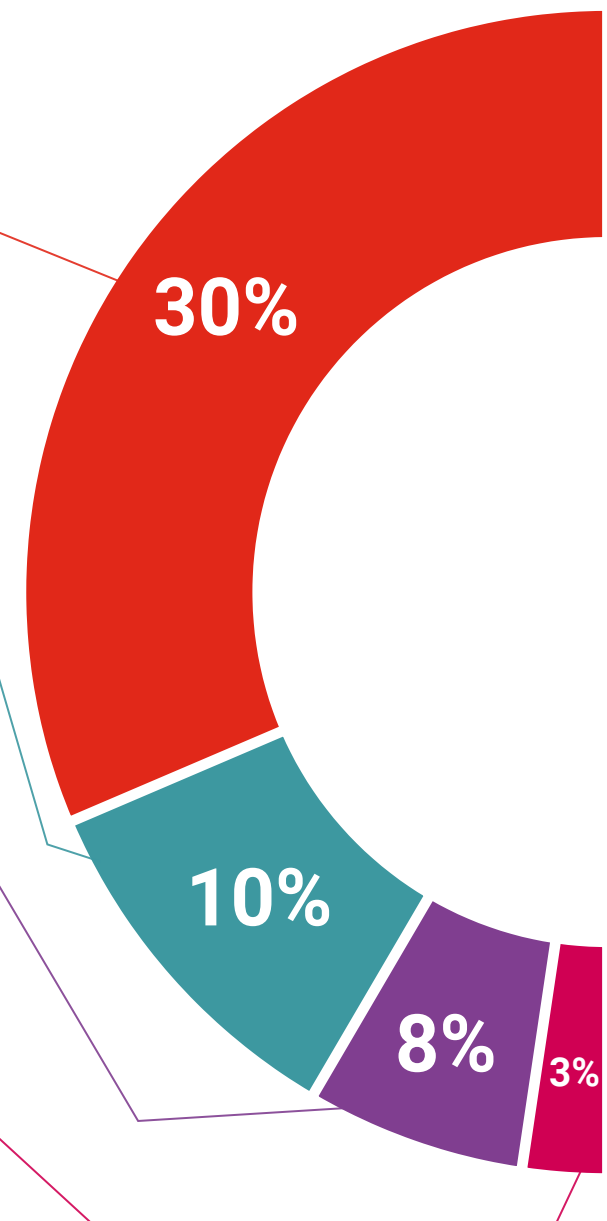
Stages en compétences de gestion

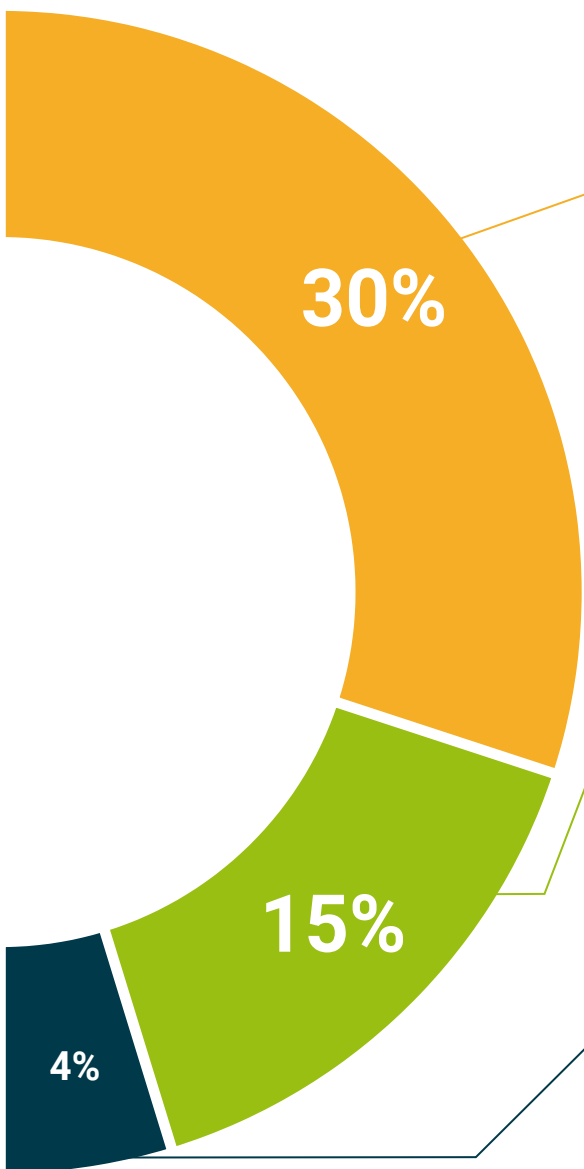
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



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.



10 Diplôme

Le Mastère Hybride en MBA en Gestion de l'Intelligence Économique vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat 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 Hybride en MBA en Gestion de l'Intelligence Économique** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

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

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

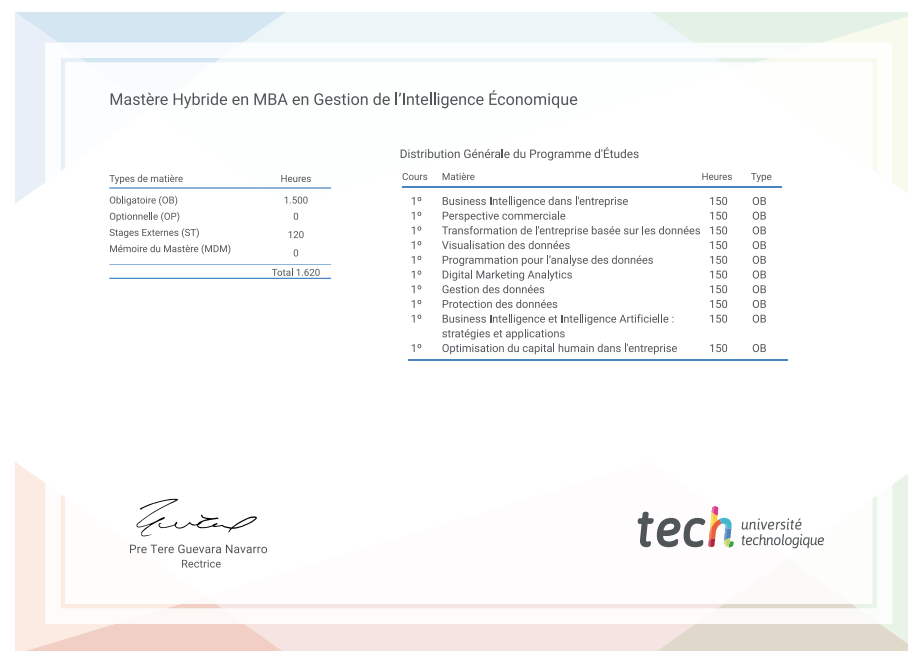
Diplôme : **Mastère Hybride en MBA en Gestion de l'Intelligence Économique**

Modalité : **Hybride (En ligne + Stages)**

Durée : **12 mois**

Diplôme : **TECH Université Technologique**

Heures de cours : **1.620 h.**



*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.

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
apprentissage institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Hybride

MBA en Gestion de
l'Intelligence Économique

Modalité : Hybride (En ligne + Stages)

Durée : 12 mois

Diplôme : TECH Université Technologique

Heures de cours : 1.620 h.

Mastère Hybride

MBA en Gestion de l'Intelligence Économique