

Mastère Spécialisé

MBA en Direction Avancée de
Projets Technologiques
(CTO, Chief Technology Officer)



Mastère Spécialisé

MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/informatique/master/master-mba-direction-avancee-projets-technologiques-cto-chief-technology-officer

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 16

04

Direction de la formation

page 20

05

Structure et contenu

page 40

06

Méthodologie

page 54

07

Diplôme

page 62

01

Présentation

Le secteur technologique évoluant constamment et rapidement, les entreprises sont obligées d'intégrer des dirigeants hautement qualifiés dans leurs effectifs. Ces gestionnaires de projets et d'équipes doivent posséder des qualités diverses, parmi lesquelles le traitement et l'analyse de données complexes, l'optimisation des processus et des ressources ou la coordination du personnel dans la recherche du bien-être individuel et de la performance de l'équipe. Ce programme vise à former les étudiants à cette réalité complexe, en leur fournissant tous les outils et méthodologies les plus modernes pour relever facilement le défi de la conduite de projets technologiques à grande échelle.



“

Jeff Bezos est arrivé à l'espace. Pouvez-vous imaginer où vous pourriez arriver avec les bonnes compétences? Inscrivez-vous dès maintenant à ce MBA et commencez à construire votre avenir en tant que leader technologique"

Dans un secteur qui requiert des techniciens hautement qualifiés et spécialisés, les dirigeants doivent être encore plus compétents et posséder un large éventail de compétences pour gérer non seulement le travail quotidien, mais aussi les problèmes potentiels ou les changements radicaux qu'un projet peut subir en raison de la nature changeante de la technologie.

Ainsi, le MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer) se concentre sur des méthodes telles que la Gestion de Projets Agile et la manière dont elle peut être appliquée dans le domaine du Développement de Logiciels, la gestion d'entreprise autour des ressources disponibles et l'importance particulière de l'Analyse de Données lors de la prise de décisions qui peuvent grandement bénéficier au projet. C'est précisément l'analyse qui est la plus pertinente, car le présent et l'avenir de l'analyse, avec ses nombreuses applications dans tous les domaines du travail, seront abordés tout au long de la formation.

L'étudiant acquerra un ensemble de connaissances essentielles en matière de gestion d'équipes pluridisciplinaires, ce qui rendra son CV plus attrayant pour les principales entreprises du secteur. En comprenant tout ce qu'implique la Gestion d'un Projet Technologique et ses complexités, l'étudiant augmentera non seulement ses connaissances mais aussi ses perspectives d'emploi.

Un MBA qui, en outre, a la particularité d'être 100% en ligne, ce qui facilite l'étude de l'étudiant en éliminant l'obligation de se rendre dans un centre physique et les horaires fixes qui en découlent. Tout le matériel pédagogique est accessible à partir de n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet, ce qui offre la flexibilité nécessaire pour adapter le matériel d'étude au rythme et aux obligations de l'étudiant.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Étude intensive de tous les domaines de la gestion, de la gestion des ressources à la gestion du capital humain
- ◆ Un contenu complet sur les dernières méthodes d'analyse disponibles sur le marché, enseignant à l'étudiant comment les appliquer dans le développement du projet
- ◆ Une grande quantité de matériel audiovisuel et pratique, qui facilite l'étude pour l'étudiant
- ◆ Des informations actualisées sur la manière dont les équipes du secteur technologique sont gérées aujourd'hui
- ◆ Une attention particulière au cadre juridique régissant les projets technologiques utilisant des données à caractère personnel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Les entreprises technologiques ne confient leurs meilleurs projets qu'aux dirigeants les plus compétents. Accédez aux projets les plus ambitieux en vous spécialisant dans la Direction Avancée des Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)"

“

Rien ne vous surprendra avec les connaissances que vous allez acquérir dans ce MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)”

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

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 le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Apple, Microsoft, Google... Les grandes entreprises attendent des professionnels comme vous. Impressionnez-les avec un CV complet qui montre que vous êtes à la hauteur de la tâche.

Anticipez les problèmes du futur grâce à l'analyse et apprenez à remodeler un Projet Technologique pour l'adapter à l'évolution des besoins du marché.



02 Objectifs

Avec un marché technologique en pleine expansion et des demandes croissantes de la part du public, les entreprises du secteur ont été contraintes de rechercher des dirigeants spécialisés dans une multitude de domaines de gestion. Face à cette réalité, TECH a développé ce programme, qui vise précisément à former les étudiants à la variété des connaissances nécessaires pour assumer une gestion efficace et supérieure à celle des autres gestionnaires non spécialisés.





“

Steve Jobs était un homme en avance sur son temps, doté d'une grande capacité de leadership, même dans les pires moments. Qui a dit que vous ne pouviez pas être le prochain Steve Jobs? Inscrivez-vous dès maintenant et apprenez tout ce que vous devez savoir pour devenir un grand dirigeant"



Objectifs généraux

- ◆ Pouvoir se spécialiser dans les principaux *Frameworks* pour la Gestion et l'Administration des Projets Informatiques
- ◆ Gérer les techniques les plus appropriées pour la Gestion des Personnes et des Équipes, dans le but de favoriser leur bien-être et leur productivité au travail
- ◆ Travailler sur les différentes Techniques d'Analyse pour la Prise de Décision Stratégique
- ◆ Utiliser les principaux outils du marché pour le Suivi des ICP afin de contrôler l'exécution et l'avancement du projet par rapport à la stratégie définie
- ◆ Développer les Systèmes de Gestion de l'Information d'Entreprise les plus courants
- ◆ Analyse des processus et des exigences pour le Développement de Projets de Logiciels
- ◆ Déterminer l'importance de la Gestion de la Qualité dans la Gestion des Projets de Logiciels et apprendre à appliquer les critères nécessaires à sa mise en place et à son contrôle
- ◆ Aborder les questions liées à la Gestion des Données en termes de protection et de sécurité des données et apprendre à appliquer et à se conformer aux réglementations en vigueur



TECH vous fournit toutes les connaissances dont vous avez besoin pour être le meilleur leader Technologique possible. Franchissez le pas et commencez à construire votre avenir"





Objectifs spécifiques

Module 1. Direction et Gestion Agile de Projets Technologiques

- ◆ Développer une expertise en Gestion de Projet et en Méthodologie Agile pour la Gestion de Projet
- ◆ Analyser le contexte des Méthodologies Agile pour la Gestion de Projet
- ◆ Établir le *Framework* Scrum pour une Gestion de Projet Agile
- ◆ Analyse du *Framework* Kanban pour la Gestion de Projet Agile

Module 2. Gestion des Exigences et Analyse des Processus dans les Projets de Développement de Software

- ◆ Analyser les différents rôles et fonctions d'un Analyste des Nouveaux Systèmes d'Information
- ◆ Examiner les différentes Méthodes de Collecte de Données
- ◆ Développer des exemples DFD et des exemples E-R pour la Base de Données
- ◆ Développer des Modèles Commerciaux Pratiques

Module 3. Gestion des affaires: Technologies pour la gestion des ressources et des clients

- ◆ Déterminer une Stratégie Commerciale
- ◆ Développer un Système de Rapport Unifié pour chaque processus de l'entreprise
- ◆ Établir une communication directe entre les services de l'entreprise et les clients
- ◆ Déterminer des Systèmes de Contrôle et de Gestion faciles, accessibles en temps réel

Module 4. Gestion et Contrôle de Projets Informatiques par le biais de Business Intelligence

- ◆ Développer ou appliquer des données dans des contextes variés
- ◆ Résoudre des problèmes dans des contextes complexes et avec des informations incomplètes
- ◆ Identification des cas d'application d'analyse métier pour les problèmes récurrents, connus ou nouveaux dans les entreprises
- ◆ Proposer, communiquer et élaborer des modèles d'entreprise ou des modèles de transformation d'entreprise en justifiant leurs avantages et leur opportunité pour les organisations

Module 5. Suivi et Contrôle Stratégique des Projets Informatiques

- ◆ Déterminer les phases du cycle de vie des données: Données, informations, connaissances et valeur
- ◆ Examiner les différents niveaux d'analyse: Analyse descriptive, prescriptive et prédictive
- ◆ Analyser les différences entre les différents paradigmes de stockage de l'information: *Data Lake*, *Data Warehouse* y *Data Mart*
- ◆ Évaluer les avantages d'un ensemble de solutions technologiques utilisées dans la veille économique

Module 6. L'Analyse Numérique pour la prise de décision dans les Projets Technologiques

- ◆ Déterminer la signification de l'Analyse Numérique en connaissant les principes de l'analyse numérique
- ◆ Configurer correctement l'outil *Google Analytics*
- ◆ Évaluer les résultats et optimiser la stratégie de marketing
- ◆ Améliorer la prise de décision commerciale numérique grâce aux données obtenues



Module 7. Amélioration des projets Informatiques et commerciaux grâce aux Techniques Analytiques

- ◆ Analyser la campagne de Marketing Numérique afin de l'aligner sur la stratégie globale de l'entreprise
- ◆ Appliquer les techniques d'entraînement proposées pour améliorer les performances de l'organisation
- ◆ Générer connaissances spécialisées en matière de Marketing Digital avec un accent particulier sur les campagnes numériques.
- ◆ Déterminer les différents types d'exclusions de campagne, les contrôler et les appliquer pour atténuer les risques dans l'exécution des campagnes de Marketing Digital

Module 8. Qualité de Gestion et de Mise en Œuvre des Projets Software

- ◆ Surveiller le processus de Développement Logiciel et le produit final développé
- ◆ Veiller à ce que le Projet de Développement mette en œuvre les normes et procédures de Qualité établies
- ◆ Informer les parties prenantes des mesures prises en matière de Qualité
- ◆ Identification et correction des défauts de produit, de processus, ou de normes

Module 9. Conformité réglementaire pour la sécurité de l'information dans les projets technologiques

- ◆ Examen du règlement sur la protection des données
- ◆ Établir les bases qui légitiment le traitement des données personnelles
- ◆ Développer des techniques pour assurer la conformité avec les règlements sur la protection des données
- ◆ Établir les cadres réglementaires en matière de sécurité et les principales certifications disponibles dans ce domaine

Module 10. Gestion d'Équipes dans les projets informatiques

- ◆ Développer des compétences de gestion pour optimiser les performances dans une entreprise technologique
- ◆ Déterminer le leadership comme modèle d'accompagnement par opposition à la méthodologie autoritaire traditionnelle
- ◆ Considérer l'intelligence émotionnelle comme un outil de base pour optimiser les résultats de l'entreprise
- ◆ Élaborer des stratégies de règlement des conflits et des techniques de négociation

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ◆ Analyser l'impact de la mondialisation sur la gouvernance et le gouvernement d'entreprise
- ◆ Évaluer l'importance d'un leadership efficace dans la gestion et la réussite des entreprises
- ◆ Définir des stratégies de gestion interculturelle et leur pertinence dans des environnements commerciaux diversifiés
- ◆ Développer des compétences en matière de leadership et comprendre les défis actuels auxquels sont confrontés les dirigeants
- ◆ Déterminer les principes et les pratiques de l'éthique des affaires et leur application dans la prise de décision au sein de l'entreprise
- ◆ Structurer des stratégies pour la mise en œuvre et l'amélioration de la durabilité et de la responsabilité sociale dans les entreprises

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

- ◆ Déterminer la relation entre l'orientation stratégique et la gestion des ressources humaines
- ◆ Approfondir les compétences requises pour une gestion efficace des ressources humaines basée sur les compétences
- ◆ Approfondir les méthodologies d'évaluation et de gestion des performances
- ◆ Intégrer les innovations en matière de gestion des talents et leur impact sur la rétention et la fidélisation du personnel
- ◆ Développer des stratégies de motivation et de développement d'équipes performantes
- ◆ Proposer des solutions efficaces pour la gestion du changement et la résolution des conflits dans les organisations



Module 13. Gestion Économique et Financière

- ◆ Analyser l'environnement macroéconomique et son influence sur le système financier international
- ◆ Définir les systèmes d'information et la Business Intelligence pour la prise de décision financière
- ◆ Distinguer les décisions financières clés et la gestion des risques dans la gestion financière
- ◆ Évaluer les stratégies de planification financière et d'obtention d'un financement d'entreprise

Module 14. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- ◆ Structurer le cadre conceptuel et l'importance de la gestion du marketing dans les entreprises
- ◆ Approfondir les éléments et activités fondamentaux du marketing et leur impact sur l'organisation
- ◆ Déterminer les étapes du processus de planification stratégique du marketing
- ◆ Évaluer les stratégies visant à améliorer la communication et la réputation numérique de l'entreprise

Module 15. Management Exécutif

- ◆ Définir le concept de Gestion Générale et sa pertinence dans la gestion d'entreprise
- ◆ Évaluer les rôles et les responsabilités de la direction dans la culture organisationnelle
- ◆ Analyser l'importance de la gestion des opérations et de la gestion de la qualité dans la chaîne de valeur
- ◆ Développer des compétences en matière de communication interpersonnelle et de prise de parole en public pour la formation des porte-parole

03

Compétences

Le professionnel de l'informatique qui suit ce MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer) sera en mesure d'assumer le rôle de Chef de Projet avec une perspective globale de tous les défis et complications qui peuvent survenir au cours du processus. Cela fait de l'étudiant un atout précieux pour l'industrie, avec un ensemble unique de compétences et la capacité de s'attaquer aux projets les plus sérieux et les plus exigeants.



“

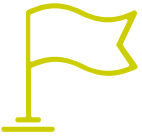
Ce MBA est la formation que vous recherchez pour donner un coup de pouce à votre carrière dans le secteur des technologies de l'information. Devenez un leader et inscrivez-vous dès maintenant”



Compétences générales

- ◆ Comprendre tous les aspects qui influencent la Gestion d'une Équipe de Travail Technologique
- ◆ Savoir quelle Méthodologie de travail utiliser à chaque étape du Développement du Projet, afin de maximiser les résultats
- ◆ Utiliser intelligemment toutes les données générées et collectées par l'équipe pour Prendre les Décisions les plus éclairées possibles
- ◆ Traiter tout type de problème au sein de l'équipe, qu'il soit de nature personnelle ou professionnelle





Compétences spécifiques

- ◆ Développer la Méthodologie PMI pour la Gestion de
- ◆ Analyse de la Méthodologie Agile pour la Gestion de Projet
- ◆ Développer les éléments et les Processus du *Framework* Scrum et de la Méthode Kanban
- ◆ Intégrer l'Analyse des Processus et les exigences dans les Méthodologies de Gestion de Projet
- ◆ Établir les meilleures pratiques en matière de Gestion des Données qui garantissent l'intégrité des Systèmes d'Information conçus
- ◆ Étudier les phases du Cycle de Vie des Données et leur relation avec une Stratégie de Gestion de Projet et de Qualité
- ◆ Identifier et concevoir un bon *Enterprise Resource Planning* et un bon *Customer Relationship Management* pour l'entreprise
- ◆ Gérer avec succès les Systèmes d'*Enterprise Resource Planning* et de *Customer Relationship Management* avec des compétences spécifiques pour ces systèmes
- ◆ Examen du Contrôle et de la Surveillance des Projets et des Processus
- ◆ Conception de Stratégies de Contrôle
- ◆ Proposer des solutions avancées aux problèmes qui peuvent se poser dans les entreprises, en intégrant les techniques et méthodes étudiées
- ◆ Déterminer les phases du Cycle de Vie des Données
- ◆ Développer les Tendances Technologiques pour le Contrôle et la Surveillance des Projets et des Procédés
- ◆ Analyser d'un Site Web ou les Plateformes Numériques pour optimiser la manière dont l'utilisateur interagit avec leurs différentes fonctionnalités
- ◆ Générer des rapports et apporter les changements nécessaires pour atteindre les objectifs fixés
- ◆ Examiner le Cycle de Vie du Client et les actions nécessaires à entreprendre à chaque Phase
- ◆ Analyser les résultats attendus des Produits selon les spécifications données
- ◆ Examiner et auditer le Nouveau Produit de Développement Logiciel et ses activités connexes tout au long du Cycle de Développement
- ◆ Déterminer les principales Mesures de sécurité à prendre en compte lors du Développement d'un Projet
- ◆ Adapter l'Entreprise Technologique à la Société du Changement



Il n'y aura pas une seule entreprise qui ne voudra pas employer une personne possédant toutes les compétences que vous acquerrez dans le cadre de ce MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)"

04

Direction de la formation

Afin d'instruire ses étudiants de la meilleure façon possible, TECH s'efforce de trouver les professionnels et les experts les plus qualifiés dans chaque domaine pour enseigner et gérer ses diplômés. C'est pour cette raison que ce Mastère Spécialisé dispose d'un corps enseignant hautement qualifié dans le domaine de la Direction Technologique, ayant une grande expérience de la gestion d'équipes dans une multitude de situations. Cela garantit que l'étudiant a accès à un matériel pédagogique de qualité, adapté aux nouvelles exigences et réalités du secteur technologique.



“

Atteignez le sommet des meilleures entreprises technologiques en bénéficiant du soutien d'une équipe de professionnels qui vous aidera tout au long de votre parcours"

Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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

Directeur invité international

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

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

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



M. Gauthier, Rick

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



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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Arman, Romi

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

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances en bénéficiant d'une qualité éducative optimale? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale”

Directeur invité international

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

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

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste d'**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



Misez sur la 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 invité international

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

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

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

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

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



M. La Sala, Andrea

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



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

Directeur invité international

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

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

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

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



M. Gram, Mick

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

“

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

Directeur invité international

Scott Stevenson est un éminent expert en **Marketing Numérique** qui, pendant plus de 19 ans, a travaillé pour l'une des sociétés les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros. Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle essentiel dans la **supervision de la logistique** et des **flux de travail créatifs** sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, le display et les médias linéaires.

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de **stratégies de production de médias payants**, ce qui a entraîné une nette **amélioration des taux de conversion** de son entreprise. Parallèlement, il a assumé d'autres fonctions telles que celles de Directeur des Services Marketing et de Responsable du Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

Stevenson a également participé à la distribution mondiale de jeux vidéo et de **campagnes de propriété numérique**. Il a également été responsable de l'introduction de stratégies opérationnelles liées à l'élaboration, à la finalisation et à la diffusion de contenus sonores et visuels pour les **publicités télévisées et les bandes-annonces**.

En outre, il est titulaire d'une Licence en Télécommunications de l'Université de Floride et d'un Master en Création Littéraire de l'Université de Californie, ce qui témoigne de ses compétences en matière de **communication** et de **narration**. En outre, il a participé à l'École de Développement Professionnel de l'Université de Harvard à des programmes de pointe sur l'utilisation de l'**Intelligence Artificielle** dans le monde des affaires. Son profil professionnel est donc l'un des plus pertinents dans le domaine actuel du **Marketing** et des **Médias Numériques**.



M. Stevenson, Scott

- Directeur du Marketing Numérique chez Warner Bros. Discovery, Burbank, États-Unis
- Responsable du Trafic chez Warner Bros. Entertainment
- Master en Création Littéraire de l'Université de Californie
- Licence en Télécommunications de l'Université de Floride

“

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 invité international

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

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

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

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



Dr Nyquist, Eric

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



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

Direction



Dr Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ◆ CEO et CTO de Prometheus Global Solutions
- ◆ CTO en Korporate Technologies de Korporate Technologies
- ◆ CTO de AI Shephers GmbH
- ◆ Docteur en Ingénierie de Informatique de l'Université de Castilla La Mancha
- ◆ Doctorat en Économie, Commerce et Finances de l'Université Camilo José Cela. Prix du Doctorat Extraordinaire
- ◆ Docteur en Psychologie par l'Université de Castilla la Mancha
- ◆ Master en Technologies Avancées de l'Information de l'Université de Castilla la Mancha
- ◆ Master MBA+E (Master en Administration des Affaires et Ingénierie Organisationnelle) de l'Université de Castilla la Mancha
- ◆ Professeur associé, Enseignant en Licence et en Master d'Ingénierie Informatique à l'Université de Castilla la Mancha
- ◆ Enseignant dans le Master en Big Data et Data Science à l'Université Internationale de Valence
- ◆ Enseignant du Master en Industrie 4.0 et le Master en Design Industriel et Développement de Produits
- ◆ Membre du Groupe de Recherche SMILE à l'Université de Castilla la Mancha.

Professeurs

M. Gómez Esteban, Enrique

- ◆ Expertise Informatique et Administrateur de Base de Données Oracle DBA chez NATO, Alten, ViewNext, Everis et Psa Group (Peugeot)
- ◆ Chef de projet chez Telefónica
- ◆ Responsable de la Sécurité au FNMT
- ◆ Conseiller technique chez IBM Sterling et IBM Aspera
- ◆ Ingénieur de software chez NCR Corporation
- ◆ Expertise informatique dans les domaines Commercial, Civil, Pénal et Extrajudiciaire dans la Communauté de Madrid
- ◆ Ingénieur en Informatique à l'Université Polytechnique de Madrid
- ◆ Master de Troisième Cycle en Sécurité Informatique et Communications de l'Université polytechnique de Madrid

M. Fondón Alcalde, Rubén

- ◆ 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
- ◆ 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

M. Tato Sánchez, Rafael

- ◆ Directeur Technique et de Gestion de Projet chez Indra Sistemas
- ◆ Chef du Centre de contrôle et de gestion du trafic de la Direction générale du trafic à Madrid
- ◆ Ingénieur système chez ENA Tráfico
- ◆ Diplôme d'ingénieur en électronique industrielle et automatisation de l'Université européenne de Madrid
- ◆ Ingénieur technique industriel en électricité de l'Université Politécnica de Madrid
- ◆ Master en Industrie 4.0 de l'Université Internationale de La Rioja

M. García Niño, Pedro

- ◆ Spécialiste du Positionnement sur le Web et du référencement/des annonces Google
- ◆ Spécialiste en SEO On-Page /Off-Page
- ◆ Spécialiste Google Ads (SEM / PPC) avec certification officielle
- ◆ Spécialiste de Google Analytics/Analyse du Marketing Numérique et de la mesure des performances
- ◆ Spécialiste en Marketing Numérique et RRSS
- ◆ Responsable des Ventes de Services Informatiques
- ◆ Technicien en Équipement Informatique Spécialiste Hardware/Software

Mme García La O, Marta

- ◆ Gestion, Administration et Gestion des Comptes chez Think Planning and Development
- ◆ Organisation, supervision et tutorat de cours de formation pour les cadres supérieurs de Think Planification et Développement
- ◆ Comptable - Administratif aux Tabacos Santiago et Zairaiche-Stan Roller
- ◆ Spécialiste marketing chez Versas Consultores
- ◆ Diplôme en études commerciales de l'Université de Murcia
- ◆ Master en Gestion Commerciale et Marketing de Fundesem Business School

Mme Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Consultante et Auditrice Senior GRC chez Oesía Networks
- ◆ Sous-direction de l'Audit - Secrétariat Général de la Compagnie Logistique de Hydrocarbures CLH
- ◆ Consultante et Auditrice Senior dans le domaine de la Protection des Données Personnelles et des Services de la Société de l'Information chez Helas Consultores
- ◆ Licence en Droit de l'Université de Castilla La Mancha
- ◆ 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 Alianza Española de Seguridad y Crisis (AESYC)

Mme Martínez Cerrato, Yésica

- ◆ Cheffe de Projet dans le domaine de l'Intégration des Grands Comptes chez Correos et Telégrafos
- ◆ Technicienne IT et Responsable des Classes Informatiques OTEC à l'Université d'Alcalá de Henares
- ◆ Technicienne en produits de sécurité électronique chez Securitas Security Espagne
- ◆ Responsable de la transformation numérique et Analyste en Intelligence Économique chez Ricopia
- ◆ Professeure de cours d'informatique à l'association ASALUMA
- ◆ Diplôme d'ingénieur en électronique des communications de l'université d'Alcalá

05

Structure et contenu

Le programme du MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer) comprend toutes les connaissances et méthodologies nécessaires pour que l'étudiant puisse s'attaquer à n'importe quel type de Projet de Développement Technologique. En outre, le contenu est rédigé de manière claire et précise, et s'appuie sur de nombreux exemples pratiques pour faciliter la lecture et l'apprentissage. Il est structuré en 10 modules, eux-mêmes divisés en 10 thèmes. Chacun de ces sujets est bien défini et bien organisé, ce qui permet à l'étudiant de consulter rapidement tout type de doute.



“

Réalisé par les meilleurs experts que TECH a pu réunir, vous trouverez toutes les clés pour devenir un leader performant dans ce MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)“

Module 1. Direction et Gestion Agile de Projets Technologiques

- 1.1. Gestion de Projets
 - 1.1.1. Direction et Gestion des Projets
 - 1.1.2. Les phases d'un Projet
- 1.2. Gestion de Projet selon *Project Management Institute*
 - 1.2.1. PMI et PMBOK
 - 1.2.2. Projet, Programme et Portefeuille de Projets
 - 1.2.3. Evolution et Actifs des Processus des organisations travaillant avec des Projets
- 1.3. Gestion de processus selon Project Management Institute
 - 1.3.1. Groupes de Processus et Domaines de Connaissances
 - 1.3.2. Matrice de Processus
- 1.4. Méthodologies Agiles pour la Gestion de Projets
 - 1.4.1. Motivation pour son application
 - 1.4.2. Valeurs Agile et principes agiles du Manifeste Agile
 - 1.4.3. Scénarios d'application
- 1.5. Scrum pour la gestion de projet agile: description du *Framework*
 - 1.5.1. *Framework* pour la Gestion Agile
 - 1.5.2. Piliers et Valeurs de Scrum
- 1.6. Scrum pour la Gestion de Projet Agile: application du Modèle
 - 1.6.1. Application du *Framework*
 - 1.6.2. Personnes, rôles et responsabilités dans Scrum
 - 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective et Sprint Refinement*
- 1.7. Scrum pour la Gestion de Projet Agile
 - 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog* et Incrémentiel
 - 1.7.2. Accords dans une Équipe Scrum
 - 1.7.3. Évaluation des performances
- 1.8. Kanban pour la Gestion de Projet Agile
 - 1.8.1. Le modèle
 - 1.8.2. Méthode Kanban, éléments et avantages
 - 1.8.3. Scénarios d'utilisation typiques

- 1.9. Kanban pour la Gestion de Projet Agile: application du Modèle
 - 1.9.1. Fundame
 - 1.9.2. Application
 - 1.9.3. Évaluation des performances
- 1.10. Choix du modèle de Gestion de Projet
 - 1.10.1. Critères de sélection du type de Modèle de Gestion
 - 1.10.2. Méthodes Traditionnelles vs. Méthodes Agiles
 - 1.10.3. Conclusions

Module 2. Gestion des Exigences et Analyse des Processus dans les Projets de Développement de Software

- 2.1. Analyse des Systèmes
 - 2.1.1. Fonctions de l'Analyste de Systèmes
 - 2.1.2. Cycle de Développement du Software: SDLC, OO, Agile
 - 2.1.3. *SDLC, OO et Agile*
- 2.2. Importance de l'Analyse et de la Conception des Systèmes
 - 2.2.1. Systèmes d'Information
 - 2.2.2. Intégration des Technologies de l'Information: HW et Software
 - 2.2.3. Sélection de la Méthodologie
- 2.3. Cycle de Vie du Développement de Software
 - 2.3.1. Campagnes et types
 - 2.3.2. Rédemption et dynamisme
 - 2.3.3. Types de Stratégie
 - 2.3.4. Plan de Marketing Numérique
- 2.4. Modélisation et Conception de Systèmes. Intégration
 - 2.4.1. Dépendances avec d'autres Systèmes d'Exploitation dans l'organisation
 - 2.4.2. Intégration avec les Méthodologies de Gestion de Projet telles que PMBOOK
 - 2.4.3. Intégration avec les Méthodologies Agiles
- 2.5. Collecte des besoins
 - 2.5.1. Méthodes Interactives: entretiens, JAD et questionnaires
 - 2.5.2. Méthodes Non - Interactives: observation, examen de documents
 - 2.5.3. Techniques d'Échantillonnage: *Sampling*

- 2.6. Analyse des Processus. DFD
 - 2.6.1. Développement d'un DFD multi-niveaux
 - 2.6.2. Types de DFD: physique et logique, événementiel
 - 2.6.3. Partitionnement des DFD
- 2.7. Analyse des Processus. Dictionnaire de Données
 - 2.7.1. Création du Dictionnaire de Données sur la Base des DFD précédents
 - 2.7.2. Nomenclature du Dictionnaire de Données
 - 2.7.3. Création XML pour l'échange de Données avec d'autres Systèmes
- 2.8. Analyse des Processus. Spécifications du Processus
 - 2.8.1. Décisions Structurées et Semi-structurées
 - 2.8.2. *If-The-Else*
 - 2.8.3. Tables de Décision et Arbres de Décision
- 2.9. Importance de la Conception
 - 2.9.1. Conception des Résultats
 - 2.9.2. Conception de l'Entrée
 - 2.9.3. Validation de la Conception
- 2.10. Conception d'une Base de Données
 - 2.10.1. Normalisation des Données
 - 2.10.2. Diagrammes E-R: relations de 1 à plusieurs et de plusieurs à plusieurs
 - 2.10.3. Dénormalisation

Module 3. Gestion des affaires: Technologies pour la Gestion des Ressources et des Clients

- 3.1. Systèmes de Stockage et de Gestion des Informations d'Entreprise
 - 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
 - 3.1.2. *Customer Relationship Management*
 - 3.1.3. *Enterprise Resource Planning vs Management Customer Relationship Management*
 - 3.1.4. *Enterprise Resource Planning et Customer Relationship Management dans l'Entreprise*
- 3.2. *Enterprise Resource Planning*
 - 3.2.1. Contribution de *Enterprise Resource Planning* dans l'Entreprise
 - 3.2.2. Mise en œuvre de la Gestion
 - 3.2.3. Opérations quotidiennes *Enterprise Resource Planning*

- 3.3. *Enterprise Resource Planning* et sa Gestion
 - 3.3.1. Les Modules d'une ERO
 - 3.3.2. Types de Systèmes d'*Enterprise Resource Planning*
 - 3.3.3. Outils sur le Marché
- 3.4. *Management Customer Relationship Management*
 - 3.4.1. Contribution de *Enterprise Resource Planning* dans l'Entreprise
 - 3.4.2. Conception des Systèmes d'Information
 - 3.4.3. *Management Customer Relationship Management* pour les Processus d'Amélioration
- 3.5. *Management Customer Relationship Management* pour la Conception de Projets
 - 3.5.1. Situation actuelle de l'environnement
 - 3.5.2. Ventes ou Fidélité
 - 3.5.3. Rentabilité de la Fidélisation des Clients
- 3.6. *Management Customer Relationship Management*. Travailler avec l'Information
 - 3.6.1. Marketing et Gestion des Projets
 - 3.6.2. Facteurs de réussite
 - 3.6.3. Stratégies
- 3.7. *Management Customer Relationship Management*. Outil de Communication
 - 3.7.1. Communication
 - 3.7.2. L'information
 - 3.7.3. Écoute Active
 - 3.7.4. Stratégies d'Investissements dans Système d'Information
- 3.8. *Management Customer Relationship Management*. Récupération du Client Mécontent
 - 3.8.1. Détection précoce des erreurs
 - 3.8.2. Correction d'erreurs et remédiation
 - 3.8.3. Récupération des Clients et Conception de Processus d'amélioration continue
- 3.9. Projets Informatiques
 - 3.9.1. Objectifs
 - 3.9.2. *Enterprise Resource Planning* et *Management Customer Relationship Management* pour attirer les clients
 - 3.9.3. Conception du Projet
 - 3.9.4. Évaluation et Enregistrement des Résultats

- 3.10. Développement d'un Projet Informatique
 - 3.10.1. Erreurs fréquentes
 - 3.10.2. Méthodologie
 - 3.10.3. Segmentation et Processus
 - 3.10.4. Formation
 - 3.10.5. Conception d'actions appliquées à *Management Customer Relationship Management* y *Enterprise Resource Planning*

Module 4. Gestion et Contrôle de Projets Informatiques par le biais de Business Intelligence

- 4.1. Intelligence Économique
 - 4.1.1 Intelligence Économique
 - 4.1.2. Gestion des Données
 - 4.1.3. Cycle de Vie d'une Donnée
 - 4.1.4. Architecture
 - 4.1.5. Applications
- 4.2. Gestion des Projets Informatiques par des Techniques Analytiques
 - 4.2.1. Choix de la Business Intelligence
 - 4.2.2. Avantages de la Business Intelligence pour les Projets
 - 4.2.3. Exemples et applications
- 4.3. Collecte et stockage
 - 4.3.1. Modèles d'Entreprise et Modèles de Données
 - 4.3.2. Types de stockage
 - 4.3.3. Stockage de *Big Data* dans la Nube
- 4.4. Traitement Massif de Données et d'Informations
 - 4.4.1. Types de Traitement des Données
 - 4.4.2. Techniques pour simplifier le Traitement de Masse
 - 4.4.3. Traitement du Cloud
- 4.5. Techniques Analytiques
 - 4.5.1. Techniques Analytiques
 - 4.5.2. Analyse Prédicative
 - 4.5.3. Analyse des Modèles et Recommandations
 - 4.5.4. Apprentissage Automatique Évolutif

- 4.6. Visualisation pour la Prise de Décision
 - 4.6.1. Visualisation et Analyse des Données
 - 4.6.2. Outils
 - 4.6.3. La Visualisation pour l'Analyse des Données
 - 4.6.4. Conception du Rapport
- 4.7. Consommation d'Information des Entreprises
 - 4.7.1. Tableau de bord
 - 4.7.2. Conception et Extraction des KPI clés de performance
 - 4.7.3. Information Géographique
- 4.8. Sécurité et Gouvernance
 - 4.8.1. Sécurité
 - 4.8.2. Gouvernance
- 4.9. Applications réelles aux Projets Informatiques
 - 4.9.1. De la Collecte au Traitement
 - 4.9.2. De l'Analyse à la Visualisation
- 4.10. Direction du Projet
 - 4.10.1. Projet
 - 4.10.2. Exigences et Objectifs
 - 4.10.3. Mise en service et mise en œuvre

Module 5. Suivi et Contrôle Stratégique des Projets Informatiques

- 5.1. Données et Informations pour la Prise de Décision et la Gestion de Projet
 - 5.1.1. Intelligence Économique
 - 5.1.2. Évolution du concept d'Intelligence Économique
 - 5.1.3. Cycle de Vie d'une Donnée
- 5.2. Techniques d'Analyse de l'Information
 - 5.2.1. Analyse Descriptive
 - 5.2.2. Analyse Prescriptive
 - 5.2.3. Analyse Prédicative
 - 5.2.4. Analyse des modèles et recommandations
 - 5.2.5. Contributions de l'Analytique aux Projets Informatiques



- 5.3. Types de données
 - 5.3.1. Données Structurées
 - 5.3.2. Données Semi Structurées
 - 5.3.3. Données Non Structurées
- 5.4. Stockage et Gestion
 - 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse et Data Mart*
 - 5.4.2. Étapes de la Gestion des Données: extraction, transformation et chargement
 - 5.4.3. Paradigme ETL et ELT
- 5.5. Gestion des Données pour la Mise en œuvre du Projet
 - 5.5.1. Utilisation de Données dans la Conception d'un Projet
 - 5.5.2. Prise de Décision
 - 5.5.3. Apports
- 5.6. Solutions de Business Intelligence: *Power BI*
 - 5.6.1. Éco-système
 - 5.6.2. Possible forces et faiblesses
- 5.7. Solutions de Business Intelligence: *Tableau*
 - 5.7.1. Éco-système
 - 5.7.2. Forces et faiblesses
- 5.8. Solutions de Business Intelligence: *Qlik*
 - 5.8.1. Éco-système
 - 5.8.2. Possible forces et faiblesses
- 5.9. Solutions de Business Intelligence: *Prometeus*
 - 5.9.1. Éco-système
 - 5.9.2. Possible forces et faiblesses
- 5.10. L'avenir de l'intelligence du Business
 - 5.10.1. Applications du Cloud
 - 5.10.2. Intelligence Économique de l'Autoconsommation
 - 5.10.3. Intégration avec Data Science. Génération de valeur

Module 6. L'Analyse Numérique pour la Prise de Décision dans les Projets Technologiques

- 6.1. Analyse Digital
 - 6.1.1. Analyse Digital
 - 6.1.2. *Modus operandi*
- 6.2. *Google Analytics* Outils d'Analyse
 - 6.2.1. *Google Analytics*
 - 6.2.2. Quantifier et Qualifier: Métrique et Dimension
 - 6.2.3. Objectifs de l'Analyse
- 6.3. Métriques
 - 6.3.1. Métriques de base
 - 6.3.2. KPI (Key Performance Indicators) ou Métriques Avancées
 - 6.3.3. L'objectif: la Conversion
- 6.4. Dimensions
 - 6.4.1. Campagne/Keyword
 - 6.4.2. Source/Média
 - 6.4.3. Contenu
- 6.5. *Google Analytics*
 - 6.5.1. Installation et Configuration de l'Outil
 - 6.5.2. Versions actuelles: UA/GA4
 - 6.5.3. Objectifs de Conversion. Entonnoir de Conversion
- 6.6. Structure de *Google Analytics*: zones de travail
 - 6.6.1. Comptes
 - 6.6.2. Propriétés
 - 6.6.3. Vues
- 6.7. Rapports de *Google Analytics*
 - 6.7.1. En temps réel
 - 6.7.2. Audience
 - 6.7.3. Acquisition
 - 6.7.4. Comportement
 - 6.7.5. Conversions

- 6.8. Rapports Avancés de *Google Analytics*
 - 6.8.1. Rapports Personnalisés
 - 6.8.2. Panels
 - 6.8.3. API
- 6.9. Filtrage:
 - 6.9.1. Filtres et Segments. Utilisabilité
 - 6.9.2. Segments Prédéfinis et Personnalisés
 - 6.9.3. Listes de *Remarketing*
- 6.10. Plan d'Analyse Numérique
 - 6.10.1. Mesure
 - 6.10.2. Mise en œuvre dans l'Environnement Technologique
 - 6.10.3. Conclusions

Module 7. Amélioration des Projets Informatiques et Commerciaux Grâce aux Techniques Analytiques

- 7.1. L'Analyse des Données dans les Entreprises
 - 7.1.1. L'Analyse des Données dans les Entreprises
 - 7.1.2. La valeur
 - 7.1.3. Gestion de Projet basée sur la Valeur
- 7.2. Marketing Numérique
 - 7.2.1. Marketing Numérique
 - 7.2.2. Avantages du Marketing Numérique
- 7.3. Marketing Numérique. Préparation
 - 7.3.1. Campagne
 - 7.3.2. Exécution et mesure
 - 7.3.3. Variantes de la Stratégie Numérique
 - 7.3.4. Planification
- 7.4. Marketing Numérique. Exécution
 - 7.4.1. Applications
 - 7.4.2. Intégration dans les Environnements Web
- 7.5. Cycle de Vie
 - 7.5.1. Customer Journey vs Campagne
 - 7.5.2. Mesure

- 7.6. Gestion des Données
 - 7.6.1. *Datawarehouse* et *Datalab*
 - 7.6.2. Applications pour la Génération de Bases de Données de Campagnes
 - 7.6.3. Options d'Entraînement
- 7.7. Exclusions de la Campagne
 - 7.7.1. Types
 - 7.7.2. GDPR et Robinson
 - 7.7.3. Anonymisation des Données
- 7.8. Tableaux de bord
 - 7.8.1. Audience
 - 7.8.2. *Story-telling*
 - 7.8.3. Applications
- 7.9. Conclusions de la Valeur de l'Analyse des Données
 - 7.9.1. Aperçu des Clients
 - 7.9.2. Stratégie et Types d'Analyse
 - 7.9.3. Applications
- 7.10. Application dans les Scénarios d'Entreprise
 - 7.10.1. *Clustering* de Portefeuilles
 - 7.10.2. Modèles de Risques Prédicatifs
 - 7.10.3. Caractérisation des Clients du Portefeuille
 - 7.10.4. Traitement des images
 - 7.10.5. Modèles de Propositions d'Offres

Module 8. Qualité de Gestion et de Mise en Œuvre des Projets Software

- 8.1. Qualité du Software
 - 8.1.1. Méthodologies et Normes
 - 8.1.2. Rapports de la Qualité de Software: Rapport Chaos de *Standish Group*
 - 8.1.3. Certifications de la Qualité de Software: ISO, AENOR
- 8.2. Codage Sécurisé
 - 8.2.1. Codage: raisons et types de Codes
 - 8.2.2. Règles de Codage

- 8.3. Qualité des Données grâce à la Validation des Entrées
 - 8.3.1. Saisie efficace des Données
 - 8.3.2. Méthodes de "*Data-Entry*": OCR, *Keyboard*, RFID, etc.
 - 8.3.3. Tests et Essais de Validation des Données
- 8.4. Gestion de Qualité Totale: *Six Sigma*
 - 8.4.1. TQM
 - 8.4.2. *Six Sigma*: méthodologie et culture
 - 8.4.3. Conception systèmes "*Top Down*" et programmation modulaire
 - 8.4.4. Documentation: Méthode de Documentation FOLKLORE
- 8.5. Tests, maintenance et audits
 - 8.5.1. Processus d'Essai
 - 8.5.2. Utilisation des Données d'Essai
 - 8.5.3. Audits et Auditeurs Externes
- 8.6. Qualité des Produits Mis en Œuvre dans les Réseaux
 - 8.6.1. Technologie "*Client-Server*"
 - 8.6.2. Technologies du "*Cloud Computing*"
- 8.7. Formation des Utilisateurs
 - 8.7.1. Stratégies de Formation des Utilisateurs
 - 8.7.2. Guides de Formation
- 8.8. Stratégies de Conversion/Migration vers de Nouveaux Systèmes
 - 8.8.1. Stratégies de Migration: Parallèle, Graduel
 - 8.8.2. Plan de Migration/Conversion
 - 8.8.3. Gestion du Propriétaire des Données
- 8.9. Sécurité
 - 8.9.1. Sécurité Physique et Logique: destruction des documents
 - 8.9.2. Commerce Électronique
 - 8.9.3. Plan "*Disaster-Recovery*"
- 8.10. Évaluation
 - 8.10.1. Techniques d'Évaluation de Qualité
 - 8.10.2. Évaluation dans les Environnements Web

Module 9. Conformité Réglementaire pour la Sécurité de l'Information dans les Projets Technologiques

- 9.1. Réglementation sur la protection des données
 - 9.1.1. Cadre Réglementaire
 - 9.1.2. Sujets tenus de se Conformer à la Réglementation
 - 9.1.2.1. Contrôleurs, contrôleurs conjoints et processeurs
 - 9.1.3. La figure du Délégué à la Protection des Données
- 9.2. Traitement des Données à Caractère Personnel
 - 9.2.1. Légalité, équité et transparence
 - 9.2.2. Limitation de l'objet
 - 9.2.3. Minimisation des Données, exactitude et limitation de la Période de Conservation
 - 9.2.4. Intégrité et confidentialité
 - 9.2.5. Responsabilité Proactive
- 9.3. Protection des Données dès la Conception et par Défaut
 - 9.3.1. Pseudonymisation des Données
 - 9.3.2. Minimisation des Données
 - 9.3.3. Mesures Organisationnelles proportionnelles à la finalité du traitement
- 9.4. Bases de licéité ou de légitimité et autorisations de traitement. Communication des Données
 - 9.4.1. Consentement
 - 9.4.2. Relation Contractuelle ou mesures précontractuelles
 - 9.4.3. Respect d'une Obligation Légale
 - 9.4.4. Protection des Intérêts Vitaux de la personne concernée ou d'une autre personne
 - 9.4.5. Intérêt Public ou exercice des Pouvoirs Publics
 - 9.4.6. Intérêt Légitime: Pondération des Intérêts
- 9.5. Droits des personnes
 - 9.5.1. Transparence et Information
 - 9.5.2. Accès
 - 9.5.3. Rectification et Effacement (droit à l'oubli), Limitation et Portabilité
 - 9.5.4. Opposition et Décisions Individuelles Automatisées
 - 9.5.5. Limites aux Droits
- 9.6. Analyse et Gestion des Risques liés au Traitement des Données Personnelles
 - 9.6.1. Identifier les risques et les menaces pour les Droits et Libertés des Personnes Physiques
 - 9.6.2. Évaluation des risques
 - 9.6.3. Plan de Traitement des Risques

- 9.7. Techniques pour assurer la conformité avec la Réglementation sur la Protection des Données
 - 9.7.1. Identification de Mesures de Responsabilisation Proactives
 - 9.7.2. Enregistrement des Activités de Traitement
 - 9.7.3. Gestion des Violations de la Sécurité
 - 9.7.4. Codes de Conduite et Certifications
- 9.8. L'analyse d'impact sur la protection des données personnelles (PPRIA ou DPIA)
 - 9.8.1. Étude des Besoins de l'EIPD
 - 9.8.2. Méthodologie d'Évaluation
 - 9.8.3. Identification des risques et des menaces
 - 9.8.4. Consultation préalable de l'Autorité de Surveillance
- 9.9. Sécurité de l'Information
 - 9.9.1. Cadres Réglementaires en matière de Sécurité
 - 9.9.2. Évaluation et Certification des Produits de Sécurité des TIC
 - 9.9.3. Catalogue des Produits et Services STIC (CPSTIC)
- 9.10. Autorités de Contrôle. Infractions et Sanctions
 - 9.10.1. Infractions
 - 9.10.2. Sanctions
 - 9.10.3. Procédure de Sanction
 - 9.10.4. Autorités de Contrôle et Mécanismes de Coopération

Module 10. Gestion d'Équipes dans les Projets Informatiques

- 10.1. Gestion des équipes
 - 10.1.1. Compétences en matière de Gestion
 - 10.1.2. Gestion du Capital Humain et Rôles de l'Encadrement
 - 10.1.3. Classification et types de Compétences de Gestion
 - 10.1.4. Gestion de la Direction du Groupe dans les Entreprises
- 10.2. *Team Building*
 - 10.2.1. Gestion des Équipes
 - 10.2.2. Évaluation des Performances
 - 10.2.3. Délégation et *Empowerment*
 - 10.2.4. Gestion des engagements



- 10.3. Équipe de Travail
 - 10.3.1. Culture: Mission, Vision, Valeurs
 - 10.3.2. Planification et Stratégie
 - 10.3.3. Organisation et Suivi
 - 10.3.4. *Feedback et feedforward*
 - 10.3.5. Évaluation des résultats
- 10.4. Les étapes de la Constitution d'une Équipe
 - 10.4.1. Stade de Dépendance
 - 10.4.2. Stade de Contre-dépendance
 - 10.4.3. Stade de Indépendance
 - 10.4.4. Stade d'Interdépendance
- 10.5. Organisation de Projets Informatiques
 - 10.5.1. Planification d'Entreprise
 - 10.5.2. Planification du Temps
 - 10.5.3. Planification des Ressources
 - 10.5.4. Planification des Coûts
- 10.6. *Gestion des Talents* dans l'Entreprise
 - 10.6.1. Talent
 - 10.6.2. Gestion du Talent
 - 10.6.3. Les Dimensions du Talent
 - 10.6.4. Attirer les Talents
- 10.7. La Communication dans l'Entreprise
 - 10.7.1. Le processus de communication dans l'entreprise
 - 10.7.1.1. Relations et Communication Internes à l'Entreprise
 - 10.7.1.2. La relation entre l'Organisation et la Communication dans l'Entreprise: Centralisation ou Décentralisation
 - 10.7.1.3. Outils de Communication Interne et Externe
 - 10.7.2. Les Relations Interpersonnelles dans l'Entreprise
 - 10.7.2.1. Communication et Conflits Interpersonnels
 - 10.7.2.2. Filtres et Obstacles à la Communication
 - 10.7.2.3. Critique et Écoute Active
 - 10.7.2.4. Techniques d'écoute active

- 10.8. Techniques de Négociation dans les Affaires
 - 10.8.1. Négociation au Niveau des Cadres dans les Entreprises Technologiques
 - 10.8.1.1. Négociation
 - 10.8.1.2. Styles de Négociation
 - 10.8.1.3. Les phases de la Négociation
 - 10.8.2. Techniques de Négociation
 - 10.8.2.1. Stratégies et Tactiques de Négociation
 - 10.8.2.2. Types de Négociation
 - 10.8.3. La figure du Sujet de la Négociation
 - 10.8.3.1. Caractéristiques du Négociateur
 - 10.8.3.2. Types de Négociateurs
 - 10.8.3.3. La Psychologie dans la Négociation
- 10.9. *Coaching* et Gestion d'Entreprise
 - 10.9.1. *Coaching* d'entreprise
 - 10.9.2. La pratique *Coaching*
 - 10.9.3. *Coaching* dans les organisations
- 10.10. Mentorat et Gestion d'entreprise
 - 10.10.1. Le Mentoring
 - 10.10.2. Les 4 Processus d'un Programme de *Mentoring*
 - 10.10.2.1. Processus
 - 10.10.2.2. La figure de Mentor dans l'Entreprise
 - 10.10.2.3. La figure du Protégé dans l'Entreprise Technologique
 - 10.10.3. Bénéfices du *Mentoring* dans l'Entreprise
 - 10.10.3.1. Avantages pour l'Organisation: Mentor et Mentorat
 - 10.10.4. Différences entre le *Mentoring* et *Coaching*

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 11.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'Entreprise
 - 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
 - 11.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 11.2. Leadership
 - 11.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
 - 11.2.2. Leadership dans l'entreprise
 - 11.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 11.3.3. Gestion de la Diversité
- 11.4. Développement de la gestion et le leadership
 - 11.4.1. Concept de développement de la gestion
 - 11.4.2. Le concept de Leadership
 - 11.4.3. Théories du Leadership
 - 11.4.4. Styles de Leadership
 - 11.4.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 11.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 11.5. Éthique des affaires
 - 11.5.1. Éthique et Morale
 - 11.5.2. Éthique des Affaires
 - 11.5.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 11.6. Durabilité
 - 11.6.1. Durabilité et développement durable
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Entreprises durables
- 11.7. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.8. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 11.8.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
- 11.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 11.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.8.4. Outils et normes en matière de RSE
- 11.9. Multinationales et droits de l'homme
 - 11.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.9.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 11.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 11.10. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Importation et exportation
 - 11.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 11.10.3. Droit international du travail

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

- 12.1. La Direction Stratégique des personnes
 - 12.1.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
 - 12.1.2. La direction stratégique des personnes
- 12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 12.2.1. Analyse du potentiel
 - 12.2.2. Politique de rémunération
 - 12.2.3. Plans de carrière/succession
- 12.3. Évaluation et gestion des performances
 - 12.3.1. Gestion des performances
 - 12.3.2. Gestion des performances: objectifs et processus
- 12.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 12.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 12.4.2. Identification, formation et développement des talents
 - 12.4.3. Fidélisation et rétention
 - 12.4.4. Proactivité et innovation
- 12.5. Motivation
 - 12.5.1. La nature de la motivation
 - 12.5.2. La théorie de l'espérance
 - 12.5.3. Théories des besoins
 - 12.5.4. Motivation et compensation économique

- 12.6. Développer des équipes performantes
 - 12.6.1. Équipes performantes: équipes autogérées
 - 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.7. Gestion du changement
 - 12.7.1. Gestion du changement
 - 12.7.2. Types de processus de gestion des changements
 - 12.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 12.8. Négociation et gestion des conflits
 - 12.8.1. Négociation
 - 12.8.2. Gestion des Conflits
 - 12.8.3. Gestion de Crise
- 12.9. La communication managériale
 - 12.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 12.9.2. Département de communication
 - 12.9.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.10.1. Productivité
 - 12.10.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

Module 13. Gestion Économique et Financière

- 13.1. Environnement Économique
 - 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 13.1.2. Institutions financières
 - 13.1.3. Marchés financiers
 - 13.1.4. Actifs financiers
 - 13.1.5. Autres entités du secteur financier
- 13.2. Comptabilité de Gestion
 - 13.2.1. Concepts de base
 - 13.2.2. Les Actifs de l'entreprise
 - 13.2.3. Le Passif de l'entreprise
 - 13.2.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 13.2.5. Le Compte de Résultat

- 13.3. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 13.3.1. Principes fondamentaux et classification
 - 13.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 13.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 13.4. Budget et Contrôle de Gestion
 - 13.4.1. Le modèle budgétaire
 - 13.4.2. Budget d'Investissement
 - 13.4.3. Le Budget de Fonctionnement
 - 13.4.5. Le Budget de Trésorerie
 - 13.4.6. Le Suivi Budgétaire
- 13.5. Direction Financière
 - 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 13.5.2. Département financier
 - 13.5.3. Les excédents de trésorerie
 - 13.5.4. Les risques liés à la gestion financière
 - 13.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 13.6. Planification Financière
 - 13.6.1. Définition de la planification financière
 - 13.6.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 13.6.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 13.6.5. Le tableau des fonds de roulement
- 13.7. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 13.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 13.7.2. Produits de financement des entreprises
- 13.8. Financement Stratégique
 - 13.8.1. Autofinancement
 - 13.8.2. Augmentation des fonds propres
 - 13.8.3. Ressources Hybrides
 - 13.8.4. Financement par des intermédiaires
- 13.9. Analyse et planification financières
 - 13.9.1. Analyse du Bilan
 - 13.9.2. Analyse du Compte de Résultat
 - 13.9.3. Analyse de la Rentabilité
- 13.10. Analyses et résolution de problèmes
 - 13.10.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 14. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- 14.1. Gestion commerciale
 - 14.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
 - 14.1.2. Stratégie et planification commerciales
 - 14.1.3. Le rôle des responsables commerciaux
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Concept de Marketing
 - 14.2.2. Éléments de base du marketing
 - 14.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise
- 14.3. Gestion Stratégique du Marketing
 - 14.3.1. Concept de Marketing stratégique
 - 14.3.2. Concept de planification stratégique du marketing
 - 14.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du marketing
- 14.4. Marketing numérique et e-commerce
 - 14.4.1. Objectifs du Marketing numérique et du commerce électronique
 - 14.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
 - 14.4.3. Commerce électronique Contexte général
 - 14.4.4. Catégories de commerce électronique
 - 14.4.5. Avantages et inconvénients *d'E-commerce* par rapport au commerce traditionnel
- 14.5. Marketing digital pour renforcer la marque
 - 14.5.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients
 - 14.6.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hyper-segmentation.
- 14.7. Gestion des campagnes numériques
 - 14.7.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
 - 14.7.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
 - 14.7.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 14.8. Stratégie de vente
 - 14.8.1. Stratégie de vente
 - 14.8.2. Méthodes de vente

- 14.9. Communication d'Entreprise
 - 14.9.1. Concept
 - 14.9.2. Importance de la communication dans l'organisation
 - 14.9.3. Type de communication dans l'organisation
 - 14.9.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
 - 14.9.5. Éléments de communication
 - 14.9.6. Problèmes de communication
 - 14.9.7. Scénarios de communication
- 14.10. Communication et réputation numérique
 - 14.10.1. Réputation en ligne
 - 14.10.2. Comment mesurer la réputation numérique?
 - 14.10.3. Outils de réputation en ligne
 - 14.10.4. Rapport sur la réputation en ligne
 - 14.10.5. *Branding* online

Module 15. Management Exécutif

- 15.1. General Management
 - 15.1.1. Concept General Management
 - 15.1.2. L'action du Directeur Général
 - 15.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 15.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 15.2. Direction des opérations
 - 15.2.1. Importance de la gestion
 - 15.2.2. La chaîne de valeur
 - 15.2.3. Gestion de qualité
- 15.3. La communication en situation de crise
 - 15.3.1. Crise
 - 15.3.2. Phases de la crise
 - 15.3.3. Messages: contenu et calendrier
- 15.4. Préparer un plan de crise
 - 15.4.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 15.4.2. Planification
 - 15.4.3. Adéquation du personnel

- 15.5. Intelligence émotionnelle
 - 15.5.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 15.5.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 15.5.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 15.6. *Branding* Personnel
 - 15.6.1. Stratégies pour développer le personal branding
 - 15.6.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 15.6.3. Outils de construction du personal branding
- 15.7. Leadership et gestion d'équipes
 - 15.7.1. Leadership et styles de leadership
 - 15.7.2. Capacités et défis des Leaders
 - 15.7.3. Gestion des Processus de Changement
 - 15.7.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles



L'objectif de ce programme est de vous aider à réaliser votre rêve de diriger de grands projets. Inscrivez-vous et ne manquez pas l'occasion de faire un saut de qualité dans votre carrière professionnelle"

06

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

Étude de Cas pour mettre en contexte 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”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, 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 professionnelle la plus actuelle.

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

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus largement utilisé dans les meilleures écoles d'informatique 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.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

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



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné 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 formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des 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 des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

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



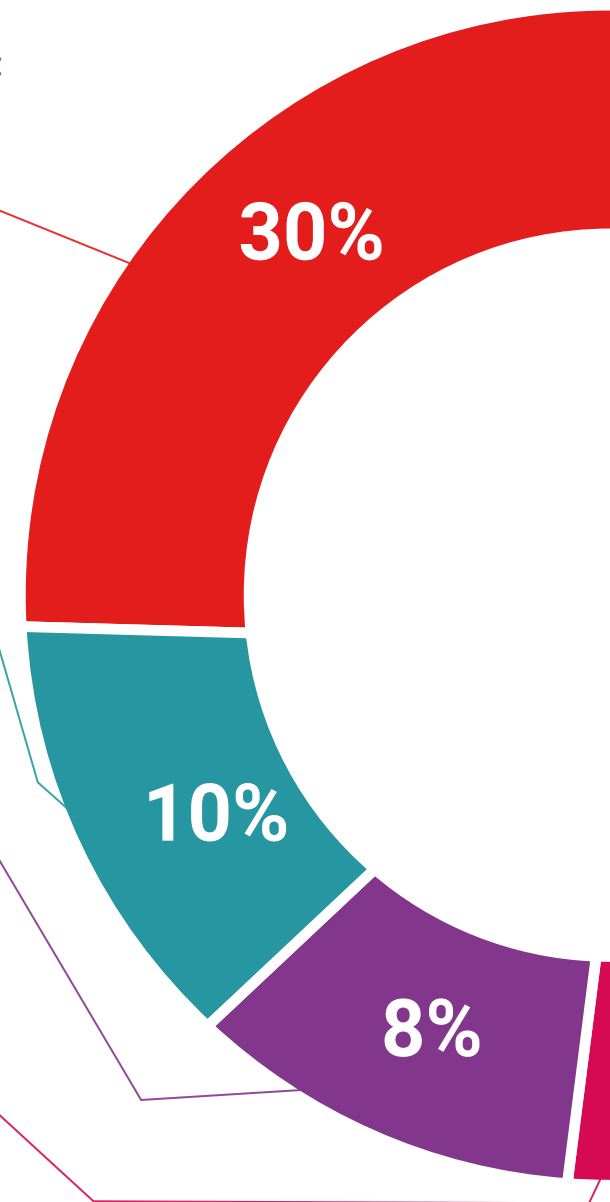
Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 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 périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer) garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé 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 Spécialisé en MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)** 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 Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



*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 Spécialisé

MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

MBA en Direction Avancée de Projets Technologiques (CTO, Chief Technology Officer)