

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Industrielle



tech université
technologique

Mastère Spécialisé MBA en Gestion Industrielle

- » 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/ingenierie/master/master-mba-gestion-industrielle

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 42

06

Méthodologie

page 58

07

Diplôme

page 66

01

Présentation

L'optimisation des processus dans le secteur industriel est un élément clé pour faire face à la concurrence dans un environnement hautement mondialisé et changeant. C'est dans ce contexte que l'ingénieur doit intervenir et devenir un facteur de changement pour les organisations par sa capacité à réaliser un management efficace, efficient et orienté vers les résultats. C'est sur cette prémisse qu'est né ce programme académique qui enseignera aux professionnels de l'ingénierie les outils et les connaissances nécessaires pour réaliser l'adaptation requise par le secteur industriel, permettant ainsi d'être compétitif dans de meilleures conditions, d'atteindre le succès et, par conséquent, la croissance de l'emploi.





“

Dans un environnement industriel très fluctuant et mondialisé, disposer d'un ingénieur capable d'assurer une gestion correcte de l'entreprise est crucial pour les organisations. Si vous voulez devenir ce professionnel, n'hésitez pas à mettre à jour vos connaissances avec TECH Université Technologique"

Le panorama actuel, hautement mondialisé et marqué par la concurrence, a contraint les entreprises à mettre en place des environnements de travail hautement efficaces qui leur permettent d'atteindre leurs objectifs. Pour y parvenir, les entreprises doivent disposer d'ingénieurs capables d'utiliser les meilleurs outils pour atteindre un niveau de gestion compétitif et efficace afin de pouvoir s'adapter à tout moment aux besoins du marché. Ce Mastère Spécialisé enseigne les outils et les connaissances nécessaires pour réaliser cette adaptation et pouvoir concourir dans les meilleures conditions.

Ainsi, ce Mastère Spécialisé, conçu spécialement pour les professionnels de l'ingénierie, approfondit tous les aspects liés à la gestion industrielle, et fournit une meilleure vue d'ensemble afin de prendre de meilleures décisions. Pour ce faire, le programme s'appuie sur des professionnels de renom, au prestige reconnu, disposant de connaissances approfondies et d'une grande expérience pour apporter une grande valeur aux enseignements dispensés.

Son contenu combine des aspects théoriques et une approche éminemment pratique qui permet aux ingénieurs d'acquérir une compréhension approfondie de la réalité de l'entreprise industrielle. De cette façon, il fournira au professionnel la capacité et les outils nécessaires pour gérer efficacement tous les aspects liés à la gestion industrielle afin d'être en mesure de rivaliser de manière adéquate à la fois dans le présent et dans un avenir plein de défis, d'opportunités et de changements.

Ainsi, ce programme offrira aux professionnels un renouvellement des connaissances de l'ingénierie qui les placera à la pointe des derniers développements dans chacun des domaines de la connaissance.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion Industrielle** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Ingénierie
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Étudiez ce programme complet et commencez à voir votre carrière décoller"

“

Le programme étant dispensé en ligne, vous pouvez étudier où et quand vous le souhaitez. Tout ce dont vous avez besoin est un appareil électronique avec une connexion internet"

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent, à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des 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 Problèmes, par lequel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, il sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts dans ce domaine.

Un programme de haut niveau tel que celui-ci est particulièrement adapté aux ingénieurs qui souhaitent améliorer leur profil professionnel.

Approfondissez vos connaissances et devenez un ingénieur expert en gestion pour les entreprises industrielles.



02

Objectifs

Ce Mastère Spécialisé permettra aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour actualiser leurs connaissances dans la profession après avoir étudié en profondeur les aspects clés de la gestion industrielle qu'un ingénieur doit effectuer. Les connaissances versées dans le développement des points du syllabus conduiront le professionnel dans une perspective globale, avec une formation complète pour la réalisation des objectifs proposés. Ainsi, vous développerez des compétences complètes dans un domaine de l'ingénierie qui est polyvalent, global et essentiel, vous guidant vers l'excellence dans un secteur en constante adaptation et croissance.



“

L'objectif de TECH c'est vous: donner à votre carrière l'élan dont elle a besoin et vous spécialiser dans le secteur industriel avec un succès total"



Objectifs généraux

- ♦ Appliquer les principales clés stratégiques pour mieux affronter la concurrence actuelle et future. Vous maîtriserez les outils pour atteindre l'excellence, définir la stratégie d'entreprise et son déploiement dans toute l'organisation, la gestion des processus et la typologie des structures à utiliser pour mieux s'adapter aux changements. Ainsi que les aspects à prendre en compte pour la durabilité, la gestion des clients, l'internationalisation de l'entreprise et la gestion du changement, qui devient de plus en plus constant
- ♦ Gérer les projets présentés avec les méthodologies conventionnelles et agiles
- ♦ Gérer adéquatement les RRHH afin qu'elles puissent offrir à l'entreprise tout le potentiel qui leur est demandé et apporter la plus grande valeur possible
- ♦ Interpréter les données économiques et financières de l'entreprise, tout en étant capable d'utiliser et de développer les outils nécessaires à une meilleure gestion de tous les aspects liés aux finances de l'entreprise
- ♦ Mieux gérer toutes les étapes et phases nécessaires à la conception et au développement de nouveaux produits
- ♦ Planifier et contrôler la production afin d'optimiser les ressources et de s'adapter au mieux à la demande
- ♦ Gérer la qualité dans toute l'organisation et appliquer les outils les plus importants pour l'amélioration continue des produits et des processus
- ♦ Appliquer la philosophie de travail *Lean Manufacturing* dans le but de réduire le gaspillage pour optimiser les ressources et donner à l'entreprise la flexibilité et la réponse aux demandes du marché
- ♦ Développer une meilleure gestion de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et améliorer le flux des matériaux depuis les fournisseurs jusqu'à l'expédition des produits au client
- ♦ Utiliser et développer les dernières tendances en matière de numérisation et d'industrie 4.0 afin d'être mieux préparé à affronter la concurrence sur des marchés nouveaux et en mutation





Objectifs spécifiques

Module 1. Clés stratégiques pour améliorer la compétitivité

- ♦ Comprendre en détail l'importance de l'excellence et comment la mesurer
- ♦ Définir la stratégie pour être compétitif
- ♦ Mettre en œuvre et déployer la stratégie dans l'ensemble de l'organisation en utilisant le Tableau de Bord Prospectif
- ♦ Découvrir, définir et gérer les processus fondamentaux de création de valeur dans l'entreprise
- ♦ Analyser les différentes typologies structurelles existantes et la nouvelle tendance de la nécessité de développer des organisations agiles avec une réponse rapide à l'environnement
- ♦ Définir les bases fondamentales du développement d'une nouvelle entreprise au moyen d'importantes méthodologies de travail
- ♦ Mettre en œuvre et développer la durabilité et la responsabilité sociale dans l'entreprise
- ♦ Gestion appropriée des relations avec les clients
- ♦ Approfondir l'aspect internationalisation des activités de l'entreprise
- ♦ Gérer le changement de manière plus appropriée et l'intégrer comme une nécessité pour que l'entreprise avance et progresse dans un environnement hautement compétitif

Module 2. Gestion de projets

- ♦ Établir les objectifs du projet
- ♦ Identifier la valeur commerciale d'un projet
- ♦ Définir les facteurs de lancement d'un projet
- ♦ Acquérir les compétences d'un chef de projet
- ♦ Identifier et gérer les contraintes et les parties prenantes d'un projet
- ♦ Établir la relation entre la gestion de projet et la stratégie d'entreprise
- ♦ Développer les procédures et les meilleures pratiques en matière de gestion de projet
- ♦ Développer professionnellement en tant que chef de projet

Module 3. Leadership et gestion des personnes

- ♦ Analyser son propre style de leadership, de motivation et de communication et faire preuve de comportements efficaces, en indiquant les moyens les plus appropriés pour susciter l'engagement, l'esprit d'équipe et encourager la responsabilisation des employés
- ♦ Approfondir la détection, le développement et la rétention des talents, ainsi que les différents outils de cartographie des talents dans l'entreprise
- ♦ Analyser les aspects importants lors de l'évaluation des performances de leur équipe et la mettre en œuvre avec succès et en accord avec la stratégie de l'organisation
- ♦ Savoir programmer des plans de formation adaptés aux besoins de l'entreprise
- ♦ Analyser les principaux indicateurs de la gestion des ressources humaines et savoir utiliser les informations qu'ils rapportent
- ♦ Détecter les éventuelles situations à risque dans la gestion du personnel avant qu'elles n'aient un impact négatif sur l'organisation, ce qui conduit à la mise en œuvre d'actions préventives

Module 4. Les finances d'entreprise. Une approche économique-financière

- ♦ Effectuer une analyse complète de l'environnement commercial actuel
- ♦ Interpréter un bilan pour éviter les risques à l'avenir
- ♦ Préparer, analyser et rapporter le compte de profits et pertes à l'équipe de direction pour faciliter la prise de décision
- ♦ Effectuer des prévisions, une gestion et un suivi fiables de la trésorerie de l'entreprise
- ♦ Connaître les instruments de financement S/T et L/T
- ♦ Gérer efficacement nos relations avec le secteur bancaire

- ♦ Gérer et optimiser les coûts de l'organisation
- ♦ Analyser, évaluer et choisir les meilleures options d'investissement pour l'entreprise
- ♦ Maîtriser la perspective comptable des opérations inter entreprises
- ♦ Approfondir notre connaissance des marchés étrangers afin de diversifier géographiquement nos activités

Module 5. Conception et développement de produits

- ♦ Étude approfondie des techniques, phases et outils liés au design conceptuel qui précède la conception finale du produit, ainsi que la traduction des exigences du client final en spécifications techniques auxquelles le produit devra se conformer
- ♦ Établir tous les "acteurs" à prendre en compte dans le processus de conception et de développement d'un nouveau produit pour sa bonne performance en termes de qualité, de temps, de coût, de ressources, de communication et de risques
- ♦ Analyse approfondie du processus de conception d'un nouveau produit, depuis la conception CAO jusqu'à l'accord sur la conformité de la conception aux exigences, en passant par l'analyse des défauts et le dessin
- ♦ Analyser les options de prototypage disponibles pour une évaluation correcte de la conception initiale
- ♦ Analyser en détail les phases concernant le développement du processus de fabrication jusqu'à ce que le produit soit disponible conformément aux exigences initiales
- ♦ Acquérir une compréhension détaillée du processus de validation du produit afin de s'assurer qu'il répond à toutes les exigences de qualité attendues
- ♦ Se plonger dans les processus d'innovation et de transfert de technologie pour le développement de nouveaux produits et processus et l'établissement d'un nouvel état de l'art

Module 6. Planification et contrôle de la production

- ♦ Acquérir une connaissance détaillée de la dynamique de fonctionnement des unités de production et de l'interaction entre leurs fonctions
- ♦ Comprendre le rôle de la planification avancée et de la planification de la production dans la réduction des incidents et des problèmes dans le développement des activités de production
- ♦ Aborder l'importance de la planification de la production comme un outil clé pour la rentabilité de l'entreprise
- ♦ Acquérir toutes les connaissances pour conduire les transformations continues nécessaires dans les usines de production
- ♦ Développer toutes les compétences nécessaires pour comprendre l'application des méthodologies de planification et de contrôle de la production les plus contrastées telles *Just-in-time* ou la théorie de la prescription
- ♦ Analyser l'importance de la gestion de la maintenance pour maintenir une haute efficacité de production
- ♦ Réfléchir à l'importance de la mise en œuvre de systèmes organisationnels visant à améliorer les délais de livraison et la réponse immédiate aux exigences du marché

Module 7. *Lean Manufacturing*

- ♦ Approfondir les fondements de la pensée *Lean* et ses principales différences par rapport aux processus de fabrication traditionnels
- ♦ Analyser les déchets dans l'entreprise, en distinguant la valeur de chaque processus et les types de déchets qui peuvent être trouvés
- ♦ Établir les principes des 5S et la manière dont ils peuvent contribuer à améliorer la productivité, ainsi qu'à approfondir sa mise en œuvre dans l'entreprise
- ♦ Maîtriser les outils *Lean* de diagnostic
- ♦ Faire une analyse approfondie des outils opérationnels *lean* tels que SMED, JIDOKA, POKAYOKE, réduction des lots et POUS
- ♦ Approfondir l'importance des outils *Lean* de suivi, de planification et de contrôle de la production *Lean*, tels que la gestion visuelle, la standardisation, le nivellement de la production et la fabrication cellulaire
- ♦ Approfondir les principes de la méthode Kaizen d'amélioration continue et les différentes méthodologies, ainsi que les principaux obstacles qui peuvent être rencontrés pour la mise en œuvre du Kaizen dans l'entreprise
- ♦ Analyser la feuille de route pour la mise en œuvre du *Lean* dans l'entreprise, en approfondissant les aspects généraux de la mise en œuvre, les différentes phases et les facteurs de succès pour l'application de la philosophie *Lean* dans l'entreprise
- ♦ Identifier les indicateurs clés de performance (KPI) qui peuvent aider à mesurer les résultats de la mise en œuvre du *Lean*
- ♦ Recherche sur l'importance de la dimension humaine du *Lean* et des systèmes d'implication du personnel comme facteur de réussite de la mise en œuvre du *Lean*

Module 8. Gestion de la qualité

- ♦ Établir l'importance de la gestion de la qualité dans tous les secteurs de l'entreprise
- ♦ Identifier les coûts de la qualité associés à la gestion de la qualité et mettre en place un système pour les contrôler et les améliorer
- ♦ Connaître en détail la norme de gestion de la qualité ISO 9001 et savoir comment la mettre en œuvre dans l'entreprise
- ♦ Analyser les normes ISO 14000 sur l'environnement et ISO 450001 sur les risques professionnels et leur intégration dans le système qualité afin de ne pas dupliquer la documentation
- ♦ Approfondir le modèle EFQM, dans sa nouvelle édition, afin de pouvoir le développer dans l'entreprise si l'on veut faire un pas de plus vers l'excellence
- ♦ Appliquer les principaux outils de qualité qui peuvent être utilisés dans la gestion et l'amélioration de la qualité des produits et des processus
- ♦ Établir l'importance de l'amélioration continue et l'utilisation des deux principales méthodologies: le cycle PDCA et son application à la mise en œuvre du *Lean Manufacturing* et du *Six-Sigma*
- ♦ Une compréhension approfondie de ce qu'est la qualité des fournisseurs et de la manière de la gérer, des différents types d'audits et de la manière de les mener, des aspects des tests et du laboratoire
- ♦ Approfondir les aspects organisationnels importants pour la gestion de la qualité dans les environnements industriels

Module 9. La fonction logistique, clé de la compétitivité

- ♦ Analyser approfondie des défis de la fonction logistique, de ses activités clés et des coûts associés de la création de valeur de la fonction logistique et compréhension approfondie des différents types de chaînes d'approvisionnement
- ♦ Développer les différentes stratégies d'optimisation la fonction logistique
- ♦ Appliquer les principes de la philosophie *Lean* à la gestion de la chaîne d'approvisionnement et l'application d'un système *Lean* à la fonction logistique
- ♦ Maîtriser la gestion des entrepôts et leur automatisation
- ♦ Gérer les achats et les relations avec les fournisseurs, ainsi que le développement d'une gestion efficace des achats
- ♦ Appliquer les nouveaux outils et systèmes d'information à la maîtrise de la fonction logistique
- ♦ Connaître en détail l'importance de la gestion de la logistique inverse ainsi que les opérations qui y sont encadrées et les coûts qui y sont associés
- ♦ Rechercher les nouvelles tendances et stratégies dans la fonction logistique et leur mise en œuvre dans l'entreprise
- ♦ Analyser les facteurs de différenciation des chaînes d'approvisionnement réussies et les éléments de différenciation de la chaîne de valeur
- ♦ Approfondir la compréhension de la logistique des pandémies, des différents scénarios et analyser les points critiques de la chaîne d'approvisionnement dans le scénario actuel, ainsi que les types de chaînes d'approvisionnement pour la distribution d'éléments clés tels que les vaccins

Module 10. Industrie 4.0 et intelligence économique. L'entreprise numérisée

- ♦ Diriger et relever les nouveaux modèles commerciaux et les défis associés au développement et à la mise en œuvre de l'industrie 4.0
- ♦ Approfondir le besoin de transformation numérique que les nouveaux défis commerciaux suggèrent pour affronter avec succès l'avenir proche
- ♦ Acquérir des connaissances approfondies et auditer des projets d'automatisation industrielle en tant qu'élément fondamental des processus de production et de gestion actuels
- ♦ Identifier et interpréter les logiciels de gestion des différents services d'une entreprise aujourd'hui
- ♦ Identifier le logiciel qui permet d'obtenir une vision globale et transversale d'une entreprise ou d'un métier
- ♦ Découvrez l'importance des données dans le contrôle, le suivi, la gestion et l'amélioration d'une entreprise
- ♦ Établir comment les techniques de *Maching Learning* et d'intelligence artificielle peuvent contribuer à résoudre les problèmes actuels de l'entreprise et définir et projeter son avenir

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

A l'issue du programme, l'ingénieur sera capable d'identifier et de résoudre les problèmes liés à la gestion des entreprises et des projets industriels. Tout cela, grâce à une méthodologie unique et au soutien des experts qui l'ont développée. , TECH garantit aux étudiants un contenu de qualité conforme à leurs attentes, leur donnant ainsi la possibilité de se distinguer dans leur domaine de travail. Les étudiants seront donc capable d'exercer les différentes fonctions liées à ce Mastère Spécialisé TECH, ainsi que les propositions les plus innovantes dans ce domaine d'action, les guidant ainsi vers l'excellence.





“

La mondialisation et la transition numérique obligent les entreprises à recruter des ingénieurs dotés des compétences nécessaires pour faire avancer les processus. Avec ce Mastère Spécialisé, vous obtiendrez les compétences nécessaires pour travailler avec succès dans ce domaine"



Compétences générales

- ♦ Maîtriser les outils nécessaires à la gestion industrielle, dans un contexte international, à travers le développement de projets et de plans opérationnels
- ♦ Appliquer les connaissances acquises et les compétences en matière de résolution de problèmes dans des environnements actuels et mondiaux, dans des contextes plus larges liés au secteur industriel
- ♦ Être capable d'intégrer des connaissances et d'acquérir une compréhension approfondie des différentes utilisations la gestion industrielle, ainsi que de l'importance de leur utilisation dans le monde d'aujourd'hui
- ♦ Comprendre et intérioriser l'ampleur de la transformation numérique et industrielle appliquée aux systèmes du secteur pour leur efficacité et leur compétitivité sur le marché actuel
- ♦ Être capable d'analyser, évaluer et synthétiser de manière critique des idées nouvelles et complexes liées au domaine de l' gestion industrielle en ingénierie
- ♦ Être capable de promouvoir, dans des contextes professionnels, le progrès technologique, social ou culturel dans une société de la connaissance, selon des préceptes durables





Compétences spécifiques

- ♦ Gérer efficacement tous les aspects liés à la gestion industrielle afin d'être en mesure de faire face à la concurrence de manière adéquate, tant dans le présent que dans un avenir riche en défis, opportunités et changements
 - ♦ Appliquer les principales clés stratégiques pour mieux affronter la concurrence actuelle et future
 - ♦ Maîtriser les outils pour atteindre l'excellence, définir la stratégie d'entreprise et son déploiement dans toute l'organisation, le management par les processus, la typologie structurelle à utiliser pour mieux s'adapter aux changements, ainsi que les aspects à prendre en compte pour la durabilité, la gestion des clients, l'internationalisation de l'entreprise et la gestion du changement, qui devient de plus en plus constant
 - ♦ Gérer les projets présentés avec les méthodologies conventionnelles et agiles
 - ♦ Gérer adéquatement les RH. afin qu'elles puissent offrir à l'entreprise tout le potentiel qui leur est demandé et apporter la plus grande valeur possible
 - ♦ Interpréter les données économiques et financières de l'entreprise, tout en étant capable d'utiliser et de développer les outils nécessaires à une meilleure gestion de tous les aspects liés aux finances de l'entreprise
 - ♦ Mieux gérer toutes les étapes et phases nécessaires à la conception et au développement de nouveaux produits
 - ♦ Planifier et contrôler la production afin d'optimiser les ressources et de s'adapter au mieux à la demande
 - ♦ Gérer la qualité dans toute l'organisation et appliquer les outils les plus importants pour l'amélioration continue des produits et des processus
- ♦ Appliquer la philosophie de travail *Lean Manufacturing* dans le but de réduire le gaspillage pour optimiser les ressources et donner à l'entreprise la flexibilité et la réponse aux demandes du marché
 - ♦ Développer une meilleure gestion de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et améliorer le flux des matériaux depuis les fournisseurs jusqu'à l'expédition des produits au client
 - ♦ Utiliser et développer les dernières tendances en matière de numérisation et d'industrie 4.0 afin d'être mieux préparé à affronter la concurrence sur des marchés nouveaux et en mutation



Améliorer vos compétences dans un service pour tous stimulera votre parcours professionnel et votre carrière personnelle"

04

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des un groupe d'ingénieurs de premier plan dans tout ce qui concerne la gestion de projet et le MBA en *Gestion Industrielle*, qui apportent l'expérience de leurs années de travail à ce programme. En outre, d'autres spécialistes renommés dans des domaines connexes participent à sa conception et à son élaboration et complètent la formation d'une manière interdisciplinaire, ce qui en fait une expérience unique et hautement nutritive au niveau académique pour l'élève.





“

Apprenez auprès de professionnels de référence les dernières tendances en matière de MBA en Gestion Industrielle et devenez un ingénieur expert en la matière”

Directeur invité international

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

TECH dispose d'un groupe distingué et spécialisé de Directeurs Internationaux Invités, avec des rôles de leadership importants dans les entreprises les plus avant-gardistes du marché mondial"

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 de **Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

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



M. Arens, Manuel

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

“

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”

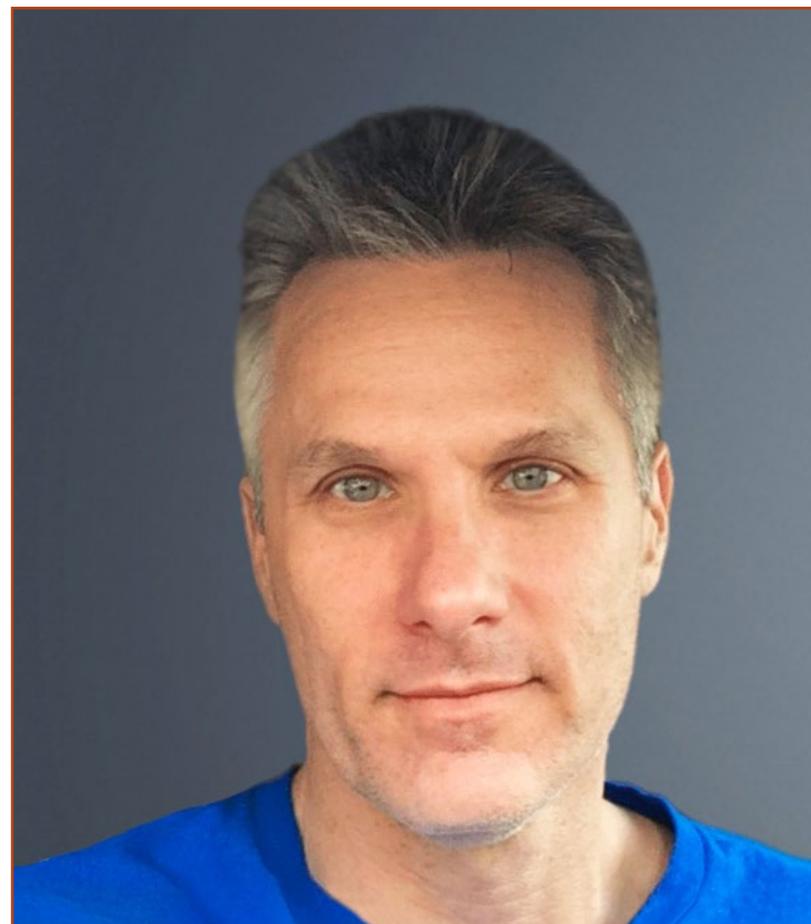
Directeur Invité International

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.

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 Asensi, Francisco Andrés

- ♦ Consultant en entreprise et spécialiste de la gestion Industrielle et de la Transformation Numérique
- ♦ Coordinateur de la Production et de la Logistique chez IDAI NATURE
- ♦ Coach en Coaching Stratégique
- ♦ Responsable de l'Organisation pour Talleres Lemar
- ♦ Organisation et Gestion d'Entreprise pour Lab Radio SA
- ♦ Doctorat en Ingénierie Industrielle en Organisation d'Entreprise de l'Université de Castilla la Mancha
- ♦ Ingénieur Industriel en Organisation Industrielle de l'Université Polytechnique de Valence

Professeurs

Mme Mollá Latorre, Korinna

- ♦ Cheffe des Projets Internationaux à AITEX
- ♦ Directrice des Opérations et de la Logistique de Colortex, S.A
- ♦ Technicienne de projet pour l'Institut Technologique du Jouet
- ♦ Ingénieure Industrielle, spécialisé en Organisation Industrielle, de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Membre de la Société Américaine pour le Contrôle de la Production et des Inventaires dans le cadre de la Gestion Intégrée des Ressources

M. Ibáñez Capella, Juan

- ♦ Chef de Projet au Centre Technologique ITENE
- ♦ Chef de Projet chez IDOM Consulting
- ♦ Responsable des Installations et des Projets chez Power Electronics
- ♦ Responsable des Installations chez Ferrovial Company
- ♦ Technicien de projet pour les projets de haute et basse tension, les projets solaires photovoltaïques
- ♦ Consultant pour les travaux de l'usine d'acier galvanisé SOLMED à Sagunto, la gare de train à grande vitesse Saragosse AVE, entre autres

M. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- ♦ Spécialiste Technique et Ingénieur chez SRG Global
- ♦ Ingénieur en Développement de Produits chez SRG Global
- ♦ Ingénieur en Matériel chez DAO Logic
- ♦ Licence en Ingénierie Industrielle et Mécanique de l'Université Polytechnique de Valence

M. Giner Sanchis, David

- ♦ Gestionnaire de Portefeuilles et de Programmes chez MAPFRE PMO
- ♦ Planificateur et Technicien en Gestion des Matériaux chez IDOM Consulting
- ♦ Master en Direction et Gestion de Projets de l'Université Polytechnique de Valence
- ♦ Master Officiel en Gestion de Projet de l'Université Européenne de Valence

Mme Aleixandre Andreu, María José

- ♦ Directrice de la banque Commerciale Méditerranée et Banque Sabadell
- ♦ Diplôme en Sciences Commerciales de l'UV (Université de Valence)
- ♦ Technique et compétences pour les formateurs. Université Autonome de Barcelone
- ♦ Cours pour les Gestionnaires de bureau Par Fundesem
- ♦ Certification EPFA
- ♦ Certification LCCI par l'Université Carlos III
- ♦ II Cours pour Office Managers, formation interne. Caisse des Dépôts de la Méditerranée, formation pratique et théorique

M. Lucero Palau, Tomás

- ♦ Zanotti Smart Solutions Factory Manager
- ♦ Chef de Projet chez ADUM Consulting
- ♦ Directeur des Opérations chez Istobal, S.A
- ♦ Responsable de la Production chez SRG Global
- ♦ Master en Administration des Affaires de l'École de Commerce ESTEMA
- ♦ Ingénieur Supérieur Industriel à l'Université Polytechnique de Valence

M. Del Olmo Cárcer, Daniel

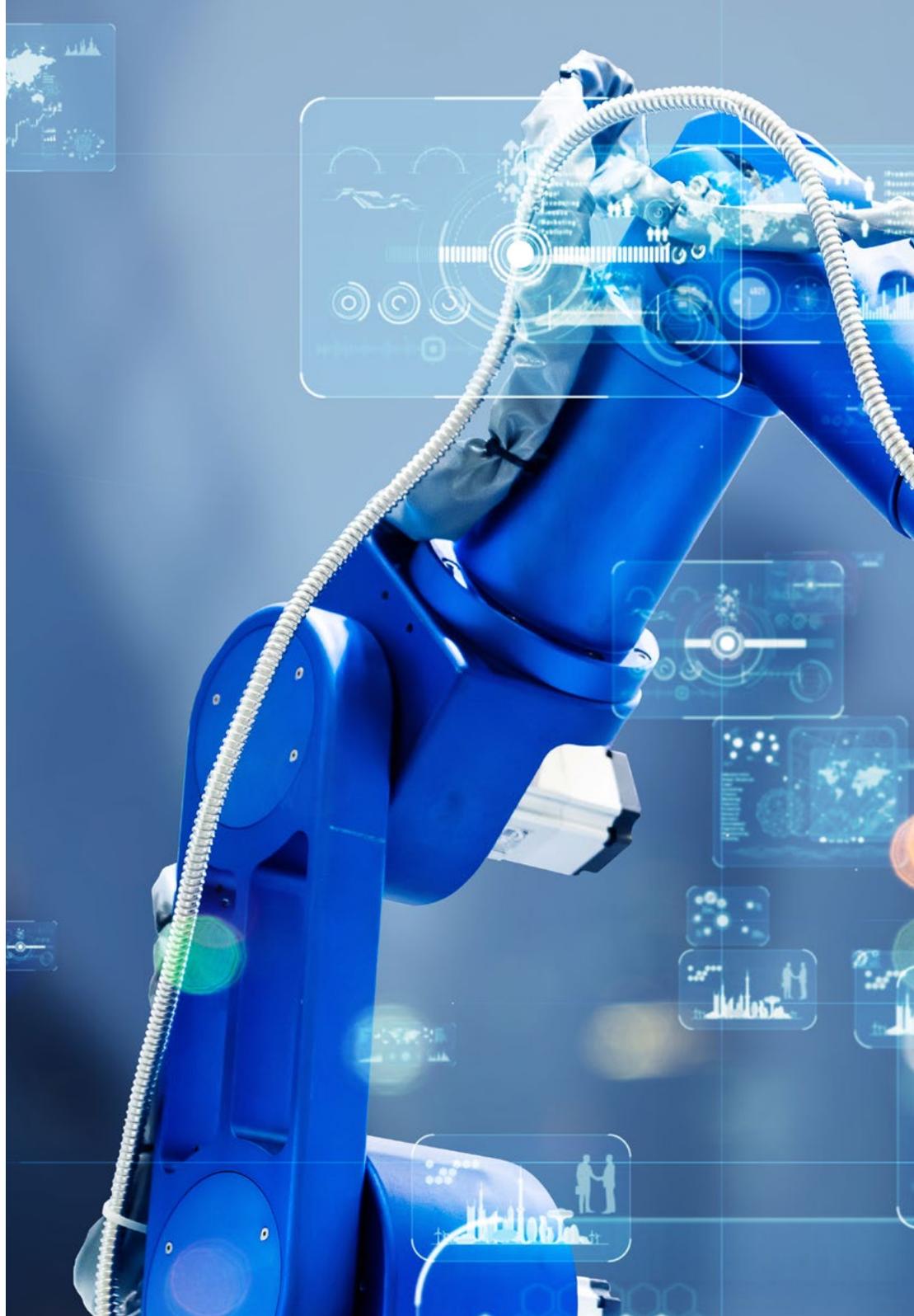
- ◆ Directeur de la Technologie chez Enira Engineering S.L
- ◆ Directeur de l'Ingénierie de l'usine à NHK-SOGEFI
- ◆ Responsable du Développement technique et de la maintenance chez Sealed Air Corporation
- ◆ Directeur de l'Ingénierie d'usine chez SRG Global
- ◆ Directeur de l'Ingénierie d'usine chez Toyota Production System
- ◆ Ingénieur des procédés chez Zodiac Aerospace
- ◆ Ingénieur de projet chez Serfruit S.A. et Greefa
- ◆ Master MBA en Opérations à l'Université Européenne de Valence

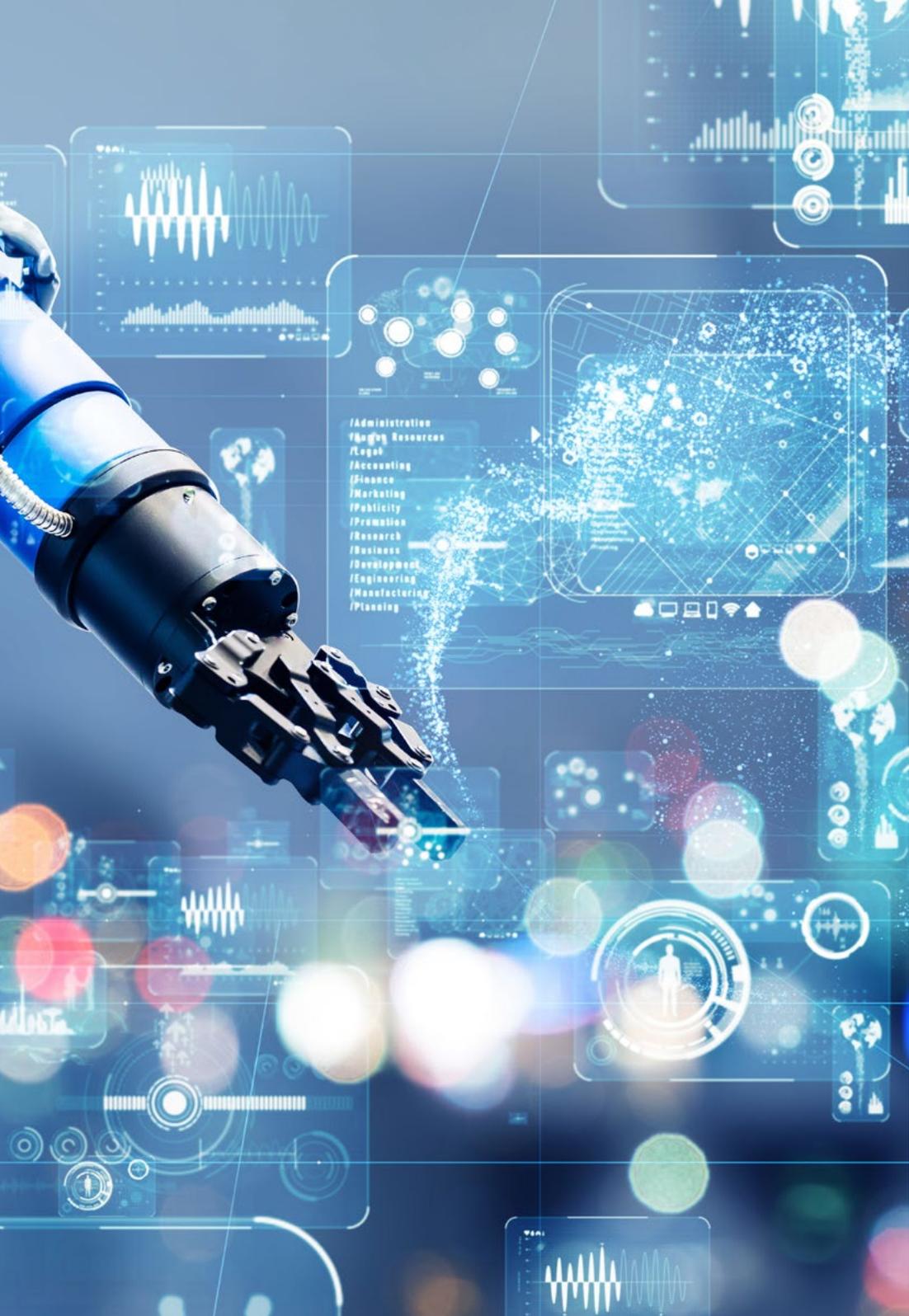
M. Navarro Jarque, Francisco

- ◆ Chef du Service du Personnel d'ISTOBAL S.A
- ◆ Master en Gestion des Ressources Humaines de l'Université Ramón Llull
- ◆ Licence en Psychologie de l'Université Autonome de Barcelone

M. Morado Vázquez, Eduardo

- ◆ Chef de secteur pour les adoucisseurs et les plastifiants de bitume
- ◆ Responsable de l'assurance qualité chez Ford Motor Company
- ◆ Master en Prévention des Risques Professionnels de l'Université d'Alcalá de Henares
- ◆ Master en Administration des Affaires de l'ESTEMA





“ Formation complète, actualisée et hautement efficace, ce programme est votre chance de faire un bond en avant dans votre capacité de travail et de rivaliser avec les meilleurs du secteur”

05

Structure et contenu

L'agenda de ce titre a été conçu sur la base des exigences de l'ingénierie appliquée à la zone industrielle, suivant les exigences proposées par l'équipe enseignante de ce Mastère Spécialisé. C'est ainsi qu'a été établi un programme d'études dont les modules offrent une large perspective de la gestion industrielle d'un point de vue global en vue de sa mise en oeuvre au niveau international, en intégrant tous les domaines de travail qui interviennent dans le développement de ses fonctions. Cela permet à l'ingénieur de mettre à jour ses connaissances et de commencer à agir dans ce domaine passionnant avec plus de succès.





“

TECH met à votre disposition l'agenda le plus complet en matière de MBA en Gestion Industrielle. Ce n'est qu'ainsi que vous pourrez apprendre tout ce dont vous avez besoin pour intervenir dans ce domaine"

Module 1. Clés stratégiques pour améliorer la compétitivité

- 1.1. L'excellence dans les affaires d'aujourd'hui
 - 1.1.1. S'adapter aux environnements VUCA
 - 1.1.2. Satisfaction des parties prenantes (*Stakeholders*)
 - 1.1.3. *World Class Manufacturing*
 - 1.1.4. Mesure de l'excellence: *Net Promoter Score*
- 1.2. Concevoir la stratégie de l'entreprise
 - 1.2.1. Processus général de définition de la stratégie
 - 1.2.2. Définition de la situation actuelle. Modèles de positionnement
 - 1.2.3. Mouvements stratégiques possibles
 - 1.2.4. Modèles d'action stratégiques
 - 1.2.5. Stratégies fonctionnelles et organisationnelles
 - 1.2.6. Analyse de l'environnement et de l'organisation. Analyse SWOT la prise de décision
- 1.3. Déploiements de la stratégie. Tableau de bord prospectif
 - 1.3.1. Mission, vision, valeurs et principes d'action
 - 1.3.2. La nécessité d'un Tableau de bord équilibré
 - 1.3.3. Perspectives à utiliser au CMI
 - 1.3.4. Carte stratégique
 - 1.3.5. Phase de mise en œuvre d'un bon CMI
 - 1.3.6. Le plan général d'un CMI
- 1.4. Gestion des processus
 - 1.4.1. Description d'un processus
 - 1.4.2. Types de processus. Principaux processus
 - 1.4.3. Priorité des processus
 - 1.4.4. Représentation d'un processus
 - 1.4.5. Mesurer les processus pour les améliorer
 - 1.4.6. Carte de processus
 - 1.4.7. Réingénierie des processus
- 1.5. Typologies structurelles. Les organisations agiles. ERR
 - 1.5.1. Typologies structurelles
 - 1.5.2. L'entreprise vue comme un système adaptatif
 - 1.5.3. L'entreprise horizontale
 - 1.5.4. Caractéristiques et facteurs clés des organisations agiles (ERR)
 - 1.5.5. Les Organisations du futur: l'organisation TEAL
- 1.6. Conception de modèle d'entreprise
 - 1.6.1. Modèle Canvas pour la conception du modèle d'entreprise
 - 1.6.2. La méthodologie *Lean Startup* dans la création de nouvelles entreprises et de nouveaux produits
 - 1.6.3. La stratégie Blue Ocean
- 1.7. Responsabilité sociale des entreprises et durabilité
 - 1.7.1. Responsabilité sociale des entreprises (RSE): ISO 26000
 - 1.7.2. Objectifs de Développement Durable ODD
 - 1.7.3. Agenda 2030
- 1.8. *Customer Management*
 - 1.8.1. La nécessité de gérer les relations avec les clients
 - 1.8.2. Éléments du *Customer Management*
 - 1.8.3. La technique et le *Customer Management*. Les CRM
- 1.9. Management dans les environnements internationaux
 - 1.9.1. L'importance de la internationalisation
 - 1.9.2. Diagnostic du potentiel d'exportation
 - 1.9.3. Développement du plan d' internationalisation
 - 1.9.4. Mise en œuvre du plan d'internationalisation
 - 1.9.5. Outils d'aide à l'exportation
- 1.10. Gestion du changement
 - 1.10.1. La dynamique du changement dans les entreprises
 - 1.10.2. Obstacles au changement
 - 1.10.3. Facteurs d'adaptation au changement
 - 1.10.4. La méthodologie de Kotter pour la Gestion du changement

Module 2. Gestion de projets

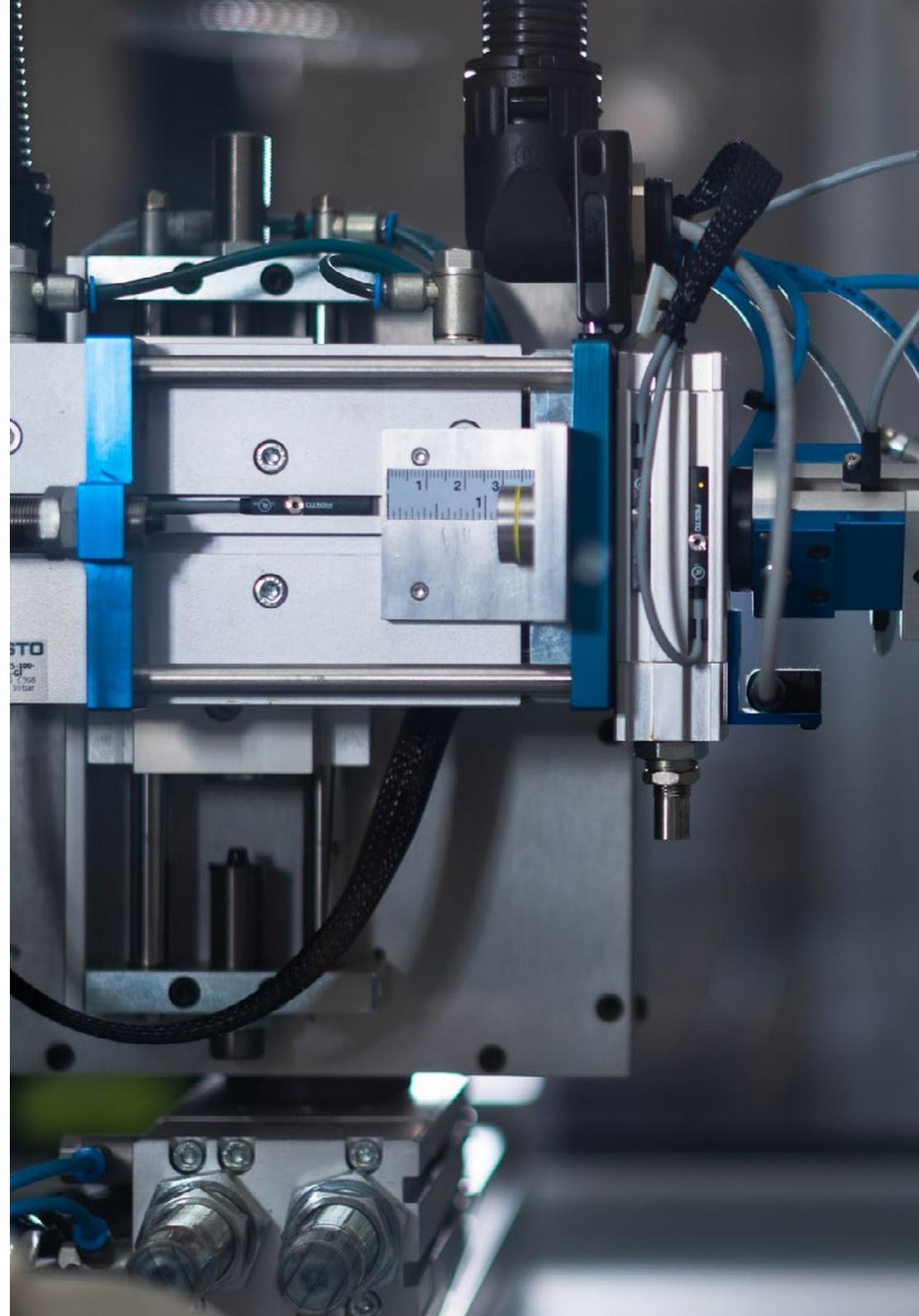
- 2.1. Le projet
 - 2.1.1. Éléments fondamentales du projet
 - 2.1.2. Le directeur du projet
 - 2.1.3. L'environnement dans lequel les projets fonctionnent
- 2.2. Gestion de la portée du projet
 - 2.2.1. Analyse de la portée
 - 2.2.2. Planification de la portée du projet
 - 2.2.3. Contrôle de la portée du projet
- 2.3. Gestion du calendrier
 - 2.3.1. L'importance de la planification
 - 2.3.2. Gestion du calendrier du projet. *Project Schedule*
 - 2.3.3. Tendances gestion du temps
- 2.4. Gestion des coûts
 - 2.4.1. Analyse du coût du projet
 - 2.4.2. Sélection financière des projets
 - 2.4.3. Planification du coût du projet
 - 2.4.4. Contrôle du coût du projet
- 2.5. Qualité, ressources et approvisionnement
 - 2.5.1. Qualité totale et gestion de projet
 - 2.5.2. Ressources du projet
 - 2.5.3. Approvisionnement. Le système de passation de marchés
- 2.6. Les parties prenantes du projet et leurs communications
 - 2.6.1. L'importance des *Stakeholders*
 - 2.6.2. Gestion des parties prenantes du projet
 - 2.6.3. Communications du projet
- 2.7. Gestion des risques du projet
 - 2.7.1. Principes fondamentaux de la gestion des risques
 - 2.7.2. Processus de gestion des risques liés aux projets
 - 2.7.3. Tendances en matière de gestion des risques

- 2.8. Gestion intégrée des projets
 - 2.8.1. Planification stratégique et gestion de projet
 - 2.8.2. Plan de gestion du projet
 - 2.8.3. Processus de mise en œuvre et de contrôle
 - 2.8.4. La clôture des projets
- 2.9. Méthodologies agiles I: Scrum
 - 2.9.1. Principes d'Agile et de Scrum
 - 2.9.2. L'équipe Scrum
 - 2.9.3. Événements de Scrum
 - 2.9.4. Artefacts de Scrum
- 2.10. Méthodologies agiles II: *Kanban*
 - 2.10.1. Principes de *Kanban*
 - 2.10.2. *Kanban* et *Scrumban*
 - 2.10.3. Certifications

Module 3. Leadership et gestion des personnes

- 3.1. Le rôle du leader
 - 3.1.1. Leadership dans la gestion efficace des personnes
 - 3.1.2. Types de styles de décision dans la gestion des personnes
 - 3.1.3. Le Leader Coach
 - 3.1.4. Équipes autogérées et le *Empowerment*
- 3.2. Motivation des équipes
 - 3.2.1. Besoins et attentes
 - 3.2.2. Reconnaissance effective
 - 3.2.3. Comment améliorer la cohésion de l'équipe
- 3.3. Communication et résolution des conflits
 - 3.3.1. Communication intelligente
 - 3.3.2. Gestion constructive des conflits
 - 3.3.3. Stratégies de résolution de conflits

- 3.4. L'intelligence émotionnelle dans la gestion des personnes
 - 3.4.1. Émotion, sentiment et état d'esprit
 - 3.4.2. L'intelligence émotionnelle
 - 3.4.3. Modèle d'aptitude (Mayer et Salovey): identifier, utiliser, comprendre et gérer
 - 3.4.4. Intelligence émotionnelle et sélection du personnel
- 3.5. Indicateurs dans la gestion du personnel
 - 3.5.1. Productivité
 - 3.5.2. Rotation du personnel
 - 3.5.3. Taux de rétention des talents
 - 3.5.4. Indice de satisfaction du personnel
 - 3.5.5. Délai moyen de pourvoi des postes vacants
 - 3.5.6. Durée moyenne de la formation
 - 3.5.7. Temps moyen pour atteindre les objectifs
 - 3.5.8. Niveaux d'absentéisme
 - 3.5.9. Taux d'accidents
- 3.6. Évaluation des performances
 - 3.6.1. Composantes et cycle de l'évaluation des performances
 - 3.6.2. Évaluation à 360
 - 3.6.3. La gestion des performances: un processus et un système
 - 3.6.4. Gestion par objectifs
 - 3.6.5. Comment fonctionne le processus d'évaluation des performances
- 3.7. Plan de formation
 - 3.7.1. Principes fondamentaux
 - 3.7.2. Identification des besoins de formation
 - 3.7.3. Plan de formation
 - 3.7.4. Indicateurs de formation et de développement
- 3.8. Identification du potentiel
 - 3.8.1. Le potentiel
 - 3.8.2. Les compétences douces comme initiateur clé du haut potentiel
 - 3.8.3. Méthodes d'identification du potentiel: évaluation de l'agilité d'apprentissage (Lominger) et Facteurs de croissance



- 3.9. La carte des talents
 - 3.9.1. Matrice George Odiorne -4 Caisses
 - 3.9.2. Matrice de 9 Caisses
 - 3.9.3. Actions stratégiques pour des résultats efficaces en matière de talents
- 3.10. Stratégie de développement des talents et retour sur investissement
 - 3.10.1. Modèle d'apprentissage des compétences non techniques 70-20-10
 - 3.10.2. Parcours de carrière et de succession
 - 3.10.3. ROI des talents

Module 4. Les finances d'entreprise. Une approche économique-financière

- 4.1. L'entreprise dans notre environnement
 - 4.1.1. Coûts de production
 - 4.1.2. Les entreprises sur des marchés concurrentiels
 - 4.1.3. Concurrence monopolistique
- 4.2. Analyse des états financiers I: le bilan
 - 4.2.1. L'actif. Les ressources pour CP et LP
 - 4.2.2. Le passif. Obligations envers la CP et la LP
 - 4.2.3. Le patrimoine net. Rendement des actionnaires
- 4.3. Analyse des états financiers II: compte de résultat
 - 4.3.1. Structure du compte de résultats. Revenus, coûts, dépenses et bénéfices ou pertes
 - 4.3.2. Principaux ratios d'analyse du Compte de Résultats
 - 4.3.3. Analyse de la rentabilité
- 4.4. Gestion de la trésorerie
 - 4.4.1. Recouvrements et paiements. Prévion *Cash-Forecast*
 - 4.4.2. Impact et gestion des déficits/excédents de Trésorerie. Mesures correctives
 - 4.4.3. Analyse des flux de trésorerie
 - 4.4.4. Gestion et impact du portefeuille de créances Irrécupérables
- 4.5. Sources de financement de la CP et de la LP
 - 4.5.1. Financement du CP, instruments
 - 4.5.2. Financement du LP, instruments
 - 4.5.3. Les taux d'intérêt et leur structure

- 4.6. Interaction entre l'entreprise et la banque
 - 4.6.1. Le système financier et les activités bancaires
 - 4.6.2. Produits bancaires pour les entreprises
 - 4.6.3. L'Entreprise analysée par la banque
- 4.7. Comptabilité analytique ou des coûts
 - 4.7.1. Éléments de coût. Décisions fondées sur les coûts
 - 4.7.2. Le *Full Costing*
 - 4.7.3. Le *Direct Costing*
 - 4.7.4. Modèle de coûts par centres et par activités
- 4.8. Analyse et évaluation des investissements
 - 4.8.1. L'entreprise et les décisions d'investissement. Scénarios et situations
 - 4.8.2. Évaluation des Investissements
 - 4.8.3. Évaluation l'entreprise
- 4.9. Comptabilité de l'Entreprise
 - 4.9.1. Augmentation et réduction du capital
 - 4.9.2. Dissolution, liquidation et transformation des sociétés
 - 4.9.3. Regroupements d'entreprises: fusions et acquisitions
- 4.10. Financement du commerce extérieur
 - 4.10.1. Marchés étrangers: la décision d'exporter
 - 4.10.2. Le marché des changes
 - 4.10.3. Moyens de paiement et de recouvrement internationaux
 - 4.10.4. Transport, incoterms et assurance

Module 5. Conception et développement de produits

- 5.1. QFD dans la conception et le développement de produits (*Quality Function Deployment*)
 - 5.1.1. De la voix du client aux exigences techniques
 - 5.1.2. La maison de la qualité/les phases de son développement
 - 5.1.3. Avantages et limites
- 5.2. *Design Thinking* (pensée de conception)
 - 5.2.1. Conception, besoins, technologie et stratégie
 - 5.2.2. Étapes du processus
 - 5.2.3. Techniques et outils utilisés

- 5.3. Ingénierie Simultanée
 - 5.3.1. Fondements de l'Ingénierie simultanée
 - 5.3.2. Méthodologie de l'Ingénierie simultanée
 - 5.3.3. Outils utilisés
- 5.4. Programmation. Planification et définition
 - 5.4.1. Exigences. Gestion de la qualité
 - 5.4.2. Phases de développement. Gestion du temps
 - 5.4.3. Matériaux, faisabilité, procédés. Gestion des coûts
 - 5.4.4. Équipe du projet. Gestion des ressources humaines
 - 5.4.5. Information. Gestion des communications
 - 5.4.6. Analyse des risques. Gestion des risques
- 5.5. Produit. Sa conception (CAD) et son développement
 - 5.5.1. Gestion de l'information/PLM/Cycle de vie des produits
 - 5.5.2. Modes de défaillance et effets des produits
 - 5.5.3. Construction CAO. Révisions
 - 5.5.4. Dessins de produits et de fabrication
 - 5.5.5. Vérification de la conception
- 5.6. Prototypes. Développement de prototypes
 - 5.6.1. Prototypage rapide
 - 5.6.2. Plan de contrôle
 - 5.6.3. Conception d'expériences
 - 5.6.4. Analyse des systèmes de mesure
- 5.7. Processus de production. Conception et développement
 - 5.7.1. Modes et effets de l'échec du processus
 - 5.7.2. Conception et construction d'outils de fabrication
 - 5.7.3. Conception et construction de moyens de contrôle (jauges)
 - 5.7.4. Phase d'ajustement
 - 5.7.5. Démarrage de la production
 - 5.7.6. Évaluation initiale du processus

- 5.8. Produit et processus. Validation
 - 5.8.1. Évaluation des systèmes de mesure
 - 5.8.2. Tests de validation
 - 5.8.3. Contrôle statistique des processus (SPC)
 - 5.8.4. Certification des produits
- 5.9. Gestion du changement. Amélioration et actions correctives
 - 5.9.1. Type de changement
 - 5.9.2. Analyse de la variabilité, amélioration
 - 5.9.3. Enseignements tirés et pratiques éprouvées
 - 5.9.4. Processus de changement
- 5.10. Innovation et transfert de technologie
 - 5.10.1. Propriété intellectuelle
 - 5.10.2. Innovation
 - 5.10.3. Transfert de technologie

Module 6. Planification et Contrôle de la Production

- 6.1. Phases de la planification de la production
 - 6.1.1. Planification avancée
 - 6.1.2. Prévisions de ventes, méthodes
 - 6.1.3. Définition du *Takt-Time*
 - 6.1.4. Planification des matières - MRP - Stock minimum
 - 6.1.5. Plan de recrutement
 - 6.1.6. Exigences en matière d'équipement
- 6.2. Plan de production (PDP)
 - 6.2.1. Facteurs à prendre en compte
 - 6.2.2. Planification *Push*
 - 6.2.3. Planification *Pull*
 - 6.2.4. Systèmes mixtes
- 6.3. *Kanban*
 - 6.3.1. Types de *Kanban*
 - 6.3.2. Utilisation de *Kanban*
 - 6.3.3. Planification autonome: 2-bin *Kanban*
- 6.4. Contrôle de la production
 - 6.4.1. Dérogations au PDP et rapports
 - 6.4.2. Suivi des performances de production: OEE
 - 6.4.3. Surveillance de la capacité totale: TEEP
- 6.5. Organisation de la production
 - 6.5.1. Équipement de production
 - 6.5.2. Ingénierie des processus
 - 6.5.3. Maintenance
 - 6.5.4. Contrôle des matériaux
- 6.6. Maintenance Productive Totale (TPM)
 - 6.6.1. Maintenance corrective
 - 6.6.2. Maintenance autonome
 - 6.6.3. Maintenance préventive
 - 6.6.4. Maintenance prédictive
 - 6.6.5. Indicateurs d'efficacité de la maintenance MTBF - MTTR
- 6.7. Aménagement de l'usine
 - 6.7.1. Facteurs de conditionnement
 - 6.7.2. Production en ligne
 - 6.7.3. Production en cellules de travail
 - 6.7.4. Applications
 - 6.7.5. Méthodologie SLP
- 6.8. *Just-In-Time* (JIT)
 - 6.8.1. Description et origines du JIT
 - 6.8.2. Objectifs
 - 6.8.3. Mise en œuvre du JIT. Séquençage des produits
- 6.9. Théorie des contraintes (TOC)
 - 6.9.1. Principes fondamentaux
 - 6.9.2. Les 5 étapes de TOC et leur application
 - 6.9.3. Avantages et inconvénients
- 6.10. *Quick Response Manufacturing* (QRM)
 - 6.10.1. Description
 - 6.10.2. Points clés pour la structuration
 - 6.10.3. Mise en œuvre du QRM

Module 7. *Lean Manufacturing*

- 7.1. La pensée *Lean*
 - 7.1.1. Structure du système *Lean*
 - 7.1.2. Les principes du *Lean*
 - 7.1.3. *Lean* processus de fabrication allégés ou traditionnels
- 7.2. Les déchets dans l'entreprise
 - 7.2.1. Valeur vs. Les déchets dans les environnements *Lean*
 - 7.2.2. Types de déchets (MUDAS)
 - 7.2.3. Le processus de pensée *Lean*
- 7.3. LES 5 S
 - 7.3.1. Les principes des 5S et comment ils peuvent nous aider à améliorer la productivité
 - 7.3.2. LES 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu et Shitsuke
 - 7.3.3. Mise en œuvre la 5S dans l'entreprise
- 7.4. Outils *Lean* de diagnostic. Vsm. Cartographie de la chaîne de valeur
 - 7.4.1. Activités à valeur ajoutée (VA), activités nécessaires (NNVA) et activités sans valeur ajoutée (NVA)
 - 7.4.2. Les 7 outils du *Value Stream mapping*
 - 7.4.3. Cartographie des activités du processus
 - 7.4.4. Cartographie de la réponse de la *Supply chain*
 - 7.4.5. L'entonnoir de la variété de production
 - 7.4.6. Cartographie du filtre de qualité
 - 7.4.7. Cartographie de l'amplification de la demande
 - 7.4.8. Analyse des points de décision
 - 7.4.9. Cartographie de la structure physique
- 7.5. Outils *Lean* opérationnels
 - 7.5.1. SMED
 - 7.5.2. JIDOKA
 - 7.5.3. POKAYOKE
 - 7.5.4. Réductions des lots
 - 7.5.5. POUS
- 7.6. Outils *Lean* le suivi, la planification et le contrôle de la production
 - 7.6.1. Management visuel
 - 7.6.2. Normalisation
 - 7.6.3. Nivellement de la production (Heijunka)
 - 7.6.4. Fabrication de cellules
- 7.7. La méthode Kaizen d'amélioration continue
 - 7.7.1. Principes de Kaizen
 - 7.7.2. Méthodologies Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
 - 7.7.3. Outils de résolution de problèmes. A3 report
 - 7.7.4. Principaux obstacles à la mise en œuvre de Kaizen
- 7.8. Feuille de route pour la mise en œuvre *Lean*
 - 7.8.1. Aspects généraux de la mise en œuvre
 - 7.8.2. Phases de la mise en œuvre
 - 7.8.3. Les technologies de l'information dans la mise en œuvre *Lean*
 - 7.8.4. Facteurs de réussite de la mise en œuvre *Lean*
- 7.9. KPIs pour mesurer les résultats du *Lean*
 - 7.9.1. OEE - Efficacité globale de l'équipement
 - 7.9.2. TEEP - Total effectif équipement performance
 - 7.9.3. FTT - First Time Quality
 - 7.9.4. DTD - Temps de quai à quai
 - 7.9.5. OTD - Livraison à temps
 - 7.9.6. BTS - Fabrication du programme
 - 7.9.7. ITO - Taux de rotation des stocks
 - 7.9.8. RVA - Ratio de valeur ajoutée
 - 7.9.9. PPMs - Parts par million de défauts
 - 7.9.10. FR - Taux de livraison
 - 7.9.11. IFA - indice de fréquence des accidents
- 7.10. La dimension humaine du *Lean*. Systèmes de participation du personnel
 - 7.10.1. L'équipe du projet *Lean*. Application du travail en équipe
 - 7.10.2. Polyvalence des opérateurs
 - 7.10.3. Groupes d'amélioration
 - 7.10.4. Programmes de suggestions

Module 8. Gestion de la qualité

- 8.1. Qualité totale
 - 8.1.1. Gestion de la qualité totale
 - 8.1.2. Client externe et client interne
 - 8.1.3. coûts de la qualité
 - 8.1.4. L'amélioration continue et la philosophie de *Deming*
- 8.2. Système de gestion de la qualité ISO 9001:15
 - 8.2.1. Les 7 Principes du management de la qualité dans la norme ISO 9001:15
 - 8.2.2. L'approche par processus
 - 8.2.3. Exigences de la norme ISO 9001:15
 - 8.2.4. Couverture et recommandations d'application
 - 8.2.5. Cibles de Déploiement dans un modèle de type Hoshin-Kanri
 - 8.2.6. Audit de certification
- 8.3. Systèmes intégrer de gestion
 - 8.3.1. Systèmes de gestion environnemental: ISO 14000
 - 8.3.2. Système de gestion des risques professionnels: ISO 45001
 - 8.3.3. L'intégration des systèmes de gestion
- 8.4. Excellence en matière de gestion: modèle EFQM
 - 8.4.1. Principes et fondements du modèle EFQM
 - 8.4.2. Les nouveaux critères du modèle EFQM
 - 8.4.3. Outil de diagnostic EFQM: matrices REDER
- 8.5. Outils de qualité
 - 8.5.1. Outils de base
 - 8.5.2. SPC Contrôle statistique des processus
 - 8.5.3. Plan de contrôle et modèles de contrôle pour la gestion de la qualité
- 8.6. Outils avancés et outils de dépannage
 - 8.6.1. AMFE
 - 8.6.2. Rapport 8D
 - 8.6.3. Les 5 pourquoi
 - 8.6.4. Les 5W + 2H
 - 8.6.5. *Benchmarking*

- 8.7. Méthodologie d'amélioration continue I: PDCA
 - 8.7.1. Le cycle PDCA et ses étapes
 - 8.7.2. Application du cycle PDCA au développement du *Lean Manufacturing*
 - 8.7.3. Les clés de la réussite des projets PDCA
- 8.8. Méthodologie d'amélioration continue II: Six-Sigma
 - 8.8.1. Description de Six-Sigma
 - 8.8.2. Principes de Six-Sigma
 - 8.8.3. Sélection des projets Six-Sigma
 - 8.8.4. Étapes dans un projet Six-Sigma. Méthodologie DMAIC
 - 8.8.5. Rôles dans le Six-Sigma
 - 8.8.6. Six-Sigma et *Lean Manufacturing*
- 8.9. Qualité des Fournisseurs. Audits. Tests et Laboratoire
 - 8.9.1. Qualité de la réception. Qualité convenue
 - 8.9.2. Audits internes du système de gestion
 - 8.9.3. Audits de produits et de processus
 - 8.9.4. Phases pour réaliser des audits
 - 8.9.5. Profil de l'auditeur
 - 8.9.6. Essais, laboratoires et métrologie
- 8.10. Aspects organisationnels de la gestion de la qualité
 - 8.10.1. Le rôle de la direction gestion de qualité
 - 8.10.2. Organisation de la zone de qualité et relation avec les autres zones
 - 8.10.3. Cercles de qualité

Module 9. La fonction logistique, clé de la compétitivité

- 9.1. La fonction logistique de la chaîne d'approvisionnement
 - 9.1.1. La logistique, la clé du succès d'une entreprise
 - 9.1.2. Défis logistiques
 - 9.1.3. Activités logistiques clés. Comment tirer profit de la fonction logistique
 - 9.1.4. Types de chaîne d'approvisionnement
 - 9.1.5. Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 9.1.6. Coûts logistiques

- 9.2. Stratégies d'optimisation de la logistique
 - 9.2.1. Stratégie de *Cross-Docking*
 - 9.2.2. Application de la méthodologie agile à la gestion logistique
 - 9.2.3. *Outsourcing* des processus logistiques
 - 9.2.4. *Picking* ou préparation efficace des commandes
- 9.3. *Lean Logistics*
 - 9.3.1. *Lean Logistics* dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 9.3.2. Analyse des déchets dans la chaîne logistique
 - 9.3.3. Application d'un système *lean* dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement
- 9.4. Gestion et automatisation des entrepôts
 - 9.4.1. Le rôle des entrepôts
 - 9.4.2. La gestion d'un entrepôt
 - 9.4.3. Gestion des stocks
 - 9.4.4. Types d'entrepôts
 - 9.4.5. Unités de chargement
 - 9.4.6. Organisation d'un entrepôt
 - 9.4.7. Éléments de stockage et de manutention
- 9.5. Gestion de l'approvisionnement
 - 9.5.1. Le rôle de la distribution comme élément essentiel de la logistique. Logistique interne vs. Logistique externe
 - 9.5.2. La relation traditionnelle avec les fournisseurs
 - 9.5.3. Le nouveau paradigme de la relation avec les fournisseurs
 - 9.5.4. Comment classer et sélectionner nos fournisseurs
 - 9.5.5. Comment développer une gestion efficace des achats
- 9.6. Systèmes d'information et de contrôle logistiques
 - 9.6.1. Exigences d'un système d'information et de contrôle logistique
 - 9.6.2. 2 types de systèmes d'information et de contrôle logistiques
 - 9.6.3. Applications du *big data* dans la gestion de la logistique
 - 9.6.4. L'importance des données dans la gestion logistique
 - 9.6.5. Le tableau de bord équilibré appliqué à la logistique. Principaux indicateurs de gestion et de contrôle



- 9.7. Logistique inverse
 - 9.7.1. Les clés de la logistique inverse
 - 9.7.2. Flux logistiques inversés vs. Direct
 - 9.7.3. Opérations dans le cadre de la logistique inverse
 - 9.7.4. Comment mettre en place un canal de distribution inversé
 - 9.7.5. Alternatives finales pour les produits dans le canal inverse
 - 9.7.6. Coûts de la logistique inverse
- 9.8. Nouvelles stratégies logistiques
 - 9.8.1. Intelligence artificielle et robotisation
 - 9.8.2. Logistique verte et durabilité
 - 9.8.3. Internet des objets appliqué à la logistique
 - 9.8.4. L'entrepôt numérisé
 - 9.8.5. *E-business* et nouveaux modèles de distribution
 - 9.8.6. L'importance de la logistique du dernier kilomètre
- 9.9. *Benchmarking* des chaînes d'approvisionnement
 - 9.9.1. Points communs des chaînes de valeur performantes
 - 9.9.2. Analyse de la chaîne de valeur du groupe Inditex
 - 9.9.3. Analyse de la chaîne de valeur d'Amazon
- 9.10. La logistique de la pandémie
 - 9.10.1. Scénario général
 - 9.10.2. Les points critiques de la chaîne d'approvisionnement dans un scénario de pandémie
 - 9.10.3. Implications des exigences de la chaîne du froid sur l'établissement de la chaîne d'approvisionnement en vaccins
 - 9.10.4. Types de chaînes d'approvisionnement pour la distribution des vaccins

Module 10. Industrie 4.0 et intelligence économique. L'entreprise numérisée

- 10.1. Automatisation et robotique industrielle
 - 10.1.1. Phases de l'automatisation des processus
 - 10.1.2. Hardware industriel pour l'automatisation et la robotique
 - 10.1.3. Le cycle de travail et sa programmation software
- 10.2. Automatisation des processus: RPA
 - 10.2.1. Processus administratifs qui peuvent être automatisés
 - 10.2.2. Structure du logiciel
 - 10.2.3. Exemples d'application
- 10.3. Systèmes MES, SCADA, CMMS, WMS, MRPII
 - 10.3.1. Contrôle de la production avec les systèmes MES
 - 10.3.2. Ingénierie et maintenance: SCADA ET GMAO
 - 10.3.3. Approvisionnement et logistique: SGA ET MPRII
- 10.4. Software de *Business Intelligence*
 - 10.4.1. Les bases de la BI
 - 10.4.2. Structure du logiciel
 - 10.4.3. Possibilités d'application
- 10.5. Software ERP
 - 10.5.1. Description de l'ERP
 - 10.5.2. Champ d'application
 - 10.5.3. Principales ERP sur le marché
- 10.6. IoT et *Business Intelligence*
 - 10.6.1. IoT: le monde connecté
 - 10.6.2. Sources des données
 - 10.6.3. Contrôle total grâce à l'IoT + BI
 - 10.6.4. *Blockchain*
- 10.7. Principales Software BI sur le marché
 - 10.7.1. PowerBI
 - 10.7.2. Qlik
 - 10.7.3. Tableau

- 10.8. Microsoft Power BI
 - 10.8.1. Caractéristiques
 - 10.8.2. Exemples d'application
 - 10.8.3. Le futur de PowerBI
- 10.9. *Apprentissage Automatique*, Intelligence Artificielle, optimisation et prédiction dans l'entreprise
 - 10.9.1. *Machine Learning* et Intelligence Artificiel
 - 10.9.2. Optimisation des processus
 - 10.9.3. L'importance des *Forecasting* fondées sur les données
- 10.10. Le Big Data appliqué à l'environnement des entreprises
 - 10.10.1. Applications dans l'environnement de production
 - 10.10.2. Applications au niveau de la gestion stratégique
 - 10.10.3. Applications Marketing et commerciales

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. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 11.2.3. Gestion de la Diversité
- 11.3. Développement de la gestion et le leadership
 - 11.3.1. Concept de développement de la gestion
 - 11.3.2. Le concept de Leadership
 - 11.3.3. Théories du Leadership
 - 11.3.4. Styles de Leadership
 - 11.3.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 11.3.6. Les défis du leadership aujourd'hui

- 11.4. Éthique des affaires
 - 11.4.1. Éthique et Morale
 - 11.4.2. Éthique des Affaires
 - 11.4.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 11.5. Durabilité
 - 11.5.1. Durabilité et développement durable
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Entreprises durables
- 11.6. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.6.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.6.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.6.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.7. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 11.7.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
 - 11.7.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 11.7.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.7.4. Outils et normes en matière de RSE
- 11.8. Multinationales et droits de l'homme
 - 11.8.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.8.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 11.8.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 11.9. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.9.1. Importation et exportation
 - 11.9.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 11.9.3. 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. Développer des équipes performantes
 - 12.5.1. Équipes performantes: équipes autogérées
 - 12.5.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.6. Gestion du changement
 - 12.6.1. Gestion du changement
 - 12.6.2. Types de processus de gestion des changements
 - 12.6.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 12.7. La communication managériale
 - 12.7.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 12.7.2. Département de communication
 - 12.7.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.8. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.8.1. Productivité
 - 12.8.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

Module 13. Gestion Économique et Financière

- 13.1. Comptabilité de Gestion
 - 13.1.1. Concepts de base
 - 13.1.2. Les Actifs de l'entreprise
 - 13.1.3. Le Passif de l'entreprise
 - 13.1.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 13.1.5. Le Compte de Résultat
- 13.2. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 13.2.1. Principes fondamentaux et classification
 - 13.2.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 13.2.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 13.3. Budget et Contrôle de Gestion
 - 13.3.1. Le modèle budgétaire
 - 13.3.2. Budget d'Investissement
 - 13.3.3. Le Budget de Fonctionnement
 - 13.3.5. Le Budget de Trésorerie
 - 13.3.6. Le Suivi Budgétaire
- 13.4. Direction Financière
 - 13.4.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 13.4.2. Département financier
 - 13.4.3. Les excédents de trésorerie
 - 13.4.4. Les risques liés à la gestion financière
 - 13.4.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 13.5. Planification Financière
 - 13.5.1. Définition de la planification financière
 - 13.5.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.5.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 13.5.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 13.5.5. Le tableau des fonds de roulement

- 13.6. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 13.6.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 13.6.2. Produits de financement des entreprises
- 13.7. Financement Stratégique
 - 13.7.1. Autofinancement
 - 13.7.2. Augmentation des fonds propres
 - 13.7.3. Ressources Hybrides
 - 13.7.4. Financement par des intermédiaires
- 13.8. Analyses et résolution de problèmes
 - 13.8.1. 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 digital 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. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 15.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 15.3. Direction des opérations
 - 15.3.1. Importance de la gestion
 - 15.3.2. La chaîne de valeur
 - 15.3.3. Gestion de qualité
- 15.4. Discours et formation de porte-parole
 - 15.4.1. Communication interpersonnelle
 - 15.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 15.4.3. Obstacles à la communication
- 15.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 15.5.1. Communication interpersonnelle
 - 15.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 15.5.3. La communication dans l'organisation
 - 15.5.4. Outils dans l'organisation
- 15.6. La communication en situation de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Phases de la crise
 - 15.6.3. Messages: contenu et calendrier
- 15.7. Préparer un plan de crise
 - 15.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 15.7.2. Planification
 - 15.7.3. Adéquation du personnel

- 15.8. Intelligence émotionnelle
 - 15.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 15.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 15.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 15.9. *Branding* Personnel
 - 15.9.1. Stratégies pour développer le personal branding
 - 15.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 15.9.3. Outils de construction du personal branding
- 15.10. Leadership et gestion d'équipes
 - 15.10.1. Leadership et styles de leadership
 - 15.10.2. Capacités et défis des Leaders
 - 15.10.3. Gestion des Processus de Changement
 - 15.10.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles



*Une expérience de formation
unique, clé et décisive pour stimuler
votre développement professionnel”*

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 a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. 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 8 éléments didactiques différents 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 apprenez 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.





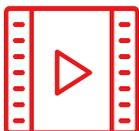
Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires 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.



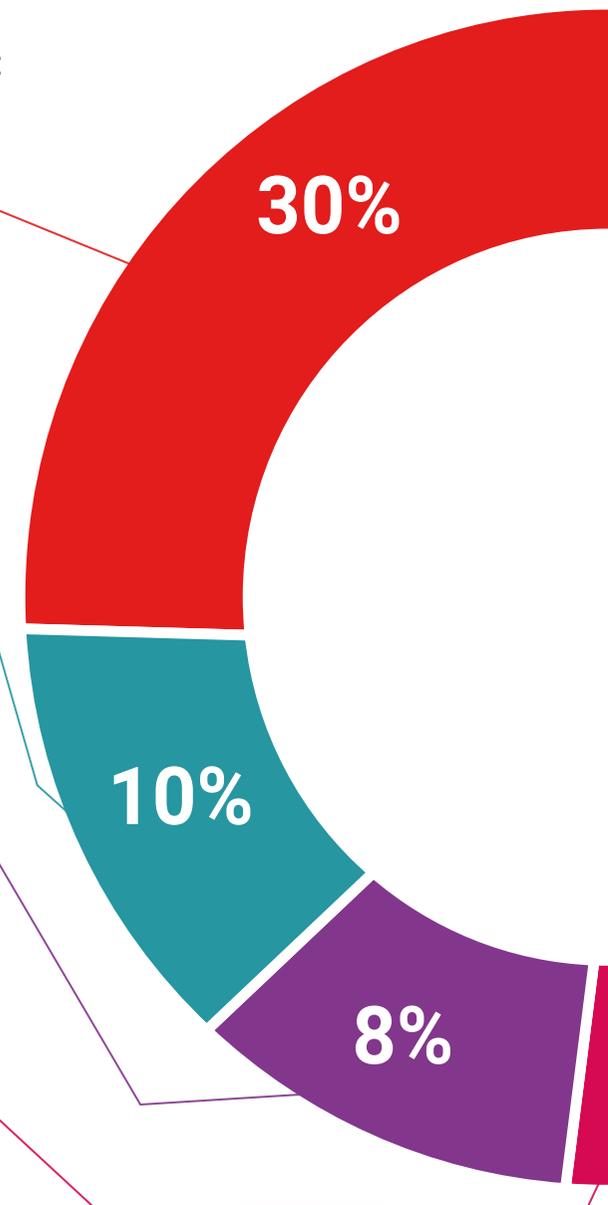
Pratiques en compétences et aptitudes

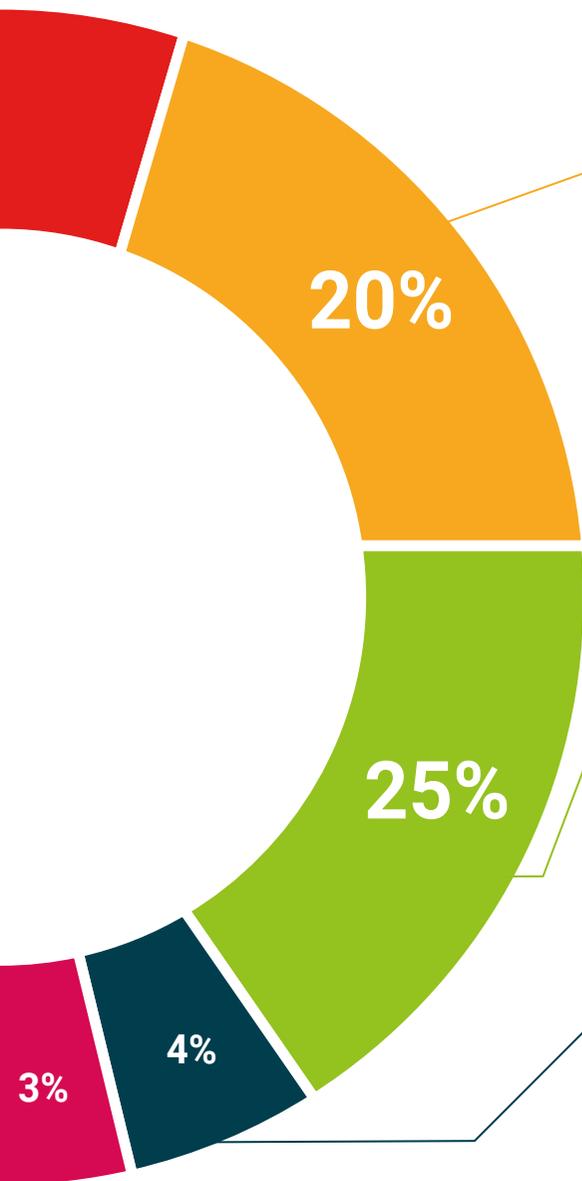
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 Gestion Industrielle 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 Gestion Industrielle** 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** délivrée 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 Gestion Industrielle**

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.

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



Mastère Spécialisé MBA en Gestion Industrielle

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

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion Industrielle

