

# Mastère Spécialisé

## MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo



## Mastère Spécialisé MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo

- » 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/jeux-video/master/master-mba-direction-entreprises-jeux-video](http://www.techtitute.com/fr/jeux-video/master/master-mba-direction-entreprises-jeux-video)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Compétences

---

*page 14*

04

Direction de la formation

---

*page 18*

05

Structure et contenu

---

*page 38*

06

Méthodologie

---

*page 52*

07

Diplôme

---

*page 60*

# 01

# Présentation

La gestion d'une entreprise dédiée au secteur des jeux vidéo implique diverses tâches et objectifs à atteindre. De nombreux facteurs doivent être pris en compte, tels que les techniques de marketing à utiliser, la connaissance de programmes spécifiques ou les compétences nécessaires pour diriger une équipe. C'est pourquoi ce programme vise à former les étudiants à ces tâches par le biais d'une méthodologie académique de pointe. Grâce à cela, l'étudiant acquerra des qualités précieuses et essentielles pour la gestion d'entreprises de jeux numériques ou vidéo.



“

*Ce Mastère Spécialisé vous offre le chemin de la réussite plus facile, grâce aux outils que vous acquerrez dans la direction générale des entreprises de jeux vidéo”*

Les entreprises qui se consacrent à la création de jeux vidéo sont en plein essor. Ce marché émergent compte de nombreux acquéreurs dans le monde entier et les demandes y sont donc de plus en plus nombreuses. La gestion de ce type d'entreprise nécessite de développer une série de compétences afin de permettre à l'entreprise de se développer vers le succès commercial.

C'est pourquoi être en charge de la gestion de l'entreprise est une responsabilité à la fois grande et imposante. En effet, il est important de connaître tous les tenants et aboutissants du secteur, d'étudier tous ces aspects et de les améliorer constamment afin d'obtenir des résultats finaux de qualité.

Ce MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo vise à servir de guide aux professionnels qui souhaitent développer une carrière dans la gestion d'entreprises impliquées dans le domaine des jeux vidéo. Grâce à un contenu clair et convaincant, vous acquerez les compétences nécessaires à l'accomplissement des tâches liées à votre position.

Ce programme, qui repose sur une méthodologie en ligne, est l'option idéale pour ceux qui souhaitent combiner leurs études avec leur travail ou leur vie personnelle. TECH applique à ce diplôme le *Relearning*, une technique d'apprentissage dont l'efficacité a été prouvée. Cela consiste à faire répéter par l'enseignant les concepts clés afin de développer un apprentissage continu.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'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
- ◆ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



*Devenez une référence dans l'un des secteurs les plus en pointe du moment*

“

*Les entreprises de jeux numériques et vidéo sont en plein essor en raison de la croissance rapide de la technologie. Rejoignez cette révolution en étudiant à TECH”*

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

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

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

*L'un des principaux objectifs de ce programme est de vous apprendre à gérer des entreprises prospères.*

*Grâce à notre méthodologie en ligne, vous pourrez organiser votre temps d'étude de manière pratique et efficace.*



# 02 Objectifs

L'objectif de ce MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo de TECH est de vous offrir les piliers fondamentaux de la direction stratégique de l'entreprise. Ce diplôme comporte un programme d'études avec tous les concepts clés pour comprendre et exécuter un plan stratégique, qui sert de référence pour une coordination et une exécution correctes du travail entre les membres de l'équipe. Ainsi, à l'issue de ce programme, le professionnel disposera des connaissances nécessaires pour développer son rôle dans ce domaine.







“

*Dirigez une équipe vers un même objectif: la réussite”*



## Objectifs généraux

---

- ◆ Élaborer des stratégies pour l'industrie
- ◆ Comprendre en profondeur et concevoir des projets de jeux vidéo
- ◆ Comprendre en profondeur les technologies émergentes et les innovations dans l'industrie
- ◆ Développer des stratégies orientées vers les jeux vidéo
- ◆ Maîtriser les domaines fonctionnels des entreprises du secteur des jeux vidéo
- ◆ Découvrir comment élaborer des stratégies de marketing et de vente
- ◆ Apprendre de manière complète comment créer des entreprises orientées vers le marché des jeux vidéo
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie de l'impact sur la gestion de projet et l'animation d'équipe





## Objectifs spécifiques

---

### **Module 1. Stratégie dans les entreprises numériques et les jeux vidéo**

- ◆ Comprendre le contexte et les composantes de la stratégie d'entreprise concernant l'industrie des jeux vidéo

### **Module 2. Direction des Entreprises de Jeux Vidéo**

- ◆ Apprendre en détail la structure de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'industrie et acquérir les compétences nécessaires à la gestion des différentes organisations du secteur

### **Module 3. Marketing Numérique et Transformation Numérique des Jeux Vidéo**

- ◆ Identifier et savoir développer toutes les disciplines et techniques de *Marketing Gaming* qui permettent de dynamiser les modèles économiques dans l'industrie du jeu vidéo

### **Module 4. Création d'une Entreprise de Jeux Vidéo**

- ◆ Disposer d'une large connaissance des principaux éléments pour la création d'entreprises pouvant se positionner sur le marché des jeux vidéo

### **Module 5. Gestion de projets**

- ◆ Connaître en détail le fonctionnement et la Gestion de Projets

### **Module 6. L'innovation**

- ◆ Étudier de manière approfondie les principaux éléments permettant de développer des solutions innovantes et viables pour différents services et produits liés aux jeux vidéo

### **Module 7. Direction financière**

- ◆ Identifier et reconnaître les aspects les plus critiques de la gestion économique et financière comme l'une des principales compétences en matière de gestion d'entreprise

### **Module 8. Gestion commerciale**

- ◆ Développer des compétences commerciales de haut niveau dans les principaux aspects afin d'accroître les capacités de vente et de développement des entreprises dans les sociétés du secteur

### **Module 9. Gestion des E-Sports**

- ◆ Connaître, apprendre et étudier en profondeur l'ensemble du sous-écosystème des *E-Sport*, ses principaux acteurs et ses modèles d'entreprise afin de pouvoir développer ce marché

### **Module 10. Leadership et gestion des talents**

- ◆ Acquérir des compétences et des aptitudes sur les nouvelles compétences requises pour diriger des modèles d'entreprise et des projets dans l'industrie du jeu vidéo

### **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

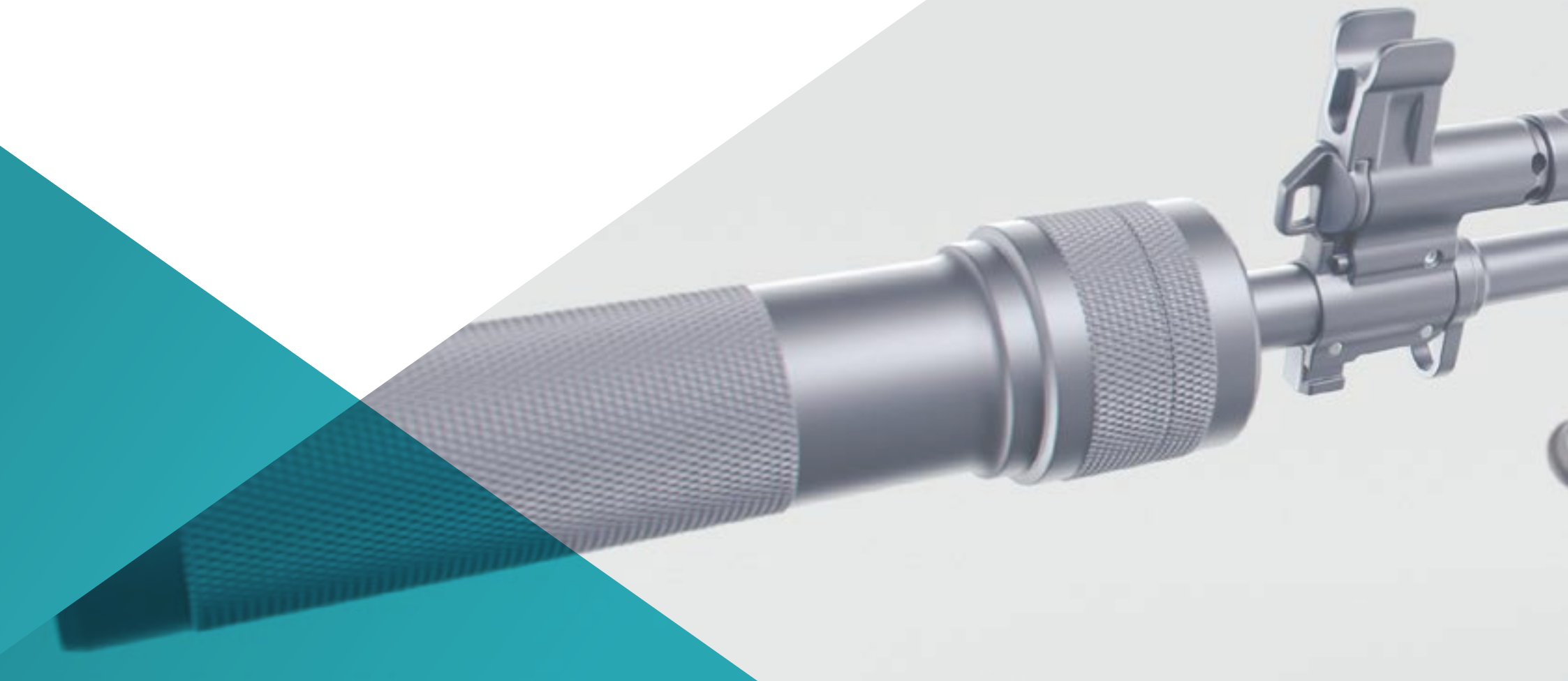
“

*Ces outils vous aideront et vous accompagneront tout au long de votre parcours pour atteindre vos objectifs”*

# 03

## Compétences

Toutes les compétences que les étudiants acquièrent au cours de leur processus d'apprentissage dans ce MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo seront grandement utiles à leur carrière future. Vous trouverez dans ce programme les réponses aux besoins des entreprises du secteur, et le détail des activités pour développer avec succès une fonction managériale au sein d'une entreprise dans le domaine du numérique.





“

*En acquérant plusieurs compétences telles que la compréhension de l'écosystème de l'industrie des jeux vidéo, vous comprendrez et apprendrez à exécuter un plan infallible pour un futur emploi au sein d'une entreprise dans ce domaine”*



## Compétences générales

---

- ◆ Développer des stratégies commerciales pour les entreprises de jeux numériques et vidéo
- ◆ Maîtriser les domaines de gestion des entreprises de jeux numériques et vidéo
- ◆ Apprendre en profondeur à concevoir des projets de jeux vidéo
- ◆ Connaître en détail l'écosystème de l'industrie du jeu vidéo
- ◆ Apprendre en détail les technologies au service des jeux vidéo, d'un point de vue commercial
- ◆ Comprendre l'impact des actions de Marketing et Sales
- ◆ Analyser la gestion financière et économique d'une entreprise de jeux vidéo
- ◆ Comprendre en détail les principaux aspects de la création d'entreprises de jeux vidéo
- ◆ Acquérir des normes élevées en matière de technologies émergentes et d'innovation dans l'industrie des jeux vidéo
- ◆ Acquérir les aptitudes et les compétences les plus complexes pour diriger des modèles d'entreprise et des projets dans le domaine des jeux vidéo



## Compétences spécifiques

---

- ◆ Connaître la portée stratégique des entreprises de jeux numériques et vidéo
- ◆ Analyser les aspects tels que le processus stratégique et la nécessité d'analyser les différentes variables nécessaires à la formulation stratégique
- ◆ Connaître les outils d'étude pour l'analyse du secteur des jeux vidéo, la position concurrentielle et l'environnement économique
- ◆ Justifier les objectifs et les fonctions de la gestion stratégique dans les entreprises de jeux numériques et vidéo
- ◆ Considérer les éléments qui composent la structure du secteur et la chaîne de valeur particulière
- ◆ Examiner les éléments de la chaîne de valeur des jeux vidéo
- ◆ Ajouter de la valeur dans des domaines tels que le commerce électronique
- ◆ Travailler sur les profils professionnels du secteur des jeux vidéo et des clubs professionnels dans les *E-Sports*
- ◆ Apprendre à concevoir un plan de Marketing Numérique
- ◆ Insister sur les disciplines d'acquisition de trafic et d'audience pour la distribution de messages commerciaux
- ◆ Travailler sur les techniques de *Display* et publicité programmatique
- ◆ Apprendre les disciplines de l'*Inbound Marketing* et *Account Based Marketing*
- ◆ Assimiler les processus de Marketing Numérique et les solutions actuelles pour leur automatisation
- ◆ Comprendre les besoins liés à la création d'une entreprise et à sa recherche de durabilité



- ◆ Examiner les éléments clés d'un plan d'entreprise et leurs besoins en matière d'investissement
- ◆ Étudier les rouages de la production de jeux vidéo et des opérations de post-commercialisation
- ◆ Analyser le fonctionnement des nouveaux modèles de distribution en ligne
- ◆ Acquérir des connaissances en matière de gestion de projet
- ◆ Comprendre les architectures des projets de jeux vidéo
- ◆ Travailler sur des études de cas concernant les phases de conception, de lancement et d'exécution des projets
- ◆ Découvrir comment intégrer la gestion de la publicité et du Marketing au sein d'un projet
- ◆ Examiner les éléments et les composantes nécessaires au praticien pour développer des capacités et des compétences innovantes
- ◆ Aborder et gérer les talents en tant qu'élément fondamental du capital d'une entreprise de jeux numériques et vidéo
- ◆ Travailler et donner un aperçu détaillé des modèles d'entreprise innovants qui sont développés dans l'industrie
- ◆ Connaître les aptitudes, les connaissances et les compétences en matière d'analyse économique financière
- ◆ Acquérir un niveau élevé de connaissances dans le domaine financier
- ◆ Travailler sur les aspects les plus pertinents du système financier
- ◆ Découvrir toutes les sections qui composent le système économique et financier d'une entreprise de jeux numériques et vidéo
- ◆ Acquérir des compétences commerciales
- ◆ Développer correctement des actions visant à commercialiser et à vendre des produits ou des services
- ◆ Pratiquer et apprendre le fonctionnement de la gestion des ventes et du Marketing afin d'appliquer les techniques les plus récentes
- ◆ Apprendre et comprendre la gestion d'événements, de championnats et de conventions dans les *E-Sports*
- ◆ Comprendre les deux entités les plus importantes dans les *E-Sports*: le joueur et le club
- ◆ Connaître en détail les différents modèles commerciaux qui peuvent être développés dans la gestion des *E-Sports*, ainsi que les aspects les plus pertinents dans l'organisation d'événements et de championnats ou la gestion du parrainage et de la publicité
- ◆ Élaborer des stratégies de vente de *Merchandising*
- ◆ Appliquer l' *Influencer Marketing* de manière rentable
- ◆ Acquérir des compétences et des aptitudes en matière de leadership
- ◆ Travailler sur les compétences en matière de gestion des talents par l'analyse et le développement des procédures de Ressources Humaines
- ◆ Connaître en détail les *Soft Skills*
- ◆ Développer un leadership pragmatique

# 04

## Direction de la formation

Ce programme dispose d'un corps enseignant hautement qualifié, pour permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances nécessaires au développement d'une direction des entreprises de jeux vidéo de qualité. Ils ont un parcours professionnel intéressant dans lequel ils ont accumulé de l'expérience, ce qui est extrêmement utile pour l'élaboration du matériel didactique de ce programme. L'étudiant a donc la garantie d'une grande qualité de la part des enseignants qui le guideront tout au long de son parcours académique.





“

*Apprenez avec les meilleurs professionnels les arcanes de la réussite d'une entreprise artistique et vidéoludique”*

## Directeur Invité International

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

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

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

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



## Mme Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Directeur Invité International

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

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

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



## M. Gauthier, Rick

---

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



*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 Ventés, la Distribution, le Marketing et les Opérations de la Chaîne d'Approvisionnement. Son équipe a récemment été récompensée pour son innovation constante dans l'utilisation de la nouvelle API de Walmart Luminare pour les insights sur les Acheteurs et les Canaux de distribution.

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



## M. Gram, Mick

---

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



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

## Directeur Invité International

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

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

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

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





## M. Stevenson, Scott

---

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

“

*Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde! Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage.*

## Directeur Invité International

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

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

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

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



## Dr Nyquist, Eric

---

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



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

## Direction



### M. Sánchez Mateos, Daniel

- Producteur de Jeux Vidéo et d'Applications Multi-Appareils
- Directeur des Opérations, du Développement des Affaires et de la R&D chez Gamera Nest
- Directeur du Programme PS Talents chez PlayStation Iberia
- Associé/Directeur de la Production, du Marketing et des Opérations chez ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- Associée / Directeur de la Production et des Opérations / Concepteur de produits chez DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT
- Directeur en ligne au sein du Département Marketing d'AURUM PRODUCCIONES
- Membre du Département Design et Licences de LA FACTORÍA DE IDEAS
- Assistant aux Opérations chez DISTRIMAGEN SL, Madrid (Espagne)
- Licence en Sciences de la Communication à l'Université Complutense de Madrid
- Master Officiel en Gestion, Marketing et Communication à l'Université Camilo José Cela, Madrid
- Master en Production Télévisuelle par l'IMEFE en collaboration avec l'Union Européenne

## Professeurs

### M. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- ◆ PDG et Fondateur de Fluzo Studios
- ◆ Directeur du Commerce et du Financement des projets de R&D chez Kaudal
- ◆ PDG de Défi Alzheimer
- ◆ PDG de Pyxel Arts
- ◆ Directeur des Produits et Services chez Arquimea Ingeniería
- ◆ Key Account Manager chez Cota Soluciones
- ◆ Directeur de la Qualité des Logiciels chez Recreativos Franco Gaming
- ◆ Directeur National des Technologies de l'Information au Crédit Agricole Cheuvreux
- ◆ Chef de projet ADSL et Consultant en déploiement chez Telefónica Espagne
- ◆ Technicien en Réseaux et Téléphonie à l'Université Carlos III de Madrid
- ◆ Ingénieur Technique Industriel: Électronique industrielle à l'université Carlos III de Madrid
- ◆ Master en Business Strategy and Corp. Communications à l'Université Roi Juan Carlos I
- ◆ Master en Intelligence Artificielle et Innovation de FOUNDERZ
- ◆ Master en Administration des Affaires par LUIS BUSINESS SCHOOL

### M. Ochoa Fernández, Carlos J.

- ◆ Spécialiste de l'Innovation Technologique, du Marketing Numérique et de l'Entrepreneuriat
- ◆ Fondateur et PDG de ONE Digital Consulting
- ◆ Directeur et Conseiller dans des entreprises telles que SIEMENS, Sagentia, Altran et Epron
- ◆ Expert Évaluateur de la Commission Européenne
- ◆ Évaluateur Indépendant pour Alberta Innovates (Canada)
- ◆ Mentor du Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique (FNS)
- ◆ Ingénieur Diplômé de l'Université Polytechnique de Madrid
- ◆ MBA International en Entrepreneuriat au Babson College

- ◆ Président du chapitre Madrid/Espagne de l'Association VR/AR
- ◆ Coprésident du Comité d'Éducation RV/AR
- ◆ Membre de: Immersive Learning, Groupe ICICLE X-Reality pour l'Amélioration de l'Apprentissage et des Performances et Metaverse Standards Forum

### M. García Fernández, Juan Carlos

- ◆ Concepteur et Producteur de Jeux Vidéo
- ◆ Producteur de Jeux Vidéo chez PlayStation Talents
- ◆ QA Tester de Jeux Electroniques chez PlayStation Talents
- ◆ Diplôme en Conception et Développement de Jeux Vidéo de l'Université de l'UDIT Parcours Académique

### M. Montero García, José Carlos

- ◆ Fondateur et Directeur Créatif de Red Mountain Games
- ◆ Représentant International de PlayStation Talents
- ◆ Directeur Créatif et Fondateur de TRT Labs, Berlin
- ◆ Lauréat du Prix ITB Berlin, grâce au projet TimeRiftTours
- ◆ Artiste 3D chez Telvent Global Services
- ◆ Artiste 3D chez Matchmind
- ◆ Artiste 3D chez Nectar Estudio
- ◆ Diplôme Supérieur d'Analyse et de Contrôle de l'Institut Polytechnique Monte de Conxo, Saint-Jacques-de-Compostelle
- ◆ Master CGMasterAcademy sur la Conception de jeux avec Emilia Schatz de Naughty Dog
- ◆ Master CGMasterAcademy sur la Création de Personnages pour les Jeux avec Epic Games
- ◆ Master en Imagerie 3D, Animation et Technologie Interactive, Trazos
- ◆ Master en Rendu avec Vray pour Infoarchitecture
- ◆ Master en Animation et Montage non Linéaire à la CICE Escuela de Nuevas Tecnologías

# 05

## Structure et contenu

Ce parcours dispose d'un programme conçu par les enseignants qui encadrent ce diplôme en tenant compte des exigences des entreprises. Ainsi, le plan d'études suit un programme dont le contenu offre les connaissances et les outils nécessaires à une vision globale des différents modes de gestion et des stratégies, en vue d'un développement optimal des tâches requises dans un emploi dans ce domaine. Dans tous les modules, l'étudiant acquerra les compétences qui doivent être appliquées dans la Direction des Entreprises de Jeux Vidéo.





“

*Ce Mastère Spécialisé suit un plan d'étude adapté pour vous permettre d'apprendre de manière efficace tout ce que vous avez besoin de savoir sur la Direction des Entreprises de Jeux Vidéo”*

## Module 1. Stratégie dans les entreprises numériques et les jeux vidéo

- 1.1. Entreprises Numériques et Jeux Vidéo
  - 1.1.1. Les composantes de la stratégie
  - 1.1.2. L'écosystème du numérique et du jeu vidéo
  - 1.1.3. Positionnement stratégique
- 1.2. Le processus stratégique
  - 1.2.1. Analyse stratégique
  - 1.2.2. Sélection des alternatives stratégiques
  - 1.2.3. Mise en œuvre de la stratégie
- 1.3. Analyse stratégique
  - 1.3.1. Interne
  - 1.3.2. Externe
  - 1.3.3. Matrice SWOT et CAME
- 1.4. Analyse sectorielle des jeux vidéo
  - 1.4.1. Modèle des 5 forces de Porter
  - 1.4.2. Analyse PESTEL
  - 1.4.3. Segmentation du secteur
- 1.5. Analyse de la position concurrentielle
  - 1.5.1. Créer et monétiser la valeur stratégique
  - 1.5.2. Recherche de niche vs. Segmentation du marché
  - 1.5.3. La durabilité du positionnement concurrentiel
- 1.6. Analyse de l'environnement économie
  - 1.6.1. La mondialisation et l'internationalisation
  - 1.6.2. Investissement et épargne
  - 1.6.3. Indicateurs de production, productivité et d'emploi
- 1.7. Direction stratégique
  - 1.7.1. Un cadre pour l'analyse de la stratégie
  - 1.7.2. Analyse de l'environnement, ressources et des capacités du secteur
  - 1.7.3. Mise en œuvre de la stratégie
- 1.8. Formulation de la stratégie
  - 1.8.1. Stratégies d'entreprise
  - 1.8.2. Stratégies génériques
  - 1.8.3. Stratégies pour les clients

- 1.9. Mise en œuvre de la stratégie
  - 1.9.1. Planification stratégique
  - 1.9.2. Communication et schéma de participation organisationnelle
  - 1.9.3. Gestion du changement
- 1.10. Les nouvelles entreprises stratégiques
  - 1.10.1. " Océan bleu "
  - 1.10.2. L'épuisement de l'amélioration incrémentale dans la courbe de valeur
  - 1.10.3. L'entreprise à coût marginal zéro

## Module 2. Direction des Entreprises de Jeux Vidéo

- 2.1. Secteur et chaîne de valeur
  - 2.1.1. Valeur dans le secteur du divertissement
  - 2.1.2. Éléments de la chaîne de valeur
  - 2.1.3. Relation entre chacun des éléments de la chaîne de valeur
- 2.2. Développeurs de jeux vidéo
  - 2.2.1. La proposition conceptuelle
  - 2.2.2. Conception créative et scénario du jeu vidéo
  - 2.2.3. Technologies applicables au développement de jeux vidéo
- 2.3. Fabricants de consoles
  - 2.3.1. Composants
  - 2.3.2. Typologie et fabricants
  - 2.3.3. Génération de consoles
- 2.4. *Publishers*
  - 2.4.1. Sélection
  - 2.4.2. Gestion du développement
  - 2.4.3. Création de produits et de services
- 2.5. Distributeurs
  - 2.5.1. Accords avec les distributeurs
  - 2.5.2. Modèles de distribution
  - 2.5.3. Logistique de distribution
- 2.6. Détaillants
  - 2.6.1. Détaillants
  - 2.6.2. Orientation et engagement des consommateurs
  - 2.6.3. Services de conseil



- 2.7. Fabricants d'accessoires
  - 2.7.1. Accessoires de *Gaming*
  - 2.7.2. Marché
  - 2.7.3. Tendances
- 2.8. Développeurs de *Middleware*
  - 2.8.1. *Middleware* dans l'industrie du jeu vidéo
  - 2.8.2. Développement de *Middleware*
  - 2.8.3. *Middleware*: typologie
- 2.9. Profils professionnels dans le secteur des jeux vidéo
  - 2.9.1. *Game Designers* et programmeurs
  - 2.9.2. Modélisateurs et texturistes
  - 2.9.3. Animateurs et illustrateurs
- 2.10. Clubs professionnels de *eSports*
  - 2.10.1. L'espace administratif
  - 2.10.2. Le domaine sportif
  - 2.10.3. Le domaine de la communication

### Module 3. Marketing Numérique et Transformation Numérique Jeux Vidéo

- 3.1. Stratégie du Marketing Numérique
  - 3.1.1. *Customer Centric*
  - 3.1.2. *Customer Journey* et *Funnel* de Marketing
  - 3.1.3. Design et création des médias digitaux
- 3.2. Actifs numériques
  - 3.2.1. Architecture et conception de sites web
  - 3.2.2. Expérience Utilisateur- CX
  - 3.2.3. *Mobile Marketing*
- 3.3. Médias numériques
  - 3.3.1. Stratégie et planification des médias
  - 3.3.2. *Display* et publicité programmatique
  - 3.3.3. Digital TV
- 3.4. *Search*
  - 3.4.1. Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie *Search*
  - 3.4.2. SEO
  - 3.4.3. SEM

- 3.5. *Social Media*
  - 3.5.1. Conception, planification et analyse d'une stratégie de *Social Media*
  - 3.5.2. Techniques de Marketing horizontal des médias sociaux
  - 3.5.3. Techniques de Marketing vertical des médias sociaux
- 3.6. Inbound Marketing
  - 3.6.1. *Funnel* du Inbound Marketing
  - 3.6.2. Production de *Content Marketing*
  - 3.6.3. Acquisition et gestion de *prospects*
- 3.7. *Account Based Marketing*
  - 3.7.1. Stratégie du Marketing B2B
  - 3.7.2. *Décisionnaire Maker* et carte de contact
  - 3.7.3. Plan de *Account Based Marketing*
- 3.8. *Email Marketing* et *Landing Pages*
  - 3.8.1. Caractéristiques du *Email Marketing*
  - 3.8.2. Créativité et *Landing Pages*
  - 3.8.3. Campagnes et actions de *Email Marketing*
- 3.9. Automatisation du Marketing
  - 3.9.1. *Marketing Automation*
  - 3.9.2. *Big Data* et AI appliqués au Marketing
  - 3.9.3. Principales solutions du *Marketing Automation*
- 3.10. Mesures, KPI et ROI
  - 3.10.1. Principaux indicateurs et KPI du Marketing Numérique
  - 3.10.2. Outils et solutions de mesure
  - 3.10.3. Calcul et suivi du ROI

## Module 4. Création d'une Entreprise de Jeux Vidéo

- 4.1. Entrepreneuriat
  - 4.1.1. Stratégie entrepreneuriale
  - 4.1.2. Le projet entrepreneurial
  - 4.1.3. Méthodologies agiles d'entrepreneuriat
- 4.2. Innovations technologiques dans les jeux vidéo
  - 4.2.1. Innovations dans les consoles et les périphériques
  - 4.2.2. Innovation en *Motion Capture y Live Dealer*
  - 4.2.3. Innovation dans les graphiques et les logiciels
- 4.3. Plan d'entreprise
  - 4.3.1. Segments et proposition de valeur
  - 4.3.2. Processus, ressources et alliances clés
  - 4.3.3. Relations avec les clients et canaux d'interaction
- 4.4. Investissement
  - 4.4.1. Investissement dans l'industrie du jeu vidéo
  - 4.4.2. Questions critiques pour l'acquisition d'investissements
  - 4.4.3. Financement de *Startups*
- 4.5. Finances
  - 4.5.1. Recettes et gains d'efficacité
  - 4.5.2. Dépenses opérationnelles et d'investissement
  - 4.5.3. Le compte de résultat et le bilan
- 4.6. Production de jeux vidéo
  - 4.6.1. Les outils de simulation de la production
  - 4.6.2. Gestion de la production programmée
  - 4.6.3. Gestion du contrôle de la production
- 4.7. Gestion des opérations
  - 4.7.1. Conception, localisation et maintenance
  - 4.7.2. Gestion de la qualité
  - 4.7.3. Gestion des stocks et de la chaîne d'approvisionnement
- 4.8. Nouveaux modèles de distribution en ligne
  - 4.8.1. Modèles de logistique en ligne
  - 4.8.2. Livraison directe en ligne et SaaS
  - 4.8.3. *Dropshipping*

- 4.9. Durabilité
  - 4.9.1. Création de valeur durable
  - 4.9.2. ESG (Environnement, Social et Gouvernance)
  - 4.9.3. La durabilité dans la stratégie
- 4.10. Aspects juridiques
  - 4.10.1. Propriété intellectuelle
  - 4.10.2. Propriété industrielle
  - 4.10.3. RGDP

## Module 5. Gestion de projets

- 5.1. Cycle de vie d'un projet de jeu vidéo
  - 5.1.1. Phase de conception et de préproduction
  - 5.1.2. Phase de production et phases finales
  - 5.1.3. Phase de post-production
- 5.2. Projets de jeux vidéo
  - 5.2.1. Genres
  - 5.2.2. *Serious Games*
  - 5.2.3. Sous-genres et nouveaux genres
- 5.3. Architecture d'un projet de jeux vidéo
  - 5.3.1. Architecture interne
  - 5.3.2. Relations entre les éléments
  - 5.3.3. Vision holistique du jeu vidéo
- 5.4. Jeux vidéo
  - 5.4.1. Aspects ludiques des jeux vidéo
  - 5.4.2. Conception des jeux vidéo
  - 5.4.3. Gamification
- 5.5. La technique des jeux vidéo
  - 5.5.1. Éléments internes
  - 5.5.2. Moteurs de jeux vidéo
  - 5.5.3. Influence de la technique et du Marketing sur la conception
- 5.6. Conception, lancement et exécution de projets
  - 5.6.1. Développement préliminaire
  - 5.6.2. Phases du développement des jeux vidéo
  - 5.6.3. Participation des consommateurs au développement

- 5.7. Gestion de l'organisation d'un projet de jeu vidéo
  - 5.7.1. L'équipe de développement et *Publisher*
  - 5.7.2. L'équipe d'exploitation
  - 5.7.3. Équipe de vente et Marketing
- 5.8. Manuels pour le développement de jeux vidéo
  - 5.8.1. Manuel de conception et de technique des jeux vidéo
  - 5.8.2. Manuel du développeur de jeux vidéo
  - 5.8.3. Manuel des exigences et des spécifications techniques
- 5.9. Édition et Marketing des jeux vidéo
  - 5.9.1. Préparation du *Kick Off* du jeu vidéo
  - 5.9.2. Canaux de communication numérique
  - 5.9.3. *Delivery*, progression et suivi du succès
- 5.10. Méthodologies agiles applicables aux projets de jeu vidéo
  - 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
  - 5.10.2. *Lean Startup*
  - 5.10.3. *Scrum development and sales*

## Module 6. Innovation

- 6.1. Stratégies et innovation
  - 6.1.1. L'innovation dans les jeux vidéo
  - 6.1.2. Gestion de l'innovation dans les jeux vidéo
  - 6.1.3. Modèles d'innovation
- 6.2. Talent innovant
  - 6.2.1. La mise en œuvre de la culture de l'innovation dans les organisations
  - 6.2.2. Talent
  - 6.2.3. Carte de la culture de l'innovation
- 6.3. Direction et gestion des talents dans l'économie numérique
  - 6.3.1. Cycle de vie des talents
  - 6.3.2. Recrutement - contraintes générationnelles
  - 6.3.3. Rétention: *Engagement*, fidélisation, évangélistes
- 6.4. Modèles d'entreprise dans l'innovation de jeux vidéo
  - 6.4.1. L'innovation dans les modèles d'entreprise
  - 6.4.2. Outils d'innovation commerciale
  - 6.4.3. *Navigateur de Modèle d'Entreprise*
- 6.5. Gestion des projets d'innovation
  - 6.5.1. Client et processus d'innovation
  - 6.5.2. Conception de la proposition de valeur
  - 6.5.3. Organisations exponentielles
- 6.6. Méthodologies agiles dans l'innovation
  - 6.6.1. Méthodologie *Design Thinking et Lean Startup*
  - 6.6.2. Modèles agiles de gestion de projet: Kanban y Scrum
  - 6.6.3. *Lean Canvas*
- 6.7. Gestion de Validation de l'Innovation
  - 6.7.1. Prototypage (PMV)
  - 6.7.2. Validation par le client
  - 6.7.3. Pivoter ou préserver
- 6.8. Innovation en matière de processus
  - 6.8.1. Possibilités d'innovation des processus
  - 6.8.2. *Time-to-Market*, réduction des tâches sans valeur ajoutée et élimination des défauts
  - 6.8.3. Outils méthodologiques pour l'innovation de procédé
- 6.9. Technologies perturbatrices
  - 6.9.1. Technologies d'hybridation physique - numérique
  - 6.9.2. Technologies de communication et traitement des données
  - 6.9.3. Technologies des applications de gestion
- 6.10. Retour sur investissement dans l'innovation
  - 6.10.1. Stratégies de monétisation des données et des actifs liés à l'innovation
  - 6.10.2. Le RSI de l'innovation Approche générale
  - 6.10.3. Les entonnoirs

## Module 7. La gestion financière

- 7.1. Comptabilité
  - 7.1.1. Comptabilité
  - 7.1.2. Comptes annuels et autres rapports
  - 7.1.3. Immobilisations corporelles, immeubles de placement et immobilisations incorporelles
- 7.2. La gestion financière
  - 7.2.1. Instruments financiers
  - 7.2.2. Financement des entreprises et gestion financière
  - 7.2.3. Finance pour les entrepreneurs
- 7.3. Analyse des états financiers
  - 7.3.1. Analyse des états financiers
  - 7.3.2. Analyse de la liquidité et de la solvabilité
  - 7.3.3. Gestion de la trésorerie
- 7.4. Opérations financières
  - 7.4.1. Transactions financières
  - 7.4.2. Gestion des investissements
  - 7.4.3. Critères de choix des investissements
- 7.5. Le système financier
  - 7.5.1. Le système financier
  - 7.5.2. Structure et fonctionnement du système financier
  - 7.5.3. Le marché des valeurs mobilières
- 7.6. Contrôle de gestion
  - 7.6.1. Contrôle de gestion
  - 7.6.2. Centres de responsabilité
  - 7.6.3. Systèmes de coûts
- 7.7. Contrôle budgétaire
  - 7.7.1. Le processus budgétaire
  - 7.7.2. L'organisation et la gestion budgétaires
  - 7.7.3. Contrôle budgétaire
- 7.8. Gestion de la Trésorerie
  - 7.8.1. *Cash Management* et budget de trésorerie
  - 7.8.2. Recouvrement des opérations commerciales



- 7.8.3. Paiement des opérations commerciales
- 7.9. Financement des entreprises
  - 7.9.1. Avantages, inconvénients et implications de l'endettement
  - 7.9.2. Choix de la structure du capital de l'entreprise
  - 7.9.3. Modifications de la structure du capital
- 7.10. Évaluation l'entreprise
  - 7.10.1. Méthodes comptables et valeur de l'entreprise
  - 7.10.2. Actifs et dettes
  - 7.10.3. Diagnostic de l'évaluation de l'entreprise et présentation aux investisseurs

## Module 8. Gestion commerciale

- 8.1. Modèles d'organisation commerciale
  - 8.1.1. Le service commercial
  - 8.1.2. Les outils du service commercial
  - 8.1.3. La force de vente
- 8.2. Les objectifs commerciaux
  - 8.2.1. La planification commerciale
  - 8.2.2. Prévision et budgétisation
  - 8.2.3. Budget commercial
- 8.3. Prévisions commerciales
  - 8.3.1. Rentabilité du service commercial
  - 8.3.2. Prévisions de ventes
  - 8.3.3. Contrôle de l'activité commerciale
- 8.4. Nouveaux modèles relationnels
  - 8.4.1. Le marketing dans les nouveaux modèles d'entreprise
  - 8.4.2. La personnalisation comme principal moteur de la relation client
  - 8.4.3. Le développement de l'expérience client
- 8.5. La vente consultative
  - 8.5.1. La psychologie de la vente
  - 8.5.2. Communication persuasive
  - 8.5.3. Introduction et évolution des méthodes de vente

- 8.6. Les méthodes de vente
  - 8.6.1. Vente au détail ou B2C
  - 8.6.2. Ventes externes B2B
  - 8.6.3. Ventes en ligne
- 8.7. *Digital Social Selling*
  - 8.7.1. *Social Selling*
  - 8.7.2. L'attitude sociale: la mise en réseau
  - 8.7.3. Le processus d'attraction d'un nouveau client à l'aide des *Social Media*
- 8.8. Méthodologies des *Digital Sales*
  - 8.8.1. Principales méthodologies Agile dans le domaine de la *Digital Sales*
  - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling*
  - 8.8.3. *Inbound Sales B2B et Account Based Marketing*
- 8.9. Soutien au Marketing dans le domaine commercial
  - 8.9.1. Gestion du Marketing
  - 8.9.2. La valeur du Marketing digital (B2C/B2B)
  - 8.9.3. Gestion du mix marketing dans le domaine commercial
- 8.10. Organisation et planification du travail du vendeur
  - 8.10.1. Zones de vente
  - 8.10.2. Gestion du temps et des réunions
  - 8.10.3. Analyse et prise de décision

## Module 9. Gestion des *E-Sports*

- 9.1. L'industrie des *E-Sports*
  - 9.1.1. *E-Sports*
  - 9.1.2. Acteurs de l'industrie des *E-Sports*
  - 9.1.3. Le modèle d'entreprise et le marché des *E-Sports*
- 9.2. La gestion des clubs de *E-Sports*
  - 9.2.1. L'importance des clubs des *E-Sports*
  - 9.2.2. Création de clubs
  - 9.2.3. Administratifs et gestion des clubs de *E-Sports*
- 9.3. La relation *e-Gamers*
  - 9.3.1. Le rôle du joueurs
  - 9.3.2. Aptitudes et compétences du joueur
  - 9.3.3. Les joueurs en tant qu'ambassadeurs de la marque

- 9.4. Compétitions et événements
  - 9.4.1. Le *Delivery* dans les *E-Sports*: compétitions et événements
  - 9.4.2. Gestion d'événements et championnats
  - 9.4.3. Les principaux championnats mondiaux
- 9.5. Gestion du sponsoring dans les *E-Sports*
  - 9.5.1. Gestion du parrainage dans les *E-Sports*
  - 9.5.2. Types de parrainage dans les *E-Sports*
  - 9.5.3. L'accord de parrainage des *eSports*
- 9.6. La gestion de la publicité des *E-Sports*
  - 9.6.1. *Advergaming*: nouveau format publicitaire
  - 9.6.2. Le *Branded Content* en *E-Sports*
  - 9.6.3. Les *eSports* en tant que stratégie de communication
- 9.7. Marketing en Gestion des *E-Sports*
  - 9.7.1. La gestion du *Owned Media*
  - 9.7.2. La gestion du *Paid Media*
  - 9.7.3. Focus sur les *Social Media*
- 9.8. *Influencer Marketing*
  - 9.8.1. *Marketing Influencer*
  - 9.8.2. La gestion de l'audience et son impact dans les *E-Sports*
  - 9.8.3. Modèles d'affaires de l' *Influencer Marketing*
- 9.9. *Merchant*
  - 9.9.1. La vente de services et de produits associés
  - 9.9.2. Le *Merchandising*
  - 9.9.3. Commerce électronique et *Marketplaces*
- 9.10. Mesures et KPI des *eSports*
  - 9.10.1. Métriques
  - 9.10.2. KPI de progrès et de réussite
  - 9.10.3. Carte stratégique des objectifs et indicateurs

## Module 10. Leadership et gestion des talents

- 10.1. Entreprises, organisation et ressources humaines
  - 10.1.1. Organisation et structure organisationnelle
  - 10.1.2. Direction stratégique
  - 10.1.3. Analyse et organisation du travail
- 10.2. Gestion des ressources humaines dans l'entreprise
  - 10.2.1. Organisation des ressources humaines
  - 10.2.2. Canaux de recrutement
  - 10.2.3. Candidatures dans le secteur des jeux vidéo
- 10.3. Leadership personnel et professionnel
  - 10.3.1. Leaders et processus de leadership
  - 10.3.2. L'autorité de communication
  - 10.3.3. Négocier avec le succès et l'échec
- 10.4. Gestion des connaissances et des talents
  - 10.4.1. Gestion stratégique des talents
  - 10.4.2. Technologies appliquées à la gestion des ressources humaines
  - 10.4.3. Modèles d'innovation en matière de ressources humaines
- 10.5. La gestion des connaissances, clé de la croissance des entreprises
  - 10.5.1. Objectifs généraux de la gestion des connaissances
  - 10.5.2. Structure des systèmes et des flux de gestion des connaissances
  - 10.5.3. Processus de gestion des connaissances
- 10.6. Coaching et *Mentoring*
  - 10.6.1. PNL
  - 10.6.2. Coaching et *Mentoring*
  - 10.6.3. Processus
- 10.7. Nouvelles formes de leadership dans les environnements VUCA
  - 10.7.1. Gestion individuelle du changement
  - 10.7.2. Gestion du changement organisationnel
  - 10.7.3. Outils
- 10.8. Gestion de la diversité
  - 10.8.1. L'intégration des nouvelles générations dans le leadership
  - 10.8.2. Le leadership féminin
  - 10.8.3. Gestion du multiculturalism

- 10.9. Leader Coah
  - 10.9.1. Les compétences du Leader Coah
  - 10.9.2. Feedback y *Feedforward*
  - 10.9.3. Reconnaissance
- 10.10. Adaptation aux nouvelles technologies
  - 10.10.1. Attitude
  - 10.10.2. Connaissances
  - 10.10.3. Sécurité

## Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.1. Mondialisation et Gouvernance
  - 11.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'Entreprise
  - 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
  - 11.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 11.2. Leadership
  - 11.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
  - 11.2.2. Leadership dans l'entreprise
  - 11.2.3. L'importance du dirigeant dans la gestion d'entreprise
- 11.3. *Cross Cultural Management*
  - 11.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
  - 11.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
  - 11.3.3. Gestion de la Diversité

- 11.4. Développement de la gestion et le leadership
  - 11.4.1. Concept de développement de la gestion
  - 11.4.2. Le concept de Leadership
  - 11.4.3. Théories du Leadership
  - 11.4.4. Styles de Leadership
  - 11.4.5. L'intelligence dans le Leadership
  - 11.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 11.5. Éthique des affaires
  - 11.5.1. Éthique et Morale
  - 11.5.2. Éthique des Affaires
  - 11.5.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 11.6. 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. Motivation
  - 12.5.1. La nature de la motivation
  - 12.5.2. La théorie de l'espérance
  - 12.5.3. Théories des besoins
  - 12.5.4. Motivation et compensation économique
- 12.6. Développer des équipes performantes
  - 12.6.1. Équipes performantes: équipes autogérées
  - 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.7. Gestion du changement
  - 12.7.1. Gestion du changement
  - 12.7.2. Types de processus de gestion des changements
  - 12.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement



- 12.8. Négociation et gestion des conflits
  - 12.8.1. Négociation
  - 12.8.2. Gestion des Conflits
  - 12.8.3. Gestion de Crise
- 12.9. La communication managériale
  - 12.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
  - 12.9.2. Département de communication
  - 12.9.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
  - 12.10.1. Productivité
  - 12.10.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

### Module 13. Gestion Économique et Financière

- 13.1. Environnement Économique
  - 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
  - 13.1.2. Institutions financières
  - 13.1.3. Marchés financiers
  - 13.1.4. Actifs financiers
  - 13.1.5. Autres entités du secteur financier
- 13.2. 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. Direction Financière
  - 13.3.1. Les décisions financières de l'entreprise
  - 13.3.2. Département financier
  - 13.3.3. Les excédents de trésorerie
  - 13.3.4. Les risques liés à la gestion financière
  - 13.3.5. Gestion des risques liés à la gestion financière

- 13.4. Planification Financière
  - 13.4.1. Définition de la planification financière
  - 13.4.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
  - 13.4.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
  - 13.4.4. Le schéma *Cash Flow*
  - 13.4.5. Le tableau des fonds de roulement
- 13.5. Stratégie Financière de l'Entreprise
  - 13.5.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
  - 13.5.2. Produits de financement des entreprises
- 13.6. Financement Stratégique
  - 13.6.1. Autofinancement
  - 13.6.2. Augmentation des fonds propres
  - 13.6.3. Ressources Hybrides
  - 13.6.4. Financement par des intermédiaires
- 13.7. Analyses et résolution de problèmes
  - 13.7.1. 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. Gestion des campagnes numériques
  - 14.4.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique ?
  - 14.4.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
  - 14.4.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 14.5. Stratégie de vente
  - 14.5.1. Stratégie de vente
  - 14.5.2. Méthodes de vente
- 14.6. Communication d'Entreprise
  - 14.6.1. Concept
  - 14.6.2. Importance de la communication dans l'organisation
  - 14.6.3. Type de communication dans l'organisation
  - 14.6.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
  - 14.6.5. Éléments de communication
  - 14.6.6. Problèmes de communication
  - 14.6.7. Scénarios de communication
- 14.7. Communication et réputation numérique
  - 14.7.1. Réputation en ligne
  - 14.7.2. Comment mesurer la réputation numérique ?
  - 14.7.3. Outils de réputation en ligne
  - 14.7.4. Rapport sur la réputation en ligne
  - 14.7.5. *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. Discours et formation de porte-parole
  - 15.3.1. Communication interpersonnelle
  - 15.3.2. Compétences communicatives et l'influence
  - 15.3.3. Obstacles à la communication
- 15.4. Outils de communication personnels et organisationnels
  - 15.4.1. Communication interpersonnelle
  - 15.4.2. Outils de communication interpersonnelle
  - 15.4.3. La communication dans l'organisation
  - 15.4.4. Outils dans l'organisation
- 15.5. La communication en situation de crise
  - 15.5.1. Crise
  - 15.5.2. Phases de la crise
  - 15.5.3. Messages: contenu et calendrier
- 15.6. Préparer un plan de crise
  - 15.6.1. Analyse des problèmes potentiels
  - 15.6.2. Planification
  - 15.6.3. Adéquation du personnel
- 15.7. Intelligence émotionnelle
  - 15.7.1. Intelligence émotionnelle et communication
  - 15.7.2. Affirmation, empathie et écoute active
  - 15.7.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 15.8. *Branding* Personnel
  - 15.8.1. Stratégies pour développer le personal branding
  - 15.8.2. Les lois de l'image de marque personnelle
  - 15.8.3. Outils de construction du personal branding
- 15.9. Leadership et gestion d'équipes
  - 15.9.1. Leadership et styles de leadership
  - 15.9.2. Capacités et défis des leaders
  - 15.9.3. Gestion des Processus de Changement
  - 15.9.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles



*Un programme complet qui contient tout le nécessaire pour se positionner parmi les meilleures entreprises du secteur”*

# 06 Méthodologie

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

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





“

*Découvrez le Relearning, un système qui abandonne 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 nécessitent une mémorisation"*

## À TECH, nous utilisons la méthode des cas

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

“

*Avec TECH, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer 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 le biais d'activités collaboratives et de 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 du cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Pendant 4 ans, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos 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 apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est actuellement université hispanophone à posséder la licence l'autorisant à utiliser la méthode d'apprentissage Relearning. 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 il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique. Grâce à cette méthodologie, nous avons formé plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent et ce dans toutes les spécialités aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en matière de gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. 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 plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des 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 façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Dans ce programme, vous aurez accès aux meilleurs supports pédagogiques élaborés spécialement pour vous:



### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation 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, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



### Cours magistraux

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

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et génère de la confiance pour les futures décisions difficiles.



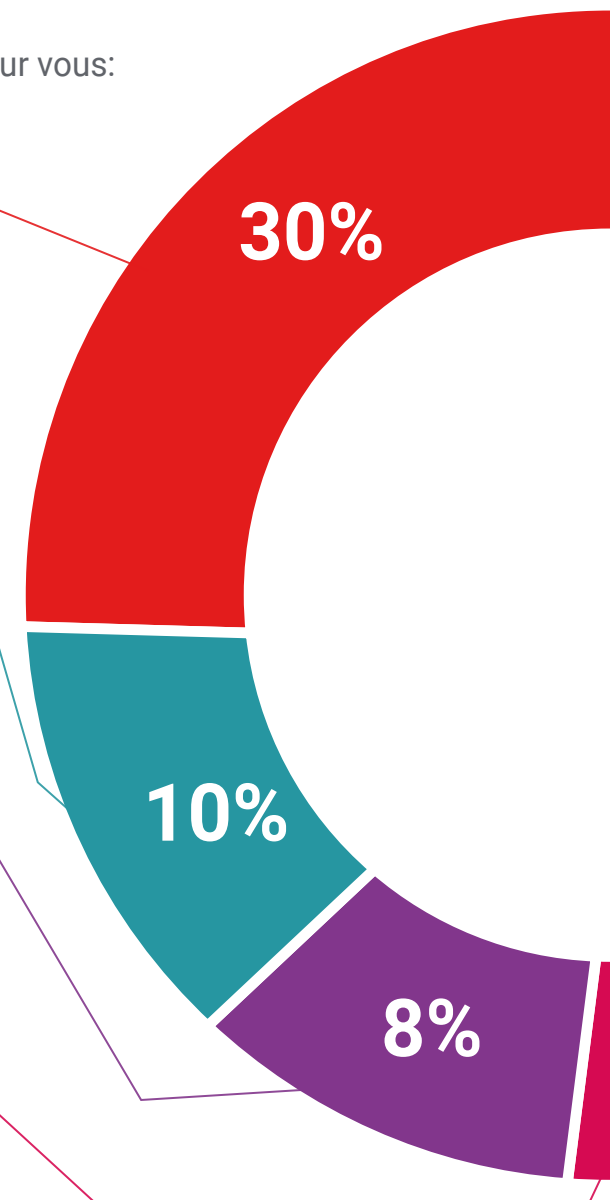
### Pratique des aptitudes et des compétences

Vous réaliserez des activités de développement des compétences et des compétences spécifiques dans chaque domaine thématique. 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.



### Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux et autres supports. 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**

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances. Ce système unique de formation à la présentation de contenus multimédias a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



**Testing & Retesting**

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation: vous pouvez ainsi constater vos avancées et savoir si vous avez atteint vos objectifs.



# 07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

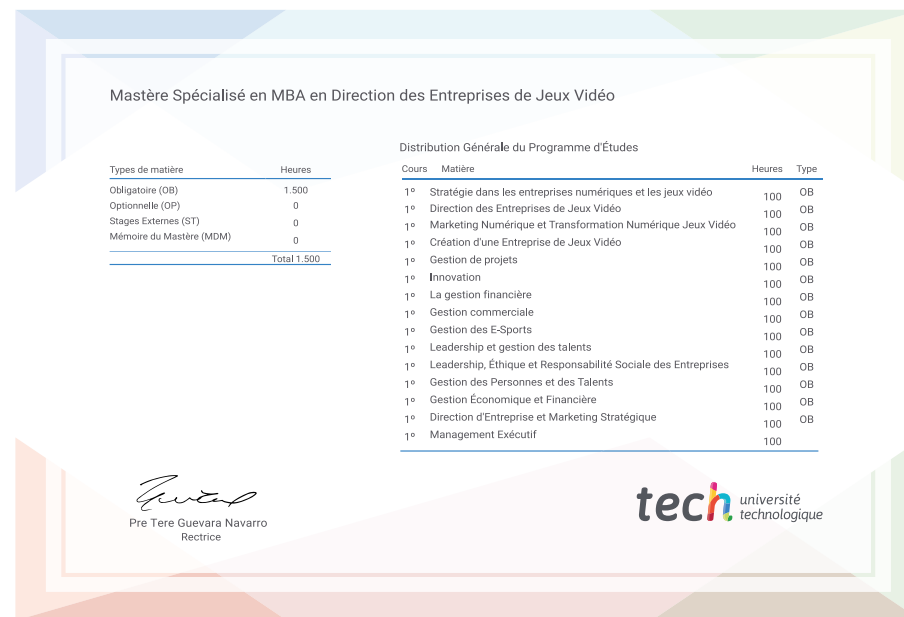
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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 Direction des Entreprises de Jeux Vidéo**

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

**tech** université  
technologique

**Mastère Spécialisé**  
MBA en Direction des  
Entreprises de Jeux Vidéo

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

# Mastère Spécialisé

## MBA en Direction des Entreprises de Jeux Vidéo

