

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Entités Sportives

Approuvé par la NBA



tech université
technologique



Mastère Spécialisé MBA en Gestion des Entités Sportives

- » 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/kinesitherapie/master/master-mba-gestion-entites-sportives

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 42

06

Méthodologie

page 50

07

Diplôme

page 58

01

Présentation

Le sport est devenu un pilier fondamental de la société moderne. C'est pourquoi d'innombrables organisations sportives ont besoin de managers qualifiés pour faire face à tous les défis et à toutes les éventualités dans ce domaine. Dans cette optique, le programme conçu pour cette matière permettra aux sportifs de se former au management d'élite, en tirant parti des connaissances dans le domaine juridico-sportif, du développement des compétences en matière de communication et de leadership et, bien entendu, de tout ce qui a trait à l'organisation et à la planification de grands événements. Au fil des mois, le professionnel acquerra les connaissances générales de la Gestion des Entités Sportives afin de pouvoir les appliquer dans ce secteur global et intéressant, et ce de manière flexible grâce au mode en ligne.



“

*Atteindre un niveau d'excellence en tant
que professionnel du sport en siégeant
dans un conseil d'administration"*

Le sport est une discipline transversale qui s'est développée au niveau international ces dernières années, devenant un secteur économique ayant un impact majeur sur le PIB. Par conséquent, le professionnel du sport immergé dans cet environnement doit posséder des connaissances en gestion qui l'aideront à améliorer son profil professionnel. Il doit également connaître tous les domaines qui ont un impact sur le sport, tels que la finance, le droit, le marketing, la communication, les événements et les nouvelles tendances.

Ce programme, spécialement conçu pour répondre aux besoins des entraîneurs, des athlètes et des professionnels liés au monde du sport qui souhaitent apporter une vision nouvelle et innovante à la gestion d'une organisation sportive. C'est pourquoi chaque module fournira à l'étudiant un contenu théorique approfondi et de grande qualité. Chaque sujet est conçu pour construire une connaissance logique et ordonnée pour l'étudiant pour une meilleure compréhension et assimilation du contenu afin d'appliquer une Gestion des Entités Sportives réussie à un niveau pratique.

L'une des caractéristiques qui différencie ce programme des autres est la relation entre les différents sujets des modules au niveau théorique, mais surtout au niveau pratique, afin que l'étudiant obtienne des exemples réels de la Gestion des Entités Sportives, et du monde professionnel du sport, afin que l'étudiant puisse construire ses connaissances de la manière la plus complète.

En outre, il est composé d'un contenu très complet, afin de disposer d'informations pertinentes dans ce domaine. Les étudiants auront une vue d'ensemble de l'environnement sportif et une connaissance des domaines de la Gestion des Entités Sportives: financier, stratégique, événementiel, marketing, communication, sans oublier les compétences de base en gestion appliquées au sport. En outre, les diplômés auront accès à une série exclusive de 10 *Masterclasses* complémentaires, données par un conférencier de renommée internationale, véritable spécialiste de la Gestion des Associations des Entreprises dans le domaine du sport.

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

- ♦ Le développement de nombreuses études de cas présentées par des spécialistes de la Gestion des Entités Sportives
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique est destiné à fournir des informations disciplines médicales indispensables à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Le système d'apprentissage interactif, basé sur des algorithmes, pour la prise de décision
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en matière de formation personnelle
- ♦ 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



Vous aurez accès à un ensemble unique de 10 Masterclasses supplémentaires, conçues par un expert de renommée internationale en matière de Gestion des Associations Sportives"

“

Ce Mastère Spécialisé est le meilleur investissement que vous puissiez faire dans le choix d'un programme de remise à niveau pour deux raisons: en plus d'actualiser vos connaissances en tant qu'entraîneur personnel, vous obtiendrez un diplôme de Mastère Spécialisé de TECH Université Technologique"

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine des sciences du sport, qui apportent leur expérience professionnelle, à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus par des sociétés de référence et des universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, élaboré avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira une spécialisation immersive programmée pour 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 cela, le professionnel aura l'aide d'un système innovant de vidéos interactives réalisées par des experts renommés en Gestion des Entités Sportives avec une grande expérience.

Ce Mastère Spécialisé vous permet de vous exercer dans des environnements simulés, qui offrent un apprentissage immersif programmé pour une formation en situation réelle.

Ce Mastère Spécialisé 100% en ligne vous permettra de combiner vos études avec votre travail professionnel tout en augmentant vos connaissances dans ce domaine.



02 Objectifs

TECH est toujours à la pointe du monde académique, c'est pourquoi ses programmes sont conçus pour répondre aux objectifs professionnels de ses étudiants. Par conséquent, le MBA en Gestion des Entités Sportives cherche à développer l'apprentissage théorique et pratique, afin que le professionnel du sport maîtrise les différents acteurs qui font partie de cette discipline dans tous ses domaines, à la recherche d'un Directeur Sportif de la plus haute qualité. Dans cette optique, le futur diplômé dispose d'une série d'objectifs spécifiques et généraux qui le guideront à tout moment.





“

Notre objectif est d'atteindre l'excellence académique et de vous aider à réussir professionnellement. N'hésitez plus et rejoignez-nous”



Objectifs généraux

- ♦ Fournir des connaissances sur l'environnement et le marché du sport
- ♦ Former des professionnels prêts à travailler dans l'industrie du sport
- ♦ Pour devenir un manager sportif performant
- ♦ Former des cadres, des dirigeants et de futurs cadres d'entités sportives
- ♦ Connaître le marché international, avec les expériences pratiques des professionnels qui font partie du corps enseignant
- ♦ Comprendre que le sport est un secteur économique et commercial différent de tout autre secteur, ayant ses spécificités et ses particularités



Objectifs spécifiques

Module 1. Introduction au droit et à la gestion du sport

- ♦ Obtention d'une base légale pour le secteur du sport
- ♦ Définir les règles juridiques les plus importantes en matière de gestion du sport
- ♦ Élaborer des critères fondés sur les lois en vigueur dans l'organisme sportif

Module 2. Structure organisationnelle du sport international

- ♦ Comprendre l'écosystème sportif international
- ♦ Comprendre les différents acteurs impliqués dans le sport au niveau international
- ♦ Identifier les principaux piliers sportifs au sein des grandes instances sportives

Module 3. Relations de travail dans le sport

- ♦ Comprendre les relations de travail dans le monde du sport
- ♦ Identifier les connexions et les différents canaux au sein du sport
- ♦ Reconnaître les alliés sportifs qui cherchent à bénéficier au monde du sport

Module 4. La planification stratégique dans les organisations sportives

- ♦ Apprendre la stratégie dans le sport
- ♦ Identifier une voie de suivi pour l'organisation sportive
- ♦ Structurer et planifier stratégiquement la croissance des organisations sportives

Module 5. Gestion financière et aspects fiscaux dans le sport

- ♦ Identifier les principaux aspects fiscaux du sport
- ♦ Reconnaître les plans financiers les plus efficaces pour la croissance du sport
- ♦ Prendre une position financière sur l'organisme sportif

Module 6. Marketing et communication dans le sport

- ♦ Acquérir une connaissance du marketing sportif et de la création et du développement d'un plan de marketing
- ♦ Reconnaître les principaux moyens de promouvoir le sport
- ♦ Créer des itinéraires et communiquer avec les agents sportifs et les médias pour promouvoir le sport

Module 7. Organisation d'événements sportifs

- ♦ Comprendre l'importance de la communication dans le sport
- ♦ Connaître les démarches et les étapes de l'organisation d'un événement sportif
- ♦ Identifier la planification correcte d'un événement
- ♦ Rechercher les événements les plus importants dans le monde du sport et analyser leur déroulement

Module 8. Nouvelles tendances dans le sport: *Big data & sports*

- ♦ Comprendre les nouvelles formes du sport business et les techniques les plus innovantes
- ♦ Analyser les résultats et s'appropriier les nouvelles technologies
- ♦ Identifier les nouvelles tendances dans le monde du sport, ainsi que les développements dans le domaine de la technologie

Module 9. Leadership et gestion des personnes dans le sport

- ♦ Éveiller l'intérêt pour l'innovation et les nouvelles tendances dans la Gestion des Entités Sportives
- ♦ Renforcer les compétences de leadership au sein d'une entité sportive et apprendre à gérer correctement les personnes dans ce secteur

Module 10. 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 11. 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 12. 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 13. 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 14. 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





“

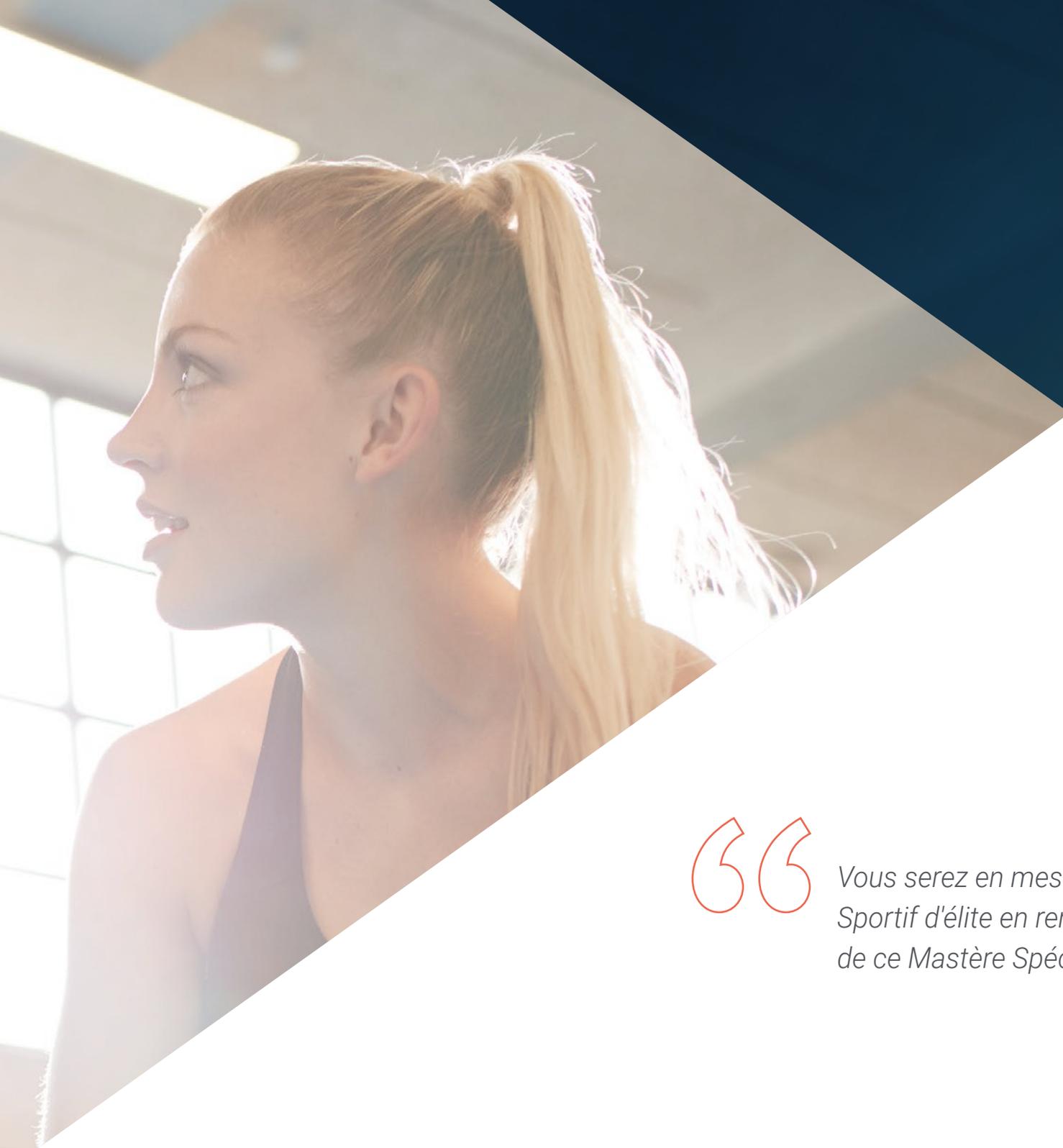
Le domaine du sport a besoin de professionnels formés et nous vous donnons les clés pour vous placer dans l'élite professionnelle”

03

Compétences

Après avoir passé les évaluations du MBA en Gestion des Entités Sportives, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante. Vous obtenez ainsi un programme qui combine le meilleur de l'expérience d'un excellent corps enseignant et le contenu le plus actuel du marché.





“

Vous serez en mesure de devenir un Directeur Sportif d'élite en remplissant les compétences de ce Mastère Spécialisé"



Compétences générales

- ♦ Acquérir des connaissances fondées sur les preuves scientifiques les plus récentes et totalement applicables dans le domaine pratique
- ♦ Maîtriser toutes les méthodes les plus avancées en matière de Gestion des Entités Sportives

“

Renforcez vos compétences grâce à notre formation de qualité et donnez un coup de pouce à votre carrière”





Compétences spécifiques

- ♦ Connaître le marché international, avec les expériences pratiques des professionnels qui font partie du corps enseignant
- ♦ Avoir un aperçu de la juridiction sportive
- ♦ Comprendre l'écosystème sportif international
- ♦ Utiliser les compétences de leadership au sein d'une entité sportive et savoir comment gérer correctement les personnes dans ce secteur



04

Direction de la formation

Le sport est une discipline transversale qui, ces dernières années, s'est développée au niveau international, devenant un secteur économique ayant un impact majeur sur le PIB. L'équipe enseignante, experte en Gestion des Entités Sportives, jouit d'un grand prestige dans la profession et ce sont des professionnels avec des années d'expérience dans l'enseignement qui se sont réunis pour aider les futurs diplômés à donner un coup de pouce à leur profession. À cette fin, ils ont élaboré ce Mastère Spécialisé avec les dernières mises à jour dans le domaine qui vous permettront de vous former et d'accroître vos compétences dans ce secteur.





“

*Apprenez des meilleurs
professionnels et devenez
un professionnel accompli”*

Directeur Invité International

Brad Burlingame est un professionnel exceptionnel dont la carrière est bien établie dans le domaine du sport, où il s'est illustré au niveau international. Avec plus de 15 ans d'expérience dans la **gestion de partenariats d'entreprise**, il s'est révélé être un leader exceptionnel dans la **génération de revenus** grâce à des stratégies innovantes et à la création d'**alliances stratégiques**.

À ce titre, il a été **Directeur des Ventes de Parrainage** pour le **Dallas Cowboys Football Club**, l'une des organisations sportives les plus prestigieuses au monde. Durant sa carrière, il a dirigé des équipes chargées de dépasser les **objectifs financiers**, faisant du club le leader incontesté des **recettes de sponsoring** de la **National Football League (NFL)**. En effet, sa capacité à tirer pleinement parti des droits de **propriété intellectuelle**, du vaste réseau de **télévision** et de **radio** de l'équipe, ainsi que des **plateformes numériques et sociales**, a joué un rôle déterminant dans le maintien de la position de leader du club sur le marché.

Il a également été **Directeur des Alliances avec les Entreprises** au sein de l'équipe de basket-ball **Miami Heat**, ainsi que **Directeur des Ventes** au **Palace Sports & Entertainment**, accumulant ainsi une vaste expérience dans l'industrie du **sport professionnel**. À cet égard, sa capacité à développer des idées novatrices qui stimulent les **activités des sponsors**, ainsi que son souci de **diriger des équipes** axées sur les résultats, l'ont positionné comme un personnage clé dans les **ventes mondiales** de produits sportifs.



M. Burlingame, Brad

- Directeur des Ventes de Sponsoring au Dallas Cowboys Football Club, Texas, États-Unis
- Directeur des Alliances avec les Entreprises au Miami Heat, Floride
- Directeur des Ventes chez Palace Sports & Entertainment, Michigan
- Licence en Marketing et Commerce de l'Eastern Michigan University

“

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

Directrice Invitée Internationale

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

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

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

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



Mme Dove, Jennifer

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

“

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



Mme Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Avocate Spécialisée dans le Sport et Fondatrice et Associée de Bellver Sports - Legal Boutique
- ♦ Fondatrice et Présidente Plateforme Leadership Woman Football
- ♦ Membre fondatrice et présidente de l'Association de Droit Sportif de Madrid
- ♦ Coordinatrice de l'Association internationale WISLaw – *Women in Sports Law*, en Espagne
- ♦ Membre fondatrice de l'Association Espagnole pour la Qualité Éthique dans le Sport
- ♦ Licence en Droit avec spécialité dans l'Union Européenne à l'Université CEU San Pablo
- ♦ Master en *International Relations* de l'Université CEU San Pablo de Madrid
- ♦ Master en Fiscalité des Entreprises par ICADE
- ♦ Master en Droit Sportif de l'Université de Lleida
- ♦ Prix Miki Roqué "La paix par le Sport" pour son travail associatif, de formation et d'amélioration du secteur sportif, notamment sur les questions de genre et la défense des femmes dans le sport
- ♦ Certifiée par la FIFA dans le cadre de son Programme Women's Leadership in Football (*FIFA Female Leadership Development Programme*)
- ♦ Figurant dans la prestigieuse liste internationale *Who's Who Legal (WWL: Sports & Entertainment)*, comme l'une des avocates de premier plan dans le secteur du Droit du Sport



Professeurs

Dr Rubio, Francisco

- ♦ Juge suppléant à l'Audiencia Provincial de Badajoz
- ♦ Enseignant dans diverses institutions universitaires pour les matières relatives au Droit du Travail et à la Sécurité Sociale
- ♦ Médiateur Tribunal Arbitral du Sport (TAS/CAS)
- ♦ Arbitre au Comité d'Experts de l'Association Européenne d'Arbitrage pour l'Industrie du Sport et du Divertissement
- ♦ Consultant et conseiller académique chez Lemat Avocats
- ♦ Docteur en Droit de l'Université d'Estrémadure
- ♦ Licence en Droit de l'Université d'Estrémadure
- ♦ Master en Droit Sportif de l'Université de Lleida

Mme Díaz Marí, Montse

- ♦ Conseillère juridique chez DiazMari
- ♦ Avocate chez Samsung Electronic Iberia
- ♦ Master en Marchés et Industrie du Droit du Sport et du Divertissement par l'ISDE
- ♦ Master Officiel en Droit du Sport de l'INEFC (INEFC)
- ♦ Master en Accès à la Profession Juridique et Droit des Affaires de l'Université San Pablo CEU
- ♦ Master en Droit du Sport de l'Université San Pablo CEU

M. Barras García, Pedro J

- ◆ Conseiller Fiscal senior chez Consultores Sayma Madrid
- ◆ Coordinateur et Promoteur des écoles et des clubs sportifs dans le domaine du football en salle et des échecs de base
- ◆ Directeur de plusieurs écoles d'échecs et coordinateur de campagnes de promotion de ce sport en collaboration avec le Conseil Municipal des Sports de la Mairie de Valladolid
- ◆ Moniteur national FEDA d'échecs et moniteur autonome de football en salle
- ◆ Auteur de diverses publications dans le domaine de la fiscalité et de la comptabilité

Dr Valiño Arcos, Alejandro

- ◆ Professeur de la Faculté de Droit de l'Université de Valence
- ◆ Président du Tribunal des Sports de la Communauté de Valence
- ◆ Président du Comité de Compétition de la Fédération de Tennis de la Communauté de Valence
- ◆ Directeur sportif du Sporting Club de Tennis
- ◆ Magistrat Suppléant de l'Audience Provinciale de Valence avec plus de Cent Résolutions à sa charge
- ◆ Docteur en Droit de l'Université de Valence
- ◆ Licence en Droit de l'Université de Valence
- ◆ Auteur de livres, articles et recensions en matière juridique (Droit Romain, Histoire Ancienne, Histoire et actualité du Droit Régional Valencien, Droit Civil Espagnol, Droit Sportif, Droit Comparé et Droit Privé Européen)
- ◆ Activité de recherche dans des Universités Italiennes (Sienne et Pavie), Allemandes (Fribourg, Göttingen, Münster et Bonn), Autrichiennes (Salzbourg) et Uruguayennes (Montevideo)



Mme Esperidião Hasenclever, Mônica

- ♦ Chief Marketing Officer et directrice de la LWF Academy
- ♦ Fondatrice et CEO chez Women Experience Sports
- ♦ Directrice chez LVN Sport
- ♦ Responsable du marketing sportif et des parrainages chez Telefónica Vivo
- ♦ Licence en Administration des Affaires de l'Université Mackenzie Presbyterian de Sao Paulo, Brésil
- ♦ Troisième Cycle en Gestion des Sports de l'Université Anhembi Morumbi de Sao Paulo, au Brésil
- ♦ Master en Marketing Sportif École Universitaire du Real Madrid, Université Européenne

M. Novo, Andrés

- ♦ Responsable de la Marketing Institutionnel et événements en groupe PRISA
- ♦ Responsable de la Production d'Événements chez Innevento et Innevento Sports
- ♦ Responsable de terrain, assistant logistique, responsable du service des équipes et responsable des cérémonies et du protocole chez MicFootball
- ♦ Licence en Communication Audiovisuelle de l'Université du Pays Basque
- ♦ Diplôme en Publicité et Relations Publiques de l'Université du Pays Basque

M. González Graña, Carlos

- ♦ Fondateur et Directeur Général de Callander Sport & Business
- ♦ Co-fondateur et Directeur de l'Exploitation de Business Hub Innovation
- ♦ Partenaire de l'espace sport professionnel du Raheem GL Business Club
- ♦ Directeur Commercial du secteur du sport chez Riskmedia Insurance Brokers
- ♦ Licence en Droit de l'Université de La Coruña
- ♦ Spécialisation en Droit du Travail et du Sport

Mme Carmona Ramos, Sara

- ♦ Présentatrice de la section Analyse et *Big Data* de l'émission "El Día Después" sur la chaîne Movistar Plus
- ♦ Directrice Académique du Master en Marketing Sportif, Environnements Numériques et Sports à l' Université Catholique de San Antonio de Murcie
- ♦ Couverture sportive des matchs de La Liga pour le groupe Atresmedia
- ♦ Présentatrice de la section Statistiques Sportives et *Big Data* en direct de "Deportes Valladolid" sur la chaîne Castilla y León TV
- ♦ Diplômée en Journalisme de l'Université de Valladolid
- ♦ Experte en Analyse de Données Sportives et *Big Data* , Université de Valladolid

Mme Pascual, Mónica

- ♦ PDG et Fondateur de Making Talent Happen
- ♦ Handling GSE Manager chez Swissport Handling Madrid UTE
- ♦ I+D+i Manager et Project Manager chez Inpropack
- ♦ Créatrice du podcast « Imparables »
- ♦ Auteure du blog « Mentalidad Imparable » dans Diario AS
- ♦ Diplôme d'Ingénieur Industriel de l'Université Alfonso X El Sabio
- ♦ Master en Droit International des Brevets de l'École d'Organisation Industrielle
- ♦ Experte en Médiation à un Institut Supérieur de Droit et d'Économie

05

Structure et contenu

La structure du contenu a été conçue par une équipe de professionnels qui connaissent les implications de la formation dans la pratique quotidienne, qui sont conscients de la pertinence de la spécialisation actuelle en matière de qualité dans le domaine du MBA en Gestion des Entités Sportives, et qui sont engagés dans un enseignement de qualité grâce aux nouvelles technologies éducatives. Tout cela, d'un point de vue global en vue de son application au niveau international, en incorporant tous les domaines de travail qui interviennent dans le développement du professionnel dans la gestion d'une institution sportive.



“

Nous disposons du programme scientifique le plus complet et le plus récent du marché. Nous voulons vous offrir la meilleure formation possible”

Module 1. Introduction au droit et à la gestion du sport

- 1.1. L'environnement sportif
 - 1.1.1. Historique du droit du sport
- 1.4. Réglementation relative aux installations sportives
- 1.5. Gestion et aspects juridiques découlant de l'organisation d'événements sportifs: responsabilité civile et pénale
- 1.6. Diffusion d'événements sportifs Aspects juridiques
- 1.7. Contrats sportifs: aperçu de la structure contractuelle du sport
- 1.8. Intermédiation sportive
- 1.9. La gouvernance dans les entités sportives

Module 2. Structure organisationnelle du sport international

- 2.1. Clubs de sport et sociétés sportives à responsabilité limitée
- 2.2. Fédérations
- 2.3. Ligues
- 2.4. Conseil Supérieur des Sports
- 2.5. Organisation Internationale du Sport
- 2.6. Le sport dans l'Union Européenne
- 2.7. D'autres organisations en dehors de la pyramide fédérative: exemples en basket-ball et en padel
- 2.8. Formules de résolution des conflits dans la sphère internationale

Module 3. Relations de travail dans le sport

- 3.1. Cadre juridique du sport professionnel
- 3.2. Sportifs professionnels
- 3.3. Entraîneurs
- 3.4. Arbitres et juges sportifs
- 3.5. Contrats de travail des athlètes
- 3.6. Droits et devoirs
- 3.7. Conventions collectives
- 3.8. Affectations temporaires et transferts
- 3.9. Résiliation du contrat
- 3.10. Sécurité sociale

Module 4. La planification stratégique dans les organisations sportives

- 4.1. Introduction à la planification et à l'analyse stratégiques dans le sport professionnel
- 4.2. Achat et vente d'entités sportives
- 4.3. Gestion des clubs de football
- 4.4. Structure et planification du sport
- 4.5. Développement commercial et exploitation du stade
- 4.6. Développement de la marque et droits commerciaux
- 4.7. Droits de TV.
- 4.8. Internationalisation des entités sportives
- 4.9. Sociétés holding et fonds d'investissement
- 4.10. Modèles commerciaux pratiques

Module 5. Gestion financière et aspects fiscaux dans le sport

- 5.1. Introduction à la finance dans le sport
- 5.2. Interprétation des rapports financiers
- 5.3. Le PGC des organismes sportifs. Structure du bilan
- 5.4. Les actifs incorporels et leur évaluation
- 5.5. Structure du compte de résultat
- 5.6. Préparation et contrôle du budget Sources de revenus et réglementation
- 5.7. Mécanismes d'investissement et de financement dans le sport Parrainage, mécénat et autres
- 5.8. Évaluation des projets d'investissement Élaboration et structure éventuelle d'un plan de faisabilité
- 5.9. Une approche de la planification fiscale et successorale pour les sportifs
- 5.10. Une approche de la fiscalité des entités sportives

Module 6. Marketing et Communication dans Sport

- 6.1. Introduction au Marketing Sportif
- 6.2. Le plan de Marketing
- 6.3. Image de *marque* et développement de la marque
- 6.4. Parrainage sportif
- 6.5. Ambush Marketing
- 6.6. Communication dans le sport
- 6.7. Marketing digital et le sport
- 6.8. Spécialisation dans le sport féminin
- 6.9. Marketing sportif et autres domaines
- 6.10. Tendances du marketing sportif

Module 7. Organisation d'événements sportifs

- 7.1. Introduction aux événements sportifs
- 7.2. Origine et histoire des événements sportifs
- 7.3. Gestion des événements sportifs
- 7.4. La planification comme facteur de réussite
- 7.5. Plan général de la manifestation sportive
- 7.6. Formes de revenus
- 7.7. Parrainage
- 7.8. Communication
- 7.9. Tourisme sportif et promotion locale
- 7.10. Histoires de réussite d'événements sportifs

Module 8. Nouvelles tendances dans le sport: *Big Data* & Sports

- 8.1. Introduction à l'utilisation du *Big Data* dans le sport Liens et scénarios actuels
- 8.2. Méthodologie d'analyse des données Phases et stratégies
- 8.3. Fournisseurs et sources de données ouvertes
- 8.4. Fournisseurs et sources de données payantes
- 8.5. Rapports et infographies: l'importance vitale de l'échantillonnage
- 8.6. Outils de traitement des données
- 8.7. La communication appliquée au *Big Data*. Recherche de l'excellence du matériau et de son échantillon
- 8.8. Introduction aux e-sports
- 8.9. Gestion des sports électroniques
- 8.10. Aspects juridiques et réglementaires des sports électroniques

Module 9. Leadership et gestion des personnes dans le sport

- 9.1. Styles de leadership
- 9.2. Compétences en matière de gestion
- 9.3. Entrepreneurat
- 9.4. RH. et gestion des talents
- 9.5. Gestion des équipes
- 9.6. Le coaching appliqué au sport
- 9.7. Négociation
- 9.8. Résolution des conflits
- 9.9. Compétences en matière de communication
- 9.10. Gestion de la pression

Module 10. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 10.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 10.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'Entreprise
 - 10.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
 - 10.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 10.2. *Cross Cultural Management*
 - 10.2.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 10.2.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 10.2.3. Gestion de la Diversité
- 10.3. Éthique des affaires
 - 10.3.1. Éthique et Morale
 - 10.3.2. Éthique des Affaires
 - 10.3.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 10.4. Durabilité
 - 10.4.1. Durabilité et développement durable
 - 10.4.2. Agenda 2030
 - 10.4.3. Entreprises durables
- 10.5. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 10.5.1. Dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 10.5.2. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 10.5.3. Impact et mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 10.6. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 10.6.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
 - 10.6.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 10.6.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 10.6.4. Outils et normes en matière de RSE
- 10.7. Multinationales et droits de l'homme
 - 10.7.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 10.7.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 10.7.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme



- 10.8. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 10.8.1. Importation et exportation
 - 10.8.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 10.8.3. Droit international du travail

Module 11. Gestion des Personnes et des Talents

- 11.1. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 11.1.1. Analyse du potentiel
 - 11.1.2. Politique de rémunération
 - 11.1.3. Plans de carrière/succession
- 11.2. Évaluation et gestion des performances
 - 11.2.1. Gestion des performances
 - 11.2.2. Gestion des performances: objectifs et processus
- 11.3. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 11.3.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 11.3.2. Identification, formation et développement des talents
 - 11.3.3. Fidélisation et rétention
 - 11.3.4. Proactivité et innovation
- 11.4. Motivation
 - 11.4.1. La nature de la motivation
 - 11.4.2. La théorie de l'espérance
 - 11.4.3. Théories des besoins
 - 11.4.4. Motivation et compensation économique
- 11.5. Développer des équipes performantes
 - 11.5.1. Équipes performantes: équipes autogérées
 - 11.5.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 11.6. Gestion du changement
 - 11.6.1. Gestion du changement
 - 11.6.2. Types de processus de gestion des changements
 - 11.6.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 11.7. La communication managériale
 - 11.7.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 11.7.2. Département de communication
 - 11.7.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom

- 11.8. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 11.8.1. Productivité
 - 11.8.2. Leviers d'attraction et de rétention des talents

Module 12. Gestion Économique et Financière

- 12.1. Environnement Économique
 - 12.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 12.1.2. Institutions financières
 - 12.1.3. Marchés financiers
 - 12.1.4. Actifs financiers
 - 12.1.5. Autres entités du secteur financier
- 12.2. Comptabilité de Gestion
 - 12.2.1. Concepts de base
 - 12.2.2. Les Actifs de l'entreprise
 - 12.2.3. Le Passif de l'entreprise
 - 12.2.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 12.2.5. Le Compte de Résultat
- 12.3. Systèmes d'information *et business intelligence*
 - 12.3.1. Principes fondamentaux et classification
 - 12.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 12.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 12.4. Direction Financière
 - 12.4.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 12.4.2. Département financier
 - 12.4.3. Les excédents de trésorerie
 - 12.4.4. Les risques liés à la gestion financière
 - 12.4.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 12.5. Planification Financière
 - 12.5.1. Définition de la planification financière
 - 12.5.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 12.5.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 12.5.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 12.5.5. Le tableau des fonds de roulement

- 12.6. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 12.6.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 12.6.2. Produits de financement des entreprises
- 12.7. Financement Stratégique
 - 12.7.1. Autofinancement
 - 12.7.2. Augmentation des fonds propres
 - 12.7.3. Ressources Hybrides
 - 12.7.4. Financement par des intermédiaires
- 12.8. Analyse et planification financières
 - 12.8.1. Analyse du Bilan
 - 12.8.2. Analyse du Compte de Résultat
 - 12.8.3. Analyse de la Rentabilité
- 12.9. Analyses et résolution de problèmes
 - 12.9.1. Informations financières de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 13. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- 13.1. Gestion commerciale
 - 13.1.1. Cadre conceptuel de la gestion commerciale
 - 13.1.2. Stratégie et planification commerciales
 - 13.1.3. Le rôle des responsables commerciaux
- 13.2. Gestion Stratégique du Marketing
 - 13.2.1. Concept de Marketing stratégique
 - 13.2.2. Concept de planification stratégique du Marketing
 - 13.2.3. Les étapes du processus de planification stratégique du Marketing
- 13.3. Gestion des campagnes numériques
 - 13.3.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
 - 13.3.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
 - 13.3.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 13.4. Stratégie de vente
 - 13.4.1. Stratégie de vente
 - 13.4.2. Méthodes de vente

- 13.5. Communication d'Entreprise
 - 13.5.1. Concept
 - 13.5.2. Importance de la communication dans l'organisation
 - 13.5.3. Type de communication dans l'organisation
 - 13.5.4. Fonctions de la communication dans l'organisation
 - 13.5.5. Éléments de communication
 - 13.5.6. Problèmes de communication
 - 13.5.7. Scénarios de communication
- 13.6. Communication et réputation digitale
 - 13.6.1. Réputation en ligne
 - 13.6.2. Comment mesurer la réputation numérique?
 - 13.6.3. Outils de réputation en ligne
 - 13.6.4. Rapport sur la réputation en ligne
 - 13.6.5. *Branding* online

Module 14. *Management* Exécutif

- 14.1. *General Management*
 - 14.1.1. Concept *General Management*
 - 14.1.2. L'action du Directeur Général
 - 14.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 14.1.4. Transformation du travail de la direction
- 14.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 14.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 14.3. Direction des opérations
 - 14.3.1. Importance de la gestion
 - 14.3.2. La chaîne de valeur
 - 14.3.3. Gestion de qualité
- 14.4. Discours et formation de porte-parole
 - 14.4.1. Communication interpersonnelle
 - 14.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 14.4.3. Obstacles à la communication

- 14.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 14.5.1. Communication interpersonnelle
 - 14.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 14.5.3. La communication dans l'organisation
 - 14.5.4. Outils dans l'organisation
- 14.6. La communication en situation de crise
 - 14.6.1. Crise
 - 14.6.2. Phases de la crise
 - 14.6.3. Messages: contenu et calendrier
- 14.7. Préparer un plan de crise
 - 14.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 14.7.2. Planification
 - 14.7.3. Adéquation du personnel
- 14.8. Intelligence émotionnelle
 - 14.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 14.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 14.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 14.9. *Branding* Personnel
 - 14.9.1. Stratégies pour développer le personal branding
 - 14.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 14.9.3. Outils de construction du personal branding

06

Méthodologie

Ce programme propose une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **Le Relearning**.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, 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”

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Le 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 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 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.

“*Nous sommes la seule université en ligne qui propose des documents de Harvard comme matériel pédagogique dans ses cours*”

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 à Harvard pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas uniquement sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consistait à leur présenter des situations réelles complexes pour que les apprenants s'entraînent à les résoudre et à prendre des décisions. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

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. Tout au long du programme, vous serez confronté 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 hispanophone autorisée à utiliser cette méthode efficace. 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 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.

D'après les dernières données 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.

Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



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 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.



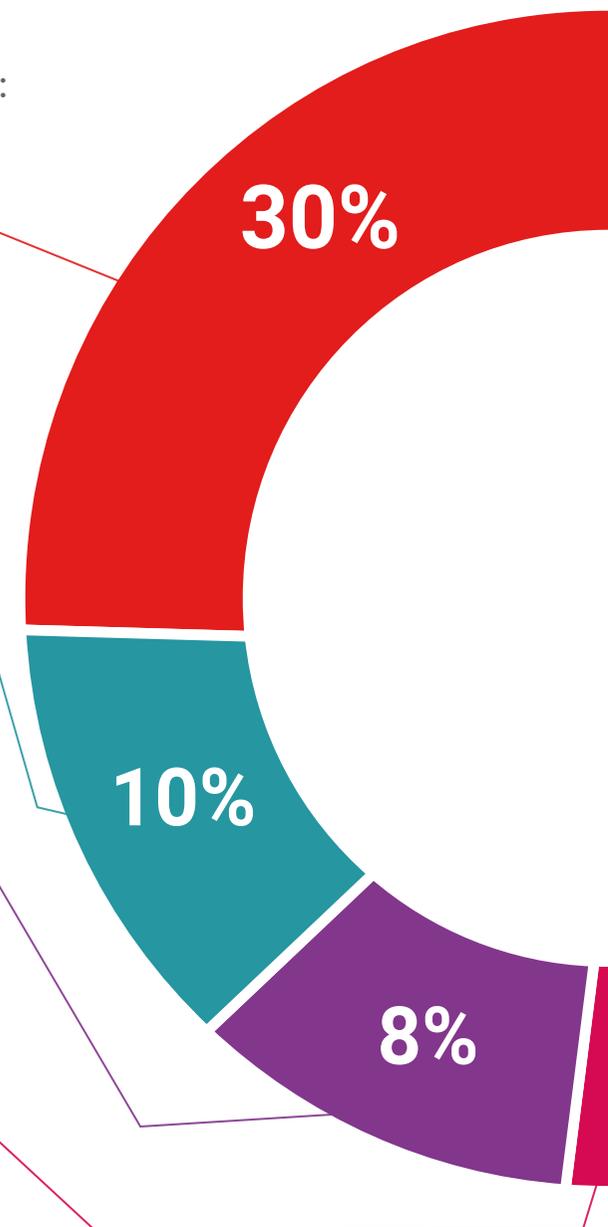
Pratique des aptitudes et des compétences

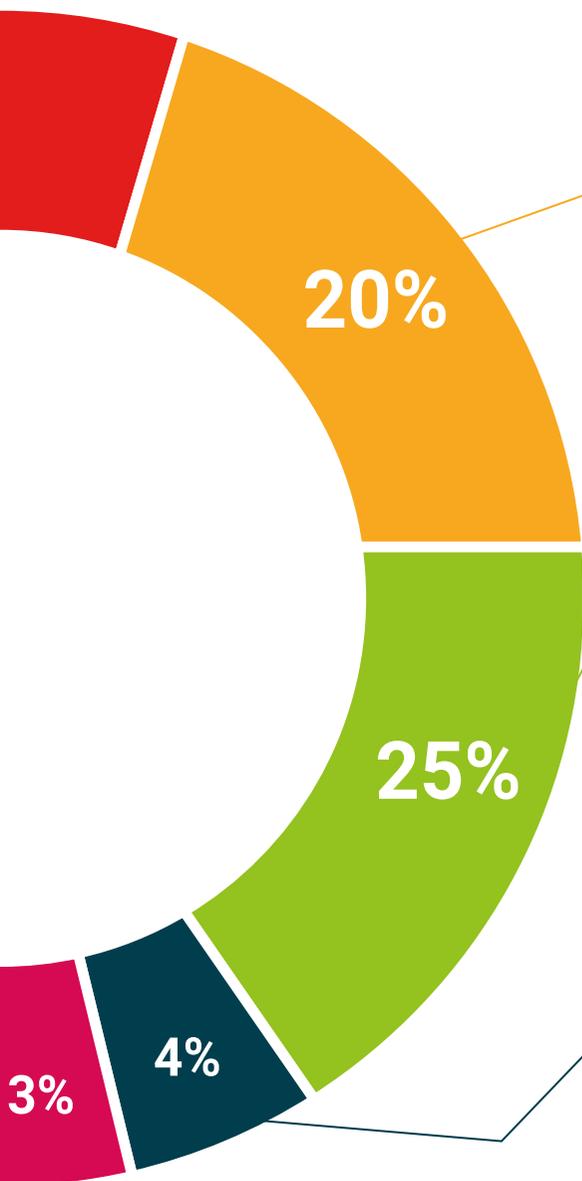
Ils réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Bibliographie complémentaire

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

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 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 des Entités Sportives 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 des Entités Sportives** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché.

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

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion des Entités Sportives**

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 Gestion des
Entités Sportives

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

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion des Entités Sportives

Approuvé par la NBA



tech université
technologique