

**Maîtrise en administration des affaires (MBA) (avec essai, cheminement régulier) - 1523**

**RESPONSABLE :**

Campus de Gatineau: Jan Saint-Macary, Jan.Saint-Macary@uqo.ca, 819-595-3900  
#1744 Campus de Saint-Jérôme: Manel Kammoun, manel.kammoun@uqo.ca, 1  
800 567-1283 #1751

**SCOLARITÉ :**

45 crédits, Deuxième cycle

**GRADE :**

Maître en administration des affaires

**OBJECTIFS :**

Axé sur la praxis, ce programme de Maîtrise en administration des affaires (MBA) amènera les étudiants à maîtriser les concepts, les techniques et les technologies à la fine pointe des connaissances en gestion, et ce, dans une optique qui intègre savoirs, savoir-faire et savoir-être. Le programme vise à développer chez les étudiants leurs aptitudes de gestionnaire ainsi que leurs capacités de réflexion et d'action par un ensemble de connaissances et d'outils interdisciplinaires. Il a également pour objectif de leur permettre d'anticiper, de comprendre et de traiter les défis du travail au sein des organisations modernes. Les diplômés de ce programme pourront donc exercer la profession de gestionnaire à tous les niveaux, dans les entreprises privées et publiques de toutes tailles, et seront également en mesure de contribuer à l'intégration et à la production de connaissances dans leur domaine sur une base continue.

Ils seront régulièrement amenés à mettre en pratique les concepts et les outils de gestion moderne, par les simulations, l'utilisation des méthodes de cas, les travaux sur le terrain et les interactions avec les organisations en temps réel. Enfin, ils auront l'occasion d'accroître leurs connaissances du milieu des affaires et de développer des réseaux professionnels de partenariats et d'information continue.

Le programme vise les objectifs spécifiques suivants :

1. Maîtriser les fonctions de base inhérentes à la gestion de toute organisation.
2. Maîtriser les outils multidisciplinaires liés à la gestion interne de l'organisation.
3. Appréhender les outils multidisciplinaires liés à la gestion globale et intégrée de l'organisation au sein de l'environnement externe.
4. Apprendre à gérer efficacement le changement organisationnel.
5. Apprendre à bien communiquer, ainsi qu'à se connaître et à améliorer ses qualités personnelles, afin de pouvoir travailler efficacement et agréablement en équipe et exercer un leadership de qualité.

**INFORMATIONS SUR L'ADMISSION :**

Lieu d'enseignement	Régime	Trimestres d'admission		
		Automne	Hiver	Été
Gatineau	TC	✓	✓	
	TP	✓	✓	
St-Jérôme	TC	✓	✓	
	TP	✓	✓	

TC : Temps complet  
TP : Temps partiel

**CONDITIONS D'ADMISSION :**

**Base études universitaires**

Être titulaire d'un baccalauréat en administration ou dans un domaine des sciences de la gestion (sciences comptables, relations industrielles, etc.) obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 ou l'équivalent.

Le candidat dont la moyenne cumulative se situe entre 2,8 et 3,2 pourra être considéré pour l'admission au programme si le dossier de candidature démontre une expérience professionnelle probante liée à la gestion des ressources humaines, matérielles ou financières.

Autres conditions:

Le candidat devra soumettre un curriculum vitae accompagné d'une lettre de motivation de 400 à 600 mots. Cette lettre fera état de ses réalisations et des raisons le motivant à entreprendre un programme de MBA qui accueillera des étudiants d'âge et de formation très variés. Le candidat devra également être disponible pour une entrevue en personne ou par voie électronique

Exigences linguistiques:

Maîtriser adéquatement la langue française et avoir une compréhension suffisante de l'anglais écrit.

Le candidat doit satisfaire aux exigences de la politique linguistique de l'UQO. Sont réputées répondre aux exigences les personnes qui :

- possèdent déjà un grade universitaire d'une université francophone ou qui détiennent un baccalauréat et/ou une maîtrise réalisés majoritairement en français;
  - ont déjà répondu aux exigences de la maîtrise du français d'une université québécoise francophone;
  - ont réussi par le passé l'épreuve uniforme de français du ministère de l'Éducation du Québec;
  - ont déjà réussi par le passé le test de français de l'UQO;
  - détiennent un baccalauréat français d'enseignement général émis par une Académie française sans égard à la localisation de l'institution, qu'elle soit à l'intérieur ou à l'extérieur de la France;
  - possèdent des compétences reconnues comme équivalentes par le registraire.
- Le candidat qui n'entre pas dans ces catégories doit fournir la preuve de la réussite du Test de français international (TFI) de la firme ETS avec une note égale ou supérieure à 750 sur 990.

Connaissances en mathématiques:

Certains cours de ce programme exigent des connaissances en mathématiques et en statistiques. Le comité d'admission pourrait recommander au candidat qui aurait besoin de remettre à niveau ses connaissances de suivre un cours de mathématiques avant de s'inscrire au programme. Le candidat aura la possibilité de consulter la liste des cours préparatoires offerts à l'UQO et de s'y inscrire au moment de son admission.

**PLAN DE FORMATION :**

**Entrepreneuriat**

**Cours obligatoires**

(aucun préalable, sauf indication contraire)

MBA6533	Gestion des opérations
MBA6543	Problèmes et politiques économiques
MBA6553	Gestion stratégique
MBA8483	Éthique, gouvernance et gestion des risques légaux
MBA6563	Direction générale de l'entreprise (Simulation en gestion) (MBA6553)
MBA6653	Méthodologie de la recherche qualitative en contexte de gestion
ou MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
MBA8476	Essai (MBA6653 ou MBA6663)

Choisir trois cours (9 crédits) parmi les cours optionnels dans votre concentration.

Choisir quatre cours (12 crédits) parmi les cours optionnels hors concentration.

**Cours optionnels de concentration**

Choisir 3 cours disponibles en Entrepreneuriat (aucun préalable, sauf indication contraire)

PME6003	L'entrepreneur et l'entrepreneuriat
PME6023	La veille stratégique pour la PME
PME6033	Démarrage et gestion de la PME
PME6043	Gestion stratégique du développement de la PME
PME6053	La PME et la fonction publique
PME6063	La PME et le domaine de la santé
PME6073	La PME dans le secteur des hautes technologies

**Autres cours optionnels**

Choisir 4 autres cours dans n'importe quelles concentrations (aucun préalable, sauf indication contraire)

**Services financiers**

**Cours obligatoires**

(aucun préalable, sauf indication contraire)

MBA6533	Gestion des opérations
---------	------------------------

MBA6543	Problèmes et politiques économiques
MBA6553	Gestion stratégique
MBA8483	Éthique, gouvernance et gestion des risques légaux
MBA6563	Direction générale de l'entreprise (Simulation en gestion) (MBA6553)
MBA6653	Méthodologie de la recherche qualitative en contexte de gestion
ou MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
MBA8476	Essai (MBA6653 ou MBA6663)

Choisir trois cours (9 crédits) parmi les cours optionnels de concentration.

Choisir quatre cours (12 crédits) parmi les cours hors concentration.

#### Cours optionnels de concentration

Choisir 3 cours disponibles en Services financiers (aucun préalable, sauf indication contraire)

MBA8710	L'individu et l'organisation
MBA8732	Aspects légaux des services financiers
MBA8742	Gestion de la productivité dans les institutions financières
MBA8751	Gestion financière des banques
MBA8752	Systèmes financiers internationaux

#### Cours optionnels hors concentration

Choisir 4 autres cours disponibles dans n'importe quelles concentrations (aucun préalable, sauf indication contraire)

### Marketing

#### Cours obligatoires

(aucun préalable, sauf indication contraire)

MBA6533	Gestion des opérations
MBA6543	Problèmes et politiques économiques
MBA6553	Gestion stratégique
MBA8483	Éthique, gouvernance et gestion des risques légaux
MBA6563	Direction générale de l'entreprise (Simulation en gestion) (MBA6553)
MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
MBA8476	Essai (MBA6653 ou MBA6663)

#### Cours obligatoire de concentration

MBA6673	Méthodologie de recherche quantitative avancée et marketing (MBA6663)
---------	---

Choisir deux cours (6 crédits) parmi les cours optionnels dans votre concentration.

Choisir quatre cours (12 crédits) parmi les cours optionnels hors concentration.

#### Cours optionnels de concentration

Choisir 2 cours disponibles en Marketing (aucun préalable, sauf indication contraire)

MBA6573	Marketing et communication
MBA6583	Innovation et gestion de produit
MBA6593	Psychosociologie du consommateur
MBA6603	Marketing International

#### Cours optionnels hors concentration

Choisir 4 autres cours dans n'importe quelles concentrations (aucun préalable, sauf indication contraire)

**MBA6533****Gestion des opérations**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de comprendre les fondements et les éléments opérationnels de la gestion des opérations dans les entreprises de production de biens et de services; - d'évaluer l'importance des décisions relatives aux opérations dans différents types d'entreprises; - d'analyser différentes stratégies de planification et de contrôle opérationnel de l'entreprise.

**Contenu :** La conception des systèmes de production (biens et services), la gestion du processus et de la capacité des entreprises, la productivité, l'intégration des technologies dans la gestion des opérations (ERP, e-commerce, B2B, B2C), la gestion de la qualité totale (TQM), les systèmes Juste à temps (JIT), l'amélioration continue (Kaizen, 5S, Poka Yok), la prévision de la demande, la planification des besoins matières, la planification des ressources, la gestion des stocks, l'ordonnancement.

**MBA6543****Problèmes et politiques économiques**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de maîtriser les concepts centraux de l'analyse économique; - d'appréhender les processus sous-jacents au mécanisme de prix dans le contexte d'une économie de marché moderne; - d'analyser différentes problématiques liées à l'intervention gouvernementale et à la réglementation des services publics; - d'appliquer ces concepts à divers exemples issus des enjeux économiques contemporains.

**Contenu :** Le mécanisme des prix. Les problèmes d'allocation et de distribution. La tarification des services publics. Le contrôle et le soutien des prix. La fiscalité et l'incidence des impôts. Le commerce international. Les biens publics, la pollution et les différentes formes d'externalités.

**MBA6553****Gestion stratégique**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de comprendre le processus de conception et de mise en œuvre d'une stratégie d'entreprise; - d'utiliser un cadre de réflexion stratégique; - d'approfondir ses connaissances sur les avantages concurrentiels durables bénéfiques pour l'actionnaire, le client et les employés; - de situer la stratégie d'entreprise dans une perspective globale de l'organisation, de ses unités d'affaires et de ses secteurs d'activité; - d'appliquer, dans une perspective critique, une vision intégrée et pratique des dimensions économique, financière, sociale et organisationnelle de la stratégie d'entreprise.

**Contenu :** Cadre conceptuel et outils qui rendront le participant apte à développer des stratégies concurrentielles pouvant être appliquées à tous les niveaux. Le contexte interne et l'environnement externe; les clients et les parties

prenantes; la conception et l'élaboration d'une stratégie; les systèmes et la structure des organisations; la mise en application et le suivi du processus stratégique.

**MBA6563****Direction générale de l'entreprise (Simulation en gestion)**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - d'approfondir et d'appliquer les concepts et les outils de gestion acquis dans les activités du programme; - d'utiliser ces concepts et outils dans le cadre d'une simulation durant laquelle il sera confronté à la complexité de la prise de décision au plus haut niveau; - d'appliquer les politiques fonctionnelles (marketing, production, finance, gestion des ressources humaines) dans la gestion globale de l'entreprise; - de démontrer son savoir-faire, son savoir-être, ses habiletés interpersonnelles, de travail en équipe, de leadership et de négociation, dans un cadre de confrontation et de concurrence intenses.

**Contenu :** Mise en situation en temps réel. Identification, formulation et élucidation des problèmes. Prise de décisions complexes. Mise en œuvre et ajustements de la gestion globale de l'entreprise, sur plusieurs plans et niveaux.

**MBA6573****Marketing et communication**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - d'apprécier et de critiquer le rôle de la communication marketing dans l'approche stratégique d'une organisation à but lucratif ou non; - d'identifier et d'appliquer les concepts-clés de la communication marketing dans un contexte réel; - de proposer une démarche et des outils nécessaires à la planification et à l'évaluation d'une stratégie et d'un plan de communication marketing intégré au comportement des consommateurs; - de planifier et de réaliser un plan de communication marketing; - d'évaluer la portée éthique de ce plan.

**Contenu :** Marketing et communication. Comportement du consommateur, processus de décision. Influence de la communication. Objectifs marketing et objectifs de communication. Plan marketing et plan de communication. Outils de marketing. Médias et plan média. Processus de création. Régulation de l'industrie, lois et considérations éthiques.

**MBA6583****Innovation et gestion de produit**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de comprendre le processus de développement de nouveaux produits et marques; - d'analyser les rôles joués par la recherche et le développement de nouveaux produits, ainsi que l'innovation; - d'apprécier les principales difficultés de la commercialisation des innovations - d'utiliser certains des outils

et méthodes de segmentation de marchés et de positionnement de produits tels que les échelles sémantiques, l'échelonnement multidimensionnel et l'analyse conjointe et d'en évaluer la pertinence.

**Contenu :** Le cours se divise en deux parties, la gestion des produits actuels dans une entreprise et le lancement de nouveaux produits et marques associés à la recherche et au développement. La première partie abordera la gestion de portefeuille traditionnelle avec ses implications managériales, alors que la deuxième étape mettra en valeur les étapes de la conception et la création d'un nouveau produit jusqu'à la commercialisation.

**MBA6593****Psychosociologie du consommateur**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - d'analyser et d'évaluer les facteurs psychologiques et sociologiques qui influencent les comportements de consommation; - d'analyser le rôle de ces comportements dans le processus de prise de décision; - d'élaborer des stratégies de communication marketing efficaces; - d'évaluer certains des outils méthodologiques de la recherche sur le consommateur selon le contexte.

**Contenu :** Historique de la discipline. Modèles de comportement du consommateur. Physiologie et perception. Approches psychologiques. Apprentissage, personnalité, valeurs et traitement d'information. Attitudes et changement d'attitudes. Influences sociales et groupes sociaux. Culture et acculturation. Mécanismes d'action de la communication marketing. Symbolisme et image de marque. Méthodes de recherche sur le consommateur. Expérimentation, modélisation.

**MBA6603****Marketing International**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - d'analyser et d'évaluer les questions et les problèmes liés au marketing international. - de mettre en œuvre la méthodologie, les outils diagnostiques et les formules stratégiques d'approche des marchés extérieurs. - d'analyser et de mettre en œuvre les avantages compétitifs différentiels pour une entreprise sur les marchés internationaux. - de proposer une démarche de passage du marketing international à une stratégie d'approche globale des marchés internationaux. - d'évaluer la portée éthique de toute stratégie internationale de marketing. de participer à une simulation de marketing et de proposer un plan stratégique de marketing international.

**Contenu :** Concepts de base du marketing international. Les schémas de développement stratégique international. Le diagnostic export et l'exportation. Les accords industriels et le transfert de technologie. Stratégie et analyse compétitive. Les mesures compétitives globales. Régulation des industries et considérations éthiques.

**MBA6653****Méthodologie de la recherche qualitative en contexte de gestion**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de décrire les fondements épistémologiques de la recherche qualitative, appliquée aux sciences administratives; - de mener une recension des écrits en sciences administratives et de dégager un objectif de recherche; - de construire un cadre théorique; - d'identifier et d'utiliser divers outils, approches et méthodes de recherche qualitative en fonction des objectifs de recherche; - d'évaluer les différences, les liens et les solutions de continuité entre la recherche qualitative et quantitative. - d'analyser du contenu qualitatif en utilisant des logiciels spécialement dédiés et interpréter ceux-ci en mobilisant les approches appropriées.

**Contenu :** Survol des fondements épistémologiques de la recherche qualitative; définition d'un problème de recherche : recension et évaluation des écrits, cadre théorique et thématique (le cas échéant), stratégies de la recherche en fonction des objectifs poursuivis : exploratoire, descriptive, explicative, et stratégies d'échantillonnage. Rigueur en recherche qualitative. Liens et solutions de continuité entre la recherche qualitative et quantitative. Enjeux éthiques reliés à la recherche qualitative. Certaines approches méthodologiques, certains outils et certaines procédures d'analyse des données de la recherche qualitative seront plus particulièrement étudiés: enquête par entrevue, étude de cas, recherche-action participative, théorisation ancrée, construction d'un guide d'entrevue, techniques projectives de facilitation; organisation des matériaux empiriques, codifications, analyse de contenu, analyses thématiques et par grilles.

**MBA6663****Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion**

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de décrire les fondements épistémologiques de la recherche quantitative appliquée aux sciences administratives; - de mener une recension des écrits en sciences administratives et de dégager un objectif de recherche; - de construire un cadre conceptuel et opératoire; - d'identifier et d'utiliser divers outils, approches et méthodes de recherche quantitatives eu égard aux objectifs de recherche poursuivis; - d'évaluer les différences, les liens et les solutions de continuité entre la recherche qualitative et quantitative.

**Contenu :** Survol des fondements épistémologiques de la recherche quantitative; définition d'un problème de recherche : recension et évaluation des écrits, cadre conceptuel/opératoire et formulation d'hypothèses, stratégies d'échantillonnage et stratégies de la recherche en fonction des objectifs poursuivis. Liens et solutions de continuité entre la recherche qualitative et quantitative et enjeux éthiques reliés à la recherche quantitative. Certaines

approches et certains outils de la recherche quantitative seront plus particulièrement étudiés : l'expérimentation, l'enquête par sondage, la construction ou le choix de questionnaires et les qualités métriques de ces derniers. Étude de certaines techniques d'analyse statistique, à l'aide du logiciel SPSS et selon les objectifs de la recherche et les hypothèses à vérifier : mesures de tendance centrale ; mesures de dispersion, corrélation, test-t, analyse de la variance univariée et multivariée, analyse de régression simple et multiple, analyse en composantes principales et les tests non paramétriques. Ce cours traite aussi des liens et des solutions de continuité entre la recherche qualitative et quantitative, ainsi que des enjeux éthiques reliés à la recherche quantitative.

### MBA6673

#### Méthodologie de recherche quantitative avancée et marketing

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de construire des instruments quantitatifs de collecte de données appropriés pour la recherche en marketing; - de décrire les fondements des méthodes uni-variées et multi-variées d'analyse des données en marketing; - d'utiliser les logiciels d'analyse statistique appropriés avec des données tirées d'enquêtes réelles; - de réaliser des analyses de segmentation, de positionnement de produits et d'identification de structures sous-jacentes en marketing

**Contenu :** Le cours abordera un certain nombre de techniques paramétriques et non paramétriques associées à l'étude des données en marketing telles que les modèles de réduction de la dimension avec les analyses en composantes principales et factorielles, des correspondances simples et multiples, les modèles économétriques de classification ad hoc et l'analyse discriminante, la classification post hoc avec la classification automatique et la segmentation hiérarchique, l'analyse numérique et la réduction de la dimension avec l'échelonnement multidimensionnel, la modélisation et l'analyse de structures de covariances, la modélisation et l'analyse PLS (Partial Least Squares), l'analyse avec variables médiatrices et modératrices. Les exercices utiliseront des données tirées d'enquêtes réelles.

### MBA8476

#### Essai

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de rédiger un rapport d'intervention ou de recherche portant sur une problématique en gestion. - d'utiliser judicieusement les méthodes de recherche appropriées - de démontrer sa capacité à faire l'analyse critique des données qui en découlent. - de présenter et de discuter de la portée de ses résultats

**Contenu :** Sous la supervision d'un professeur, l'étudiant devra rédiger un rapport d'intervention ou de recherche qui portera sur une problématique d'intérêt général ou sur une

problématique qui émane d'un milieu de travail particulier.

### MBA8483

#### Éthique, gouvernance et gestion des risques légaux

**Objectifs :** Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure: - de préciser ses valeurs personnelles, de faire une réflexion éthique sur son agir en tant que gestionnaire; - de détecter, analyser et résoudre des dilemmes éthiques au niveau organisationnel, à la lumière des diverses écoles de pensée; - d'exercer un leadership éthique et contribuer efficacement à la bonne gouvernance de l'organisation.

**Contenu :** Éthique, droit et déontologie : responsabilité, devoir de prudence, délit d'initié et conflit d'intérêts; contrôle et surveillance des institutions; éthique et innovation. Structure des entreprises et problèmes de régie: théorie des actionnaires et théorie des partenaires, interventions dans l'allocation du capital, responsabilité juridique et sociale des entreprises.

### MBA8710

#### L'individu et l'organisation

**Objectifs :** Ce cours vise à développer chez l'étudiant des habiletés d'analyse et d'intervention au sein d'organisations et la compréhension de différents processus de gestion.

**Contenu :** Initiation aux principales théories des sciences du comportement humain et à leur application en milieu de travail. À la fin du cours, l'étudiant devra mieux comprendre son comportement propre et ses relations interpersonnelles dans différents milieux organisationnels.

### MBA8732

#### Aspects légaux des services financiers

**Objectifs :** Ce cours vise à permettre aux participants d'approfondir leurs connaissances du système judiciaire et du cadre légal propre aux services financiers. Les participants seront amenés à développer les attitudes et habiletés associées à la rigueur du raisonnement juridique, à la réflexion et au sens critique en droit des affaires, en droit des valeurs mobilières et en droit bancaire. Ils devront également prendre conscience de la nécessité d'intégrer les considérations légales dans la prise de décisions dans plusieurs situations impliquant l'entreprise.

**Contenu :** Les systèmes juridiques québécois et canadien et l'organisation du système des services financiers. Les principales formes juridiques de l'entreprise. Les règles concernant la publicité légale, le financement de l'entreprise, l'insolvabilité et la faillite. L'accès à la justice, le recours aux tribunaux et les modes alternatifs de règlement des conflits. L'éthique des services financiers.

### MBA8742

#### Gestion de la productivité dans les institutions financières

**Objectifs :** Ce cours a pour objectif de

permettre aux participants d'établir un lien étroit entre la stratégie et les opérations de service (l'exécution) dans les entreprises du secteur financier. La gestion des processus y est présentée comme l'élément charnière entre les deux, et constitue donc la clef de la productivité. La nature même du sujet implique un traitement tantôt conceptuel, tantôt pratique et pose le défi du maintien de la cohérence entre la stratégie et l'action. Le tout s'articule autour de la réalisation de projets concrets sur le terrain, favorisant le développement de compétences et d'habiletés opérationnelles.

**Contenu :** Les thèmes suivants, entre autres, sont abordés : stratégie de service, qualité, efficacité, efficience, flexibilité, dynamique du changement des processus (apprentissage organisationnel) et méthodologies d'amélioration et de conception de processus.

### MBA8751

#### Gestion financière des banques

**Objectifs :** Ce cours a pour objectif de permettre aux participants d'approfondir leur compréhension des relations fondamentales et des variables influençant la prise de décisions des institutions financières dans l'environnement international. Par l'utilisation de cadres théoriques pertinents, les participants seront amenés à identifier et analyser les décisions financières des banques et les compromis qu'elles doivent réaliser pour augmenter l'avoir de leurs actionnaires. Le cours vise également le développement de compétences pratiques de prise de décisions au moyen d'une simulation d'un environnement compétitif basée sur les théories présentées en classe. À la fin du cours, les participants seront capables d'expliquer la performance des banques en fonction des dimensions financières pertinentes et de comparer les politiques et les stratégies financières propres à l'industrie bancaire.

**Contenu :** Gestion des liquidités, du compte de capital et des opérations hors bilan. Gestion du risque de taux d'intérêt et du risque de crédit. Gestion des coûts et de la rentabilité financière des banques.

### MBA8752

#### Systèmes financiers internationaux

**Objectifs :** L'objectif de ce cours est de permettre aux participants d'approfondir leurs connaissances de l'environnement financier international dans lequel évoluent les institutions financières. Capables d'expliquer les problématiques associées à la gestion des produits financiers, à la gestion du risque, à la réglementation, aux rôles et stratégies des principaux intermédiaires financiers au sein des marchés, les participants acquerront la capacité de prévoir les tendances futures de l'industrie.

**Contenu :** Principaux sujets couverts : organisation et fonctionnement des marchés financiers, description des instruments financiers, particularités des institutions financières.

### PME6003

#### L'entrepreneur et l'entrepreneuriat

**Objectifs :** Amener l'étudiant à comprendre les processus entrepreneuriaux; saisir le profil de l'entrepreneur; comprendre les environnements propices à l'entrepreneuriat; développer les compétences requises pour gérer une PME ou intervenir en tant que consultant.

**Contenu :** Fondements sociaux, psychologiques et économiques de l'entrepreneuriat; caractéristiques et façon de faire de l'entrepreneur; système d'activités entrepreneuriales; phases de création et de développement d'un projet entrepreneurial; création d'idées, techniques de créativité et innovation; réseau de services de soutien à l'entrepreneuriat.

### PME6023

#### La veille stratégique pour la PME

**Objectifs :** Amener l'étudiant à comprendre la place de la veille stratégique dans la PME; connaître les différents types d'analyses reliés à la veille stratégique; connaître les différents outils de veille stratégique conçus pour la PME; savoir mettre en place une structure de veille stratégique.

**Contenu :** Veille stratégique à l'aide des modèles d'analyse suivants : analyse stratégique; analyse de l'environnement; analyse de l'industrie; analyse du marché; analyse des parties prenantes; recherche des opportunités et des menaces. Technologies, techniques et méthodologies pour la mise en œuvre d'une veille stratégique dans une PME.

### PME6033

#### Démarrage et gestion de la PME

**Objectifs :** Amener l'étudiant à connaître le processus de création d'une entreprise; connaître les organismes et programmes d'appui; avoir une compréhension systémique du fonctionnement de la PME.

**Contenu :** Plan d'affaires; structures juridiques; gouvernance; sources de capitaux; problèmes particuliers à l'implantation d'entreprises; programme d'appui au démarrage d'entreprise; aspects particuliers du travail autonome; gestion stratégique des ressources humaines; du marketing; de la production et des finances; relation entre les différentes activités du processus global de gestion d'une PME.

### PME6043

#### Gestion stratégique du développement de la PME

**Objectifs :** Amener l'étudiant à connaître les modes de croissance privilégiés pour la PME; développer une compréhension approfondie des contextes spécifiques de la croissance de la petite PME; développer et appliquer leurs connaissances en marketing, en gestion des opérations, en stratégie, en finance et dans les affaires internationales dans le contexte de la PME en croissance.

**Contenu** : Croissance interne; croissance externe; innovation; franchisage; fusion et acquisition; diversification des marchés et des produits; financement de la croissance; complexité organisationnelle; délégation et contrôle; développement de la PME dans un contexte international et multiculturel; gestion de la croissance; gestion du changement.

### **PME6053**

#### **La PME et la fonction publique**

**Objectifs** : Amener l'étudiant à comprendre l'appareil politique et la fonction publique; cerner les enjeux de la fonction publique; comprendre l'évolution et la nature des partenariats entre la fonction publique et la PME; maîtriser les processus d'intervention.

**Contenu** : Administration publique; enjeux politiques et administration publique; relations avec des partenaires au sein desquels le leadership est diffus et les objectifs divergents; lobbying; appels d'offre.

### **PME6063**

#### **La PME et le domaine de la santé**

**Objectifs** : Amener l'étudiant à comprendre le fonctionnement d'un système de santé publique; saisir les enjeux relatifs à ce secteur d'industrie; saisir le rôle de la PME et les partenariats possibles; maîtriser les particularités de gestion de la PME dans le domaine de la santé.

**Contenu** : Système de santé publique; encadrement légal; enjeux éthiques et déontologiques; complexité; gestion financière; gestion des ressources humaines; gestion du marketing; gestion de la qualité et des opérations; stratégies de développement; partenariats.

### **PME6073**

#### **La PME dans le secteur des hautes technologies**

**Objectifs** : Amener l'étudiant à comprendre les enjeux compétitifs de la PME évoluant dans le secteur relié aux hautes technologies; connaître les acteurs clés; connaître le processus d'évolution de la PME dans ce secteur; comprendre les enjeux de gestion et compétitifs reliés à l'innovation; maîtriser les particularités de la gestion des ressources.

**Contenu** : Structure du secteur industriel; relations inter-firmes; appuis des institutions publiques, parapubliques et privées; innovation; création, croissance, maintien et sortie de la PME; protection de la propriété intellectuelle; gestion des ressources; sources de financement.