Maîtrise en administration des affaires (MBA) (avec mémoire, cheminement régulier) - 1522

RESPONSABLE :

Gatineau

Julie Bérubé
Responsable de programme d'études de cycle supérieur

Pour de plus amples informations :

Téléphone : 819 595-3900 poste 1701
Courriel : csscadm@uqo.ca

SCOLARITÉ :

45 crédits, Deuxième cycle

GRADE :

Maîtrise 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	✓	✓	

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.
Les candidats ayant une formation autre que la gestion ne peuvent pas s'inscrire au cheminement régulier (profil avec mémoire).

Autres conditions:

Le candidat devra soumettre un curriculum vitæ accompagné d'un questionnaire dument rempli. Le candidat devra également être disponible pour une entrevue en personne ou par voie électronique.

Exigences linguistiques:

Maitriser 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 maitrise réalisés majoritairement en français;
- ont déjà répondu aux exigences de la maitrise 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) avec une note égale ou supérieure à 750 sur 990. Notez que le TFI n'est plus offert depuis février 2025. Un test de même niveau avec des résultats équivalents est aussi accepté.

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
	MBA6653	Méthodologie de la recherche qualitative en contexte de gestion
ou	MBA6673	Méthodologie de recherche quantitative avancée et marketing (MBA6663)
	MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
	MBA8483	Éthique, gouvernance et gestion des risques légaux
	MBA6021	Mémoire

Cours optionnels en Entrepreneuriat

Choisir deux cours optionnels en Entrepreneuriat (6 crédits) parmi la liste suivante: (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
PME6073	La PME dans le secteur des hautes technologies
PME6053	La PME et la fonction publique
PME6063	La PME et le domaine de la santé

Gestion de projet

Cours obligatoires

MBA6533	Gestion des opérations
MBA6543	Problèmes et politiques économiques
MBA6553	Gestion stratégique
MBA8483	Éthique, gouvernance et gestion des risques légaux
MBA6653	Méthodologie de la recherche qualitative en contexte de gestion

ou	MBA6673	Méthodologie de recherche quantitative avancée et marketing (MBA6663)
	MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
	MBA6021	Mémoire

Cours optionnels en gestion de projet

Choisir deux cours optionnels (6 crédits) parmi la liste suivante :

	MGP7112	Conception de projet
	MGP7121	Planification et contrôle opérationnels de projet
	MGP7133	Management d'un projet
	MGP7131	Standardisation et gestion de projet

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
	MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
	MBA6673	Méthodologie de recherche quantitative avancée et marketing (MBA6663)
	MBA6021	Mémoire

Cours optionnels en Marketing

Choisir deux cours optionnels en Marketing (6 crédits) parmi la liste suivante : (aucun préalable, sauf indication contraire)

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

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
	MBA6663	Méthodologie de la recherche quantitative en contexte de gestion
	MBA6653	Méthodologie de la recherche qualitative en contexte de gestion
ou	MBA6673	Méthodologie de recherche quantitative avancée et marketing (MBA6663)
	MBA6021	Mémoire

Cours optionnels en Services financiers

Choisir deux cours disponibles en Services financiers (6 crédits) parmi la liste suivante : (aucun préalable, sauf indication contraire)

	MBA8714	Information comptable et analyse financière avancée
	MBA8732	Aspects légaux des services financiers
	MBA8733	Techniques de gestion des placements
	MBA8751	Gestion financière des banques
	MBA8752	Systèmes financiers internationaux

NOTES :

Les numéros de programmes pour le campus de Saint-Jérôme sont 15J2, 15J3 et 15J4.

Immigration, réfugiés et citoyenneté Canada (IRCC) et le ministère de l'Immigration, de la francisation et de l'intégration du Québec (MIFI) ont adopté un ensemble de mesures importantes qui peuvent avoir des impacts sur le cheminement migratoire des personnes étudiantes internationales. Voici les liens des messages publiés par la Direction des Affaires Internationales de l'UQO concernant les nouvelles mesures relatives au permis de travail postdiplôme :

Travailler ou vivre au Canada après l'obtention du diplôme
Nouvelle mesure depuis le 1er septembre 2024
https://uqo.ca/nouvelles/170170

Postdiplôme : programmes admissibles au permis de travail
https://uqo.ca/nouvelles/172339

Attention aux personnes étudiantes internationales :
Compte tenu du cheminement particulier de ce programme, l'offre des cours ne permet pas un minimum de 50% de l'offre des cours en mode présentiel.

MBA6021

Mémoire

Objectifs : Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : - de contribuer, par une analyse critique, à l'avancement des connaissances en sciences administratives; - de formuler les questions ou les hypothèses de recherche appuyées par une recension de la documentation afférente; - d'élaborer le devis, la méthodologie et le plan d'analyse permettant de répondre aux questions ou de vérifier les hypothèses de recherche identifiées; - d'analyser les informations et les données recueillies de façon conforme aux normes en vigueur dans le champ disciplinaire afférent.

Contenu : Identification d'un thème de recherche; recension des écrits; élaboration d'objectifs, de questions ou d'hypothèses de recherche. Constitution d'un échantillon ou d'un corpus. Choix des instruments et des méthodes de collecte de données ou d'information et de la stratégie d'analyse. Application des analyses et discussions de résultats. Le travail de recherche peut prendre la forme d'une étude théorique, d'une méta-analyse, d'une étude empirique qualitative, quantitative ou mixte.

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.

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 des 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.

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.

MBA8714

Information comptable et analyse financière avancée

Objectifs : L'objectif général du cours est d'apprendre à utiliser les états financiers dans des contextes de décisions d'affaires, de décisions de financement et d'évaluation d'entreprises. On y traite également de la gouvernance d'entreprises et de la divulgation de l'information financière.

Contenu : La triade de l'analyse financière : l'analyse des stratégies d'affaires, l'analyse comptable et l'analyse des stratégies et des résultats financiers. Les normes comptables : un langage complexe et en constante évolution dans la communication d'information aux utilisateurs des états financiers. Les choix comptables, les hypothèses et les estimations : impact sur l'analyse comptable. L'utilisation de l'information financière dans le contexte des services financiers : la lecture de l'information, la préparation des entrevues avec les entreprises et la décision d'allocation de crédit.

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.

MBA8733

Techniques de gestion des placements

Objectifs : Ce cours permet aux participants d'approfondir leurs connaissances et de développer leurs compétences en techniques de gestion des placements.

Contenu : Relation conseiller client : rôle particulier du conseiller en placement, obligation fiduciaire. Planification financière et gestion de placements. Mesure du rendement, du risque et de la performance. Stratégies de répartition de l'actif. Marchés monétaires, obligataires, boursiers et des changes. Dimensions internationales : méthodes de placement sur les marchés boursiers étrangers. États financiers et analyse des sociétés. Analyse sectorielle et techniques. Titres de participations, placements à revenus fixes, produits gérés, fonds de placement, produits d'assurance. Éthiques en gestion des placements.

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.

MGP7112

Conception de projet

Objectifs : Développer les compétences des gestionnaires à identifier et comprendre les besoins initiaux des mandataires de projets uniques ainsi que des facteurs d'incertitude et de complexité qui y sont associés.

Contenu : Les principaux éléments de contenus sont la définition du besoin, le design des options, l'étude de faisabilité, le choix de la stratégie et le plan sommaire de la réalisation du projet. Les méthodes pédagogiques privilégiées pour ce cours incluent présentations magistrales, études de cas, mises en situation, lectures dirigées et réflexions de groupe

MGP7121

Planification et contrôle opérationnels de projet

Objectifs : Développer les compétences des gestionnaires à planifier et contrôler efficacement les processus et les ressources nécessaires à la réalisation d'un projet.

Contenu : Les principaux éléments de contenu couvrent l'identification et l'organisation des ressources requises pour atteindre les objectifs du projet, la prise en compte des risques, et la définition des éléments du pilotage de l'efficience et de l'efficacité du projet. Les méthodes pédagogiques privilégiées pour ce cours incluent présentations magistrales, études de cas, mises en situation, lectures dirigées et réflexions de groupe.

MGP7131

Standardisation et gestion de projet

Objectifs : Développer les compétences des gestionnaires à choisir une méthodologie de gestion projet adaptée aux caractéristiques du projet.

Contenu : Les principaux éléments de contenu comprennent la présentation et la comparaison des différents standards et approches de gestion de projet – par les compétences, processus ou agile – leurs fondements, logique et contenu, et les contextes et modalités d'application. Les méthodes pédagogiques privilégiées pour ce cours incluent présentations magistrales, études de cas, mises en situation, lectures dirigées et réflexions de groupe.

MGP7133

Management d'un projet

Objectifs : Développer les compétences des gestionnaires à gérer un projet en cours d'exécution.

Contenu : Les principaux éléments de contenu couvrent les approches permettant d'assurer la coopération des parties prenantes et la coordination des activités et des ressources en vue d'atteindre les objectifs, ce dans le cadre d'un projet unique. Les méthodes pédagogiques privilégiées pour ce cours incluent présentations magistrales, études de cas, mises en situation, lectures dirigées et réflexions de groupe.

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 entrepreneurial; 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.