

Programme court de deuxième cycle en développement d'entreprise

Téléphone : 514 987-3000
Site Web : www.esg.uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
0320	Programme court de deuxième cycle en développement d'entreprise	Attestation d'études, Att.	15

Contingent	Programme contingenté
Régime et durée des études	Temps partiel et temps complet.
Campus	Campus de Montréal

OBJECTIFS

Les objectifs du programme sont de permettre à des bacheliers d'autres disciplines que celle des sciences de la gestion d'acquies à l'intérieur d'un trimestre universitaire les compétences de base en gestion et de se sensibiliser à la culture du monde des affaires en vue de démarrer une entreprise ou d'améliorer les perspectives personnelles d'emploi des candidats. Les objectifs spécifiques du programme sont d'acquies les connaissances en gestion et familiariser les étudiants aux us et coutumes du monde des affaires par la rédaction d'un plan de développement d'entreprise (objectifs liés à la viabilité dans le milieu des affaires); de développer une compétence réelle en gestion au plan technique par la réalisation des différentes étapes du plan d'affaires: Plan des finances, plan de la production et des opérations, plan marketing, etc.(objectif lié à la compétence); de comprendre l'impact des interrelations des différentes fonctions administratives de l'entreprise sur la performance de celle-ci (objectif lié à la compétence); de permettre la connaissance d'un milieu d'entreprise par l'élaboration d'un plan d'affaires et par l'intervention dans ce milieu (objectifs liés à la pertinence).

CONDITIONS D'ADMISSION

Détenir un diplôme de premier cycle d'une université reconnue ou l'équivalent dans n'importe quelle discipline autre que celle de la gestion. Avoir obtenu une moyenne minimale de 3,2/4,3. Les dossiers des étudiants ayant une formation à l'étranger sont évalués selon les équivalences en vigueur. En cas de doute, le dossier est soumis au spécialiste du champ stratégique pour recommandation.

Capacité d'accueil

Le programme est contingenté à 20 étudiants par cohorte. Si les ressources le permettent, d'autres cohortes pourraient éventuellement être constituées.

Méthode et critères de sélection

L'excellence du dossier académique (moyenne, bourses, prix, etc.) est favorisée dans la sélection.

Régime et durée des études

Temps partiel et temps complet. Formation dispensée en trois trimestres.

COURS À SUIVRE

(Sauf indication contraire, les cours comportent 3 crédits. Certains cours ont des préalables. Consultez la description des cours pour les connaître.)

Sept cours choisis comme suit (15 crédits):

- PDE7001 Plan d'affaires et création de valeur
- PDE7002 Marketing (2 cr.)
- PDE7003 Comptabilité et finance
- PDE7004 Opérations et outils de gestion (1 cr.)
- PDE7006 Stratégie et contextes concurrentiel et socio-politique (2 cr.)
- PDE7007 Activité dirigée et formation d'appoint (2 cr.)
ou
- PDE7008 Intervention en entreprise (2 cr.)

FRAIS

Pour les frais d'inscription et de paiement des frais de scolarité, ce programme est rangé dans la classe A.

DESCRIPTION DES COURS

PDE7001 Plan d'affaires et création de valeur

Ce cours vise à familiariser les étudiants avec la notion de création de valeur par l'entreprise et avec la démarche globale, les principales sections et étapes du plan d'affaires. Ainsi, du projet concret, l'étudiant est mené à se questionner sur différentes fonctions d'entreprise, soit le marketing, la finance, les ressources humaines et les opérations. Ce cours est à la fois une introduction et un intégrateur des autres cours. Il couvre aussi les difficultés de lancement et d'acquisition d'une petite et d'une moyenne entreprise. Le tiers du cours servira à l'élaboration finale du plan d'affaires par les équipes d'étudiants et à la présentation publique de leurs résultats.

PDE7002 Marketing

Ce cours initie l'étudiant aux concepts du marketing. Il devrait permettre à l'étudiant de comprendre l'importance de maîtriser les informations externes et internes de l'entreprise. Ces informations fournissent les principaux intrants à la prise de décisions d'affaires. Les matières vues en classe porteront sur: l'analyse et la prospection du marché; l'organisation et la planification du marketing; les stratégies de marketing (marketing mix, concurrence, croissance, environnement marketing); la recherche en marketing (les études de marché, le plan d'échantillonnage, etc.); le comportement du consommateur et la communication marketing; les notions économiques sous-jacentes.

PDE7003 Comptabilité et finance

Ce cours vise à présenter les principaux concepts et outils utilisés en entreprise pour assurer une bonne gestion de l'information financière et comptable. Ce cours initie les étudiants à l'analyse et à la prévision financière, au financement de l'entreprise, à l'allocation des ressources financières ainsi qu'à la compréhension de la nature et de l'utilité de l'information comptable. Les cours porteront sur: l'interprétation des états financiers; les ratios financiers; autres techniques d'analyse et de prévision; les mathématiques financières; les contrats et les conventions entre les personnes oeuvrant dans le monde des affaires; les choix des investissements et les coûts du capital; les sources de financement à court, moyen et à long termes et types de pourvoyeur de fonds; les problèmes financiers spécifiques aux petites entreprises; la préparation d'un plan de financement, la négociation d'un prêt.

PDE7004 Opérations et outils de gestion

Ce cours traite de la mise sur pied, de la planification, du fonctionnement et du contrôle de la gestion des opérations dans l'entreprise ainsi que de l'utilisation d'outils favorisant une meilleure gestion. La démarche pédagogique utilisée dans la partie recherche opérationnelle sera la suivante: description générale; présentation d'un cas; résolution par ordinateur et analyse des résultats. Le cours et les laboratoires porteront sur les matières suivantes: La recherche opérationnelle: la présentation des bases scientifiques de la gestion; les modèles considérés: gestion de la production, construction d'horaires, problèmes de transport, planification d'effectifs. Le planning stratégique et opérationnel: le produit, le processus, l'implantation et la localisation; la qualité et contrôle de qualité; la gestion des stocks. La gestion de projets: la planification et cédule de projet, programmation, identification des tâches et des responsabilités, technique PERT/CPM; les systèmes d'information, les systèmes d'aide à la décision et les systèmes experts. Le devis de recherche, méthodes de collecte de données, analyses statistiques.

PDE7006 Stratégie et contextes concurrentiel et socio-politique

Ce cours s'élabore à partir des notions acquises au cours des semaines antérieures. Il initie les étudiants à la gestion stratégique des entreprises et leur permet de comprendre la dichotomie entre la planification et l'action. Ce cours couvre aussi l'analyse de l'environnement concurrentiel et sociopolitique. Le cours portera donc sur les aspects suivants de la stratégie: l'élaboration d'une stratégie et l'implantation de politiques administratives; les principaux concepts et éléments du domaine stratégique; le rôle du dirigeant, son processus de décision, le système de valeurs des dirigeants; la prospective et l'analyse de l'environnement.

PDE7007 Activité dirigée et formation d'appoint

Cette activité vise à fournir un approfondissement dans un champ stratégique de la gestion en vue de poursuivre des études de 2e cycle dans un champ de spécialisation. Le secteur d'activité est choisi par l'étudiant à l'intérieur des domaines suivants: affaires immobilières, développement organisationnel, finance, gestion des organisations, gestion du personnel, gestion internationale, marketing, qualité et réingénierie, stratégie. La formule pédagogique est le tutorat. Le contenu sera déterminé par le tuteur qui est lui-même spécialiste dans le champ stratégique choisi. À la fin de ce cours, l'étudiant devra rédiger un rapport d'activité.

PDE7008 Intervention en entreprise

Cette activité vise à mieux faire connaître une entreprise réelle dans un secteur d'activité qui correspond aux intérêts professionnels de l'étudiant. L'étudiant réalisera un stage de deux semaines dans une entreprise où il pourra mieux établir des liens entre la théorie et la pratique en milieu d'affaires. Un rapport de stage permettra à l'étudiant de communiquer les expériences acquises durant ce stage.

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.
Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 16/10/03, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Hiver 2013