

Programme court de deuxième cycle en commerce international

Téléphone : 514 987-3000 #6310
Courriel : pcinternational@uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
0799	Programme court de deuxième cycle en commerce international	Attestation d'études, Att.	15

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Temps partiel et temps plein Temps partiel : maximum huit trimestres Temps complet : maximum quatre trimestres
Campus	Campus de Montréal

OBJECTIFS

Objectifs généraux

Résolument actuel, le programme court de deuxième cycle en commerce international vise à enrichir et approfondir des connaissances propres au commerce international de manière à pouvoir propulser une entreprise sur la scène internationale dans un espace sans frontières et cela, peu importe son stade de développement sur le marché local.

Le programme court de deuxième cycle en commerce international offre une solide formation aux chefs d'entreprises (entreprises de petites tailles) et professionnels souhaitant œuvrer dans des entreprises «sans frontières», actives dans l'espace international. Le programme court intéressera également toute bachelière, tout bachelier souhaitant valoriser son profil académique afin de favoriser sa mobilité internationale.

Orienté vers le développement de compétences et des habiletés requises pour évoluer dans un espace d'affaires caractérisé par la diversité culturelle, sociale, économique, le programme permettra à l'étudiant de connaître et de transformer les obstacles réels ou perçus de la diversité géographique en facteurs de synergie du commerce d'intégration à l'international.

Objectifs spécifiques

Au terme du programme, l'étudiant devrait être en mesure :

1. De s'adapter à de nouvelles situations d'affaires en contexte interculturel;
2. D'exercer un leadership rassembleur dans des équipes multiculturelles;
3. De miser sur la diversité pour innover dans différents modèles d'affaires;
4. De construire des plans marketing tenant compte du paradoxe entre la globalisation des marchés et la spécificité nationale de l'approche client;
5. De concevoir et d'activer des chaînes d'approvisionnement et de distribution à l'étranger;
6. D'assurer la trésorerie à l'international en misant sur les crédits internationaux et les systèmes de paiement;
7. D'identifier et de gérer les nouvelles situations d'affaires, incluant les

barrières culturelles dans la conduite des affaires à l'étranger, l'optimisation des chaînes d'approvisionnement (clients - fournisseurs), le financement et le paiement;

8. D'intervenir à l'étranger dans un contexte de ressources humaines, matérielles et financières limitées;
9. D'assurer la rentabilité de projets en commerce international.

CONDITIONS D'ADMISSION

Le candidat doit être titulaire d'un baccalauréat (ou l'équivalent) obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 (ou l'équivalent).

Exceptionnellement, des candidats qui répondent à l'un des trois profils suivants pourraient être admissibles au programme court de deuxième cycle en commerce international :

1. Des candidats titulaires d'un baccalauréat (ou l'équivalent) obtenu avec une moyenne cumulative inférieure à 3,2 (ou l'équivalent), mais égale ou supérieure à 2,8 sur 4,3 (ou l'équivalent);
2. Des candidats titulaires d'un baccalauréat (ou l'équivalent) obtenu avec une moyenne inférieure à 2,8 sur 4,3 (ou l'équivalent) mais égale ou supérieure à 2,5 sur 4,3 (ou l'équivalent) et qui ont une formation additionnelle et appropriée d'au moins 15 crédits universitaires (ou l'équivalent) complétés avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 (ou l'équivalent);
3. Des candidats ne détenant pas de baccalauréat, mais possédant les connaissances requises, une formation appropriée et une expérience jugée pertinente d'au moins cinq ans au sein d'une entreprise ou d'une organisation qui exporte déjà ou souhaite exporter dans un avenir rapproché.

Tous les candidats devront posséder une maîtrise adéquate de l'utilisation des logiciels de traitement de texte, de bases de données et de chiffrier électronique. Le candidat doit aussi posséder des connaissances de base en mathématiques.

Tous les candidats devront posséder une maîtrise adéquate de l'utilisation de l'informatique.

Capacité d'accueil

Le programme n'est pas contingenté, mais au moins vingt inscrits seront nécessaires pour démarrer une cohorte.

Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission aux trimestres d'automne et d'hiver.

Connaissance du français

Le candidat doit maîtriser suffisamment la langue française (à l'oral comme à l'écrit) et avoir la capacité de lire des textes scientifiques rédigés en anglais. Ces connaissances pourront faire l'objet d'une évaluation par le programme. Des cours d'appoint pourraient être imposés si ces exigences ne sont pas rencontrées.

Connaissance de l'anglais

Le candidat doit avoir une maîtrise suffisante de l'anglais pour lire et comprendre les textes en langue anglaise utilisés dans les cours, les documents de référence étant parfois rédigés dans cette langue. Le candidat qui ne satisferait pas à ces exigences pourrait se voir imposer des cours d'appoint.

Méthode et critères de sélection

L'évaluation des candidatures est réalisée par le sous-comité d'admission et d'évaluation (SCAE) du programme sur la base du dossier académique, d'une lettre de recommandation, du curriculum vitae détaillé et du texte de motivation du candidat dans laquelle il doit détailler ses aptitudes et motivations à entreprendre ce programme. Pour les étudiants ne détenant pas de baccalauréat, la ou les attestations d'emploi s'ajoutent comme élément d'évaluation de la candidature.

Documents requis

Outre le formulaire de demande d'admission et les documents exigés par le Registrarat, le dossier de candidature doit comprendre :

- un texte de motivation de une à trois pages;
- une lettre de recommandation;
- un curriculum vitae;
- pour les candidats ne détenant pas de baccalauréat, les attestations d'emplois pertinents, mentionnant le titre, la description et la durée de chacun des emplois. L'attestation d'emploi doit également indiquer si l'organisation exporte déjà ou souhaite entreprendre une démarche d'exportation dans un avenir rapproché.

Régime et durée des études

- Temps partiel et temps plein
- Temps partiel : maximum huit trimestres
- Temps complet : maximum quatre trimestres

Passé ce délai, l'étudiant devra soumettre une demande de prolongation de la durée des études conformément aux conditions fixées par le règlement des études de cycles supérieurs de l'UQAM.

COURS À SUIVRE

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

Les cinq cours suivants (15 crédits) :

ORH7012 Gestion internationale des ressources humaines
MKG8425 Marketing international
MET7013 Logistique à l'international

SCO7011 Affaires, comptabilité et trésorerie à l'international

MET8031 Projet à l'international

ou

Tout autre cours sous approbation de la direction du programme.

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

Le cours MKG8425 Marketing international nécessite pour préalable un cours de base en marketing. Il peut s'agir du cours MKG3300 Marketing, MKG8416 Marketing, MBA8416 Marketing, ou son équivalent. L'étudiant qui n'aurait pas réussi un tel cours de base en marketing devra le réussir, en tant que cours hors programme, avant son inscription au cours MKG8425 Marketing international.

Les étudiants ne pourront s'inscrire à l'activité MET8031 Projet à l'international qu'après avoir réussi tous les autres cours du programme.

FRAIS

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

DESCRIPTION DES COURS**MET7013 Logistique à l'international****Objectifs**

Ce cours porte sur les méthodes avancées de la gestion intégrée des chaînes et des réseaux logistiques des entreprises actives à l'international. L'étudiant aura l'opportunité de développer ses habiletés et ses compétences lui permettant de résoudre les problèmes de conception de réseaux, de planification des processus et de pilotage des activités internationales de l'entreprise. L'étudiant sera également emmené à situer l'entreprise dans la chaîne de valeur du commerce intégré et à porter une attention particulière aux grandes fonctions de la chaîne, telles que l'approvisionnement, la production, la gestion des stocks, le transport et la distribution. La logistique de la chaîne des opérations variant d'une entreprise à l'autre, l'étudiant sera finalement emmené à poser la problématique de l'optimisation de la chaîne des opérations en terme de projet de recherche et de solutionnement spécifique.

Sommaire du contenu

Familiarisation aux dimensions internationales de la logistique. Thèmes abordés : analyse de coût total en logistique internationale; principaux intervenants de la chaîne logistique internationale; modes de transport utilisés et critères de sélection d'un mode de transport et d'un transporteur; principales tendances en matière de logistique internationale; contexte légal et économique des transactions internationales.

Modalité d'enseignement

Ce cours sera offert en format présentiel, incluant des présentations magistrales, et des études de cas. L'évaluation sera constituée d'un travail de session et de deux examens.

MET8031 Projet à l'international**Objectifs**

Sur le plan des connaissances, le cours fournit à l'étudiant l'occasion de faire une synthèse systématique et structurée des connaissances théoriques apprises des cours des blocs 1 et 2 et de mettre en pratique les acquis de ceux-ci. Ce cours exige que l'étudiant vive personnellement une expérience pratique en contexte international. Sur le plan du comportement, ce cours suscite l'esprit d'initiative. Ainsi

plongé dans la réalité concrète d'une organisation internationale, l'étudiant devra développer son autonomie et sa débrouillardise et planifier des activités avec un maximum de soin en déterminant les points critiques de son projet tout en prévoyant les moyens disponibles pour surmonter les obstacles. Sur le plan des habiletés, ce cours constitue une opportunité d'améliorer la prise de décision basée sur l'analyse critique d'un problème en gestion internationale, i.e. dans un contexte culturel différent, et il permettra de s'exercer à fonctionner selon des contraintes culturelles différentes.

Sommaire du contenu

Cours dont le contenu proviendra d'une proposition de l'étudiant intégrant les quatre cours du programme dans un contexte d'expérimentation terrain. Elle comprendra notamment l'évaluation et la compréhension des différences culturelles et économiques.

Modalité d'enseignement

Le cours sera offert en format hybride et se déroulera en partie en classe, en partie par communication multimedia (du style skype ou téléconférence), suivi par la réalisation de l'activité internationale. Tout au long de la réalisation de son activité internationale, l'étudiant sera assisté par son enseignant, également chargé de la notation du travail fait. Le cours sera offert en format intensif.

Conditions d'accès

Cours à entreprendre à la fin du programme.

MKG8425 Marketing international

Comprendre l'importance de la dimension internationale dans la gestion commerciale des entreprises. Identifier les principales sphères d'activité et de décision en marketing international. Diagnostiquer des problèmes de marketing international précis et simples. Comprendre le comportement d'achat des consommateurs et des organisations de différents pays et de différentes cultures. Connaître la démarche de la recherche marketing au niveau international. Connaître les différents éléments et stratégies du marketing mix (produit, prix, distribution et communication) et leurs applications dans le contexte global des activités des entreprises. Évaluer les déterminants du succès des activités internationales des entreprises. Ce cours porte sur l'adaptation de certains champs disciplinaires de la gestion dans le contexte international et propose une analyse de la spécificité de l'organisation, des fonctions et des opérations marketing des entreprises oeuvrant dans les marchés étrangers. Il vise d'abord à développer et à renforcer chez l'étudiant une attitude positive vis-à-vis de la dimension internationale, ensuite à le familiariser avec les principales décisions et responsabilités d'un gestionnaire oeuvrant sur un marché étranger et finalement à le rendre apte à développer un plan préliminaire de marketing dans un contexte d'internationalisation des activités de l'entreprise. Ce cours est divisé en trois modules : introduction à l'optique internationale, analyse de l'environnement global de l'entreprise et développement de stratégies marketing sur le plan international.

ORH7012 Gestion internationale des ressources humaines

Objectifs

Ce cours s'adresse à tout étudiant désirant faire carrière à l'international. Ce cours permettra à l'étudiant d'acquérir des connaissances et de développer des compétences qui lui permettront d'analyser, de comprendre et de s'ajuster à toute culture et de mobiliser des équipes de travail multiculturelles et multi frontières. Le cours vise à familiariser aux paradigmes caractéristiques des principaux systèmes de gestion dans le monde (monde anglo-saxon, monde germanique, monde scandinave, monde latin, monde arabe, monde asiatique). Il souligne la relativité des principes et des pratiques de gestion locales, connues, souvent prises pour universelles, et met en garde contre les difficultés à les appliquer dans des univers d'autres logiques. Le cours appréhende les principales dimensions culturelles, sociologiques,

politiques et éthiques qui différencient les comportements humains et génèrent des problématiques, des stratégies et des pratiques de gestion différentes. Le cours vise finalement à préparer à l'aspect le plus complexe de l'intervenant à l'international qui consiste à concilier les objectifs de sa mission et les contraintes d'une situation à laquelle il est étranger.

Sommaire du contenu

Globalisation. Organisations multiculturelles et adaptation des personnes et des équipes de personnes à agir en contexte multiculturel et transfrontalier. Identité et attributs d'une personne compétente sur le plan interculturel. Défis de la gestion à l'international : communication, négociation, prise de décision, leadership et motivation. Gestion des ressources humaines à l'international. Mobilité internationale.

Modalité d'enseignement

Ce cours sera offert en format présentiel, incluant des présentations magistrales, et des études de cas. L'évaluation sera constituée d'un travail de session et de deux examens.

SCO7011 Affaires, comptabilité et trésorerie à l'international

Objectifs

Ce cours s'adresse à toute personne désirant faire carrière à l'international. Il a pour objectif de développer des compétences pour intervenir à l'étranger et avec l'étranger. Dans la plupart des PME la gestion de la trésorerie est constituée d'une triade incluant le dirigeant, l'expert-comptable, interne ou externe, et le banquier. Dans ce cours les étudiants seront appelés à découvrir que la gestion de la trésorerie fait partie intégrante et doit être examinée en amont de la conception et de la réalisation de toute activité internationale. Le cours permettra aux étudiants de comprendre la désynchronisation existant entre le flux des opérations d'une entreprise, le reporting comptable et le flux de la circulation de l'encaisse. Il permettra également aux étudiants de modéliser et de transposer un projet international en un calendrier de moments d'entrées et de sorties de fonds, incluant les facteurs de risque susceptibles de modifier la chronologie et les montants établis. Une attention particulière sera apportée aux outils électroniques de paiement et de gestion du risque disponibles aux entrepreneurs internationaux dans l'objectif d'optimiser l'utilisation des liquidités et de diminuer le recours au financement externe. Finalement, le cours inclura un panorama des différentes sources de financement, des différents types d'investisseurs et des organismes gouvernementaux et paragouvernementaux présentés sous l'angle des profils et des interventions dans le montage financier d'un projet international. Les rapports comptables, financiers et de gestion, faisant partie intégrante de la présentation d'un projet à tout investisseur, incluant d'abord le promoteur d'un projet qui investit temps et argent, les principaux indicateurs de performance, de solvabilité, de rentabilité et de transposition en rendement seront présentés.

Sommaire du contenu

Globalisation. Organisations internationales et outils d'internationalisation. Variables et profils culturels. Contrats internationaux. Outils de paiement. Gestion du risque de la fluctuation des devises. Ingénierie financière internationale. Trésorerie. Risque client, risque crédit, risque rapatriement paiements. Risques Budgets. Rapports financiers prévisionnels.

Modalité d'enseignement

Ce cours sera offert en format hybride, incluant des présentations magistrales, des présentations sur capsules et des études de cas. L'évaluation sera constituée d'un travail de session et de deux examens.

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 31/07/18, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2016