# Maîtrise ès sciences de la gestion

**Téléphone :**

**Courriel :** mscgestion@uqam.ca (Spécialisations 1762-1769-1932-1949-1981-2381)
maitrisegestion@uqam.ca (Spécialisations 1761-1763-1764-1765-1766-1767-1768-1931-1933-1934-1935-1936-1947-1948)

| Code | Titre | Grade | Crédits |
|---|---|---|---|
| **Profil avec mémoire** | | | |
| 1761 | Spécialisation ressources humaines | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1762 | Spécialisation marketing | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1763 | Spécialisation management | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1764 | Spécialisation stratégie | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1765 | Spécialisation responsabilité sociale et environnementale | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1766 | Spécialisation gestion internationale | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1767 | Spécialisation développement organisationnel | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1768 | Spécialisation innovation sociale | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 1769 | Spécialisation gestion des opérations | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2381 | Spécialisation marketing numérique | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| **Profil avec projet dirigé** | | | |
| 2233 | Spécialisation ressources humaines | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2234 | Spécialisation marketing | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2235 | Spécialisation management | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2236 | Spécialisation stratégie | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2237 | Spécialisation responsabilité sociale et environnementale | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2238 | Spécialisation gestion internationale | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2239 | Spécialisation développement organisationnel | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2240 | Spécialisation innovation sociale | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2241 | Spécialisation gestion des opérations | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |
| 2242 | Spécialisation marketing numérique | Maître ès sciences, M.Sc. | 45 |

| | |
|---|---|
| **Trimestre(s) d'admission** | Automne<br>Hiver |
| **Contingent** | Programme non contingenté |
| **Régime et durée des études** | Profil avec mémoire : temps complet<br>Profil avec projet dirigé : temps complet ou temps partiel |
| **Campus** | Campus de Montréal |
| **Organisation des études** | Cours offerts le jour |

## OBJECTIFS

Ce programme entend doter les étudiants de connaissances théoriques et pratiques approfondies dans le champ de l'administration, ainsi que d'un esprit critique propice à l'analyse dans les différentes disciplines.

Plus spécifiquement, le programme vise à former des analystes aptes à intervenir dans les organisations par le transfert et l'application d'une large palette de connaissances avancées en administration. Il initie les étudiants à la recherche en sciences de la gestion, en plus de favoriser l'exploration des connaissances dans un champ de recherche de leur choix. Les étudiants développent également des capacités d'intervention et de communication dans ce même champ par la résolution d'un problème vécu au sein d'une organisation, par la production d'un projet dirigé (pouvant prendre la forme d'un essai, d'un projet d'intervention ou d'un stage) ou d'un mémoire.

## CONDITIONS D'ADMISSION

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

Le candidat qui a obtenu un tel baccalauréat avec une moyenne cumulative inférieure à 3,2 sur 4,3 mais égale ou supérieure à 2,8 sur 4,3 (ou l'équivalent) pourra être admis exceptionnellement après étude de son dossier par le sous-comité d'admission et d'évaluation du programme.

Exceptionnellement, des candidats titulaires d'un diplôme de baccalauréat (ou l'équivalent), obtenu avec une moyenne cumulative inférieure à 2,8 sur 4,3 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) peuvent faire l'objet d'une recommandation d'admission.

Le candidat qui dépose une demande d'admission sur la base d'études réalisées à l'extérieur du Québec est prié de se référer à la section «Connaissance du français» pour connaître la condition d'admission supplémentaire qui s'applique à sa candidature.

Tout candidat doit aussi avoir une formation de base dans le champ où il entend se spécialiser, formation qui pourra, au besoin, être acquise par la voie de cours d'appoint ou d'une propédeutique.

**Capacité d'accueil**
Le programme n'est pas contingenté. Toutefois, le nombre d'admissions ne doit pas dépasser la capacité d'encadrement des professeurs oeuvrant dans le programme.

**Trimestre d'admission (information complémentaire)**
Admission à l'automne et à l'hiver.

**Connaissance du français**
La personne candidate doit posséder une connaissance suffisante de la langue française à l'oral et à l'écrit.

**Admission sur la base d'études hors Québec** :
Le candidat ou la candidate qui soumet une demande d'admission sur la base d'études réalisées à l'extérieur du Québec qui ne satisfait pas les critères attestant de la maîtrise de la langue française doit faire la démonstration de sa maîtrise suffisante de la langue française en joignant à sa demande d'admission le résultat obtenu à un test de français reconnu.
Plus d'information sur les tests de français reconnus par l'UQAM.

Le barème de réussite est le suivant :

Si le résultat correspond au niveau 5 ou 6, la personne candidate est refusée.

Si le résultat correspond au niveau 3 ou 4, la personne candidate devra réussir au plus trois cours (9 crédits) en français langue seconde en fonction des résultats obtenus au test. Ces cours devront être réussis avant l'admission au programme.

Si le résultat correspond au niveau 2, la personne candidate devra réussir au plus deux cours (6 crédits) en français langue seconde en fonction des résultats obtenus au test. Ces cours devront être si possible réussis lors du premier trimestre d'admission et peuvent être suivis en parallèle aux autres cours du programme. Si l'un des deux cours de français est préalable à l'autre, ils devront être suivis sur deux trimestres.

Si le résultat est de niveau 1, la personne candidate satisfait l'exigence de connaissance du français.

**Connaissance de l'anglais**
Le candidat doit posséder la capacité de lire des textes scientifiques rédigés en anglais. Le sous-comité d'admission et d'évaluation pourra imposer au candidat de passer un test de classement en anglais afin d'établir s'il possède cette capacité et lui imposer la réussite du cours ANG2053 Reading I s'il ne se classe pas au niveau intermédiaire en lecture.

Le cours d'anglais ANG2053 Reading I, lorsqu'imposé comme cours d'appoint ou de propédeutique, doit être réussi dès le premier trimestre d'inscription au programme, à moins que des cours préalables (hors programme) ne soient imposés au candidat à la suite du test de classement.

**Méthode et critères de sélection**
Évaluation du dossier académique et, dans certains cas, entrevues.

Le candidat qui soumet une demande d'admission sur la base d'études réalisées à l'extérieur du Québec et qui ne satisfait pas les critères attestant de la maîtrise de la langue française doit également fournir le résultat obtenu à un test de français reconnu par l'UQAM, tel qu'indiqué dans la section « Connaissance du français ».

**Régime et durée des études**
Temps complet seulement pour le profil avec mémoire
Maximum de six trimestres*

Temps complet et temps partiel pour le profil avec projet dirigé
Maximum de six trimestres pour le régime à temps complet
Maximum de douze trimestres pour le régime à temps partiel

* Pour les étudiants qui bénéficient de la passerelle avec le baccalauréat, la durée des études pourrait être réduite selon le nombre de cours reconnus (maximum : trois cours ou neuf crédits).

## COURS À SUIVRE

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

**PROFIL AVEC PROJET DIRIGÉ**

**Bloc spécialisation (33 crédits)**

Neuf cours (ou 27 crédits) dans le champ de spécialisation choisi et deux cours (6 crédits) choisis dans un autre champ de spécialisation.

**Bloc projet dirigé**

L'une des trois activités suivantes (12 crédits) :
MSG8193 Essai (12 cr.)
MSG8194 Stage dans une organisation (12 cr.)
MSG8195 Projet d'intervention (12 cr.)

**PROFIL AVEC MÉMOIRE**

**Bloc spécialisation (21 crédits)**

Six cours (18 crédits maximum) dans le champ de spécialisation choisi et un cours hors spécialisation (3 crédits)

**Bloc recherche**

Les activités suivantes (24 crédits) :
MSG8180 Projet de mémoire
Mémoire (21 cr.)

Le mémoire constitue un exposé des résultats d'une recherche poursuivie pendant les études de deuxième cycle. Il peut se présenter soit sous la forme traditionnelle d'une dissertation soit sous la forme d'article(s). Ce mémoire devra démonter l'aptitude de l'étudiant à mener à bien une recherche scientifique. Il sera évalué selon les règlements en vigueur.

L'activité suivante :
MSG8000 Activité de développement des compétences informationnelles (0 cr.)
Toutes les étudiantes, tous les étudiants nouvellement admis au programme, dès l'hiver 2022, devront obligatoirement réussir l'activité MSG8000. Il est fortement recommandé de l'accomplir au courant du premier trimestre. Cette activité vise à favoriser la réussite des cours, du mémoire et du projet dirigé, ainsi que l'insertion dans le monde du travail.

**ACTIVITÉS RELIÉES AU CHAMP DE SPÉCIALISATION**

L'étudiant choisit une spécialisation parmi les neuf champs de spécialisation suivants :

**Spécialisation Ressources humaines**

**Pour les deux profils**

**Les cours suivants (6 crédits) :**
ORH8403 Gestion stratégique des ressources humaines et des relations du travail
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines
**Profil avec projet dirigé (21 crédits) (code 1931)**

**Le cours suivant (3 crédits) :**
ORH8414 Diagnostic en gestion des ressources humaines
**Six cours parmi les suivants (18 crédits) :**
ORH8402 Attitudes et comportements
ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels
ORH8406 Enjeux juridiques de la gestion des ressources humaines
ORH8408 Gestion des situations critiques : problèmes de santé et comportements hors normes en entreprise
ORH8410 Gestion de la dimension éthique en organisation
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
ORH8416 Intégration des pratiques de gestion des ressources humaines
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
ORH8422 Évaluation coûts-bénéfices appliquée aux interventions en milieu de travail
ORH8423 Modélisation et évaluation des interventions
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé ou la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (12 crédits) (code 1761)**

**Quatre cours parmi les suivants (12 crédits) :**
ORH8402 Attitudes et comportements
ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels
ORH8406 Enjeux juridiques de la gestion des ressources humaines
ORH8408 Gestion des situations critiques : problèmes de santé et comportements hors normes en entreprise
ORH8410 Gestion de la dimension éthique en organisation
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
ORH8414 Diagnostic en gestion des ressources humaines
ORH8416 Intégration des pratiques de gestion des ressources humaines
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
ORH8422 Évaluation coûts-bénéfices appliquée aux interventions en milieu de travail
ORH8423 Modélisation et évaluation des interventions
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé ou la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation Marketing**

**Pour les deux profils**

**Les quatre cours suivants (12 crédits) :**
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
MKG8402 Analyse de données multivariées
MKG8403 Comportement du consommateur
MKG8404 Stratégie de marketing
**Profil avec projet dirigé (code 1932) : cinq cours parmi les suivants (15 crédits)**
MKG8405 Gestion de la marque
MKG8406 Marketing aux consommateurs en ligne
MKG8407 Communication marketing intégrée
MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service
MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies
MKG8413 Système d'intelligence marketing
MKG8417 Performance marketing
MKG8423 Le marketing aux entreprises (B2B) et ses enjeux numériques
MKG8424 Marketing responsable
MKG8425 Marketing international
MKG8429 Marketing interculturel
MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation
MKG8432 Commerce social et marketing 2.0
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé ou la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1762) : deux cours parmi les suivants (6 crédits)**
MKG8405 Gestion de la marque
MKG8406 Marketing aux consommateurs en ligne
MKG8407 Communication marketing intégrée
MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service
MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies
MKG8413 Système d'intelligence marketing
MKG8417 Performance marketing
MKG8423 Le marketing aux entreprises (B2B) et ses enjeux numériques
MKG8424 Marketing responsable
MKG8425 Marketing international
MKG8429 Marketing interculturel
MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation
MKG8432 Commerce social et marketing 2.0
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé ou la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation Management**

**Profil avec projet dirigé (code 1933) (30 crédits)**

**Les quatre cours suivants (12 crédits) :**
MGT8401 Management : théories et applications
MGT8404 Management de l'innovation
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
MGT8414 Créativité et management
**Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :**
ADM9985 Management, connaissances et organisations
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
MGT8402 Management comparé
MGT8407 L'induction du risque au sein des organisations
MGT8409 Consultation et pratique de management
MGT8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
MGT8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MGT8416 Le management et la vie en organisation
MGT8419 Management en contexte pluraliste
MGT8420 Management : de la révolution industrielle à l'intelligence artificielle
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1763) (18 crédits)**

**Les quatre cours suivants (12 crédits) :**
MGT8401 Management : théories et applications
MGT8404 Management de l'innovation
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
MGT8414 Créativité et management
**Deux cours parmi les suivants (6 crédits) :**
ADM9985 Management, connaissances et organisations
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
MGT8402 Management comparé
MGT8407 L'induction du risque au sein des organisations
MGT8409 Consultation et pratique de management
MGT8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
MGT8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MGT8416 Le management et la vie en organisation
MGT8419 Management en contexte pluraliste
MGT8420 Management : de la révolution industrielle à l'intelligence artificielle
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation Stratégie**

**Profil avec projet dirigé (code 1934) (27 crédits)**

**Les trois cours suivants (9 crédits) :**
DSR8401 Stratégie de gestion
DSR8404 Design, implantation et suivi d'un modèle d'affaires
DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie
**Six cours parmi les suivants (18 crédits) :**
DSR8405 Stratégie de changement radical
DSR8407 Management international : stratégie, innovation, cultures et écosystèmes
DSR8408 Gestion intégrée des risques et des crises (GIR)
DSR8410 Performer dans une économie internationale
DSR8411 Performer dans une économie internationale II
DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»
DSR8415 Veille stratégique et processus d'intelligence économique
DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions
DSR8417 Dimensions et enjeux stratégiques de la gouvernance d'entreprise
DSR8491 Stage de recherche
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1764) (18 crédits)**

**Les trois cours suivants (9 crédits) :**
DSR8401 Stratégie de gestion
DSR8404 Design, implantation et suivi d'un modèle d'affaires
DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie
**Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :**
DSR8405 Stratégie de changement radical
DSR8407 Management international : stratégie, innovation, cultures et écosystèmes
DSR8408 Gestion intégrée des risques et des crises (GIR)
DSR8410 Performer dans une économie internationale
DSR8411 Performer dans une économie internationale II
DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»
DSR8415 Veille stratégique et processus d'intelligence économique
DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions
DSR8417 Dimensions et enjeux stratégiques de la gouvernance d'entreprise
DSR8491 Stage de recherche
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation Responsabilité sociale et environnementale**

**Profil avec projet dirigé (code 1935) (27 crédits)**

**Le cours suivant (3 crédits) :**
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche
**Huit cours parmi les cours suivants (24 crédits) :**
DSR7120 Gestion environnementale dans les organisations
Ou
ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations
DSR7620 Analyse du cycle de vie des produits et des services : théories et applications
DSR8222 Changement climatique, entreprise et société
DSR8402 Contexte socioéconomique de l'entreprise
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
DSR8418 La philanthropie : enjeux sociopolitiques et stratégiques
DSR8419 Gouvernance, responsabilité juridique et divulgation extrafinancière des entreprises
DSR8491 Stage de recherche
MGT8414 Créativité et management
MKG8424 Marketing responsable
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
SCO7410 Évaluation, reddition de comptes et communication de la performance sociale des organisations
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction du projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1765) (18 crédits)**

**Le cours suivant (3 crédits)**
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche
**Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :**
DSR7120 Gestion environnementale dans les organisations
Ou
ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations

DSR7620 Analyse du cycle de vie des produits et des services : théories et applications
DSR8402 Contexte socioéconomique de l'entreprise
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
DSR8418 La philanthropie : enjeux sociopolitiques et stratégiques
DSR8419 Gouvernance, responsabilité juridique et divulgation extrafinancière des entreprises
DSR8491 Stage de recherche
DSR8222 Changement climatique, entreprise et société
MGT8414 Créativité et management
MKG8424 Marketing responsable
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
SCO7410 Évaluation, reddition de comptes et communication de la performance sociale des organisations
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation Gestion internationale**

**Profil avec projet dirigé (code 1936) (27 crédits)**

**Un cours de méthodologie parmi les suivants (3 crédits) :**
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche
DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Huit cours parmi les cours suivants (24 crédits) :**
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8407 Management international : stratégie, innovation, cultures et écosystèmes
DSR8410 Performer dans une économie internationale
DSR8411 Performer dans une économie internationale II
DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions
ECO8041 Commerce international et mondialisation
MGT8402 Management comparé
MGT8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MGP7017 Gestion de projets internationaux
MKG8425 Marketing international
MKG8429 Marketing interculturel
MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation
ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
ORH8417 Organisation et innovation sociale
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1766) (18 crédits)**

**Un cours de méthodologie parmi les suivants (3 crédits) :**
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche
DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :**
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8407 Management international : stratégie, innovation, cultures et écosystèmes
DSR8410 Performer dans une économie internationale
DSR8411 Performer dans une économie internationale II
DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions
ECO8041 Commerce international et mondialisation
MGT8402 Management comparé
MGT8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MGP7017 Gestion de projets internationaux
MKG8425 Marketing international
MKG8429 Marketing interculturel
MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation
ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
ORH8417 Organisation et innovation sociale
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de mémoire et avec l'accord de la direction de programme.

Remarques :

Les étudiants qui choisissent le champ de spécialisation Gestion internationale sont fortement encouragés à effectuer un séjour d'études à l'étranger. Une entente d'équivalence de cours doit toutefois être établie au préalable.

Les activités de ce programme ne peuvent être offertes à chacun des trimestres (automne, hiver ou été). Elles sont offertes en alternance d'un trimestre à l'autre, voire d'une année à l'autre.

**Spécialisation Développement organisationnel**

**Profil avec projet dirigé (code 1947) (27 crédits)**

**Un cours de méthodologie parmi les suivants (3 crédits) :**
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Deux cours obligatoires (6 crédits) :**
ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
**Six cours parmi les suivants (18 crédits) :**
ORH8402 Attitudes et comportements
ORH8410 Gestion de la dimension éthique en organisation
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8414 Diagnostic en gestion des ressources humaines
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
ORH8423 Modélisation et évaluation des interventions
DSR8401 Stratégie de gestion
DSR8405 Stratégie de changement radical
DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions
MGT8409 Consultation et pratique de management
MGT8414 Créativité et management
MGT8416 Le management et la vie en organisation
MGT8419 Management en contexte pluraliste
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1767) (18 crédits)**

**Un cours de méthodologie parmi les suivants (3 crédits) :**
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines

MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Deux cours obligatoire (6 crédits) :**
ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
**Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :**
ORH8402 Attitudes et comportements
ORH8410 Gestion de la dimension éthique en organisation
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8414 Diagnostic en gestion des ressources humaines
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
ORH8423 Modélisation et évaluation des interventions
DSR8401 Stratégie de gestion
DSR8405 Stratégie de changement radical
DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions
MGT8409 Consultation et pratique de management
MGT8414 Créativité et management
MGT8416 Le management et la vie en organisation
MGT8419 Management en contexte pluraliste
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation Innovation sociale**

**Profil avec projet dirigé (code 1948) (27 crédits)**

**Un cours de méthodologie parmi les suivants (3 crédits) :**
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche
DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Deux cours obligatoires (6 crédits) :**
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
**Un cours parmi les suivants (3 crédits) :**
MGT8419 Management en contexte pluraliste
ADM9945 Entreprises sociales et collectives
**Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :**
ADM9945 Entreprises sociales et collectives
DSR7120 Gestion environnementale dans les organisations
Ou
ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations
DSR8222 Changement climatique, entreprise et société
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
DSR8418 La philanthropie : enjeux sociopolitiques et stratégiques
MGT8401 Management : théories et applications
MGT8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
MGT8414 Créativité et management
MGT8416 Le management et la vie en organisation
MGT8419 Management en contexte pluraliste
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
MKG8424 Marketing responsable
ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
SOC8735 Socio-géographie du développement
ou
GEO8735 Socio-géographie du développement
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1768) (18 crédits)**

**Un cours de méthodologie parmi les suivants (3 crédits) :**
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche
DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Deux cours obligatoires (6 crédits) :**
ORH8417 Organisation et innovation sociale
ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives
**Un cours parmi les suivants (3 crédits) :**
MGT8419 Management en contexte pluraliste
ADM9945 Entreprises sociales et collectives
**Deux cours parmi les suivants (6 crédits) :**
ADM9945 Entreprises sociales et collectives
DSR7120 Gestion environnementale dans les organisations
Ou
ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations
DSR8222 Changement climatique, entreprise et société
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations
DSR8418 La philanthropie : enjeux sociopolitiques et stratégiques
MGT8401 Management : théories et applications
MGT8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
MGT8414 Créativité et management
MGT8416 Le management et la vie en organisation
MGT8419 Management en contexte pluraliste
MKG8424 Marketing responsable
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
SOC8735 Socio-géographie du développement
ou
GEO8735 Socio-géographie du développement
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme

**Spécialisation Gestion des opérations**

**Profil avec projet dirigé (code 1949) (27 crédits)**

**Le cours de méthodologie suivant (3 crédits) :**
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Quatre cours obligatoires (12 crédits) :**
AOT8800 Optimisation des réseaux logistiques
AOT8810 Gestion et design des services
AOT8820 Simulation avancée des systèmes complexes
AOT8418 Gestion des technologies IoT dans les organisations
**Quatre cours parmi les suivants (12 crédits) :**
ADM995X Séminaire thématique en gestion des opérations
ADM9950 Logistique en régions éloignées
AOT8814 Gestion des opérations de maintenance
AOT8815 Gestion des opérations durables
MGT8830 Gestion de projet
MGP7017 Gestion de projets internationaux
MGP7203 Gestion de projet d'aide humanitaire
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (code 1769) (18 crédits)**

**Le cours de méthodologie suivant (3 crédits) :**
MGT8410 Séminaire de méthodologie en management
**Quatre cours obligatoires (12 crédits) :**
AOT8800 Optimisation des réseaux logistiques
AOT8810 Gestion et design des services
AOT8820 Simulation avancée des systèmes complexes

AOT8418 Gestion des technologies IoT dans les organisations
**Un cours parmi les suivants (3 crédits) :**
ADM995X Séminaire thématique en gestion des opérations
ADM9950 Logistique en régions éloignées
AOT8814 Gestion des opérations de maintenance
AOT8815 Gestion des opérations durables
MGT8830 Gestion de projet
MGP7017 Gestion de projets internationaux
MGP7203 Gestion de projet d'aide humanitaire
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Spécialisation marketing numérique**

**Profil avec projet dirigé (1981) (27 crédits)**

**Le cours de méthodologie suivant (3 crédits) :**
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
**Quatre cours obligatoires (12 crédits) :**
MKG8402 Analyse de données multivariées
MKG8406 Marketing aux consommateurs en ligne
MKG8422 Marketing des moteurs de recherche
MKG8432 Commerce social et marketing 2.0
ou
MKG8433 Conception et évaluation de l'expérience utilisateur (UX) comme levier marketing
**Quatre cours parmi les suivants (12 crédits) :**
COM7603 Technologies, collaboration et organisation
COM7607 Ludification, culture et communication
EDM7610 Médias socionumériques, identité et surveillance
EDM7611 Information, technologie et idéologie
FCM7601 Fondements théoriques sur la technique et les technologies numériques
MKG8403 Comportement du consommateur
MKG8404 Stratégie de marketing
MKG8405 Gestion de la marque
MKG8407 Communication marketing intégrée
MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service
MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies
MKG8413 Système d'intelligence marketing
MKG8423 Le marketing aux entreprises (B2B) et ses enjeux numériques
MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation
MKG8432 Commerce social et marketing 2.0
MKG8433 Conception et évaluation de l'expérience utilisateur (UX) comme levier marketing
MKG8434 L'exploitation des données non-structurées et des réseaux sociaux
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

**Profil avec mémoire (2381) (18 crédits)**

**Le cours de méthodologie suivant (3 crédits) :**
MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing
**Quatre cours obligatoires (12 crédits) :**
MKG8402 Analyse de données multivariées
MKG8406 Marketing aux consommateurs en ligne
MKG8422 Marketing des moteurs de recherche
MKG8432 Commerce social et marketing 2.0
ou
MKG8433 Conception et évaluation de l'expérience utilisateur (UX) comme levier marketing
**Un cours parmi les suivants (3 crédits) :**
COM7603 Technologies, collaboration et organisation
COM7607 Ludification, culture et communication
EDM7610 Médias socionumériques, identité et surveillance
EDM7611 Information, technologie et idéologie
FCM7601 Fondements théoriques sur la technique et les technologies numériques
MKG8403 Comportement du consommateur
MKG8404 Stratégie de marketing
MKG8405 Gestion de la marque
MKG8407 Communication marketing intégrée
MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service
MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies
MKG8413 Système d'intelligence marketing
MKG8423 Le marketing aux entreprises (B2B) et ses enjeux numériques
MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation
MKG8432 Commerce social et marketing 2.0
MKG8433 Conception et évaluation de l'expérience utilisateur (UX) comme levier marketing
MKG8434 L'exploitation des données non-structurées et des réseaux sociaux
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
ou tout autre cours de cycles supérieurs choisi en concertation avec la direction de projet dirigé et avec l'accord de la direction de programme.

## RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

Les étudiants devront avoir établi une entente de principe avec un professeur habilité à diriger le projet ou le mémoire au plus tard à la fin du deuxième trimestre.

Une entente d'équivalence de cours doit être établie au préalable pour tout séjour d'études à l'étranger.

Pour s'inscrire au cours AOT8800 Optimisation des réseaux logistiques le candidat devra avoir réussi le cours de 1er cycle AOT4510 Gestion des réseaux logistiques (ou tout autre cours de 1er cycle équivalent sur l'introduction à la logistique et gestion de la chaîne d'approvisionnement) et le cours AOT3221 Analytique prescriptive pour la gestion (ou tout cours de 1er cycle équivalent sur la recherche opérationnelle.

Pour s'inscrire au cours AOT8820 Simulation avancée des systèmes complexes, le candidat devra avoir réussi le cours de 1er cycle AOT4610 Introduction à la simulation (ou tout autre cours de 1er cycle équivalent sur la simulation à événements discrets en utilisant le logiciel Arena)

## CHAMPS DE RECHERCHE

Tout champ de recherche relié aux spécialisations offertes (voir le contenu des cours pour plus de détails).

## FRAIS

Pour les fins d'inscription et de paiement des frais de scolarité, les profils avec mémoire sont rangés dans la classe B, alors que les profils avec projet dirigé sont rangés dans la classe A.
Voir les régimes d'études aux cycles supérieurs.

## PASSERELLES

Exceptionnellement, et avec l'autorisation du sous-comité d'admission et d'évaluation de la maîtrise, un étudiant de l'UQAM ayant complété au moins 75 crédits dans un programme de baccalauréat en administration ou un autre baccalauréat approprié et ayant obtenu une moyenne cumulative d'au moins 3,5 sur 4,3 pourra inclure dans sa formation de premier cycle jusqu'à neuf crédits d'activités de la Maîtrise ès sciences de la gestion, crédits qui pourront ensuite faire l'objet d'une reconnaissance d'acquis dans le programme de maîtrise.

## DESCRIPTION DES COURS

**ADM9945 Entreprises sociales et collectives**
Objectifs
Le séminaire s'intéresse aux entreprises sociales et collectives, notamment celles de l'économie sociale et solidaire (coopératives, associations, mutuelles, fondations, organismes de développement économique et communautaire, entreprises d'insertion, etc.) mais également des entreprises sociales à statut hybride (ex. entreprises à capital-actions et à finalité sociale). Le séminaire porte un intérêt particulier à la place et au rôle de ces entreprises dans l'écosystème socioéconomique ainsi qu'aux innovations sociales dont elles sont porteuses. L'objectif principal du séminaire consiste à comprendre la spécificité de ces entreprises à la fois en termes théoriques pragmatiques. Au terme di séminaire, l'étudiant pourra: distinguer et comparer les différentes formes organisationnelles des entreprises sociales et collectives;expliquer les raisons de leur émergence à l'aide de cadres analytiques issus notamment de l'économie, de la sociologie, et des sciences de la gestion;comprendre et analyser leur potentiel en terme d'innovation sociale; interpréter les intersections entre les entreprises sociales et collectives avec les politiques publiques, les initiatives citoyennes, le marché et la philanthropie;démontrer les incidences de la forme collective et de la mission sociale sur le financement, la gestion des ressources humaines, la gouvernance, la performance et l'utilité sociale des entreprises.

Sommaire du contenu
Le séminaire couvre les principaux courants théoriques expliquant l'existence et le fonctionnement des entreprises sociales et collectives, en gestion, en sociologie et en économie. Sont également abordés les principaux enjeux organisationnels qui leur sont spécifiques, tels que leurs modes d'émergence et de développement, le rôle des usagers et des citoyens dans leur gouvernance et leur orientation, les réseaux de partenariat, les formes alternatives de financement, l'utilité sociale et la mesure d'impacts.

Modalité d'enseignement
Séminaire hebdomadaire de 3 heures.

**ADM9950 Logistique en régions éloignées**
Objectifs
L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à concevoir des réseaux logistiques en régions éloignées. Pour y arriver, ils devront d'abord reconnaître les enjeux spécifiques de ce contexte. Ils seront ensuite appelés à appliquer, analyser et évaluer plusieurs méthodologies. Finalement, ils devront distinguer les technologies supportant les opérations logistiques en régions éloignées, proposer des solutions aux problématiques étudiées, et mesurer leurs impacts sur la performance opérationnelle des réseaux. De manière plus spécifique, à la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : -Décrire les activités logistiques spécifiques en régions éloignées (ex. régions rurales, régions du Grand Nord, régions nécessitant des interventions humanitaires). -Distinguer les enjeux des activités logistiques dans ce contexte et démontrer leurs différences par rapport à la logistique urbaine. -Comprendre et appliquer des méthodologies de gestion des opérations et de recherche opérationnelle pour répondre aux défis logistiques en régions éloignées. -Analyser et évaluer diverses méthodologies afin de déterminer les plus appropriées pour les problématiques étudiées. -Reconnaître les forces et les faiblesses de ces méthodologies. -Concevoir des solutions appropriées en y intégrant des technologies. -Interpréter les solutions proposées et mesurer l'impact de ces dernières sur la performance opérationnelle des réseaux.

Sommaire du contenu
Les thèmes suivants seront couverts : Introduction aux activités logistiques (flux entrants et sortants) en régions éloignées. Planification et gestion des réseaux logistiques et de transport en régions éloignées. Évaluation des méthodologies appropriées. Conception de réseaux logistiques en régions éloignées.

Modalité d'enseignement
Maximum 15 étudiants

Conditions d'accès
Étudiants au doctorat en administration ou à la maîtrise en sciences de la gestion (validation avec le coordonnateur du cours pour les étudiants à la maîtrise)

**ADM995X Séminaire thématique en gestion des opérations**
Séminaire à contenu variable portant sur la gestion des opérations

**ADM9985 Management, connaissances et organisations**
Objectifs
Dans la perspective économique et managériale dominante, la connaissance n'est qu'un actif intangible central pour créer de la richesse et assurer ainsi la pérennité et la compétitivité des organisations dans un monde complexe et changeant. Au-delà de cette affirmation juste mais simpliste, que signifie la connaissance en management? Comment se construit le fil d'Ariane entre la pensée, la connaissance et l'action? Qu'est-ce qu'une connaissance réflexive en management? Est-ce qu'une démarche scientifique de la création de connaissance en management est envisageable? Ce cours invite les étudiants à une réflexion sur les fondements épistémologiques et théoriques du processus de création des connaissances et la légitimation idéologique de l'action en management. Au terme de cette activité, l'étudiant sera en mesure de comprendre les enjeux humains, organisationnels et techniques autour de la connaissance.

Sommaire du contenu
Dans le cadre de ce cours, avec un regard épistémologique, nous nous intéressons d'abord à la manière dont les concepts sont créés ( *l'épistèmê* ) et comment par la suite ces mêmes concepts deviennent des outils de travail associés à un ensemble de procédés, processus et protocole ( *la techné* ) permettant à leur tour de penser et agir le management. Ensuite, dans une perspective critique et humaine, nous aborderons les concepts de valeur et de capital associés aux savoirs humains à travers l'histoire et nous nous attarderons sur les dimensions idéologiques qui lient la motivation de connaître (connaissance) et les résultats souhaités (l'action) au sein du capitalisme numérique actuel.

Modalité d'enseignement
Discussions approfondies autour de lectures.

**AOT8418 Gestion des technologies IoT dans les organisations**
Objectifs
L'objectif principal du cours est de former des gestionnaires responsables de l'identification, de la sélection, et de l'implantation des technologies de l'Internet des Objets (IdO)/ Internet of Things (IoT) au sein des organisations. Ces gestionnaires doivent d'une part comprendre les technologies IoT, et d'autre part, être à même d'évaluer les opportunités d'affaires relatives à leur adoption pour supporter la prise de décision en temps réel (intelligence d'affaires opérationnelle) et améliorer la performance de ces organisations. Ce cours vise donc à ce que les spécialistes des TI puissent contribuer au développement des pratiques de gestion émergentes. Ce cours permet ainsi d'aborder des problèmes d'affaires qui demandent d'une part des compétences techniques, mais aussi opérationnelles, et managériales.

Sommaire du contenu
Gestion des opérations, technologies de l'information, infrastructure technologique ; Internet des objets (IdO); Internet of Things (IoT); Technologies de capture automatique de données (AIDC) ; Systèmes d'Information de Gestion (SIG) ; Technologies d'Identifications par Fréquences Radio (RFID) actives, passives et semi-passives ; intelligence d'affaires opérationnelle, tableaux de bord, objets intelligents, processus intelligents, Commerce Ubiquitaire (Ubi-Comp); modèle d'affaires électroniques ; design de solutions IoT; arbitrage multi critères; approches, techniques, méthodes et outils d'amélioration des processus, modèles et mesures de la performance, analyse d'impacts de l'adoption des technologies IoT; gestion des phases en amont des projets innovants, laboratoire, recherche appliquée et pratique, «living Lab».

**AOT8800 Optimisation des réseaux logistiques**
Objectifs
À la fin de ce cours, l'étudiant sera en mesure de : Reconnaître diverses problématiques liées à l'optimisation de réseaux logistiques.Comprendre les étapes et les enjeux de la collecte de données dans un contexte d'optimisation en gestion.Modéliser les problématiques liées à l'optimisation de réseaux logistiques (identifier les variables de décision, définir et modéliser les objectifs et les contraintes opérationnelles).Proposer et mettre en œuvre des méthodes de résolution appropriées afin de résoudre les problématiques étudiées.Analyser et interpréter les solutions proposées afin d'évaluer et de comparer la performance des réseaux logistiques, en plus de comprendre les enjeux de gestion des solutions proposées.Comprendre et démontrer l'importance des modèles d'optimisation et des méthodes de résolution afin de guider le gestionnaire dans sa prise de décision.

Sommaire du contenu
L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à utiliser la recherche opérationnelle pour supporter la prise de décisions dans la planification et la gestion des réseaux logistiques. Ils seront en mesure d'identifier un problème logistique et de le traduire dans un modèle d'optimisation. L'accent sera mis sur les problématiques de localisation, de transport et de planification intégrée des réseaux logistiques. Les thèmes suivants seront couverts : Les outils de base permettant de résoudre les modèles d'optimisationLes méthodes de résolutionLa détermination des solutions appropriéesLa comparaison des solutions proposées et l'identification des impacts

Modalité d'enseignement
Examens (intra et final) Rapports de simulation et d'études de cas

**AOT8810 Gestion et design des services**
Objectifs
À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de : Expliquer les enjeux et les problématiques liées à la gestion et au design des servicesQuestionner la stratégie opérationnelle déployée au sein des organisationsAnalyser la gestion des services (excellence opérationnelle)Examiner le design des services (nouvelle offre de services)Comprendre les comportements associés à la GO en servicesProposer des pratiques innovantes pour les services

Sommaire du contenu
L'objectif principal de ce cours est d'évaluer les problématiques opérationnelles spécifiques à la gestion et au design des services. Ceux-ci représentent plus de 80% du produit intérieur brut et des emplois dans les pays industrialisés, sans compter les entreprises manufacturières qui se repositionnent pour offrir des services. Plusieurs secteurs seront couverts par ce cours: tourisme, services professionnels, services financiers, secteurs public et parapublic (gouvernemental, hospitalier, ...), etc. Les thèmes suivants seront couverts : Les particularités de la gestion et du design des services selon les secteursLes problématiques opérationnelles et les enjeuxLa recherche en gestion des opérations en services et les méthodes de recherche utilisées vs la pratique en milieu professionnelLes pratiques innovantes en services

Modalité d'enseignement
Études de cas Mise en situation pratique

**AOT8814 Gestion des opérations de maintenance**
Objectifs
L'objectif principal de ce cours est de familiariser les étudiants avec la gestion des opérations de maintenance pour les entreprises manufacturières et de services. Ils seront amenés à reconnaître l'importance de la gestion de la maintenance pour assurer le bon déroulement des opérations. L'accent sera mis sur la nécessité pour les entreprises d'être pro-actives dans leurs opérations de maintenance afin d'être productive et d'éviter tout type de pertes. Ils seront en particulier confrontés au déploiement d'un système de maintenance productive totale. Les étudiants seront également appelés à identifier les spécificités de la gestion des stocks appliquée aux opérations de maintenance. Enfin, ils seront sensibilisés aux liens entre la maintenance et les technologies de l'information. À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de : Reconnaître le rôle crucial des opérations de maintenance pour la performance de l'entreprise.Connaître les différents types de maintenance.Évaluer les stratégies de gestion de maintenance utilisées.Évaluer les conséquences d'une gestion non adéquate des opérations de maintenance sur la performance de l'entreprise.Produire un plan de mise en place de maintenance productive totale.Développer des indicateurs de gestion de maintenance.Utiliser des outils de diagnostic de défaillance.Identifier les spécificités de la gestion des stocks en maintenance.Distinguer les opérations de maintenance en milieu manufacturier et service.Sensibiliser les étudiants à l'utilisation des technologies pour la gestion et la réalisation des opérations de maintenance.

Sommaire du contenu
Les thèmes suivants (entre autres) seront couverts : La gestion des opérations de maintenanceLes types de maintenanceLa maintenance productive totaleLa mise en place d'un plan de maintenanceLes outils de diagnostic de défaillanceLes indicateurs de performance en maintenanceLa gestion des stocks pour la maintenanceLa fiabilité des équipementsLes systèmes de gestion de la maintenanceLes technologies de surveillance des équipements

Modalité d'enseignement
Exposés magistrauxÉtudes de casApprentissage par projet

Conditions d'accès
Étudiants du programme de Maitrise ès sciences de la gestion : si jugé nécessaire, les étudiants et les étudiantes seront admis conditionnellement à la réussite du cours Éléments de base de la Gestion des opérations : AOT8811 Éléments de base de la gestion des opérations (1 cr.) ou l'équivalent. Ils devront avoir réussi ce cours d'appoint (ou l'équivalent) avant de pouvoir s'inscrire au présent cours.

Préalables académiques
AOT8811 Éléments de base de la gestion des opérations (1 cr.)

**AOT8815 Gestion des opérations durables**
Objectifs
L'objectif principal de ce cours est de familiariser les étudiants à l'adoption du développement durable par rapport aux trois piliers économique, environnemental, et social comme enjeu dans la gestion des opérations des organisations. Les étudiants seront amenés à reconnaître l'impact que les différentes activités et processus opérationnels ont sur l'environnement et la société. Ils seront également amenés à connaître les différentes pratiques de gestion durable des opérations qui réduisent l'impact environnemental et social tout en créant de la valeur aux clients, à l'organisation et à la société. L'accent sera mis sur la nécessité de repenser les chaînes d'approvisionnement au sein des organisations et de leurs opérations en fonction du cycle de vie des produits et des services. Les étudiants seront appelés à identifier les enjeux des parties prenantes dans l'adoption des pratiques durables. Finalement, ils seront sensibilisés aux liens entre la gestion durable des opérations et la résilience logistique au risque. À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de : Définir le concept de développement durable et la relation entre ses trois piliers (économie, environnement, société) et la gestion des opérations.Expliquer l'effet de l'adoption de pratiques durables en gestion des opérations.Reconnaître les types d'impacts environnementaux ainsi que leurs sources opérationnelles.Identifier les processus opérationnels et leurs impacts environnementaux dans le cycle de vie d'un produit, d'un service, ou d'un actif physique d'une organisation.Appliquer les méthodes d'évaluation de l'impact environnemental pour repenser les chaînes d'approvisionnement.Utiliser différentes méthodes d'analyse durable (cycle de vie, coûts-avantages, etc.) pour évaluer les stratégies opérationnelles. Discuter des incitatifs et des barrières à l'adoption de pratiques de gestion durable des opérations.Proposer et comparer l'efficacité de différentes pratiques de gestion durable des opérations.

Sommaire du contenu
Les thèmes suivants (entre autres) seront couverts : La gestion des

opérations durablesL'impact économique, environnemental et sociétal des opérationsLa logistique, le transport, l'approvisionnement et la production durableL'éco-efficience des opérationsLes chaînes logistiques à boucles ferméesConception de chaîne d'approvisionnement basé sur le cycle de vie

Modalité d'enseignement
Exposés magistrauxÉtudes de casSimulationsApprentissage par projet

Conditions d'accès
Étudiants du programme de Maitrise ès sciences de la gestion : si jugé nécessaire, les étudiants et les étudiantes seront admis conditionnellement à la réussite du cours Éléments de base de la Gestion des opérations : AOT8811 Éléments de base de la gestion des opérations (1 cr.) ou l'équivalent. Ils doivent avoir réussi ce cours d'appoint (ou l'équivalent) avant de pouvoir s'inscrire au présent cours.

Préalables académiques
AOT8811 Éléments de base de la gestion des opérations (1 cr.)

**AOT8820 Simulation avancée des systèmes complexes**
Objectifs
À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de : Reconnaître les systèmes complexesChoisir le paradigme approprié pour analyser les systèmes complexesMettre en œuvre des modèles complexes supportés par les trois principaux paradigmes de simulationIntégrer les trois paradigmes dans une approche de modélisation multi-méthodesUtiliser le logiciel AnyLogic

Sommaire du contenu
L'objectif principal de ce cours est d'amener l'étudiante, l'étudiant à mieux comprendre les systèmes complexes à travers la simulation. La caractéristique commune des systèmes complexes se traduit par le fait qu'il est très difficile de les définir de façon exacte et par conséquent, de prévoir leur évolution. Dans ce cours, l'étudiante, l'étudiant sera initié à l'approche expérimentale offerte par la simulation qui lui permettra de reproduire, d'observer et de comprendre les systèmes complexes afin d'anticiper leur évolution et surtout d'assurer une exploitation optimale de ces systèmes. L'utilisation d'exemples concrets permettra d'approfondir les capacités analytiques de l'étudiante, l'étudiant, d'unifier les connaissances provenant de plusieurs disciplines et de les mettre en application via la simulation. Les thèmes suivants seront couverts : Principes fondamentaux et paradigmes de la simulationMéthodologie de simulation des systèmes complexesModélisationAnalyses statistiques et de sensibilitéImpacts des scénarios simulésProcessus décisionnel de gestion

Modalité d'enseignement
Le cours se donne uniquement au laboratoire informatique.

**COM7603 Technologies, collaboration et organisation**
Ce cours a pour objectif d'analyser les changements liés aux médias socionumériques dans les relations au sein des organisations, et entre les organisations et leurs environnements. Des études de cas traitant de divers secteurs d'activités (santé, éducation, environnement, industrie, culture, etc.) seront utilisées. À travers l'observation et l'analyse critique de situations de communication concrètes impliquant le développement ou l'utilisation de médias socionumériques en organisation, les problématiques suivantes sont abordées : technologie et changement, innovation, design collaboratif ou participatif, communautés virtuelles.

Modalité d'enseignement
Ce cours se donne sous forme de séminaire.

**COM7607 Ludification, culture et communication**
Objectifs
Ce cours permet de comprendre le phénomène de la ludification, soit l'application de stratégies et de rapports propres au jeu au sein des rapports communicationnels. Sensibilisé au fait que la ludification s'inscrit dans une évolution des rapports de l'humain à lui-même et aux nouveaux repères de sens, l'étudiant sera apte à l'analyser dans ses dimensions communicationnelles, sociales et économiques.

Sommaire du contenu
Ce cours abordera les principaux éléments de la ludification à partir d'une théorisation du jeu et de ses manifestations, autant dans une perspective historique que contemporaine. Au terme de ce cours, l'étudiant sera apte à comprendre la montée des processus de ludification au sein des dynamiques communicationnelles en regard des dimensions sociopolitiques qui y ont contribué. Il pourra aussi analyser et comprendre diverses applications de la ludification, notamment leurs rôles et impacts sur les processus de définition de l'humain, les stratégies publicitaires et de marchandisation, la résolution de problèmes, l'apprentissage par simulation, la production de connaissances et les innovations technologiques, les problématiques de santé mentale, l'animation de communautés et la dynamisation de situations communicationnelles.

**DSR7120 Gestion environnementale dans les organisations**
Objectifs
Ce cours vise à préparer les étudiants à devenir des intervenants efficaces en matière de gestion environnementale au sein des diverses organisations de la société. Intégration des préoccupations environnementales par les organisations : mission des entreprises et institutions, structures organisationnelles, politique environnementale, prise de décision, modes de gestion et rôle des partenaires. Outils de gestion environnementale : formation, communication, contrôle des opérations, procédures d'audit ou de vérification environnementale, indicateurs de performance et processus d'amélioration continue. Concurrence, rapports de force et solidarités dans le contexte de la mondialisation des marchés. Normes internationales et certification ISO 14 000.

**DSR7620 Analyse du cycle de vie des produits et des services : théories et applications**
Ce cours présente le concept de « pensée cycle de vie » et l'analyse du cycle de vie (ACV). Il vise à rendre l'étudiant apte à bien saisir la place qu'occupe l'ACV parmi les outils du développement durable et de la responsabilité sociale des organisations ainsi qu'à en utiliser les résultats de façon adéquate. Ce cours permet l'acquisition des connaissances de base liées à la planification, la réalisation et l'évaluation d'une analyse environnementale du cycle de vie d'un produit ou d'un service de l'extraction des matières premières jusqu'à l'élimination des déchets. L'ACV sera vue autant dans ses dimensions environnementales que sociales. L'accent sera mis sur les différentes façons de communiquer les résultats d'une ACV et de nombreux exemples seront utilisés.

**DSR8222 Changement climatique, entreprise et société**
Objectifs
Le cours a pour objectif d'amener l'étudiant à : Reconnaitre les implications du changement climatique pour la société dans l'ensemble, et en particulier pour les entreprises et autres acteurs économiques. L'accent sera mis sur les impacts en terme de changement législatifs, d'émergence de nouveaux foyers normatifs encadrant les activités économiques, de changement sociotechnique et d'adaptation au changement climatique;Envisager ces impacts dans le cadre d'une transition vers une économie sobre en carbone porteuse de nouvelles opportunités économiques;Maitriser les principaux outils dont disposent les entreprises pour calculer leurs émissions, les réduire et les compenser par des projets en partenariat;Comprendre le fonctionnement du marché du carbone et être en mesure d'élaborer une stratégie de gestion du carbone intégrant cette donnée;Se préparer à devenir un intervenant efficace au sein d'une organisation souhaitant gérer ses émissions de gaz à effet de serre et s'inscrire dans la transition vers une économie sobre en carbone.

Sommaire du contenu
Le cours présentera les enjeux stratégiques auxquelles font face les organisations dans le contexte règlementaire issu des négociations internationales sur le climat et dans le cadre de la normalisation émergente alliant politiques publiques et initiatives privées autour du marché du carbone. Le cours abordera les problématiques à caractère

socioéconomique, comme l'adaptation au changement climatique et la justice climatique, et développera une analyse des changements sociotechniques en cours dans le cadre de la transition vers une économie sobre en carbone. À la fin du cours, l'étudiant aura une bonne connaissance des grands enjeux économiques et sociaux liés au changement climatique, il saura identifier les outils dont disposent les organisations et les entreprises pour intégrer la lutte au changement climatique dans leur stratégie, notamment le marché du carbone, et il maitrisera ces outils.

Modalité d'enseignement
Enseignement magistral interactif.

**DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche**
Ce cours est ouvert aux étudiants d'autres programmes. Acquérir les connaissances et développer les habiletés nécessaires au travail professionnel ou académique dans les domaines de la stratégie, de la responsabilité sociale, du développement durable, de la gouvernance, de l'immobilier ou d'autres disciplines de gestion. L'étudiant sera introduit à plusieurs types de méthodologie, de même qu'aux enjeux de validité de chacune, et il aura l'occasion d'approfondir ses connaissances sur les méthodes qu'il envisage utiliser. Le cours mettra l'accent sur les stratégies de recherche mixtes, c'est-à-dire qui font appel à plusieurs sources de données et qui combinent les analyses qualitatives et quantitatives. À la fin du cours, l'étudiant devra être en mesure d'élaborer un devis de recherche cohérent en fonction d'un mandat professionnel particulier ou d'un projet de recherche (par exemple, un mémoire). Il devra connaître les principes et étapes de réalisation d'un mandat d'analyse pour une organisation ou projet de recherche.

**DSR8401 Stratégie de gestion**
Ce cours est destiné aux étudiants qui souhaitent connaître les fondements de base de la discipline stratégique et/ou apprendre et améliorer le métier de consultant en analyse stratégique d'entreprise. Études cognitive et clinique de la stratégie de l'entreprise. Analyse de la structure économique de diverses industries; définition de la ou des tendances produits-marchés; planification stratégique; définition de la stratégie et des risques. À la fin du cours, les étudiants seront en mesure de rassembler l'information pertinente pour effectuer un diagnostic stratégique et proposer des solutions réalistes appuyées par des éléments théoriques. Ils devront aussi être en mesure de présenter leur analyse sous forme de rapport.

Modalité d'enseignement
Méthodes pédagogique : discussion de cas, jeu d'entreprise, « Carnegie Management Game », cours professés.

**DSR8402 Contexte socioéconomique de l'entreprise**
Développer chez l'étudiant une compréhension intégrée des relations entre les organisations et leur contexte socioéconomique. Acquérir des connaissances sur les approches de gestion et développer des habiletés pour gérer en contexte d'incertitude. Examen des relations entre l'entreprise et le cadre socioéconomique dans lequel elle s'insère. Cadre juridique et constitutionnel; contrôle de l'entreprise par l'état; justice et équité; problèmes linguistiques; politique anti-trust; responsabilité sociale des dirigeants; le gouvernement de l'entreprise.

Modalité d'enseignement
Méthode pédagogique : discussion de cas, études des législations récentes, cours professés, conférences.

**DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international**
Développer chez l'étudiant une compréhension intégrée des relations entre les organisations et leur milieu (institutionnel, social, environnemental), tant au niveau local qu'international. Plus particulièrement, l'étudiant aura l'occasion de mieux connaître : - comment les enjeux passent du local à l'international et inversement ; - les principes de gestion socialement et environnementalement responsables des entreprises ; - les stratégies d'intervention et de changement d'organisations de divers types (ONG, gouvernements, entrepreneurs sociaux, etc.) sur l'industrie et le commerce; - et d' acquérir des connaissances sur les approches de gestion et développer des habiletés pour gérer en contexte d'incertitude. Le contenu de ce cours touche principalement à la transformation des organisations, entreprises et industrie vers des pratiques de responsabilité sociale et environnementale. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait plus particulièrement : (1) être sensibilisé aux implications des principes du développement durable en matière de gestion et d'orientation stratégique des organisations ; (2) savoir identifier les différents types d'organisations (entreprises privées, publiques, institutions internationales, ONG, associations industrielles) et analyser leur rôle et leurs stratégies d'actions en matière de développement durable ; (3) savoir effectuer un diagnostic stratégique et organisationnel averti et choisir des options stratégiques et des stratégies organisationnelles claires, de même que développer un plan d'intervention dans une organisation en vue du développement de pratiques qui prennent compte des dimensions environnementales et sociales ; (4) avoir développé des habiletés critiques face aux phénomènes contemporains, tels que la triple reddition de compte ou les mouvements de certification ; (5) avoir développé des habiletés pour analyser un enjeu et le traduire en langage approprié pour différents auditoires (par exemple, gestionnaires, salariés, fournisseurs, groupes de pression, autres organisations) de même que d'en tirer des principes d'action stratégique.

**DSR8404 Design, implantation et suivi d'un modèle d'affaires**
Développer des compétences novatrices en design d'un modèle d'affaires. Pour chacune des séances sont formulés des objectifs reliés à l'acquisition de compétences cognitives, techniques et comportementales.

Modalité d'enseignement
Cet objectif sera atteint en greffant les bénéfices des instruments du Web 2.0 à ceux reconnus de l'enseignement présentiel.

**DSR8405 Stratégie de changement radical**
Comprendre et diriger le changement dans les entreprises. Ce cours porte sur les stratégies organisationnelles du changement radical et offre aux étudiants un modèle conceptuel original de l'organisation et du changement radical dans les organisations complexes. Le contenu du cours porter sur les thèmes suivants : un examen comparatif du concept de la culture dans l'anthropologie et la stratégie de gestion ; le modèle multifactoriel de l'organisation, les fondements théoriques du concept de la culture organisationnelle ainsi que le rôle qu'elle joue dans la performance stratégique des organisations ; les théories de changement radical dans la sociologie, les sciences politiques et la gestion stratégique ; un modèle et des méthodes de recherche et d'intervention pour comprendre, élaborer et gérer des stratégies organisationnelles du changement radical dans les organisations complexes.

**DSR8407 Management international : stratégie, innovation, cultures et écosystèmes**
À la fin de ce cours l'étudiant sera capable de comprendre et de relever les défis du management international en termes d'innovation et de gestion de la diversité culturelle dans les nouveaux écosystèmes d'affaires mondialisés. Ce cours se fonde sur une vision éco-systémique de long terme qui tient compte à la fois des dimensions économiques et socioculturelles dans un contexte international. Le cours définit le management culturel à partir de différents travaux anthropologiques sur le concept de la « culture », illustre la complexité de la gestion dans le contexte des réseaux ouverts et interdépendants et se base sur diverses études de cas pour comprendre la dynamique résultant des jeux stratégiques des organisations dans un contexte d'échanges économiques mondialisés. Plusieurs concepts seront abordés, tels que les différences culturelles, l'innovation, la co-opétition, les grappes industrielles.

**DSR8408 Gestion intégrée des risques et des crises (GIR)**
Ce cours vise à former les étudiants de deuxième et troisième cycle à la gestion intégrée des risques (GIR ou ERM, «Enterprise-Wide Risk Management») et à les familiariser aux concepts, théories, méthodes et

outils d'identification, de cartographie, d'évaluation et de gestion des risques. Plus précisément, le cours vise à les préparer à gérer le risque d'affaires global, provenant de l'activité de l'entreprise, des spécificités de son industrie, et des changements qui surviennent dans le contexte international. Le rôle de la gestion intégrée des risques dans le cadre de la planification stratégique de l'entreprise. Typologies des risques et des crises. Méthodes et outils pratiques pour cartographier les risques corporatifs et tracer le profil de risque d'une entreprise, de son industrie, de son secteur, d'un pays ou d'un marché étranger. Théories et méthodes pour l'analyse des risques corporatifs : approche déterministe et approche probabiliste. Techniques et outils pour la prévention et la gestion des risques. La perception des risques et de la culture de risque de l'entreprise. La gestion des crises corporatives (rappel de produits défectueux; accident industriel; crise d'image ; autres).

Modalité d'enseignement
Enseignement magistral, simulations, études de cas.

**DSR8410 Performer dans une économie internationale**
Fournir les cadres théoriques et outils de réflexion et d'analyse pour la prise de décision concernant les investissements directs à l'étrangers, les fusions et les acquisitions internationales, les alliances stratégiques et l'investissement à capital de risque, les délocalisations et l'approvisionnement et la distribution à l'échelle mondiale. Sensibiliser les étudiants aux opportunités d'affaires et/ou de recherche, suite à la création des blocs économiques régionaux (l'ALENA, l'Union Européenne, le MERCOSUR et autres et des autres blocs économiques en Asie, en Amérique Latine, en Afrique et ailleurs. Objectifs: développer chez l'étudiant les habiletés d'analyse et de décision concernant les opportunités et la capacité d'une entreprise de se lancer sur un marché étranger; développer chez l'étudiant les capacités nécessaires pour identifier et/ou prévoir les meilleures stratégies d'exportation et/ou d'investissement des entreprises canadiennes et québécoises face aux marchés régionaux; développer chez l'étudiant la capacité de simuler et exécuter une stratégie de pénétration d'un marché extérieur en tenant compte des particularités de financement et des marchés propres aux activités internationales. Ce cours est construit de façon à bien comprendre les particularités de l'évolution de l'entreprise dans un contexte de mondialisation. Parmi les thèmes couverts mentionnons: - le cycle d'internationalisation; - les défis de la délocalisation et de la distribution à l'échelle mondiale; - l'aspect financier de l'exportation; - analyse des interactions stratégiques entre différents blocs: mondialisation vs régionalisme vs État-Nation.

Modalité d'enseignement
La pédagogie de ce cours consiste en une combinaison de cours magistraux, de présentations vidéo, de présentations de lectures par les étudiants, d'analyse de cas concrets d'entreprises, de simulations, ainsi que de discussions et débats.

Préalables académiques
DSR5100 Stratégie de gestion ou un cours de stratégie de niveau similaire dans une autre institution ; pour des étudiants avec un baccalauréat dans un autre domaine que l'administration, avoir réussi un cours de marketing, de finance et de comptabilité.

**DSR8411 Performer dans une économie internationale II**
Fournir le cadre théorique et les outils de réflexion et d'analyse pour la prise de décision concernant les exportations, les investissements directs à l'étranger, les fusions et les acquisitions transnationales, les alliances stratégiques et l'investissement à capital de risque, les délocalisations et l'approvisionnement et la distribution à l'échelle mondiale; Développer chez l'étudiant les habilités d'analyse et de décision concernant les opportunités et la capacité d'une entreprise de se lancer sur un marché étranger. L'accent sera mis sur une entreprise de type PME; Développer chez l'étudiant la capacité de simuler et exécuter une stratégie de pénétration d'un marché extérieur. Ce cours est construit de façon à bien comprendre les particularités de l'évolution de l'entreprise dans un contexte de mondialisation. Les principaux thèmes couverts dans ce cours sont: - le cycle de l'internationalisation; - l'analyse des facteurs impliqués dans l'exportation directe; - l'investissement direct à l'étranger; - fusion et acquisition transnationales; - les délocalisations : défis et enjeux; - l'approvisionnement et la distribution à l'échelle mondiale : défis et enjeux

Modalité d'enseignement
La pédagogie de ce cours consiste en une combinaison de cours magistraux, de présentations DVD, de présentations de lecture par les étudiants, d'analyse des cas concrets d'entreprises, les simulations et les projets de recherche, ainsi que de discussions et débats.

Conditions d'accès
Des connaissances de base en marketing et/ou marketing international et/ou gestion internationale sont requises pour ce cours.

**DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»**
L'objectif de ce cours est de former les étudiants à la fois aux méthodes d'analyse de pays («Country Analysis») et aux pratiques de gestion internationale dans le contexte de la régionalisation des marchés et des nouveaux changements géopolitiques en particulier l'émergence de nouvelles puissances économiques comme les pays BRIC. Les connaissances théoriques acquises et les habiletés d'analyse que les étudiants développent dans le cadre de la première partie du cours seront ensuite mises à contribution pour comprendre le milieu des affaires dans les pays BRIC. Mondialisation et régionalisation. Les pays «BRIC» Les méthodes d'analyse de pays («Country Analysis») : les indicateurss de pays («Country indicators») et la performance économique du pays. Analyse de pays : les composantes politique et sociale. Analyse de pays : les composantes technologique et culturelle. Le modèle d'analyse («Country Portfolio») de Germawar (2001). Les méthodes et outils d'analyse des industries globales; les indicateurs «la pratique des affaires» (Doing business Indicators) de la Banque mondiale : création d'entreprise; paiement des taxes et des impôts; protection de l'emploi; accès à l'électricité; protection des investisseurs; accès au crédit; faillite. L'environnement règlementaire et la pratique des affaires dans les diverses régions du monde. La pratique des affaires en Chine. La pratique des affaires en Russie. La pratique des affaires au Brésil.

**DSR8413 Méthodologie de la recherche en stratégie**
Objectifs
L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de reconnaître et intégrer les différents éléments méthodologiques propres à la recherche en stratégie; évaluer la qualité des travaux publiés; acquérir des méthodes de travail utiles au processus de recherche; formuler une proposition préliminaire d'un projet de recherche que celle-ci soit liée à un mémoire ou à un projet dirigé.

Sommaire du contenu
Les principaux thèmes qui seront couverts sont : les fondements de la recherche; le processus de recherche; l'analyse des connaissances existantes et la conceptualisation; les méthodes de collecte de données. Seront traités la définition d'une question de recherche, la clarification d'un objectif de recherche, la mise sur pied d'un design de recherche, le choix des méthodes de collecte et d'analyse de données, la rédaction et la présentation des résultats de recherche.

Modalité d'enseignement
Le cours se fera sous forme de séminaires ateliers d'une journée chaque avec des lectures préalables, des exercices, des présentations et des ateliers de travail individuels et en équipe selon la séance.

**DSR8414 Grands défis planétaires : rôles et responsabilités des organisations**
Objectifs
Les Grands Défis (Grand Challenges) représentent des défis sociétaux et environnementaux de grandes ampleurs, complexes, urgents et persistants tels que la crise climatique, la pauvreté et les inégalités, les migrations de masse, les iniquités fiscales, les populismes et tendances à la post-vérité, la santé globale, l'algorithmisation. Ce cours a pour objectif général de mettre les étudiants en contact à cette notion de Grands Défis dans une formule pédagogique qui favorise la prise de

conscience de l'ampleur, de l'acuité et de la complexité de ces défis. Plus particulièrement, l'étudiant aura l'occasion: (1) d'acquérir des connaissances générales sur la notion de Grands Défis; (2) d'approfondir les enjeux liés à un certain nombre de ces grands défis actuels (appelés à évoluer selon le contexte global et selon les résultats de recherches des enseignantes et enseignants); (3) de développer une réflexion critique sur les rôles et responsabilités des organisations (de formes multiples, privées et publiques) dans la genèse, la reproduction et les solutions potentielles à ces défis. Ce cours s'inscrit dans une approche pédagogique critique en contexte d'enseignement et de recherche sur les organisations et en gestion. Les étudiants auront développé à l'issue de ce cours des capacités à : situer l'émergence des Grands Défis dans leurs contextes socio-historique, économique et culturel; saisir l'ampleur, l'urgence, l'interdépendance et la complexité de ces défis; et formuler une réflexion originale sur les potentiels et les limites des solutions implantées dans les organisations et sur d'autres possibles. Séminaire nécessitant la participation active des étudiants et la lecture de textes préalables. Activités pédagogiques multiples en classes. Examen à livre ouvert pour mesurer l'intégration de la matière empirique et théorique. Travail réflexif sur un Grand Défi spécifique au choix de l'étudiant.

Sommaire du contenu
I. Introduction à la notion de Grands Défis (Grand Challenges) Historique et genèse de la notion de Grands Défis. Analyse des différentes définitions et de leurs composantes. Présentation des groupes d'acteurs et d'institutions qui portent la notion et des perspectives développées pour les appréhender (approches stratégiques d'organisations multilatérales et gouvernementales, cadre onusien, approches académiques critiques). II. Travail réflexif sur les rôles et les responsabilités des organisations en regard des Grands Défis Interrogation sur la persistance des Grands Défis prenant appui sur une réflexion quand à l'évolution des pratiques de responsabilité sociale, la nature des systèmes capitalistes, des rapports (post)coloniaux, des changements sociotechniques. Questionnements sur: les implications des actions politiques des entreprises (lobby, connexions politiques et contributions politiques); les régimes d'idées liées au capitalisme financiarisé (productivisme, croissance, valorisation du capital); les technologies de rupture (algorithme, monnaie virtuelle, robotisation). III. Pratiques émergentes des organisations et univers des possibles face aux Grands Défis Études de pratiques d'organisations contrastées. Les pratiques sont mises en lien avec des grands défis spécifiques et sont appelées à évoluer selon les semestres, par exemple: l'antropocène vs les initiatives réglementaires liées au marché du carbone; le philanthrocapitalisme et la dataphilanthropy vs la philanthropie de changement social; l'économie de plateforme vs les organisations postcapitalistes; les initiatives de marchés de la base de la pyramide (BOP) vs l'entrepreneuriat local des Suds Globaux.

**DSR8415 Veille stratégique et processus d'intelligence économique**
Objectifs
Au terme de ce cours l'étudiant devra être en mesure de : Maîtriser les concepts de veille stratégique et d'intelligence économique;Comprendre le contexte actuel et le rôle de la veille stratégique à l'ère numérique;Situer la veille stratégique et l'intelligence économique par rapport au processus stratégiques de l'entreprise;Initier et planifier le processus de veille stratégique et d'intelligence économique;Définir les axes de surveillance et les sources d'information pertinentes pour la prise de décision stratégique;Identifier et mobiliser les outils disponibles pour une veille stratégique efficace : recherche, agrégation, curation et diffusion;Implanter et gérer une cellule de veille stratégique an entreprise;Traiter et diffuser en temps réel l'information pertinente aux différents destinataires.

Sommaire du contenu
Du côté de la pratique, ce cours vise à développer chez les étudiants la capacité d'initier un processus de veille stratégique et de mobiliser les outils disponibles pour recueillir, classer, analyser, interpréter et diffuser l'information stratégique nécessaire pour bien anticiper l'évolution des marchés, de la concurrence, des technologies et autre facteurs de contingence de façon à prendre les meilleures décisions stratégiques possibles. Du côté de la recherche, le cours vise à permettre aux étudiants de réaliser une revue de littérature sur les domaines de la veille stratégique et de l'intelligence économique et de définir une problématique reliée à ces sujets ou à des sujets connexes en fonction de leurs intérêts de recherche. Plus concrètement, le cours traitera des thèmes suivants : La veille stratégique et l'intelligence économique : concepts de base et processus de mise en place; les facteurs clés de succès d'une veille stratégique; le processus de planification d'une veille stratégique; la mise en place et la gestion d'une cellule de veilles tratégique; l'exploration de certains outils de veille et applications pratiques.

Modalité d'enseignement
Étude et discussion en classe des références clés dans le domaine de la veille stratégique et de l'intelligence économique,La résolution et discussion en classe de cas pratiques en équipe et rédaction d'un rapport portant sur la mise en place d'une cellule de veille;Exercices pratiques portant sur l'utilisation des outils de veille disponibles sur le web;Synthèse des lectures, revue de littérature et problématique de recherche à réaliser à titre individuel.

Conditions d'accès
6 crédits

Préalables académiques
DSR8401 Stratégie de gestion

**DSR8416 Enjeux stratégiques et organisationnels des fusions, acquisitions**
Objectifs
Ce cours vise à analyser les enjeux stratégiques majeurs des fusions-acquisitions, ainsi que les diverses formes d'alliances et de partenariats, ainsi que les défis organisationnels qu'ils impliquent durant la phase d'intégration. Il permettra à l'étudiant d'en appréhender les conséquences stratégiques sur la structure de l'industrie, sur les groupes stratégiques, sur les dirigeants, sur les employés et sur la structure formelle et informelle de l'entreprise. L'étudiant devra se familiariser avec les aspects stratégiques, organisationnels, managériaux et de gouvernance en lien avec ces manœuvres stratégiques. Au final, le cours développera chez l'étudiant les connaissances nécessaires pour poursuivre la recherche ou la pratique dans ce domaine, soit dans le cadre de mandats d'analyse stratégiques, soit dans le cadre de la réalisation d'études sur les aspects et les thèmes en lien avec les enjeux stratégiques des fusions et acquisitions, des alliances ou autres partenariats stratégiques. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait plus particulièrement être en mesure de : Comprendre, à travers des références clés, les concepts stratégiques fondamentaux en lien avec le domaine des fusions et acquisitions, les alliances, les partenariats et leurs conséquences organisationnels; Définir une problématique de recherche en lien avec ces sujets;Appliquer les techniques de collecte des données et savoir justifier leur utilisation selon les objectifs et les contextes stratégiques;Identifier des candidats potentiels et analyser les avantages et les inconvénients stratégiques des différents types de transactions potentielles;Identifier et comprendre les variables stratégiques qui affectent l'établissement de la valeur d'une transaction potentielle.

Sommaire du contenu
Le cours traitera les sujets suivants : 1. Motivations stratégiques pour entreprendre une fusion ou une acquisition (diversification, internationalisation, acquisition de ressources, etc.) 2. Motivations pour entreprendre une alliance, une coentreprise ou un partenariat stratégiques 3. Modes d'entrée et déploiement stratégique : (mode de propriété, localisation internalisation (paradigme éclectique), coûts de transactions, théorie des ressources (resource-based view), théorie institutionnelle) 4. Collecte et analyse de données : sources et méthodes pour analyser les fusions et acquisitions au niveau de la recherche et de la pratique 5. Enjeux et défis institutionnels et organisationnels : culture, structure et rôle des institutions (nationales et internationales) 6. La conduite de la phase d'intégration et de la mise en œuvre des opérations de fusion et acquisitions, des alliances et

des partenariats stratégiques 7. Désinvestissements et scissions : les motivations stratégiques et les impacts organisationnels sur les entreprises 8. Les mesures de performance et les variables influençant la performance, le court terme vs. le long terme

Modalité d'enseignement
Le cours portera une attention particulière aux enjeux académiques et professionnels faisant appel à plusieurs sources de données, de recherches, de cas pédagogiques et d'articles professionnels. À la fin du cours, l'étudiant devra être en mesure d'élaborer un plan d'affaires pour une acquisition ou une revue de littérature d'un projet de recherche (mémoire ou travail dirigé).

**DSR8417 Dimensions et enjeux stratégiques de la gouvernance d'entreprise**
Objectifs
Ce cours vise à sensibiliser les étudiants aux enjeux stratégiques de la gouvernance d'entreprise. Ainsi, les étudiants passeront en revue et évalueront de manière critique comment les acteurs de la gouvernance (actionnaires, administrateurs, dirigeants) influencent les stratégies compétitives, coopératives, globales et d'innovation mises en place par l'entreprise. Les étudiants croiseront ces différents niveaux d'analyse avec le contexte spécifique à l'entreprise (création d'une nouvelle entreprise, succession managériale, crises macro ou micro économiques, entreprise familiale et cycle de vie). Les étudiants acquerront des compétences dans tous les aspects du processus de recherche sur la gouvernance d'entreprise. Plus spécifiquement, ce cours permettra à l'étudiant d'atteindre les objectifs d'apprentissage suivants : Comprendre les dimensions stratégiques de la gouvernance d'entreprise dans différents contextes ;Évaluer de manière critique, tant sur le plan théorique qu'empirique, les études sur la gouvernance d'entreprise ;Apprécier le rôle de la gouvernance d'entreprise dans la société en général.

Sommaire du contenu
Le cours traitera principalement les aspects suivants : Les effets des caractéristiques de l'actionnariat (type, concentration, aversion au risque, horizon temporel) sur les stratégies d'internationalisation, de diversification, d'alliances et d'innovation ;L'impact des caractéristiques du conseil d'administration (composition, diversité, indépendance) et des dirigeants (capital humain, diversité, aversion au risque, alignement des intérêts) sur les stratégies d'internationalisation, de diversification, d'alliances et d'innovation ;Les liens et les besoins d'alignement entre gouvernance et cycle de vie de l'entreprise ;Les spécificités de la gouvernance des entreprises familiales, et leurs conséquences sur les stratégies mises en place ;Les antécédents et les conséquences des événements de successions managériales sur la stratégie de l'entreprise ;Les rôles des acteurs de la gouvernance dans la gestion des crises macro-économiques (récessions, pandémies, etc.), des crises sectorielles, et des crises spécifiques à l'entreprise ;Les contributions de la théorie des échelons supérieurs, la théorie de la dépendance envers les ressources, la théorie de l'agence, la théorie de l'intendance et la théorie des ressources dans le domaine de la gouvernance d'entreprise. L'accent sera mis essentiellement sur les aspects stratégiques de ces contributions.

Compétences professionnelles en enseignement
L'atteinte des objectifs pédagogiques du cours repose sur plusieurs approches complémentaires telles que les exposés magistraux du professeur, la discussion d'articles académiques clés dans le domaine de la gouvernance et la stratégie, les activités interactives en classe et les travaux individuels ou en équipe des étudiants.

Modalité d'enseignement
Étudiant et étudiante à la Maîtrise ès sciences de la gestion

**DSR8418 La philanthropie : enjeux sociopolitiques et stratégiques**
Objectifs
La philanthropie est souvent abordée par s a dimension morale (étymologiquement du grec phílos «ami» et ánthrôpos «humain»), mêlant le don et l'altruisme, ou alors de manière beaucoup plus technique comme un ensemble de techniques de levée de fonds pour des causes d'intérêt général. Entre ces deux pôles, elle est parfois définie comme le don de ressources privées (argent, temps, sang, etc.) à la collectivité. Dans ce cours, nous aborderons ces dimensions de la philanthropie mais nous nous concentrerons plus spécifiquement sur son organisation, à travers des acteurs, des relations et des modalités d'action qui caractérisent un écosystème philanthropique. Le contexte actuel est à ce titre caractérisé par une montée en puissance des fondations, à la fois du point de vue de leur pouvoir financier, de leur prérogative sociétale, voire de leur influence politique. Le cours permettra aux étudiants de comprendre ce champ d'action mal connu et pourtant en pleine expansion, à l'interface du marché, de l'État et de la société civile. Plus particulièrement, l'étudiant aura l'occasion: (1) d'acquérir des connaissances à la fois théoriques et pratiques sur l'évolution de la philanthropie organisée, dans des contextes historiques et sociétaux variés; (2) de développer une réflexion critique sur les enjeux sociopolitiques et stratégiques actuels liés au rôle, à la légitimité et aux modalités d'intervention des fondations; (3) de s'approprier des outils d'analyse pour comprendre et évaluer l'action des fondations face aux grands défis collectifs. Ce cours s'inscrit dans une approche pédagogique qui articule une perspective critique et une perspective compréhensive, mobilisant les acquis historiques tout comme les plus récents résultats de la recherche sur la philanthropie, des études de cas et des échanges avec des acteurs du milieu. Les étudiantes et étudiants auront développé à l'issue de ce cours des capacités à: situer les dynamiques et acteurs philanthropiques dans leurs contextes sociopolitiques, historiques, économiques et culturels; analyser les rôles stratégies des fondations; et formuler une réflexion originale sur les potentiels et les limites de la philanthropie organisée.

Sommaire du contenu
I. Analyse comparée des écosystèmes philanthropiques Le don dans les sociétés sans État. La philanthropie organisée à travers des traditions culturelles et religieuses diverses. L'avènement des fondations comme actrices de la philanthropie moderne et l'évolution de leurs modes d'action au XXe et XXIe siècle. Compréhension de l'écosystème de la philanthropie contemporain au Québec (flux, relations, acteurs). II. Enjeux et controverses philanthropiques Quelle légitimité pour les fondations philanthropiques? Fiscalité, altruisme, intérêts stratégiques: les motifs de la philanthropie. Le rapport à l'État: complément, prolongement ou alternative? La philanthropie (tout) contre le marché. Le financement des organismes, entre rapport de collaboration et rapport de pouvoir. III. Approches, stratégies et impacts philanthropiques Analyse de plusieurs approches stratégiques: philanthrocapitalisme, philanthropie de changement social, philanthropie de proximité. Cas d'étude de fondations agissant sur des enjeux sociétaux (santé, pauvreté et inégalités, environnement, culture). L'enjeu de l'évaluation de l'impact philanthropique.

Modalité d'enseignement
Séminaire nécessitant la participation active des étudiantes et des étudiants et la lecture de textes préalables. Activités pédagogiques multiples en classes. Rencontres avec des acteurs de l'écosystème philanthropique. Examen à livre ouvert pour mesurer l'intégration de la matière empirique et théorique. Travail réflexif sur l'étude approfondie d'une fondation au choix de l'étudiante ou l'étudiant.

**DSR8419 Gouvernance, responsabilité juridique et divulgation extrafinancière des entreprises**
Objectifs
Ce cours vise à comprendre les principes, les fondements théoriques et les mécanismes de la gouvernance et des enjeux ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) des entreprises constituées sous forme de sociétés par action, de coopérative ou de fiducie ou certifiées B-Corp. On y abordera les concepts liés à la gouvernance d'une entreprise : mission, raison d'être, enjeux ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance, responsabilité juridique, responsabilité fiduciaire, responsabilité sociale, modèle de création et répartition de valeur, mode de gestion des risques, incluant les risques éthiques et réputationnels. On traitera aussi du mode financement de l'entreprise, de ses liens avec les investisseurs et les prêteurs, de ses obligations ou pratiques en matière de divulgation financière et extra financière, incluant les impacts sociaux et

environnementaux et économiques ainsi que les enjeux liés aux changements climatiques et à la protection de la biodiversité. L'investissement responsable et les principes pour une finance à impacts positifs seront aussi abordés.

Sommaire du contenu
Entreprise ; gouvernance ; enjeux ESG ; gestion des risques ; responsabilité juridique, responsabilité fiduciaire et responsabilité sociale ; actionnaires ; dirigeants, gestionnaires, parties prenantes ; divulgation financière ; divulgation extra financière ; impacts sociaux, environnementaux et économiques ; changements climatiques ; protection de la biodiversité ; investissement responsable.

Modalité d'enseignement
Cours magistraux, cas, conférences

**DSR8491 Stage de recherche**
L'objectif de ce cours est de développer par une activité pratique dans une unité de recherche universitaire, des compétences de recherche en stratégie et en responsabilité sociale et environnementale d'entreprise. L'étudiant sera introduit à des techniques de recherche appropriées dans un domaine d'intérêt pour lui. Un mandat spécifique doit être réalisé pour l'unité de recherche ou le chercheur qui reçoit l'étudiant. Ce mandat doit être lié aux champs de la gestion stratégique ou de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises (ou du développement durable), que ce soit dans un contexte national ou international.

Modalité d'enseignement
Le stage, d'une durée minimale de 105 heures (au moins trois semaines), peut être rémunéré ou non, selon l'entente conclue avec le milieu d'accueil. L'étudiant devra produire un rapport de recherche ou autrement répondre aux exigences convenues a priori avec le milieu d'accueil et le directeur de recherche. Lorsque possible, l'étudiant pourra suivre ce stage à l'étranger.

Préalables académiques
DSR8400 Processus et méthodologie mixte de la recherche ou autre cours de méthodologie de niveau maîtrise.

**ECO8041 Commerce international et mondialisation**
Ce cours vise à procurer aux étudiants les éléments fondamentaux des théories du commerce international, des théories de la politique commerciale et de leur application aux mouvements de libéralisation des échanges observés depuis quelques décennies. Libéralisation bilatérale ou multilatérale. Zones de libre-échange, unions douanières, marchés communs. Effets de la libéralisation sur le développement économique des pays et des régions.

**EDM7610 Médias socionumériques, identité et surveillance**
Par le biais de l'analyse des rapports entre surveillance, communication et société, ce cours permet d'identifier les impacts des médias socionumériques sur la vie privée et l'espace public. À la fin de ce cours, l'étudiant sera en mesure d'analyser les médias socionumériques en tant qu'outils d'auto-expression (pratiques de quête/construction identitaire) et leurs impacts sur les rapports entre vie privée et espace public. Il s'interrogera sur les pratiques suivantes des entreprises en tenant compte du concept de la banalisation de la surveillance : marchandisation des données personnelles, éthique de la transparence, collecte de données (à des fins de sécurité ou de marketing), création de bases de données par amalgame de sources variées, protection des renseignements privés, etc. Ainsi, en s'appuyant sur les aspects théoriques et les concepts propres à l'analyse des rapports entre surveillance, communication et société, l'étudiant sera en mesure d'identifier les enjeux propres aux médias socionumérques liés à cette problématique.

Modalité d'enseignement
Ce cours se donne sous forme de séminaire.

**EDM7611 Information, technologie et idéologie**
Ce séminaire porte sur l'étude des rapports entre idéologie, technique et médias socionumériques. En retraçant la généalogie sociohistorique des principaux concepts technologiques et communicationnels (information, réseaux, système, etc.), l'étudiant pourra mettre en perspective critique les différentes visées sociales associées à la technique et à la communication (démocratie, progrès, posthumanisme, etc.). Après avoir analysé les principales idéologies techniques (mouvements luddites, la cybernétique, idéologies « techno », etc.), l'étudiant sera en mesure de cerner et de comprendre les spécificités sociopolitiques des médias socionumériques. Ce cours se donne sous forme de séminaire.

**ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations**
Ce cours vise à préparer les étudiants à devenir des intervenants efficaces en matière de gestion environnementale au sein des diverses organisations de la société. Intégration des préoccupations environnementales par les organisations : mission des entreprises et institutions, structures organisationnelles, politique environnementale, prise de décision, modes de gestion et rôle des partenaires. Outils de gestion environnementale : formation, communication, contrôle des opérations, procédures d'audit ou de vérification environnementale, indicateurs de performance et processus d'amélioration continue. Concurrence, rapports de force et solidarités dans le contexte de la mondialisation des marchés. Normes internationales et certification ISO 14 000.

**FCM7601 Fondements théoriques sur la technique et les technologies numériques**
Objectifs
Ce cours permet d'analyser les médias numériques en tant que phénomènes techniques et communicationnels. Il vise à sensibiliser les étudiants aux différentes conceptions et philosophies de la technique, et ce, en poussant la réflexion au-delà du simple mode d'emploi. L'apprentissage des éléments théoriques essentiels à l'analyse critique de la technique et des technologies s'effectuera à l'aide de textes d'auteurs classiques et contemporains. À l'issue de ce cours, les étudiants pourront maîtriser les concepts nécessaires pour « penser la technique » et ainsi être en mesure d'analyser les phénomènes communicationnels à l'oeuvre à travers les médias numériques, lesquels sont intimement liés à des ensembles sociotechniques.

**GEO8735 Socio-géographie du développement**
À partir des concepts, notions et paradigmes centraux de la sociologie et de la géographie économiques, est formulé un cadre d'analyse d'initiatives locales de développement dans les pays du Nord comme du Sud. Des études de cas concrets de développement local, régional, métropolitain, national et continental sont présentées.

**MGP7017 Gestion de projets internationaux**
Ce cours vise à sensibiliser les étudiants au milieu économique des échanges internationaux ainsi qu'aux particularités de la gestion des projets internationaux. Le cours couvre en particulier les thèmes suivants : - l'économie internationale ; - le cadre des échanges internationaux: fondements théoriques, institutions internationales; ensembles économiques (CEE; ALENA ...) ; - l'entrée sur les marchés internationaux: financement, marketing, négociation de contrats ... ; - la spécificité des projets internationaux: dimensions culturelles et transfert technologique; aspects légaux; logistique et transport... ; - le pilotage et l'évaluation des projets internationaux.

Préalables académiques
ECO8051 Commerce international ou MGP7140 Évaluation financière de projet ou MGP7150 Faisabilité de projet ou MGP7142 Initiation de projet et ses risques ou MGP7242 Développement et faisabilité des projets ou MKG8425 Marketing international

**MGP7203 Gestion de projet d'aide humanitaire**
Objectifs
Ce cours vise à : - Comprendre l'environnement politique et normatif international, l'historique, les acteurs, les enjeux ainsi que les dimensions pratiques et opérationnelles liées à l'action humanitaire contemporaine; - Être capable de développer une stratégie d'intervention pour une situation humanitaire particulière pour le compte

d'une agence canadienne agissant à l'international; - Répondre à la demande en matière de formation d'officiers de programmation aptes à agir en situation de crise humanitaire au travers de la planète.

Sommaire du contenu
Seront traités dans ce cours les trois volets fondamentaux qui composent l'action humanitaire : la compréhension d'un environnement international complexe, la maîtrise des principes normatifs qui dirigent l'action humanitaire contemporaine et l'apprentissage des règles et normes de gestion minimales qui permettent de développer une proposition d'intervention humanitaire. Il sera également question des acteurs clés de l'action humanitaire, la dynamique et le cycle de projet des processus nationaux et internationaux de réponse aux crises humanitaires, les composantes opérationnelles clés d'une intervention et les risques et contraintes liés à leur mise en œuvre. Il y aura finalement un simulation humanitaire qui mettra les étudiants en situation de réponse à une intervention humanitaire complexe.

Modalité d'enseignement
Cours magistraux, travaux et exercices en classe, préparation d'une proposition d'intervention, exercice de simulation

Conditions d'accès
Suivre le cheminement exigé par le programme.

**MGT8401 Management : théories et applications**
Lors des deux dernières décennies, les systèmes économiques et managériaux ont connu des transformations fondamentales. Un environnement plus complexe, plus changeant et interconnecté nous force à modifier et adapter notre regard sur l'univers des organisations. Ce cours se veut une lecture large, approfondie et critique du management dans son ensemble et cherche d'apporter aux étudiants de début de maîtrise en management la possibilité de mieux comprendre les fondements théoriques sur lesquels se basent la pensée et l'action managériales. Sous forme de différents blocs successifs, le cours abordera différentes dimensions du management moderne dans une triple perspective : une perspective historico-économique, une perspective critique et une perspective comparée. À la fin de ce cours, l'étudiant pourra ainsi : - comprendre et analyser la genèse des théories entourant l'activité de l'entreprise industrielle ; - connaître les principaux courants de pensée concernant les difficultés et la complexité que vivent les organisations d'aujourd'hui ; - développer une vision large au sujet des différentes dimensions du management comme la gouvernance, la finance, l'interculturel, la mondialisation, la technologie et l'éthique.

**MGT8402 Management comparé**
Avec le succès économique et managérial des pays émergents on s'interroge de plus en plus sur la pertinence d'un seul modèle universel en management. Ce cours vise à sensibiliser les étudiants sur les différents modèles économiques et managériaux du capitalisme en vigueur dans le monde. Sous forme de différents blocs successifs, le cours abordera les fondements théoriques, économiques et idéologiques du capitalisme actuel. Ensuite, il y aura l'étude du cas de quelques pays en matière de pratiques économiques et pratiques de gestion. Ici, il s'agit de comprendre ces sociétés en se penchant sur leur propre système de valeur et éviter ainsi le danger d'ethnocentrisme.

Modalité d'enseignement
Cours magistral et étude de cas

**MGT8404 Management de l'innovation**
Le cours se propose de transmettre les outils d'une compréhension théorique et d'une intervention pratique de gestion dans les organisations innovantes. Au terme de ce cours, les étudiants seront préparés pour: 1. formaliser et expliquer les problèmes majeurs ayant trait à la gestion de la technologie et de l'innovation; 2. identifier les causes ainsi que les contextes où de tels problèmes se posent; 3. élaborer des solutions de ces problèmes en se servant d'analyses et d'outils appropriés; 4. interpréter le changement technologique en fonction des interactions qui ont lieu dans le contexte interne et externe (régional, national et international) d'une organisation. Le cours expose les concepts et les théories contemporaines sur l'innovation technologique et organisationnelle. D'une part, ce cours montre comment l'innovation et la technologie ont lieu dans, et affectent simultanément, toutes les fonctions de l'entreprise (notamment la R-D mais aussi la production, le marketing et la finance). D'autre part, le cours analyse l'environnement sociopolitique de l'innovation: les politiques publiques qui la favorisent, les systèmes d'innovation et les sources de connaissances extérieures à l'entreprise, publiques comme privées.

Modalité d'enseignement
15 séances magistrales ; synthèses critiques ; présentations des étudiants visant l'application théorique d'une thématique du cours à des situations réelles de gestion; examen final.

**MGT8407 L'induction du risque au sein des organisations**
Le cours se concentre sur la nature du risque ainsi que sur les conditions qui induisent le risque à l'intérieur des organisations. À la fin du cours l'étudiant sera capable : - d'identifier, d'évaluer et de comparer les différents facteurs qui induisent le risque au sein des organisations; - de prédire les différents types d'impacts organisationnels à partir des différentes conditions qui suscitent l'induction des risques; - d'appliquer des pratiques fondamentales qui réduisent ou atténuent les risques à l'intérieur des organisations. Ce cours consiste en deux sections principales. La première section couvre les fondements épistémologiques et psycho-sociaux du risque au sein de la société, des organisations et des individus. Ici, la relation entre le risque et les connaissances est analysée en profondeur. Une introduction sur les différents types de risques et leurs interrelations sont aussi présentées. La deuxième section couvre les différentes catégories d'impacts organisationnels qui peuvent découler des risques induits. Un premier niveau d'analyse évalue les groupes de travail et les interactions entre individus. Un deuxième niveau d'analyse examine les interactions intra-organisationnelles : interactions entre communautés de pratique, services départementaux, etc. Un dernier niveau d'analyse examine les stratégies corporatives générées à l'intérieur de la firme.

Modalité d'enseignement
Cours magistral avec examens et exercices.

**MGT8409 Consultation et pratique de management**
Ce cours vise à initier l'étudiant à la consultation et à la pratique de management. Pour assurer leur pérennité, les entreprises sont obligées d'ajuster continuellement leurs choix en matière de stratégie et de gestion des opérations pour maintenir une cohérence liant les moyens aux actions. Ces ajustements nécessitent des expertises diverses dont les dirigeants ne disposent pas nécessairement, ce qui justifie l'intervention des consultants internes ou externes. Ce cours vise donc à sensibiliser les étudiants sur la nature de ces interventions en organisation en les exposant directement à la réalité quotidienne des gestionnaires et les choix que ces derniers font chacun dans leur secteur d'activité. Ce cours abordera les principaux contenus suivants : - les nécessités et les contraintes des changements dans les organisations; - les savoir-faire efficaces en situation d'expertise et de consultation (les habiletés interpersonnelles, la communication orale et écrite, le leadership, la supervision et le travail d'équipe).

Modalité d'enseignement
Ce cours se déroulera essentiellement sous forme de cours magistral théorique qui sera suivi par une série de conférences données par des gestionnaires de haut niveau, dans différents secteurs du monde économique. Les étudiants auront l'occasion d'échanger avec ces gestionnaires et d'approfondir leur réflexion en matière d'intervention en organisation.

**MGT8410 Séminaire de méthodologie en management**
Ce cours vise à familiariser les étudiants avec les principales méthodologies de recherche utilisées dans les sciences de la Gestion. Le cours prépare les étudiants à comprendre les fondements épistémologiques de la recherche en sciences sociales et à choisir les méthodes de recherche adéquates en fonction des projets des étudiants. Ce cours comportera des séances théoriques et pratiques.

Au terme de ce cours, les étudiants connaîtront les diverses étapes de la réalisation d'un projet. Le cours se donne sous la forme d'un séminaire et s'appuiera sur des séances magistrales et des études de cas. Les objectifs du cours sont de: - connaître les fondements de la recherche en gestion; - identifier les principales méthodes de recherche et savoir les utiliser; - développer les connaissances théoriques et les compétences pratiques pour la mise en oeuvre du projet de recherche ainsi que du mémoire; - établir un cheminement critique pour la réalisation du projet de recherche; - comprendre l'importance de l'éthique en recherche; - développer une réflexion critique sur les outils que les étudiants choisissent dans le cadre de leur projet de recherche.

Modalité d'enseignement
Format séminaire en salle de cours.

Conditions d'accès
Une bonne connaissance de l'anglais est requise en raison de la littérature en sciences de la gestion.

**MGT8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création**
L'appel à (s')entreprendre occupe les discours politique et organisationnel autant que la culture populaire, qu'il s'agisse de la création d'une organisation, du développement d'initiatives entrepreneuriales au sein d'une organisation ou bien de l'élaboration d'un soi « entreprenant ». Ce cours a pour premier objectif la compréhension des enjeux véritables de la création au-delà d'une logique économique. Parler d'« entreprendre » revient à considérer la création comme un processus toujours en mouvement, une manière de faire le monde, située dans l'expérience vécue et sensible, encastrée dans divers flots d'action. Le second objectif est donc de reconnaitre les pratiques quotidiennes ordinaires créatrices d'organisation(s), les spécificités d'une situation concrète, les interactions qui se jouent mais aussi les enjeux humains de la création. À la fin du cours, l'étudiant sera ainsi apte à déconstruire les discours et mythes entrepreneuriaux pour mieux saisir les pratiques de création. Il/elle sera également en mesure d'apprécier les dimensions essentielles du processus et de pratiques de création. Ce cours consiste en une activité d'intégration dans laquelle les étudiants expérimenteront le processus de création à l'aide de techniques narratives et artistiques.

Objectifs
Le cours abordera notamment les thèmes suivants : - Mythes et discours de l'entrepreneuriat : du changement économique au changement social, pop culture entrepreneuriale, figure de l'entrepreneur, légitimité et déviance - (S')Entreprendre : enjeux humains, culturels et organisationnels de la création - L'individu et l'entreprendre : (se) fabriquer, bricoler, … - De l'entrepreneuriat à l'entreprendre : le processus. - Pratiques de création : temporalités, espaces, expérience et situations. - Narrations, symboles, construction de sens et entreprendre - « Echec » ou fin de parcours entrepreneurial - Apprendre à entreprendre ?

Modalité d'enseignement
Le contrôle des connaissances se fera autour de : Travaux et expériences de groupes à chacune des étapes d'un processus de créationChoix et analyse critique d'une œuvre, d'une fiction ou d'un cas d'entreprendre issu de la culture populaire remis en fin de session.Journal de bord individuel de la création

**MGT8413 Enjeux internationaux du management des organisations**
Ce cours vise à faire comprendre aux étudiants les liens importants qui existent entre le management des organisations et l'environnement socioéconomique international. Le cours exposera comment le management des organisations sur le plan micro doit tenir compte des tendances macros à travers le monde. Aussi, ce cours permettra aux étudiants de comprendre que les enjeux du management évoluent dans un contexte et une démarche inévitable d'internationalisation au sein des entreprises des secteurs technologiques et hautes technologiques. Le cours abordera les principaux contenus suivants: - les défis de l'innovation et de la créativité auxquels sont confrontées les organisations pour renforcer leur position concurrentielle; - les tendances actuelles en matière de collaboration en R&D; - l'identification des compétences stratégiques, les politiques de formation et de développement du capital humain à l'échelle internationale; - la création et le transfert des connaissances.

Modalité d'enseignement
Ce cours se déroulera essentiellement sous forme du cours magistral théorique.

**MGT8414 Créativité et management**
Objectifs
Le cours expose les étudiants à une dimension essentielle et mal connue du management : la créativité. Il a pour objectifs de : Questionner les enjeux de la créativité dans l'organisation aujourd'huiFaire réfléchir les étudiants sur leur potentiel créatifFournir les méthodes qui permettent de stimuler la créativité individuelleExpliquer et appliquer le processus de résolution créative de problèmeDiscuter les conditions du management des idées dans l'organisation créativePréparer les étudiants à intégrer la dimension territoriale de la créativité.

Sommaire du contenu
Le cours de Créativité et management amène à réfléchir 1) sur le contexte contemporain de changement constant et l'injonction actuelle à la créativité et à l'innovation; 2) sur la créativité individuelle, de groupe et sur ses outils : pourquoi, comment penser autrement; 3) sur la créativité organisationnelle : le management des idées dans l'entreprise et l'organisation créative; et 4) sur le Québec comme milieu créatif et ses caractéristiques. Pour soutenir ces réflexions, les thèmes suivants seront abordés : - La pensée créative : l'injonction au mouvement et les logiques de la créativité - La personne créative : freins, personnalité, intelligences, style cognitif, etc. - Le groupe créatif : caractéristiques et conditions de la créativité à plusieurs - La créativité organisationnelle : les conditions de l'organisation créative, caractéristiques des systèmes de management des idées - Le processus de résolution créative de problèmes : application à la conception d'un nouveau modèle d'affaires - La créativité ancrée : la dimension territoriale de la créativité, le cas du Québec

Modalité d'enseignement
Trois méthodes pédagogiques sont retenues : l'enseignement magistral ponctué d'exercices individuels (en classe ou en ligne) grâce auxquels les étudiants sont initiés aux concepts fondamentaux de la créativité, du management des idées et de l'innovation; les lectures dirigées et présentations orales originales par lesquelles les étudiants approfondissent et figent les connaissances acquises; des exercices en classe en petits groupes et des travaux d'équipe où les étudiants pratiquent l'exercice de la créativité.

**MGT8416 Le management et la vie en organisation**
Objectifs
Comment le management affecte-t-il et façonne-t-il la vie en organisation? Parce que le management est en premier lieu une pratique humaine, il convient de s'interroger sur ce qui participe du management en action. C'est en explorant les thèmes reliés de l'identité, de l'altérité, de la ritualité et de la matérialité par le biais des ethnographies des organisations que ce cours répondra à cette question. À partir de ces études empiriques, ce cours fera découvrir aux étudiants toute la richesse de ce qui se joue dans la vie quotidienne des organisations. Alors que le discours managérial actuel souligne l'importance du capital humain, la richesse de certaines des facettes de la réalité humaine en organisation demeure sous-estimée, voire négligée. Une telle négligence empêche de bien saisir tous les effets sur les individus des pratiques de management. Or, tel que ce cours le montrera, ces aspects sont non seulement indissociables de l'expérience humaine en organisation, mais sont pleinement constitutifs du management. En prenant la mesure de ces dimensions, ce cours permettra aux étudiants de distinguer ce qui, au-delà des idées reçues et des techniques à la mode, fait aussi partie du management en action. Inspiré par l'idée que la réflexion comme la pratique du management peuvent être enrichies par l'apport des sciences sociales, ce cours résolument interdisciplinaire leur permettra ainsi de

développer une conception fine et nuancée du management. Empruntant tant aux études en management qu'aux travaux issus de divers champs des sciences sociales (anthropologie, sociologie et communication organisationnelle, entre autres), la trajectoire proposée par ce cours permettra donc aux étudiant-e-s d'intégrer la diversité et la richesse de ce qui se trame dans les situations quotidiennes de management.

Sommaire du contenu
Après une première séance d'introduction, le cours sera structuré autour de quatre blocs de trois cours, où chaque bloc sera dédié à un thème central de la vie organisationnelle. Plus précisément, ces thèmes sont : L'identité : comment les identités – personnelle, professionnelle et organisationnelle – se croisent-elles? Comment le management mobilise-t-il des enjeux identitaires? Quel est le travail identitaire effectué par les personnes en contexte organisationnel?L'altérité : comment la différence est-elle impliquée dans les processus managériaux? Comment les questions de genre se retrouvent-elles en jeu dans les interactions en organisation?La ritualité : quels sont les rituels qui rythment et scandent la vie organisationnelle? Quels rôles les rituels remplissent-ils? Qu'est-ce que les rituels nous permettent de comprendre de la pratique du management?La matérialité : quelle est la place des artéfacts, de l'espace et de l'esthétique dans le management? Comment les pratiques de management affectent-elles ces dimensions? Chaque bloc comprendra une première séance présentant des études ethnographiques ayant couvert le thème ciblé, puis une seconde dédiée à l'exploration appliquée de ce thème; enfin, chaque bloc se conclura par une séance qui combinera les enjeux concrets associés à chaque thème et une réflexion plus conceptuelle sur les implications managériales des thèmes. Le cours se conclura par une séance de synthèse.

Modalité d'enseignement
Cours magistral

**MGT8419 Management en contexte pluraliste**
Objectifs
Toutes les organisations présentent un certain niveau de pluralisme même si certaines se définissent par celui-ci. C'est le cas de multinationales, des entreprises culturelles, environnementales, de la santé ou encore de celles de l'économie sociale. Certaines organisations œuvrent en effet dans de multiples zones géographiques et secteurs d'activité, ou encore combinent de manière complexe des pratiques, des temporalités, des logiques et des objectifs variés et parfois contradictoires. De plus, plusieurs tendances contemporaines (numérisation des industries, projectification, économie de partage, nécessité de répondre aux défis climatiques, etc.) influencent les caractéristiques et formes organisationnelles. Si les organisations marquées par l'hybridité ne sont pas nouvelles, ces tendances actuelles en favorisent l'émergence. De manière générale, ce pluralisme génère des défis managériaux particuliers et encourage un renouvellement des pratiques managériales. Ce cours a pour objectif de comprendre : 1) de quelle façon ces organisations, par leur nature hybride, présentent un pluralisme de normes, de régulations et de ressources et 2) comment elles composent, dans la pratique, avec de tels contextes aux rationalités et dynamiques multiples. Il s'agit de sensibiliser les étudiants à la variété des enjeux managériaux soulevés par les organisations hybrides et les contextes pluralistes et ainsi de développer leur flexibilité analytique et la richesse de leurs cadres d'analyse. Un tel pluralisme invite à déconstruire l'idée d'une universalité et d'une homogénéité du management pour aider les étudiants à développer une capacité d'analyse plus fine des formes organisationnelles et des implications managériales de leur nature hybride et ainsi dépasser d'anciens clivages réducteurs (ex. public/privé, marchand/non marchand, etc.).

Sommaire du contenu
Le cours abordera notamment les thèmes suivants : Partie 1: Fondements et approches théoriques 1. Découvrir plusieurs formes organisationnelles marquée par le pluralisme (dont les formes hydrides); 2. Sensibiliser aux catégorisations à dépasser (comme public/privé, etc.) 3. Connaître diverses approches théoriques pour analyser les formes organisationnelles hybrides ; Partie 2: Enjeux managériaux et implications pour les employés 1.Quelles sont les défis et difficultés en matière de management en contexte pluraliste ? 2.Quelles sont les possibilités d'apprentissage et d'innovation managériale ? 3.Quelles sont les implications pour les managers et pour les employés ? Partie 3 : Exploration des organisations et des contextes hybrides 1.Connaître le rôle des outils, artefacts, modèles, langages en contexte d'organisation pluraliste ; 2.Explorer plusieurs cas d'entreprises pluralistes et leurs particularités (ex. PME, Start-up, contexte marginalisé, numérique, etc.).

Modalité d'enseignement
Modalités d'évaluation : - Analyse critique à partir d'une exploration concrète d'une organisation pluraliste ; (ind) - Analyse contrastée - débats (ind) - Projet médiatisé de sensibilisation aux contextes pluralistes (groupe)

**MGT8420 Management : de la révolution industrielle à l'intelligence artificielle**
Objectifs
Face aux transformations technoscientifiques rapides et déstabilisantes de nos sociétés et de nos organisations, ce cours a pour objectif de comprendre et de donner un sens au rôle que le management peut jouer afin d'influencer le développement des technologies et de l'intelligence artificielle (IA). Le cours vise aussi à savoir comment, à leur tour, les technologies façonnent les approches et les pratiques managériales ; et ce, dans une perspective historique et prospective. Il se déclinera en trois temps : 1.Comprendre les évolutions du rapport humain/travail/capital à travers le temps et pour un proche futur, 2.Comprendre les enjeux et évolutions subséquentes du management, 3.Comprendre les mouvements de pensée autour du rapport humain/technique/société (de l'humain augmenté à l'être bionique).

Sommaire du contenu
Le cours sera structuré en trois parties autour de questions fondamentales : I. Capitalismes et IA : managements et création de richesse - Le management étant ancré dans un contexte historique, culturel, économique, social, etc., en quoi les tendances contemporaines à la robotisation, l'automatisation et l'intelligence artificielle transforment-elles le rapport capital/travail ? - Depuis la fin des Trente Glorieuses, comment penser la redistribution de la richesse autrement à l'heure de la disparition du salariat et de l'emploi ? Travail, salariat, emploi, pourquoi distinguer ces termes et les penser en termes managériaux ? - Si la société de demain demeure une société capitaliste, qui génèrera de la valeur et quelle valeur ? Si l'emploi n'est plus un moyen de redistribution de la richesse, comment un capitalisme fondé sur l'IA peut-il créer de la valeur ? Laquelle ? Et, au-delà de ces questions, comment penser la cohésion sociale ? II. Évolutions du management - du management traditionnel au management algorithmique Quelle pourrait être l'influence des avancées de la technique et de l'IA sur le management ? Quel management dans une entreprise sans employés ? Qui décidera des orientations et de la finalité de l'entreprise ? Quelle articulation entre l'entreprise et la société? III. Possibles scenarios sur l'évolution du rapport humain/technique Quels sont les grands courant de pensée en management qui se dessinent aujourd'hui autour du rapport de l'homme aux sciences et techniques (du posthumanisme au transhumanisme) ? - Le rapport humain-technique à travers l'Histoire du management - Le rapport humain-technique dans les organisations contemporaines (créativité, connaissances tacites, pratique, action) et son - Les thèses contrastées de la Technique (Marcuse, Ellul, Feenberg) - Mouvements nouveaux (transhumanisme, posthumanisme radical) Comment se transforme la relation de l'humain au travail quand entrent en jeu des formes d'intelligence artificielles ? Comment la penser pour mieux pratiquer le management ?

Modalité d'enseignement
- Synthèses critiques de lecture (travail individuel) - Analyses contrastées- débats en séance (collectif)

**MGT8830 Gestion de projet**
Objectifs

L'objectif du cours est de rendre l'étudiant capable de comprendre ce qu'est la gestion de projet et de maîtriser les principaux concepts, approches, méthodes et techniques utilisés dans le processus de gestion de projets depuis leur conception jusqu'à leur livraison. Le cours permet également d'aborder la problématique de l'évaluation de la performance des projets ainsi que leurs principales causes de réussite ou d'échec.

Sommaire du contenu
1)Priorisation et sélection des projets (impacts sur l'organisation) 2)Planification des projets (identification des besoins, identification du concept, définition du projet, estimation, gestion des risques, structure de découpage de projet, réseau de projets, planification des ressources et des coûts, utilisation du logiciel MS-Project) 3)Contrôle et suivi des projets 4)Post-mortem des projets (causes d'échec et réussite, transfert de responsabilités) 5)Rôle du gestionnaire de projet (leadership, gestion d'équipe, gestion des parties prenantes) 6)Nouvelles approches en gestion de projet

Modalité d'enseignement
45 heures de cours incluant exercices et études de cas.

**MKG8401 Méthodologie de la recherche en marketing**
Objectifs : - Permettre aux étudiants de connaître et s'approprier les différents éléments méthodologiques propres à la recherche en marketing ; - développer l'esprit critique des étudiants face aux travaux publiés ; - offrir aux étudiants des méthodes de travail utiles à leur processus de recherche ; - permettre aux étudiants de présenter une proposition préliminaire de leur projet de recherche que celle-ci soit liée à un mémoire ou à un projet de recherche appliquée. Les principaux thèmes qui seront couverts sont : les fondements de la recherche ; le processus de recherche ; l'analyse des connaissances existantes et la conceptualisation ; les méthodes de collecte de données (qualitatives et quantitatives) ; la fidélité et la validité des mesures ; l'échantillonnage ; la réalisation d'un travail de qualité et sa rédaction.

**MKG8402 Analyse de données multivariées**
Comprendre comment structurer et modéliser les phénomènes et problèmes marketing. Identifier les principales techniques statistiques utiles à structurer et modéliser les phénomènes et problèmes marketing. Savoir comment employer SPSS pour analyser les données liées aux phénomènes et problèmes marketing. Interpréter et analyser les résultats des analyses de données générés par SPSS. Intégrer les résultats dans une planification marketing. Ce cours se propose d'examiner en détail les diverses techniques avancées d'analyse multivariées utilisées pour la solution de problèmes de marketing (par exemple : analyse du marche, segmentation, positionnement et lancement de nouveaux produits ou services). La formulation mathématique et les postulats sous-jacents aux modèles seront présentés, mais l'accent sera mis sur l'utilisation de logiciels et l'interprétation de résultats dans le cadre d'applications en marketing. De façon plus détaillée, ce cours permettra à l'étudiant d'approfondir les fondements et les applications marketing des techniques suivantes : régressions, analyses de variance, mesures conjointes, analyses factorielles, analyse discriminante et autres.

**MKG8403 Comportement du consommateur**
Étudier le processus de décision du consommateur, les facteurs déterminants, ainsi que leurs implications pour les stratégies du marketing. Permettre aux étudiants de se familiariser avec certains aspects méthodologiques de la recherche sur le consommateur. L'accent sera mis sur l'intégration des concepts provenant des disciplines associées (psychologie, psychologie sociale, sociologie, économie, anthropologie, etc.) et leur application à la résolution de problèmes marketing et à l'élaboration de stratégies efficaces. Le contenu du cours comprend les sujets suivants : - présentation de l'historique du développement de la discipline ; - présentation des différents modèles en comportement du consommateur ; - étude des différents processus psychologiques à la base des décisions d'achats (par ex. : la perception, la motivation, la formation et changement d'attitudes) ; - les étapes de la prise de décision ; - les processus post-décisionnels ; - rôle des différences individuelles sur le comportement (par exemple : la psychographie et les styles de vie, l'âge) ; - l'influence de l'environnement et des groupes de références sur le comportement du consommateur ; - les différences interculturelles dans le comportement du consommateur ; - les influences régionales, ethniques et religieuses ; - le rôle symbolique des produits et de la consommation ; - l'image et la personnalité de la marque ; - l'adoption, la diffusion et la résistance aux innovations et des produits de haute technologie ; - la communication publicitaire et le changement d'attitudes ; - le comportement du consommateur et la stratégie de marketing ; - méthodes de recherche sur le consommateur.

**MKG8404 Stratégie de marketing**
Objectifs : - Présenter des thématiques contemporaines et à devenir, liées à la stratégie de marketing dans les entreprises. - Critiquer et revisiter des concepts stratégiques et théoriques présentés dans des cours de premier cycle et pris pour acquis. Spécification du champ d'étude. Le paradigme marketing relationnel. L'importance stratégique du marketing dans l'entreprise. L'orientation marché. La prise de décision et la recherche commerciale. La conceptualisation et l'analyse de la concurrence. Analyse et critique des modèles d'analyse. Le développement de produits. La gestion des marques. La gestion de la qualité. La gestion intégrée des communications. La gestion de l'accessibilité.

**MKG8405 Gestion de la marque**
Objectifs : - Prendre connaissance de l'importance stratégique, économique et sociale de la marque. - Maîtriser les principaux concepts stratégiques associés à la gestion d'une marque commerciale. - Utiliser les outils de mesure appropriés pour appréhender les construits fondamentaux. Définitions, fonctions et importance de la marque commerciale. Recherche et analyse sémiologique d'un logo. Le capital de marque. La personnalité de la marque. L'extension de marque. Le positionnement et le repositionnement. L'image de marque. La marque et le lieu d'origine. La législation et la falsification. Gestion de la marque corporative. La marque et le marketing mix. La responsabilité sociale de la marque. La marque et les médias électroniques.

**MKG8406 Marketing aux consommateurs en ligne**
Objectifs : - Permettre aux étudiants d'acquérir une compréhension globale et en profondeur du marketing au consommateur en ligne. - Développer des habiletés de recherche et une réflexion stratégique face au marketing sur Internet orienté vers le consommateur. - Familiariser les étudiants avec les aspects méthodologiques spécifiques à ce champ de recherche. Présentation et discussion des plus importantes et/ou récentes études concernant le marketing aux consommateurs en ligne (B2C). Le contenu du cours concerne plus spécifiquement les sujets suivants : Comportement des consommateurs sur Internet : recherche d'information, prise de décision, expérience en ligne, contenu généré par les utilisateurs ; stratégie de commerce de détail sur Internet et utilisations d'outils propre au domaine ; méthodes de recherche pour étudier le consommateur en ligne.

**MKG8407 Communication marketing intégrée**
Acquérir et approfondir des connaissances relatives aux communications marketing tant dans un contexte managériale que scientifique. Développer des habiletés de recherche en communication marketing. Développer une réflexion éthique et critique face aux communications marketing. Développer une réflexion stratégique relative aux communications marketing. La communication marketing est en pleine mutation: Bouleversement dans les médias, apparition de nouveaux médias et de la communication personnalisée, enjeux éthiques, émergence de nouveaux comportements de consommation et convergence de la publicité et du divertissement, sont tous des phénomènes qui transforment les décisions des publicitaires et des annonceurs. Les gestionnaires de demain doivent être davantage rigoureux, créatifs et d'excellents stratèges. Ce cours permettra à l'étudiant de comprendre les enjeux en communication marketing et de s'outiller de façon rigoureuse à faire face aux enjeux de demain, et ce, par la lecture et l'analyse d'articles scientifiques et de cas.

**MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service**

Ce cours vise à inculquer aux étudiants les paramètres du positionnement stratégiques de toute offre de service. Il a pour objectif la maîtrise des éléments structurants d'une expérience de service concurrentielle. Ce cours met en relief les méthodes de construction de l'expérience de service en s'appuyant sur la littérature et la recherche déterminante des éléments de l'expéritecture en s'appuyant sur des outils de design tel que l'expérigramme et l'émotiogramme. Ce cours permet de comprendre que le positionnement de la marque dans les services s'appui sur la relation émotionnelle entre le client et cette marque. Ce cours permettra aux étudiants de comprendre les étapes permettant de construire l'offre d'expérience de service à partir d'un positionnement souhaité dans un marché ciblé. Le cours verra comment passer d'un concept d'offre à la création d'une expérience émotionnelle structurée et ce dans un contexte de rentabilité. Les approches étudiées visent des applications autant dans les secteurs privés et publics.

**MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies**
Ce cours s'intéresse à la description, à l'analyse et à la gestion de ces intermédiaires. Le contenu des cours concerne les sujets suivants : les modèles économiques d'analyse de la distribution ; les modèles comportementaux décrivant les relations inter organisationnelles dans les canaux ; l'approche réseau ; l'analyse des formules de vente au détail; les stratégies des distributeurs ; les promotions des ventes comme outil d'animation du canal ; les promotions commerciales, effets et impacts sur le comportement du distributeur ; les promotions en magasin, effets et impacts sur le comportement du consommateur ; la gestion de la chaîne d'approvisionnement ; les fondements des principes du marchandisage.

**MKG8413 Système d'intelligence marketing**
Objectifs : - Comprendre le concept de découverte de connaissances dans les bases de données (Knowledge Discovery in Database, KDD). - Connaître les techniques de gestion des données et les méthodes de modélisation des données. - Se familiariser avec les techniques de déploiement des modèles et des stratégies marketing. - Intégrer les méthodes d'évaluation des modèles et les stratégies marketing. Les principaux thèmes qui seront développés dans le cadre de ce cours sont les suivants : découverte de connaissances dans les bases de données (données transactionnelles, données géo-référencées) ; gestion des données ; modélisation des données (data mining, systèmes CART et CHAID) ; déploiement des modèles et des stratégies marketing ; évaluation et implantation des modèles ; ajustement des modèles.

**MKG8417 Performance marketing**
Ce cours vise à permettre aux étudiants de se familiariser avec les indicateurs de performance utilisés en marketing. Les principaux thèmes abordés seront : les indicateurs liés à la planification du marketing et aux études de marché (objectifs, tendances, marchés, segmentation, positionnement, etc.), les indicateurs liés à l'offre (produits, prix, publicité, promotion des ventes, gestion de marque, marketing électronique, etc.) et les indicateurs liés à la force de vente (taille, quotas, analyse de variance, compensation, etc.). À partir d'exercices, de mises en situation et d'études de cas, les étudiants apprendront à déterminer les besoins en indicateurs de performance, à les mesurer ou à établir un cadre de mesure et à évaluer l'impact des indicateurs sur les décisions marketing.

**MKG8422 Marketing des moteurs de recherche**
Objectifs
De nos jours, il est impensable de ne pas utiliser les sites internet comme Google Search, Facebook et Youtube dans une approche marketing sur Internet. Ce cours vise à permettre aux étudiants de comprendre la base du marketing par moteurs de recherche (SEM) en leur présentant les bases du référencement naturel (SEO) et du référencement payant (PPC). Ce cours prépare ainsi les étudiants à la nouvelle réalité du monde des affaires qu'est le commerce électronique. Les étudiants seront ainsi préparés à compléter une certification professionnelle et acquerront l'expérience pour obtenir un premier poste en agence de Marketing.

Sommaire du contenu
Munis d'un budget réel, les étudiants développeront de toutes pièces une stratégie de marketing en ligne pour l'entreprise de leur choix. Pour ce faire, l'accent sera mis sur l'utilisation des engins de recherche afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise et l'acquisition de clients potentiels. L'apprentissage ne restera pas théorique, car les étudiants créeront et exécuteront une vraie campagne marketing sur Internet. Les étudiants seront ainsi préparés à compléter une certification professionnelle et acquerront l'expérience pour obtenir un premier poste en agence de Marketing. L'exercice permettra un apprentissage hautement pratique tout en étant basé sur les derniers développements de l'industrie, les meilleures pratiques industrielles et les théories du comportement du consommateur sur Internet.

Modalité d'enseignement
Ce cours est structuré en 15 séances comprenant des exposés magistraux et des évaluations conventionnelles.Les étudiants auront la responsabilité de solliciter l'entreprise qui participera à l'exercice et qui fournira le budget.Le cours requiert la maîtrise de l'anglais.

**MKG8423 Le marketing aux entreprises (B2B) et ses enjeux numériques**
Objectifs
Le commerce interentreprises est d'une importance cruciale puisqu'il représente environ la moitié de la valeur de toutes les transactions commerciales. Ce cours vise à permettre de comprendre les spécificités du marketing interentreprises (B2B); de mettre sur pied de véritables stratégies de marketing B2B; d'utiliser les outils numériques essentiels pour développer la notoriété des firmes de B2B; de susciter l'engagement des clients et des autres parties prenantes et enfin de préparer les personnes étudiantes à intervenir en entreprise pour faire croître les ventes et les revenus. À la fin du cours, la personne étudiante aura développé ses compétences pour être préparée à occuper un poste en marketing aux entreprises.

Sommaire du contenu
Outre les relations interentreprises, les principaux thèmes du marketing seront abordés dans un contexte de B2B, notamment le marketing numérique et les médias sociaux, la détermination du prix, le marketing omnicanal, la segmentation, la stratégie de marque, les plateformes d'échange en ligne, l'impact des nouvelles technologies sur la vente et le comportement des clients, la publicité et les influenceurs, le rôle de l'intelligence artificielle, la responsabilité sociale et l'éthique.

**MKG8424 Marketing responsable**
Exposer les étudiants aux différentes réalités théoriques et managériales entourant le champ de recherche de la consommation responsable. Amener les étudiants à réfléchir sur la stratégie et le comportement du consommateur (freins et motivations) face à la consommation responsable et à acquérir les notions utiles à leurs diagnostics. Maîtriser les concepts et les modèles de la consommation responsable, et comprendre les principaux mécanismes d'aide à la décision qui leurs sont sous-jacents. Dans ce cours seront discutés notamment différents concepts classiques et récents liés la consommation responsable : le marketing vert, équitable et citoyen; la consommation locale et collaborative; la désirabilité social et l'écart-vert; l'éco-conception et l'analyse du cycle de vie des produits/services; les écolabels; le greenwashing et la myopie du marketing vert; la mesure de la consommation responsable; et le leadership en marketing responsable.

**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.

**MKG8429 Marketing interculturel**
Objectifs
Comprendre les effets de la culture sur le comportement du consommateur et de la communication marketing ainsi que leur impact sur la stratégie marketing. Familiariser les étudiants avec les concepts, modèles et domaines d'application de cette discipline. Développer des habiletés de recherche interculturelle. Le but de ce cours est d'étudier le comportement du consommateur, y compris les aspects qui touchent la communication marketing, dans un contexte interculturel.

Sommaire du contenu
Plus spécifiquement, ce séminaire examinera l'effet de la culture sur le consommateur en tant qu'individu, en tant que preneur de décision d'achat, en tant que membre de groupes sociaux et de références, et sur les conséquences de ses décisions. De plus, il examinera le processus de persuasion, et plus généralement la communication marketing, dans un contexte interculturel. Finalement, les particularités de la recherche interculturelle seront aussi présentées.

**MKG8431 Marketing des nouveaux produits et de l'innovation dans un contexte de mondialisation**
Objectifs
1.Comprendre les stratégies d'innovation en marketing de développement et l'importance du développement des nouveaux produits et services dans un contexte de mondialisation des marchés; 2.Connaitre l'ensemble des phases du processus de développement et de gestion de nouveaux produits/services : génération d'idées, tests de marché, design et conception; lancement et commercialisation, gestion des phases de cycle de vie; adoption et diffusion. 3.Développer la pensée créative, empathique et analytique dans un cadre collaboratif qui est à la base du design thinking; 4.Être en mesure d'effectuer des tests de marché pour des concepts de nouveaux produits et pour des améliorations de produits existants; 5.Saisir l'importance de la diversification des nouveaux produits et la diversification internationale des marchés dans les stratégies d'innovation en marketing;

Sommaire du contenu
Ce cours porte sur un domaine incontournable pour toute entreprise désirant croitre et demeurer compétitive dans une ère postmoderniste caractérisée par la prolifération des technologies de l'information, la globalisation des marchés et l'abondance de l'information, à savoir l'innovation et le développement de produits et services nouveaux. Dans un tel contexte, les étudiants en marketing seront appelés à jouer un rôle clef en tant que futurs gestionnaires afin de stimuler, voir même provoquer l'innovation et le développement de nouveaux produits et services avec une vision stratégique globale qui déborde souvent les frontières des marchés domestiques. Ce cours vise d'abord à développer et à renforcer chez l'étudiant une attitude positive vis-à-vis de l'innovation et les stratégies de développement de nouveaux produits qui en découlent et les facteurs de succès et d'échecs. Ensuite, à comprendre l'ensemble du processus de développement et de gestion de nouveaux produits/services et de l'innovation en partant de la génération d'idées, l'analyse des opportunités de marché; la conception, le design et les tests de marché, pour arriver par la suite aux stratégies et défis liés au lancement, à la diffusion et l'adoption des innovations aux niveaux local et international. Enfin, une attention particulière sera portée sur des champs spécifiques qui conditionnent aujourd'hui la réussite de l'innovation en marketing, à savoir le contexte de mondialisation et le rôle des plateformes électroniques.

Modalité d'enseignement
Cours magistral offert une fois par année

**MKG8432 Commerce social et marketing 2.0**
Objectifs
L'objectif de ce cours est de permettre à l'étudiant d'acquérir une compréhension globale et en profondeur du commerce social. Le cours s'intéresse aux activités du marketing telles qu'elles se déploient dans le marketing 2.0. Le marketing à l'ère des canaux de commercialisation que sont les médias sociaux et les communautés de marques relève de la co-création de l'expérience de consommation. Il s'agit d'exposer l'étudiant aux articles de réflexion et études scientifiques importants et/ou récents dans le domaine du marketing numérique. Les objectifs spécifiques du cours sont de : Développer des habiletés de réflexion stratégique et de recul critique en recherche par rapport au marketing capitalisant sur l'intelligence collective (la foule/crowds), et ce, principalement au niveau des consommateurs (B2C) mais également interentreprises (B2B)Initier l'étudiant aux aspects méthodologiques spécifiques à l'étude du marketing 2.0, notamment les aspects fonctionnels et tactiques de ce domaine de pratique (principaux types de fonctionnalités et de métriques des plateformes) Puisqu'il s'agit d'un cours de spécialisation dans un programme de maîtrise ès sciences offrant un profil avec projet dirigé ou un profil avec mémoire, la matière sera principalement théorique et conceptuelle, tout en gardant le souci de comprendre comment l'appliquer dans la pratique au travers d'exemples et de cas d'entreprises.

**MKG8433 Conception et évaluation de l'expérience utilisateur (UX) comme levier marketing**
Objectifs
Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux notions d'expérience utilisateur (UX) et d'expérience client (CX), afin de maîtriser l'importance stratégique de ces notions pour le positionnement et la croissance des entreprises. Au terme du cours, les étudiants seront aptes à : Comprendre l'importance stratégique du UX/CX et leur imbrication ;Évaluer un produit/service centré utilisateur/client selon les critères scientifiques du domaine et les meilleures pratiques managériales ;Mettre en œuvre une démarche de réflexion et de conception centrée utilisateur/client au profit d'une marque, ou d'un projet de produit/service.

Sommaire du contenu
Ce cours vise à couvrir les aspects théoriques et pratiques du domaine du UX/CX. En premier lieu, il s'assure d'initier les étudiants aux principes fondamentaux du design de systèmes, et notamment du design de produits/services numériques. Afin d'atteindre cet objectif, les étudiants seront introduits aux principes de design centré utilisateur, aux critères ergonomiques de conception et d'évaluation de systèmes interactifs, ainsi qu'aux méthodes traditionnelles et avant-gardistes du domaine des IHM (Interactions Humain-Machine) pour observer et mesurer le comportement du consommateur en interaction avec ces systèmes, comme l'oculométrie prédictive qui repose sur l'intelligence artificielle. Au-delà de l'aspect théorique du design de systèmes, les étudiants seront également initiés autant à la conception qu'à l'évaluation de systèmes interactifs dialoguant avec l'humain sur le plan pratique. Ainsi, les étudiants pourront autant comprendre l'importance stratégique des principes fondamentaux du design de systèmes, mais aussi être amenés à les appliquer dans l'évaluation de systèmes existants dans un premier temps, puis dans la conception de produits/services numériques dans un deuxième temps. Dans les deux cas, les évaluations des étudiants viseront à s'assurer de suivre les connaissances méthodologiques établies par la pratique tout en respectant la rigueur scientifique qui les sous-tend (p. ex., DCU, approche agile), afin d'étudier les besoins des utilisateurs/consommateurs/clients à la base du succès commercial de ces systèmes interactifs (p. ex., sites web, applications mobiles, plateformes de communautés virtuelles, etc.).

Modalité d'enseignement

Au-delà de son ancrage théorique fondamental, ce cours prévoit la visite de conférenciers et conférencières dans le domaine du UX/CX, de laboratoires spécialisés dans les nouvelles méthodes d'observation en expérience utilisateur, et l'utilisation de logiciels de conception et d'évaluation centrés utilisateur/client utilisés par l'industrie dans le cadre d'ateliers pratiques. Certains modules seront également offerts en ligne dans une formule hybride.

**MKG8434 L'exploitation des données non-structurées et des réseaux sociaux**
Objectifs
À la fin du cours, l'étudiante, l'étudiant devrait être en mesure de : Comprendre les concepts fondamentaux et la terminologie de d'exploitation des données non-structurées et des réseaux sociaux ;Reconnaitre les situations où le recours à l'une ou à l'autre des techniques étudiées est approprié ;Utiliser un logiciel pour analyser les données non-structurées et des réseaux sociaux ;Mettre en forme et interpréter correctement les résultats obtenus par le logiciel ;Comprendre les résultats de l'exploitation des données non-structurées et des réseaux sociaux rapportés dans les publications scientifiques.

Sommaire du contenu
Ce cours est une introduction à l'exploitation des données non-structurées et des réseaux sociaux pour en extraire des connaissances qui aideront la prise de décision. Ce type de données constitue la part la plus importante des données détenues par les organisations, et leur volume n'a cessé de croitre, en particulier depuis l'avènement des réseaux sociaux en ligne. Les données non-structurées sont le plus souvent des données textuelles (p. ex., courriels, retranscriptions de messages téléphoniques, réponses à des questions ouvertes de sondages, formulaires Web, commentaires des utilisateurs, etc.) et ne se prêtent pas directement à l'analyse statistique automatisée. Les données des réseaux sociaux ont une structure particulière (graphe) et leur exploitation nécessite un traitement adapté. Le but de ce cours est d'initier l'étudiant à l'analyse de ces données. Plus particulièrement, les principales techniques de fouille de données textuelles ( *text mining* ), d'analyse des sentiments (sentiment *analysis* ) et d'analyse des réseaux sociaux ( *social network analysis* ) seront étudiées. L'accent sera mis sur la compréhension intuitive et l'utilisation pratique de ces techniques. Le recours à des notions mathématiques sera limité au strict minimum nécessaire. Une connaissance des notions et principes de base de la statistique est toutefois nécessaire. Un logiciel sera utilisé mais aucune connaissance préalable de celui-ci n'est requise.

Modalité d'enseignement
L'atteinte des objectifs spécifiques du cours repose sur différentes formules pédagogiques, notamment : Les exposés de type magistral ;Les démonstrations et les tutoriels ;Les travaux et exercices pratiques ;Les laboratoires informatiques ;Les interactions et les consultations ;Les présentations et la rédaction de rapports.

**MSG8000 Activité de développement des compétences informationnelles**
Objectifs
Cette activité vise à doter les étudiants de la M.Sc. en début de parcours de compétences informationnelles favorisant leur réussite dans leurs cours et leur mémoire ou projet dirigé, et leur insertion dans le monde du travail.

Sommaire du contenu
La formation se découpe en sept modules : Le premier module, Identifier la documentation, vous introduit aux différents types de documents;Le deuxième module, Définir son besoin d'information, vous aide à transposer une question de recherche à un besoin d'information;Le troisième module, Repérer l'information, vous aide à comprendre la structure des différents outils de recherche et de naviguer dans ceux-ci;Le quatrième module, Comprendre le Web et mieux utiliser Google, vous présente le Web et vous donner les astuces pour l'utiliser d'une manière plus organisée;Le cinquième module, Évaluer ses sources, vous donne les outils pour juger de la qualité de vos références;Le sixième module, Citer ses sources, vous indique la façon de présenter vos références selon le style bibliographique APA-UQAM;Enfin, le septième et dernier module, Créer une base de connaissance, vous permettra de prendre connaissance d'un des logiciels bibliographiques mis à votre disposition afin de vous créer la bibliothèque qui vous servira tout le long de votre parcours de deuxième cycle à l'ESG.

Modalité d'enseignement
Formation 100 % en ligne et asynchrone

**MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques**
L'objectif de ce cours est de sensibiliser les étudiants à la contribution des fonctions de l'organisation autres que celle de leur spécialité. Ainsi, les étudiants peuvent acquérir des connaissances sur les fondements des sciences administratives, développer une vue d'ensemble des différentes fonctions de l'organisation et mieux comprendre leur propre rôle à l'intérieur de cet ensemble. Sous forme de différents blocs successifs, le cours abordera les fondements de chaque fonction et la nécessité de l'intégration pour le bon fonctionnement de l'ensemble de l'organisation. Chaque concentration présentera durant deux à trois séances les points essentiels de leur fonction et leur rôle dans l'organisation. Ce cours sera un regard épistémologique sur les composantes d'une organisation. L'historique des systèmes de pensée et la comparaison de leur usage dans différentes disciplines servira de ligne directrice.

Modalité d'enseignement
Cours offert par plusieurs professeurs. Cours magistral et étude de cas ; examen commun ; plan de cours commun.

**MSG8180 Projet de mémoire**
Cette activité a pour but d'amener l'étudiant à définir le projet de recherche qui fera l'objet de son mémoire. Sous la supervision d'un directeur de recherche, l'étudiant rédige une proposition où il expose sa problématique de recherche, présente un état de la question, une bibliographie critique, les méthodes et instruments de recherche retenus, ainsi qu'un calendrier pour la réalisation du mémoire. L'ensemble doit démontrer que la recherche et la rédaction du mémoire sont réalisables par l'étudiant dans le temps prescrit.

Modalité d'enseignement
Cette activité est évaluée selon la notation succès-échec.

Conditions d'accès
Avoir complété avec succès 12 crédits du programme.

**MSG8193 Essai**
Cette activité a comme objectif de permettre à l'étudiant de réaliser un projet d'approfondissement des connaissances portant sur une facette particulière de son domaine de spécialisation. Il s'agit d'un ensemble intégré d'activités d'analyse, de synthèse et/ou de recherche conduisant à un rapport écrit. Le projet doit être approuvé par la direction du programme. Il sera effectué sous la supervision immédiate d'un professeur régulier. Il reviendra à l'étudiant d'identifier et d'intéresser ce professeur à agir comme directeur de recherche. Contenu variable à être validé avec le directeur de recherche.

Modalité d'enseignement
Cette activité doit être réalisée sur une période d'un ou deux trimestres consécutifs.

Conditions d'accès
Avoir complété avec succès 12 crédits du programme.

Préalables académiques
MSG8000 Activité de développement des compétences informationnelles

**MSG8194 Stage dans une organisation**
Objectifs
L'objectif de ce cours est de développer des compétences professionnelles dans son champ de spécialisation par un séjour dans une organisation (entreprise privée, publique ou ONG), au pays ou à

l'étranger.

Sommaire du contenu
Un mandat spécifique doit être réalisé par l'étudiant qui prendra un rôle actif au sein de l'organisation où il effectue son stage. Ce mandat doit permettre la réalisation d'une intervention mettant à contribution des connaissances théoriques et pratiques. L'étudiant devra soumettre un rapport de stage présentant notamment le mandat confié ainsi que les notions théoriques et les méthodes de collecte et d'analyse des données utilisées pour réaliser le mandat. L'étudiant devra aussi présenter une analyse de l'expérience (auto-analyse critique des compétences acquises et analyse des enjeux pour l'organisation). L'étudiant trouvera le lieu du stage dans un secteur correspondant à ses intérêts. Le stage, d'une durée minimale de 420 heures (au moins 3 mois), peut être rémunéré ou non, selon l'entente conclue avec le milieu d'accueil. Le stagiaire doit être dirigé à la fois par un professeur et un superviseur au sein de l'organisation. Le stage doit être approuvé par la direction du programme.

Modalité d'enseignement
Cette activité doit être réalisée sur une période d'un ou deux trimestres consécutifs.

Conditions d'accès
Avoir complété avec succès 18 crédits du programme.

Préalables académiques
MSG8000 Activité de développement des compétences informationnelles

**MSG8195 Projet d'intervention**
Objectifs
Cette activité a comme objectif l'approfondissement des connaissances dans le champ de spécialisation de l'étudiant par une mise en pratique en milieu de travail des notions acquises et des compétences développées dans le programme. Elle prend la forme d'une intervention/consultation auprès d'un organisme extérieur à l'UQAM. Le projet doit être approuvé par la direction du programme. Le projet d'intervention peut être rémunéré ou non selon l'entente conclue avec l'organisme. Il sera dirigé à la fois par un professeur et un superviseur au sein de l'organisme extérieur. Le projet d'intervention peut être réalisé en tout ou en partie en entreprise, selon la nature du mandat et l'entente conclue, mais l'étudiant doit y consacrer un minimum de 420 heures. Il reviendra à l'étudiant d'identifier et d'intéresser un professeur à agir comme superviseur. L'étudiant devra également trouver la firme cliente et le mandat pour réaliser son projet. Un rapport final qui inclura des notions théoriques, méthodologiques et critiques sera effectué à la fin du mandat.

Modalité d'enseignement
Cette activité doit être réalisée sur une période d'un ou deux trimestres consécutifs.

Conditions d'accès
Avoir complété avec succès 18 crédits du programme.

Préalables académiques
MSG8000 Activité de développement des compétences informationnelles

**ORH8402 Attitudes et comportements**
Objectif général Il est largement démontré que les attitudes et comportements des individus et des groupes au sein de l'organisation influencent la performance globale de celle-ci. Dans cette optique, ce cours vise à doter les étudiants de cadres théoriques solides et éprouvés leur permettant de mieux comprendre les attitudes et comportements des employés. À travers l'analyse de textes théoriques et empiriques et d'études de cas, les étudiants approfondiront différents thèmes associés au champ du comportement organisationnel tels que la motivation des employés, la satisfaction au travail, le soutien organisationnel perçu, l'engagement organisationnel et les comportements productifs au travail. Une des visées de ce cours est de décloisonner les apprentissages en favorisant l'étude de modèles intégrateurs et la critique de ceux-ci. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - avoir une bonne compréhension des divers mécanismes qui contribuent au développement des différentes attitudes au travail et à l'adoption de certains comportements par les membres de l'organisation; - être en mesure d'expliquer, sur une base théorique et empirique, le rôle que peuvent jouer les attitudes sur le comportement des individus ou des groupes au sein de l'organisation; - pouvoir analyser une problématique de gestion des ressources humaines sous l'angle des attitudes et comportements des individus ou des groupes dans l'organisation. Thèmes abordés : - les diverses attitudes au travail (engagement, satisfaction, motivation, identification, etc.); - les comportements des individus et des groupes en contexte organisationnel (comportements de retrait, départ volontaire, performance dans la tâche, comportements de mobilisation, de citoyenneté organisationnelle, etc.); - les déterminants perceptuels des attitudes et comportements (soutien, confiance, leadership, justice, etc.).

Modalité d'enseignement
Discussions structurées sur la base de la lecture de textes théoriques et empiriques. Études de cas. Présentations orales des étudiants en classe. Analyses de données.

**ORH8403 Gestion stratégique des ressources humaines et des relations du travail**
Objectif général Ce cours vise à approfondir les notions innovatrices en matière de gestion des ressources humaines (GRH) et des relations du travail et à initier les étudiants à l'analyse et à la critique des théories et pratiques en gestion stratégique des ressources humaines et en relations du travail. Objectifs spécifiques À la fin du cours l'étudiant sera en mesure de: - comprendre les enjeux stratégiques liés à la GRH et aux relations du travail dans une perspective appliquée et processuelle; - connaître les principaux courants et perspectives théoriques en GRH et en relations du travail ainsi que leurs limites; - développer des habiletés d'analyse, de recherche et de diagnostic dans les champs d'étude du cours; - comprendre les interactions entre les différentes pratiques de GRH et de relations du travail et leur contribution à la performance organisationnelle. Sommaire du contenu - Les théories et les pratiques en GRH et en relations du travail; - l'évolution et les tendances en GRH et en relations du travail; - la gouvernance de l'entreprise et la démocratie industrielle à partir d'une perspective comparative; - les innovations, le syndicalisme et l'action syndicale; - l'internationalisation de l'action syndicale; - l'avenir de la GRH et des relations du travail; - la mise en oeuvre d'une stratégie ressources humaines adaptée au contexte de l'entreprise et cohérente avec le nouveau contexte économique et social.

Modalité d'enseignement
Le cours se donne sous forme de séminaire, ce qui implique d'une part une lecture assidue des textes proposés et d'autre part l'assistance et la participation continue au cours.

**ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels**
Objectif général Ce cours vise à développer un regard critique sur les contextes mondiaux dans lesquels oeuvrent les organisations. Il permet aux étudiants de positionner leurs pratiques de gestion dans le domaine du travail et de la gestion des ressources humaines dans un contexte plus large. Objectifs spécifiques À la fin du cours l'étudiant sera en mesure: - de saisir la nature et la portée du phénomène de la mondialisation et d'identifier ses impacts sur les organisations et les travailleurs; - de mieux comprendre l'environnement socioéconomique dans lequel évolue l'organisation et d'en tenir compte au moment de la formulation des objectifs et des stratégies organisationnels, ainsi que lors des processus de prise de décisions relatives à la GRH; - d'identifier et d'analyser les réponses des institutions internationales, des acteurs gouvernementaux et de la société civile face aux défis posés par la mondialisation dans le domaine du travail. Sommaire du contenu - la mondialisation et ses dimensions idéologique, économique, financière, technologique, sociale et culturelle; - l'impact de la mondialisation sur les institutions au Canada et au Québec; - l'entreprise multinationale; - les conséquences de la mondialisation sur

l'organisation de la production et du travail; - les nouvelles formes d'organisation de la production et du travail et leur impact sur la GRH; - les innovations sociales, le développement durable et l'altermondialisme; - l'impact de la mondialisation sur l'acteur syndical et les stratégies développées par l'acteur syndical comme réponse à ces changements; - les normes internationales du travail et le travail décent; - la conditionnalité sociale; - les nouvelles formes de régulation dans le domaine du travail: les codes de conduite (aspects en matière de travail) et les accords cadre internationaux.

Modalité d'enseignement
Des discussions auront lieu en classe à partir des textes obligatoires, des présentations de la part des professeurs et des questions spécifiques posées en classe par les participants. Cours sous forme de séminaire intégrant des exposés magistraux par le professeur et des interactions avec les étudiants portant sur l'analyse des textes relatifs aux sujets abordés, des études de cas et l'actualité.

**ORH8405 Méthodologie de la recherche en gestion des ressources humaines**
Objectifs
Objectif général Ce cours vise à soutenir l'étudiant dans le développement d'un projet de recherche empirique ou d'une intervention en milieu organisationnel. L'étudiant est amené à développer sa capacité d'analyse des problèmes ou des enjeux organisationnels avec une rigueur de pensée et une méthodologie appropriée, s'inspirant en cela des enseignements propres à la démarche scientifique. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - comprendre l'importance et la spécificité de la démarche scientifique; - développer un regard critique sur les aspects méthodologiques d'une recherche ou d'une intervention organisationnelle; - acquisition d'habiletés à comprendre et à évaluer les rapports de recherche et les articles de périodiques en gestion des ressources humaines tel un consommateur averti en recherche; - accroître les habiletés de synthèse, d'analyse et de communication nécessaires à la production d'un protocole (projet) de recherche, d'un rapport de recherche et à la présentation d'une conférence scientifique.

Sommaire du contenu
- le positionnement de la recherche sur le plan épistémologique; - la recherche scientifique : les étapes, les objectifs, les types; - la problématique, la recension des écrits et la question de recherche; - l'éthique scientifique; - le cadre théorique, les hypothèses; - les « designs » (devis) de recherche; - l'opérationnalisation des variables; - les échelles de mesure, la fiabilité, la validité; - l'échantillonnage; - l'élaboration d'un questionnaire de sondage ou d'une grille d'entrevue; - la collecte des données, surtout par la méthode du sondage; - l'analyse quantitative (statistique) et qualitative des données; - l'interprétation des résultats ou l'interprétation des données secondaires; - la présentation des résultats; - la diffusion des résultats; - la prise de décision et la recherche.

Modalité d'enseignement
Une partie théorique composée de séances magistrales, de périodes de questions et de discussions. Les aspects théoriques de ce cours seront consolidés par les lectures et les travaux. Afin de préparer adéquatement les étudiants au cours, une série de lectures est proposée pour chacun des thèmes couverts.

**ORH8406 Enjeux juridiques de la gestion des ressources humaines**
Objectif général Ce cours permet à l'étudiant de maîtriser les enjeux juridiques nécessaires au développement de pratiques stratégiques en gestion des ressources humaines. L'étudiant est amené à réfléchir sur le rôle, les fonctions et les limites du droit du travail sur les plans sociétal et organisationnel. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - reconnaître le droit du travail en tant que contrainte de l'environnement juridique, social et politique, mais aussi comme source d'opportunités, d'un point de vue stratégique ; - participer à la prise des décisions relatives aux fonctions de la GRH avec un regard éclairé du point de vue juridique ; - comprendre les impacts stratégiques du respect et de la transgression des droits et des obligations légales liées à la gestion des ressources humaines et des organisations ; - assurer le respect des droits et des obligations des salariés et de l'employeur au sein de l'organisation. Sommaire du contenu - Le rôle, les fonctions et les limites du droit du travail sur les plans sociétal et organisationnel. - Les chartes et les droits fondamentaux de la personne au travail. - Le rôle de l'autonomie de la volonté (individuel) et du droit commun dans la régulation du rapport individuel de travail. - Les lois particulières et les règlements applicables au lien d'emploi. - Les droits collectifs des salariés : leur exercice, leurs effets et leurs limites.

Modalité d'enseignement
Analyse méthodologique et statistique des articles scientifiques.

**ORH8408 Gestion des situations critiques : problèmes de santé et comportements hors normes en entreprise**
Objectif général Le milieu organisationnel est susceptible de contribuer à l'émergence de problèmes de santé physique et mentale chez les employés tels que le stress et l'épuisement professionnel, ou d'être un lieu propice à l'adoption de comportements hors normes, par exemple, le présentéisme, le vol ou la violence.. . Ce cours vise l'acquisition des connaissances permettant aux étudiants de mieux comprendre, gérer et prévenir ces cas critiques. Quatre principaux thèmes y sont approfondis : 1) les impacts des problèmes de santé et des comportements problématiques pour les employés et l'organisation ; 2) les facteurs contribuant aux problèmes de santé et aux comportements problématiques ; 3) le traitement efficace des cas, en fonction des caractéristiques du milieu de travail ; 4) les stratégies d'interventions visant à réduire l'apparition de problèmes de santé et de comportements hors normes. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - connaître les principaux problèmes de santé au travail ; - connaître les principaux comportements problématiques en milieu de travail (par exemple, le présentéisme, le sabotage, le vol, les conflits, le harcèlement et la violence) ; - comprendre les enjeux et les défis à relever en matière de santé et de comportements problématiques au travail ; - être en mesure d'analyser les facteurs de risques pour la santé ainsi que les principales causes des comportements problématiques ; - être en mesure de concevoir une démarche de prévention, des stratégies d'intervention et des mesures disciplinaires adaptées au milieu de travail. Sommaire du contenu - Les différentes approches en santé au travail et en gestion des comportements problématiques. - Les enjeux contemporains et les défis à relever en gestion des ressources humaines en ce qui concerne la santé au travail et les comportements hors normes. - L'organisation de la production et du travail ainsi que les pratiques de gestion des ressources humaines et leurs effets sur la santé, les attitudes et les comportements des employés. - Les facteurs de décision liés à la prévention et au traitement des cas. - L'efficacité et les conditions de succès des démarches de prévention, des stratégies d'intervention et

Modalité d'enseignement
Les étudiants sont appelés à discuter des textes sélectionnés. Ils sont également amenés à résoudre des cas réels ou fictifs.

**ORH8410 Gestion de la dimension éthique en organisation**
Objectif général Développer des compétences en matière de gestion de la dimension éthique au sein d'une organisation. Objectifs spécifiques À la fin du cours l'étudiant devrait: - reconnaître les enjeux éthiques au sein d'une organisation; - établir un diagnostic du risque éthique; - identifier les solutions pertinentes pour éviter l'adoption d'écarts de conduite; - sensibiliser les étudiants à l'adoption d'un leadership éthique. Le succès d'une organisation est entre autres tributaire de l'établissement d'une relation harmonieuse entre les différentes parties prenantes. Pour ce faire, les gestionnaires doivent amener les individus qui oeuvrent au sein de l'organisation à adopter, lorsque requis, des comportements qui sont conformes aux valeurs partagées par ces parties prenantes. Ce cours permettra aux étudiants de reconnaître les situations en organisation qui impliquent une dimension éthique et à identifier la marche à suivre. Ces derniers seront également initiés aux différents outils de diagnostic visant à évaluer le risque éthique, c'est à dire le risque qu'un membre de l'organisation adopte un écart de conduite. Des pratiques de gestion leur seront proposées pour diminuer

ce risque. Enfin, en tant que futurs gestionnaires, ils seront sensibilisés à l'importance de l'impact qu'ils auront sur la qualité du climat éthique des organisations au sein desquelles ils oeuvreront.

Modalité d'enseignement
Cours magistraux, séminaires, exercices pratiques, analyse de cas.

**ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques**
Objectifs
Objectif général : Ce cours vise à aider les étudiants à comprendre et développer des habiletés relationnelles et politiques essentielles à l'exercice du management et de la fonction conseil. Objectifs spécifiques : Au terme du cours, l'étudiant devrait être en mesure de : - dresser un portrait réaliste de ses forces et vulnérabilités comme gestionnaire; - comprendre davantage ses propres émotions et être plus conscient de ses objectifs; - comprendre davantage l'expérience forcément différente des autres; - prendre conscience de ses patterns de comportements qui favorisent ou nuisent à l'exercice de son leadership; - identifier et développer des mécanismes de gestion de ses émotions et de ses relations en contexte organisationnel pour favoriser les impacts positifs de ses interventions et de son influence sur les autres; - développer sa compréhension de l'exercice du pouvoir organisationnel, et ce dans l'objectif d'améliorer sa capacité d'influence; - identifier les sources organisationnelles de pouvoir dans son environnement ainsi que ses sources personnelles de pouvoir; - déployer des stratégies d'influence qui tiennent compte des dynamiques relationnelles et du pouvoir organisationnel.

Sommaire du contenu
- la conscience de soi; - la gestion de soi; - la conscience des autres; - les enjeux associés à l'exercice de son leadership; - la communication interpersonnelle; - les sources organisationnelles de pouvoir; - les sources personnelles de pouvoir; - les stratégies d'influence.

Modalité d'enseignement
Alternance entre la présentation de contenu magistral et des exercices en sous-groupes amenant les étudiants à expliciter des problématiques relationnelles et/ou politiques les empêchant d'atteindre leurs objectifs personnels et professionnels. Vingt étudiants au maximum pourront être inscrits par groupe-cours, afin de respecter la structure pédagogique privilégiée.

**ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel**
Objectif général Ce cours vise l'acquisition des connaissances permettant de maîtriser les enjeux propres à la gestion en contexte interculturel. Il permet aux étudiants d'apprendre la dimension interculturelle des pratiques de gestion qui se développent dans un contexte de travail à l'étranger, au sein d'une équipe multiculturelle, ou pendant un processus de fusions et acquisitions. Il permet également d'interpréter la réalité des entreprises et de comprendre les logiques de fonctionnement des sociétés dont elles sont insérées. L'étudiant est amené à prendre ses distances par rapport aux visions qui convergent exclusivement vers le modèle de l'entreprise privée et la construction d'une culture commune mondiale qui, petit à petit, rendrait désuets les effets de la culture nationale. Ces éléments visent à donner les moyens nécessaires pour donner un sens aux liens entre, d'une part, entreprises et environnement culturel, et d'autre part, entre culture et stratégie. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - dégager les éléments de base d'un apprentissage interculturel à partir de l'étude des approches conceptuelles saillantes et de l'analyse des particularités des pratiques de gestion des grandes régions du globe; - relativiser les modèles culturels de comportement développés dans leurs environnements personnels dans le but de comprendre d'autres attitudes, d'autres représentations du monde et d'autres façons de gérer; - comprendre les impacts stratégiques de l'apprentissage interculturel dans la résolution des problèmes et la prise de décisions relatives aux enjeux de la gestion en contexte international ; - réfléchir à la question : Comment la culture, les cultures résistent-elles à la pression de la rationalité de l'entreprise globale ? Ce cours se concentre sur des contenus situés dans quatre dimensions : - approches conceptuelles et méthodologiques en gestion interculturelle : sciences humaines, approches classiques, interactionnisme; - les enjeux dans un contexte d'internationalisation des entreprises : l'influence de la culture dans la conception de la stratégie et de la structure organisationnelles, dans le comportement du gestionnaire international (expatriés), dans la négociation internationale, dans l'éthique des affaires; - pratiques et outils de gestion en contexte international : les équipes multiculturelles, la gestion du personnel multiculturel, les alliances entre entreprises sur le plan international, dans les pratiques de marketing international; - analyse des pratiques de gestion concrètes dans des différentes régions du globe : Canada, Québec, États-Unis, Amérique latine, Europe, Asie, Afrique.

Modalité d'enseignement
Cours sous forme de séminaire intégrant des exposés magistraux par le professeur et des interactions avec les étudiants portant sur l'analyse des textes et des cas ayant trait aux sujets abordés.

**ORH8414 Diagnostic en gestion des ressources humaines**
Objectif général Ce cours vise à développer les capacités analytiques menant à la réalisation d'un diagnostic organisationnel portant sur une problématique en gestion des ressources humaines. Il vise la consolidation des connaissances théoriques et des habiletés d'analyse et de résolution de problèmes. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait être en mesure de : 1. Choisir un modèle, une approche et les méthodes de diagnotic organisationnel pertinents à la réalisation d'une démarche diagnostique. 2. Réaliser la démarche diagnostique portant sur une problématique en gestion des ressources humaines. 3. Proposer des recommandations qui s'appuient sur les résultats de la démarche d'analyse ainsi que sur les acquis de la littérature spécialisée. Les approches et méthodes utilisées dans une démarche diagnostique d'une intervention en organisation. La réalisation d'un projet de diagnostic. La préparation et la présentation des recommandations.

Modalité d'enseignement
Ce cours est basé sur plusieurs méthodes pédagogiques soit, l'exposé magistral par les enseignants, intégrant des interactions avec les étudiants et la réalisation d'exercices d'intégration de la matière en équipe ou individuels. L'étudiant aura à réaliser un diagnostic et proposer un projet d'implantation d'une intervention. L'organisation cliente doit être identifiée par les étudiants.

Conditions d'accès
Diplôme de baccalauréat Avoir complété au moins 9 crédits au programme

**ORH8416 Intégration des pratiques de gestion des ressources humaines**
Objectifs
Objectif général Ce cours vise l'acquisition de connaissances permettant aux étudiants de prendre des décisions efficaces en matière de gestion des ressources humaines. À travers l'analyse de textes théoriques et empiriques ainsi que d'études de cas, les étudiants seront amenés à approfondir leur compréhension des différentes pratiques de ressources humaines (RH), telles que la dotation, la formation et le développement des employés, la gestion des carrières, l'organisation du travail, la gestion du rendement, la rémunération, la santé et sécurité au travail ou les relations du travail. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : 1.comprendre le rôle que jouent les différentes pratiques RH; 2.comprendre et apprécier les interrelations entre les pratiques RH; 3.être en mesure d'analyser les différents enjeux et problématiques des pratiques RH; 4.être en mesure de prendre des décisions efficaces et de proposer des pistes de solutions à la suite d'une analyse critique des pratiques RH.

Sommaire du contenu
Les différentes pratiques RH et leur intégration.Les théories classiques et contemporaines liées aux pratiques RH.Les enjeux actuels et les tendances associés aux pratiques RH.

Modalité d'enseignement
Ce cours prendra la forme d'une discussion, tantôt formelle, tantôt informelle, où chaque étudiant participera par ses lectures, ses

réflexions et son analyse critique des textes à l'étude. Les étudiants seront aussi amenés à faire de la résolution de cas et à discuter de différents outils de gestion.

**ORH8417 Organisation et innovation sociale**
Objectifs
Développer chez l'étudiant-e une compréhension intégrée de l'innovation sociale en contexte d'entreprise. Plus particulièrement, l'étudiant-e aura l'occasion de mieux connaître : les différentes conceptions de l'innovation sociale; comment se déroule le processus d'innovation sociale, de l'initiation à la diffusion et à l'institutionnalisation; les principaux facteurs facilitant ou freinant l'innovation sociale sur le plan organisationnel et institutionnel; les stratégies d'accompagnement, de financement et d'évaluation des retombées des innovations sociales; les technologies sociales dans les pays du Sud mondialisés. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait plus particulièrement : (1) savoir distinguer différentes manières de concevoir l'innovation sociale, allant d'un point de vue fonctionnaliste à un point de vue de transformation sociale; (2) être sensibilisé aux phénomènes émergents d'innovations sociales dans les organisations, notamment les entreprises sociales et collectives (coopératives, associations à but non lucratif, entreprises à vocation sociale); (3) savoir distinguer le rôle des acteurs et les différents enjeux à différentes étapes du cycle de vie de l'innovation sociale, et connaitre l'importance de l'écosystème; (4) savoir mobiliser les concepts et les méthodologies facilitant l'étude et l'analyse des innovations sociales en contexte organisationnel; (5) connaître les courants d'innovation sociale contemporains en contexte national et à l'international, notamment dans les pays du Sud mondialisés; (6) avoir développé des habiletés critiques face aux différentes visions de l'innovation sociale.

Sommaire du contenu
I Concepts et théories de l'innovation sociale Définition de l'innovation sociale. Différentes visions de l'innovation sociale. Cycle de vie et institutionnalisation de l'innovation sociale. Dimensions organisationnelles et institutionnelles de l'innovation sociale. Système d'innovation sociale. Technologies sociales. Concepts et approches pour comprendre l'innovation sociale, par exemple : complexité, pluralisme, hybridation, sociomatérialité, traduction, institutionnalisme, nouvelles épistémologies du Sud. II Entreprises, entrepreneurs et milieux innovants Émergence, processus et acteurs de l'innovation sociale. Innovation sociale et innovation technologique. Milieux innovants. Entrepreneur, entrepreneuriat social et entrepreneuriat collectif. Leadership, communityship, co-construction, co-opération. Incubation, espaces de travail collaboratif, support et financement de l'innovation sociale. Gouvernance et organisation du travail. Diffusion, transfert, changement d'échelle. Évaluation, impacts et retombées. III Perspectives sur l'innovation sociale Nouvelles attentes sociétales, nouvelles réalités organisationnelles. Performativité et normativité de l'innovation sociale. Politique de l'innovation sociale. Innovation sociale et transformation sociale.

**ORH8419 Développement organisationnel : Construire une organisation humaniste**
Objectifs
Le développement organisationnel (DO) vise à mettre en oeuvre des démarches d'intervention afin de résoudre les dysfonctions dans les dynamiques sociales ou développer le potentiel des individus et des groupes tout en maximisant l'efficacité organisationnelle. Ces démarches requièrent des conseillers DO dotés d'une vision stratégique, systémique et humaniste ainsi qu'une capacité à intervenir sur les plans organisationnel, relationnel, cognitif et émotionnel. Ce cours vise le développement des savoirs (savoir, savoir-faire, savoir-être, savoir-devenir) propres au conseiller en développement organisationnel: Connaitre les champs d'intervention en DOAnalyser de manière critique le métier du conseiller DO et les processus en DODéterminer et planifier des interventions en DO, autant au niveau individuel, groupal qu'organisationnelDévelopper les principales qualités du conseiller en DODiscuter des enjeux et défis futurs en DO

Sommaire du contenu
Le cours permettra de couvrir différents thèmes dont : le diagnostic organisationnel, les méthodes de recherche et les modèles d'intervention DO ainsi que les qualités, valeurs et approches des conseillers DO.

Modalité d'enseignement
L'apprentissage dans ce cours se fera sur deux principaux plans : maîtriser les fondements (concepts, théories, etc.) par les lectures et le contenu des cours magistraux. Les étudiants seront ainsi familiarisés avec les grandes lignes des textes fondateurs des principales approches en DO;appliquer les concepts notamment par la participation aux discussions en plénière, des jeux de rôle (simulation, mise en situation), des études de cas, des réflexions critiques, des exercices en groupe ainsi qu'un projet d'intervention.

**ORH8420 Analyse et gestion du changement organisationnel**
Objectifs général : Le changement organisationnel est au coeur de la gestion des organisations. Les changements sont fréquents et même simultanés. Malgré tout, leur gestion demeure souvent difficile et ses effets variables. Ce cours vise à développer chez l'étudiant les connaissances et les habiletés utiles à l'analyse et à la gestion du changement organisationnel. Il met à profit des connaissances développées dans plusieurs champs dont les théories des organisations, le management, la psychologie, le développement organisationnel et la gestion des ressources humaines. Objectifs spécifiques : - Maîtriser les différentes conceptions du changement organisationnel; - Maîtriser les différents modèles et outils de gestion du changement; - Pouvoir analyser des cas réels de changements; - Comprendre les enjeux organisationnels et humains liés à la gestion du changement; - Être enmesure de planifier la mise en oeuvre d'un changement organisationnel. Sommaire du contenu : - Théories du changement organisationnel; - Modèles d'intervention en changement organisationnel; - Aspects psychologiques du changement. Modalités : Ce cours est basé sur plusieurs méthodes pédagogiques soit, l'exposé magistral par les enseignants, intégrant des interactions avec les étudiants et la réalisation d'exercices en équipe et/ou individuels d'intégrations avec les étudiants et la réalisation d'exercices en équipe et/ou individuels d'intégration de la matière. L'étudiant aura à réaliser des études de cas, des rapports de lectures ainsi qu'une activité synthèse.

Conditions d'accès
Diplôme de baccalauréat

**ORH8421 Théories et pratiques des organisations alternatives**
Objectifs
L'émergence d'innovations sociales est souvent liée à des organisations et pratiques qui se positionnent comme alternatives au modèle dominant, et qu'il convient d'aborder et d'analyser avec des approches, perspectives et méthodologies adaptées. L'objectif général de ce cours est de fournir aux étudiants, des grilles et outils d'analyse leur permettant de capter les particularités et défis d'organisations alternatives aux formes et pratiques variées. Plus particulièrement, l'étudiant aura l'occasion de mieux connaître les concepts et approches théoriques adaptées à l'étude des organisations alternatives ainsi que d'explorer les particularités et défis de gestion et de recherche dans les organisations alternatives à partir de cas empiriques. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait : pouvoir décrire les relations entre innovations sociales et organisations alternatives;connaître et reconnaître la diversité des organisations alternatives et leur caractère situé et récurrent;être en mesure d'appliquer différentes grilles de lecture appropriées à l'étude des organisations alternatives;avoir développé des habiletés critiques pour saisir les défis et limites des organisations alternatives;être sensibilisée, sensibilisé à diverses approches méthodologiques pour l'étude des organisations alternatives.

Sommaire du contenu
1) Concepts et approches théoriques pour penser et étudier les organisations alternatives Définition et positionnement du concept d'alternatives et de ses applications organisationnelles. Liens entre innovations sociales et organisations alternatives. Résistance, dissonance, utopies et phénomènes connexes. Regard historique et récurrence des alternatives. Présentation de différentes approches et

perspectives (p. ex., critiques, radicales, anarchistes, féministes et intersectionnelles) et épistémologies alternatives (du Sud, autochtones, etc.) pour l'étude des organisations alternatives. Performativité critique. 2) Exploration de formes et pratiques d'organisations alternatives Présentation de différentes formes et pratiques d'organisations alternatives (p. ex., économie sociale et solidaire, autogestion, entreprises libérées ou récupérées, troc, monnaies locales, etc.). Espaces et lieux d'innovation et d'expérimentation des organisations alternatives (p. ex., communautés de logiciels libres, fablabs et tiers lieux, incubateurs, communautés intentionnelles, etc.) Acteurs et mouvements porteurs d'organisations alternatives (p. ex., mouvements sociaux, de la décroissance, autochtones, etc.). 3) Défis et enjeux de gestion et de recherche dans les organisations alternatives Outils et pratiques de gestion alternatifs, alternatives aux outils de gestion. Faces cachées des organisations alternatives : Limites, tensions, contradictions et paradoxes des organisations alternatives. Recherche partenariale, recherche-action et autres approches méthodologiques pour la recherche sur/avec les organisations alternatives.

Modalité d'enseignement
Séminaire axé sur une pédagogie active nécessitant la lecture préalable de textes par l'étudiant pour discussions en séance. Films et vidéos. Exercices.

**ORH8422 Évaluation coûts-bénéfices appliquée aux interventions en milieu de travail**
Objectifs
Objectif général : L'objectif du cours est d'acquérir les compétences et savoir-faire pour produire les résultats d'une évaluation coûts-bénéfices (coût-efficacité, coût-utilité, retour sur investissement) d'une intervention en milieu de travail. Par intervention on entend les démarches de transformations en lien avec l'organisation du travail et l'activité de travail, la gestion des ressources humaines, le management des équipes. La posture développée dans le cours est celle d'un consultant ou responsable en évaluation, qui a pour mandat de répondre de façon rigoureuse à la question : «combien cette intervention me coûte et combien elle me rapporte?». Cette question peut être posée aussi bien par un employeur, un syndicat de travailleurs et travailleuses, une compagnie d'assurance, la RAMQ, un ministère, etc. Il s'agit également d'acquérir le savoir-faire pratique pour mener une évaluation participative avec l'ensemble des parties prenantes d'un milieu de travail et orienter l'évaluation vers les utilisateurs de connaissances. L'évaluation coûts-bénéfices est conçue comme un outil d'aide à la décision dans les organisations. Objectifs spécifiques : À la fin du cours, l'étudiant devrait : Savoir mener un projet d'évaluation coûts-bénéfices en milieu de travail, depuis la conception jusqu'à l'utilisation des résultats afin de bonifier l'interventionSavoir formuler des recommandations pour que l'évaluation coûts-bénéfices soit un outil d'aide à la décision dans les organisationsAvoir les outils pour définir un mandat d'évaluation et identifier les ressources nécessaires pour mener ce mandatSavoir choisir parmi les différentes méthodes d'évaluation économique en fonction du contexte organisationnel et des besoins de connaissanceSavoir calculer les coûts qu'engendrent les enjeux tels que le présentéisme, l'absentéisme, le rendement insatisfaisant et le roulement de personnel avec une utilisation optimisée d'ExcelSavoir établir un partenariat avec les parties prenantes depuis la conception jusqu'à la communication des résultats et des recommandations

Sommaire du contenu
Contenus abordés : Arrimage entre évaluation coûts-bénéfices et modèle logique de l'interventionComment choisir entre évaluation coûts-bénéfices, coût-efficacité, coût-utilité, ROI selon les casComment définir la perspective économique, le devis d'évaluationGroupe contrôle, groupe de référence, groupe expérimental, facteurs confondants et co-interventionCollecte de données et analyse des coûts : absentéisme, présentéisme, taux déroulement et rendement avec une utilisation optimisée du logiciel Excel – Collecte de données et analyse des bénéfices/gains/avantages et problèmes pratiques de mesureCalculs des ratios coût-efficacité, coût-utilité et du bénéfice netComment développer des recommandations et partager les résultatsApplications à des cas réels

Modalité d'enseignement
Les contenus seront composés à la fois de matière théorique centrée sur les concepts économiques nécessaires à l'évaluation, et sur des études de cas ou exercices. L'animation se fera grâce à des présentations par les étudiants de textes théoriques, empiriques et pratiques liés aux lectures, des discussions structurées en classe en mode séminaire, des exercices et études de cas en équipe et des synthèses de concepts, éléments à retenir, méthodes par les professeures. Mise en situation réelle : Analyse de cas et réalisation d'un protocole d'évaluation économique sur une intervention en entreprise qui fera l'objet d'une présentation en classe suivie de discussions.

**ORH8423 Modélisation et évaluation des interventions**
Objectifs
L'objectif du cours est d'acquérir les compétences et savoir-faire pour modéliser, planifier et évaluer une intervention, en utilisant une démarche rigoureuse basée sur des connaissances scientifiques. Par intervention on entend les démarches de transformations en lien avec l'organisation du travail et l'activité de travail, la gestion des ressources humaines, le management des équipes, ou plus largement les actions de changement en milieu communautaire. L'évaluation est centrée sur l'évaluation du processus d'implantation et l'évaluation des effets. À la fin du cours, la personne étudiante : 1. Connaîtra les étapes pour réaliser les phases de modélisation, planification, et évaluation d'une intervention; 2. Saura modéliser une intervention et définir ses théories sous-jacentes (modèle logique théorique et opérationnel); 3. Saura quand et pourquoi accepter ou non un mandat d'évaluation d'une intervention dans un rôle de responsable d'évaluation ou de consultation; 4. Connaîtra différents types d'évaluation, leur pertinence et saura faire un choix entre ces types d'évaluation en fonction des besoins d'information des personnes utilisatrices et parties prenantes; 5. Connaîtra les principes, approches et méthodes propres à l'évaluation du processus d'implantation et à l'évaluation des effets d'une intervention; 6. Sera en mesure d'élaborer et de présenter un protocole d'évaluation d'une intervention dans une organisation, basé sur une méthode rigoureuse, une approche participative et tenant compte des contraintes du milieu. Les évaluations coût-bénéfice d'une intervention ne sont pas abordées dans ce cours car un autre cours est consacré spécifiquement à ces compétences et savoir faire.

Sommaire du contenu
- La notion d'adéquation d'une intervention en organisation ou dans un milieu organisé, incluant l'analyse des besoins et du contexte; - La modélisation d'une intervention; - Les différentes approches d'évaluation d'une intervention; - Les types d'évaluation et les différentes questions d'évaluation associées; - La présentation d'un protocole d'évaluation d'une intervention.

Modalité d'enseignement
L'animation se fera grâce à des présentations par les personnes étudiantes de textes empiriques et pratiques liés aux lectures, des discussions structurées en classe en mode séminaire, des exercices et études de cas en équipe de même que des synthèses de concepts ou d'éléments à retenir. Les travaux de session consistent à la réalisation d'un cas impliquant la modélisation d'une intervention suivie d'un protocole d'évaluation à présenter sous forme de jeu de rôle à une équipe de direction en organisation.

**SCO7410 Évaluation, reddition de comptes et communication de la performance sociale des organisations**
Ce cours vise à préparer l'étudiant à participer à la promotion d'une approche de gouvernance s'appuyant sur les principes du développement durable dans les organisations et à évaluer l'information divulguée. L'accent sera mis sur le lien essentiel entre la reddition de comptes et la communication et sur la manière de rencontrer les besoins des utilisateurs de cette information, en pertinence et en fiabilité. L'étudiant sera également préparé à analyser le contexte sociopolitique de l'entreprise et à considérer les ressources et contraintes organisationnelles structurant sa stratégie de divulgation. Et enfin, l'étudiant apprendra à développer des critères d'évaluation des cadres de divulgation (e.g. GRI, ISO 26000 (en développement)), au

regard des objectifs des organisations et des besoins de la société.

**SOC8735 Socio-géographie du développement**
À partir des concepts, notions et paradigmes centraux de la sociologie et de la géographie économiques, est formulé un cadre d'analyse d'initiatives locales de développement dans les pays du Nord domme du Sud. Des études de cas concrets de développement local, régional, métropolitain, national et continental sont présentées.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - RESSOURCES HUMAINES – 1931 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | ORH8403 | Option 1 | Option 2 |
| **Hiver 1** | ORH8414 | Option 3 | Option 4 | |
| **Été 1** | Option 5 | Option 6 | | |
| **Automne 2** | ORH8405 (métho) | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - RESSOURCES HUMAINES – 1931 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | ORH8403 | Option 1 | Option 2 |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 1** | ORH8414 | ORH8405 (métho) | Option 5 | |
| **Hiver 2** | Option 6 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - MARKETING – 1932 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | MKG8402 | MKG8403 | Option 1 |
| **Hiver 1** | MKG8401 (métho) | MKG8404 | Option 2 | |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 2** | Option 5 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - MARKETING – 1932 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | MKG8402 | MKG8404 | Option 1 |
| **Été 1** | Option 2 | Option 3 | | |
| **Automne 1** | MKG8401 (métho) | MKG8403 | Option 4 | |
| **Hiver 2** | Option 5 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - MANAGEMENT – 1933 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | MGT8401 | MGT8404 | Option 1 |
| **Hiver 1** | MGT8414 | Option 2 | Option 3 | |
| **Été 1** | Option 4 | Option 5 | | |
| **Automne 2** | MGT8410 (métho) | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - MANAGEMENT – 1933 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | MGT8414 | Option 1 | Option 2 |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 1** | MGT8410 (métho) | MGT8401 | MGT8404 | |
| **Hiver 2** | Option 5 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - STRATÉGIE – 1934 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | DSR8401 | Option 1 | Option 2 |
| **Hiver 1** | DSR8404 | Option 3 | Option 4 | |
| **Été 1** | Option 5 | Option 6 | | |
| **Automne 2** | DSR8413 (métho) | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - STRATÉGIE – 1934 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | DSR8404 | Option 1 | Option 2 |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 1** | DSR8401 | DSR8413 (métho) | Option 5 | |
| **Hiver 2** | Option 6 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - RSE – 1935 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | DSR8400 | Option 1 | Option 2 |
| **Hiver 1** | Option 3 | Option 4 | Option 5 | |
| **Été 1** | Option 6 | Option 7 | | |
| **Automne 2** | Option 8 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION - RSE – 1935 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | Option 1 | Option 2 | Option 3 |
| **Été 1** | Option 4 | Option 5 | | |
| **Automne 1** | DSR8400 | Option 6 | Option 7 | |
| **Hiver 2** | Option 8 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – GESTION INTERNATIONALE – 1936 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | Option 1 | Option 2 | Option 3 |
| **Hiver 1** | Option 4 | Option 5 | Option 6 | |
| **Été 1** | Option 7 | Option 8 | | |
| **Automne 2** | Méthodologie | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – GESTION INTERNATIONALE – 1936 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | Option 1 | Option 2 | Option 3 |
| **Été 1** | Option 4 | Option 5 | | |
| **Automne 1** | Méthodologie | Option 6 | Option 7 | |
| **Hiver 2** | Option 8 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – DÉV. ORGANISATIONNEL – 1947 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | ORH8419 | ORH8420 |
| **Hiver 1** | Option 2 | Option 3 | Option 4 |
| **Été 1** | Option 5 | Option 6 | |
| **Automne 2** | Méthodologie | | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – DÉV. ORGANISATIONNEL – 1947 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | ORH8419 | ORH8420 | Option 1 |
| **Été 1** | Option 2 | Option 3 | | |
| **Automne 1** | Méthodologie | Option 4 | Option 5 | |
| **Hiver 2** | Option 6 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – INNOVATION SOCIALE – 1948 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | ORH8417 | Option 1 | Option 2 |
| **Hiver 1** | ORH8421 | ADM9945 ou MGT8419 | Option 3 | |
| **Été 1** | Option 4 | Option 5 | | |
| **Automne 2** | Méthodologie | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – INNOVATION SOCIALE – 1948 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | ORH8421 | Option 1 | Option 2 |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 1** | Méthodologie | ORH8417 | Option 5 | |
| **Hiver 2** | ADM9945 ou MGT8419 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | | Rédaction de rapport | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – GOP – 1949 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | AOT8810 | AOT8418 | Option 1 |
| **Hiver 1** | AOT8800 | AOT8820 | Option 2 | |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 2** | MGT8410 (métho) | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – GOP – 1949 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | AOT8800 | AOT8820 | Option 1 |
| **Été 1** | Option 2 | Option 3 | | |
| **Automne 1** | AOT8810 | AOT8418 | MGT8410 (métho) | |
| **Hiver 2** | Option 4 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – MARKETING NUMÉRIQUE – 1981 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée automne**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Automne 1** | MSG8000 | MKG8402 | MKG8406 | Option 1 |
| **Hiver 1** | MKG8422 | MKG8432 ou MKG8433 | Option 2 | |
| **Été 1** | Option 3 | Option 4 | | |
| **Automne 2** | MKG8401 (métho) | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Hiver 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Été 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**MAÎTRISE ÈS SCIENCES DE LA GESTION – MARKETING NUMÉRIQUE – 1981 – PROJET DIRIGÉ**

**Temps complet classe A – entrée hiver**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Hiver 1** | MSG8000 | MKG8422 | MKG8432 ou MKG8433 | Option 1 |
| **Été 1** | Option 2 | Option 3 | | |
| **Automne 1** | MKG8402 | MKG8406 | MKG8401 (métho) | |
| **Hiver 2** | Option 4 | Hors spéc. 1 | Hors spéc. 2 | |
| **Été 2** | MSG8193 ou MSG8194 ou MSG8195 | | | |
| **Automne 2** | Rédaction de rapport | | | |

*Tout étudiant doit suivre, dès son entrée au programme, l'activité asynchrone [MSG8000], à 0 crédit.

**GRILLE DE CHEMINEMENT - PROFIL AVEC MÉMOIRE**

| Trimestre 1 Automne | Trimestre 2 Hiver | Trimestre 3 Été | Trimestre 4 Automne | Trimestre 5 Hiver | Trimestre 6 Été |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 cours (9 crédits) + L'activité obligatoire MSG8000 Le cours de méthodologie ne doit pas être suivi au 1er trimestre d'inscription, sauf pour la spécialisation Responsabilité sociale et environnementale (RSE)* | 3 cours (9 crédits) | 1 cours Trimestre intensif (3 crédits) | MSG8180 Projet de mémoire (3 crédits) Cette activité aide l'étudiant à définir son sujet de mémoire, d'en déterminer les perspectives de recherche et de poursuivre les échanges avec une direction de recherche Approbation éthique si requise | Mémoire (21 crédits) Le mémoire est une occasion pour l'étudiant de pousser sa réflexion sur une problématique donnée, de mettre à l'épreuve des modèles d'analyses axés sur les réalités contemporaines de la gestion. On y retrouve généralement une revue de la littérature, une méthodologie de recherche, des données et une analyse découlant des résultats documentés et une conclusion délimitant la recherche ou débouchant sur d'autres perspectives. Il peut ou non être soutenu devant un sous-comité du programme et faire ainsi l'objet d'une première publication | Mémoire (21 crédits) Poursuite de la rédaction du Mémoire |

*Le cours de méthodologie devrait préférablement être suivi lorsque l'étudiant a un sujet et une direction de recherche

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 02/06/26, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2026