

Maîtrise en administration des affaires (MBA)

Téléphone : 514 987-3000 #6962

Courriel : mba@uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
1892	Maîtrise en administration des affaires (MBA)	Maître en administration des affaires, M.B.A.	45

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Temps complet ou temps partiel : 24 mois approximativement.
Campus	Campus de Montréal
Organisation des études	Cours offerts la fin de semaine

OBJECTIFS

Les programmes de maîtrise en administration des affaires ont pour objectif de rehausser le niveau de formation des bacheliers de façon à les rendre aptes à assumer des responsabilités de gestion dans les organisations par :

- l'acquisition d'un corpus de savoirs avancés en sciences de la gestion;
- l'application concrète de ce corpus à la réalisation d'activités professionnelles;
- le renforcement de leur capacité à travailler en équipe.

Le programme est offert selon une approche pédagogique active à contenu pratique.

CONDITIONS D'ADMISSION

Pour être admissible, le candidat doit être titulaire d'un diplôme de baccalauréat ou l'équivalent obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 ou l'équivalent dans une discipline autre que l'administration. En outre, le candidat doit avoir obtenu son dernier grade universitaire depuis cinq ans ou moins, être sans expérience de travail en gestion ou détenir une expérience de travail en gestion de moins de quatre ans à temps complet depuis l'obtention de son dernier grade universitaire.

Le sous-comité d'admission et d'évaluation, peut, à titre exceptionnel, faire une recommandation d'admission d'un candidat dont la moyenne cumulative d'un diplôme de baccalauréat ou l'équivalent se situe entre 3,2 sur 4,3 et 2,7 sur 4,3 (ou l'équivalent).

Le sous-comité d'admission et d'évaluation, peut, à titre exceptionnel, faire une recommandation d'admission d'un candidat dont la moyenne cumulative d'un diplôme de baccalauréat ou l'équivalent est inférieure à 2,7 sur 4,3 mais supérieure à 2,5 sur 4,3 (ou l'équivalent), mais possédant une formation supplémentaire d'au moins 15 crédits universitaires, complétés après le diplôme de baccalauréat ou l'équivalent et avec une moyenne d'au moins 3,2 sur 4,3 (ou l'équivalent).

Le candidat doit posséder des connaissances de base en mathématiques, une connaissance suffisante de la langue française (à l'oral comme à l'écrit) et une maîtrise fonctionnelle de la lecture de

l'anglais, les documents de référence étant souvent rédigés dans cette langue.

Une connaissance suffisante des logiciels de traitement de texte, de présentation, de bases de données et de chiffrier électronique est également requise. Ces connaissances peuvent faire l'objet d'une évaluation par le programme.

Si le sous-comité d'admission et d'évaluation le juge nécessaire, le candidat se verra imposer une ou des conditions d'admission additionnelles dont :

- des tests d'aptitudes aux études;
- un test de connaissances langagières, tel que le test de langues du Centre d'évaluation des compétences linguistiques de l'École de langues de l'UQAM, afin d'évaluer la maîtrise du français à l'oral et à l'écrit. Le niveau minimal requis est établi à Avancé III pour être admissible au programme;
- des cours d'appoint, notamment les cours d'appoint : MBA8601 Méthodes quantitatives préparatoires à la gestion I; MBA8602 Méthodes quantitatives préparatoires à la gestion II; MBA8603 Méthodes quantitatives préparatoires à la gestion III;
- une propédeutique;
- une condition de réussite associée à l'obtention d'une moyenne cumulative supérieure à 3,0 sur 4,3 à la fin du premier module (9 crédits).

Capacité d'accueil

Le programme n'est pas contingenté.

L'admission se fera par cohorte. L'université s'engage à offrir le programme aux conditions suivantes : minimum de 20 étudiants inscrits sans toutefois dépasser 35 inscriptions par groupe-cours.

Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission à l'automne et à l'hiver.

Méthode et critères de sélection

Les candidats jugés éligibles pourraient être invités à se présenter à une entrevue avec un comité de sélection. L'entrevue porterait alors sur la motivation et l'apport du candidat au groupe.

Documents requis

Toute demande d'admission, transmise au Registrariat, doit

comprendre :

- le formulaire de demande d'admission dûment rempli;
- une lettre d'intention rédigée par le candidat;
- trois lettres de recommandation ou rapports d'évaluation;
- les relevés de notes officiels de toutes les études universitaires sauf celles réalisées à l'UQAM;
- le curriculum vitae du candidat;
- une copie du certificat de naissance;
- le paiement des frais d'admission.

Tout document rédigé dans une langue autre que le français ou l'anglais doit être accompagné d'une traduction officielle en français ou en anglais.

Régime et durée des études

Les étudiants peuvent déclarer un régime à temps complet ou à temps partiel. Toutefois, le programme est offert à raison de neuf crédits par trimestre, sans égard au régime déclaré.

Durée des études : 24 mois approximativement.

COURS À SUIVRE

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

Note : Chaque module est préalable au suivant.

Module 1 : Le gestionnaire, l'entreprise et son environnement

Les quatre cours suivants (9 crédits)

- MBA8910 Comportements humains et organisations
- MBA8911 La responsabilité sociale des entreprises
- MBA8912 Environnement macroéconomique de l'entreprise (2 cr.)
- MBA8913 Nature et fonctionnement de l'entreprise (1 cr.)

Module 2 : Gestion commerciale et financière

Les trois cours suivants (9 crédits)

- MBA8914 Comptabilité de gestion
- MBA8915 Gestion financière
- MBA8916 Marketing

Module 3 : Gestion des ressources de l'entreprise

Les quatre cours suivants (9 crédits)

- MBA8917 Gestion des opérations
- MBA8918 Gestion des ressources humaines (2 cr.)
- MBA8919 Gestion des relations du travail (1 cr.)
- MBA8920 La gestion des technologies de l'information

Module 4 : Management stratégique

Les deux cours suivants (6 crédits)

- MBA8922 Stratégie d'entreprise et concurrence
- MBA8923 Direction générale

Module 5 : Module spécialisé (12 crédits)

- MBA8948 Projet d'intégration

ET 9 crédits à travers l'un des blocs de cours spécialisés suivants. Un cours ne pourra être offert que sous condition d'un nombre suffisant d'étudiants.

Bloc A : Sciences, génie et technologie

- FIN8930 Création d'entreprises technologiques et capital de risque
 - MBA8513 L'innovation technologique dans l'économie numérique
 - MGP7900 Gestion de projets
- Ou tout autre cours pertinent à ce bloc autorisé par la direction.

Bloc B : Sciences juridiques et droit

- MBA8925 Aspects juridiques du commerce électronique (4 cr.)
- MBA8926 Droit international du commerce et effets juridiques de la mondialisation (4 cr.)

- MBA8927 Décisions d'affaires et fiscalité I (2 cr.)
 - MBA8928 Décisions d'affaires et fiscalité II (2 cr.)
 - MBA8929 Gouvernance et gestion des risques
- Ou tout autre cours pertinent à ce bloc autorisé par la direction.

Bloc C : Lancement d'entreprise

- FIN8935 Finance entrepreneuriale
 - MET7100 Idée, opportunité et projet d'affaires
 - MBA8931 Stage entrepreneurial (Activité d'intégration 2) : Démarrage d'une PME
 - MKG8419 Marketing entrepreneurial
- Ou tout autre cours pertinent à ce bloc autorisé par la direction.

Bloc D : Hospitalité et services d'accueil

- MBA8933 Gestion tactique des centres d'affaires et des services de soutien dans le secteur de l'hospitalité
 - MBA8934 Gestion des investissements immobiliers et des parties prenantes dans le secteur de l'hospitalité
 - MBA8936 Vente stratégique, développement des affaires et optimisation des revenus dans le secteur de l'hospitalité
 - MKG8421 Introduction au marketing numérique
- Ou tout autre cours pertinent à ce bloc autorisé par la direction.

FRAIS

Par volonté d'accessibilité financière à un enseignement universitaire de qualité à un plus grand nombre, le programme MBA pour cadres de l'UQAM a choisi de bénéficier d'une subvention gouvernementale. Cette subvention permet d'offrir un programme à moindre coût pour les étudiants.

Ce montant s'élève à approximativement 8 500,00\$ pour l'ensemble du programme (en 2018). Ce montant exclu les coûts relatifs à l'achat du matériel pédagogique. Pour le détail du coût du programme et des droits de scolarité, veuillez communiquer avec le [Service des comptes étudiants](#) de l'UQAM au numéro de téléphone 514-987-3739.

DESCRIPTION DES COURS

FIN8930 Création d'entreprises technologiques et capital de risque

Objectifs

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de mettre à profit leurs connaissances acquises au cours du programme de MBA et de les appliquer à la conception d'un projet de création d'entreprises technologiques. Ce cours permettra aux étudiants de se familiariser avec les différents profils entrepreneuriaux, l'identification des opportunités de croissance et l'élaboration d'un plan stratégique pour en tirer avantage.

Sommaire du contenu

Le cours fournit le cadre conceptuel du projet d'intégration de fin de MBA en abordant plus précisément le cas des entreprises fondées sur le savoir et portant sur les applications technologiques. Le cours aborde aussi les stratégies du financement des entreprises en forte croissance, le processus de vérification diligente des investisseurs du domaine, les enjeux fiscaux et légaux du capital de risque et les méthodes d'évaluation du financement privé. Le cours adopte une approche pratique du fait que les étudiants doivent identifier une occasion d'affaire réelle, effectuer les études préliminaires nécessaires à l'élaboration d'un plan d'affaires concret en utilisant les outils et techniques appropriés.

Modalité d'enseignement

Études de cas, projet d'intégration, cours magistraux.

FIN8935 Finance entrepreneuriale

Objectifs

Ce cours permet aux étudiants de comprendre les enjeux du financement et de la croissance des entreprises innovantes. Il permet également d'avoir les outils nécessaires dans le but de lever des fonds et/ou de négocier une transaction.

Sommaire du contenu

Ce cours examine les principaux acteurs du financement des entreprises innovantes : les acteurs publics, les anges-investisseurs, les fonds de placements privés et de capital risque, les investissements participatifs, les banques, etc. Il permet aux étudiants de mieux comprendre les enjeux et les défis actuels du secteur du placement privé et du capital risque et la structure de ce secteur. Il examine les techniques de prévision financière et d'évaluation nécessaires à la préparation d'un plan d'affaires et à la négociation de l'entrée d'investisseurs externes au capital de l'entreprise. Ce cours aborde également la gestion financière de la croissance et les mécanismes de sortie des investisseurs : introduction en bourse, fusion et acquisition, rachat des parts, etc. De nombreux exemples et cas réels, ainsi que des présentations d'experts dans le domaine du placement privé et du capital de risque compléteront la formation des étudiants.

Modalité d'enseignement

Cours magistral avec études de cas

MBA8513 L'innovation technologique dans l'économie numérique**Objectifs**

L'objectif principal du cours est d'aider les étudiants à mieux comprendre: 1) La nature, les enjeux, les défis et les conséquences des multiples transformations numériques qui se déroulent actuellement dans le but d'améliorer la qualité et l'accessibilité des services. 2) Les interactions entre nouvelles technologies, gouvernements, entreprises, marchés et communautés de pratique comme agents transformateurs de la société. 3) Le processus de création de nouveaux écosystèmes de valeur efficaces et durables 4) Les stratégies corporatives et des politiques publiques les plus adéquates pour faire face aux opportunités et défis des transformations numériques, surtout dans ce qui concerne la démocratisation des services.

Sommaire du contenu

Science, technologie et marché Innovation et modèles d'affaires La sélection et évaluation de projets d'innovation L'encadrement stratégique d'un projet d'innovation La gestion d'équipes créatives La plateforme d'innovation numérique : Ouverte ou fermée? Monoface ou multiface? Plateformes ouvertes et batailles de standards Les transformations numériques La démocratisation et transformation des services Hackers, pirates et propriété intellectuelle Les écosystèmes hybrides : entreprises, marchés et communautés de partage

Conditions d'accès

Suivre le cheminement exigé par le programme

MBA8910 Comportements humains et organisations**Objectifs**

Ce cours vise à développer chez l'étudiant des habiletés d'analyse et d'intervention au sein d'organisations et la compréhension de différents processus de gestion, au niveau micro et macro. Pour ce faire, l'étudiant connaîtra les principales théories des sciences du comportement humain et à leur application en milieu de travail. À la fin du cours, l'étudiant devra aussi mieux comprendre son comportement propre et ceux des parties prenantes de son environnement organisationnel.

Sommaire du contenu

La plupart des recherches portant sur l'analyse des besoins de formation du gestionnaire révèle la nécessité de comprendre les comportements humains dans les organisations et l'importance de développer les compétences sociales, relationnelles, émotionnelles et décisionnelles qui y sont associées. Ce cours vise précisément à fournir des capacités d'analyse et d'action à tous ceux et celles qui veulent comprendre l'importance des individus dans les organisations modernes.

Modalité d'enseignement

Utilisation de méthodes d'apprentissage variées fondées notamment sur des théories, des exercices expérimentiels et des études de cas.

MBA8911 La responsabilité sociale des entreprises**Objectifs**

Développer une compréhension intégrée de la notion de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) et des organisations (RSO) face aux défis portant sur (a) le rôle de l'entreprise dans la société et (b) la nature de ses relations avec différentes parties prenantes. Acquérir les connaissances nécessaires pour analyser de façon critique les enjeux liés à la responsabilité sociale des organisations. Exercer une capacité de réflexion sur les relations entre responsabilité sociale, développement durable, éthique et décision dans les organisations. Apprendre à utiliser des outils de prise de décision tenant compte du contexte de l'organisation. Au terme de ce cours, l'étudiant aura acquis une connaissance conceptuelle et théorique de la responsabilité sociale et du développement durable suffisante pour élaborer sa propre grille de lecture et adopter une position critique lui permettant non seulement d'évaluer la pertinence et la qualité des politiques et stratégies se réclamant de ces concepts, mais de développer des plans et des programmes d'action adaptés à la gestion de problématiques sociales et environnementales. L'étudiant.e sera également sensibilisé.e aux défis éthiques que pose la fonction de gestionnaire.

Sommaire du contenu

Les questions liées à la responsabilité sociale des entreprises se sont imposées au cours des années. Désormais, la réussite de l'entreprise et sa légitimité dépendent de plus en plus de sa capacité à satisfaire un nombre croissant de contraintes hors marché et de son aptitude à répondre aux attentes des différents acteurs avec qui elle interagit et aux aspirations de la société. Les gestionnaires doivent donc intégrer à leurs décisions courantes comme à leur processus de gestion, des variables qui relèvent des domaines social, politique, juridique, environnemental et éthique, et ce, aux plans local, national et international. Pour ce faire, les gestionnaires doivent comprendre adéquatement la nature et la dynamique de l'environnement sociopolitique de l'organisation. Ce cours vise notamment à présenter les concepts à la base des politiques de responsabilité sociale (RS) et de développement durable (DD). Il s'agit pour l'étudiant de comprendre non seulement l'historique et la définition des concepts de responsabilité sociale, de développement durable et de ceux qui leur sont liés, en particulier l'éthique des organisations, mais également les tensions qui animent les différents acteurs sociaux autour de leur définition, ainsi que leur implication concrète au moment de la prise de décision et de l'action.

Modalité d'enseignement

Approche pédagogique privilégiant les études de cas et l'application des éléments théoriques (par exemple outils, grilles et modèles de gestion des enjeux et des parties prenantes) à des situations empiriques adaptées aux différents profils

MBA8912 Environnement macroéconomique de l'entreprise**Objectifs**

Ce cours a pour objectif de permettre aux participants d'acquérir une connaissance et une compréhension de l'environnement économique dans lequel évoluent les entreprises. Il identifie et analyse les éléments et les concepts sur lesquels s'appuie la prise de décisions.

Sommaire du contenu

Bien que l'analyse porte avant tout sur les économies canadienne et québécoise, elle tient aussi compte de l'ouverture de ces dernières au commerce international ainsi que de l'intégration mondiale des marchés financiers. Les thèmes suivants sont traités : faits stylisés de l'économie canadienne : évolution de la consommation des ménages, des investissements des entreprises, des dépenses des gouvernements et des échanges internationaux de biens et services; la balance des paiements, le taux de change et le financement du commerce extérieur; les marchés financiers internationaux; la monnaie, le crédit et la détermination des taux d'intérêt; la conduite de la politique monétaire au Canada; la production, l'inflation et les politiques de stabilisation; les soldes budgétaires des gouvernements et la gestion de la dette publique; la croissance économique; les prévisions économiques et l'analyse conjoncturelle.

Modalité d'enseignement
Études de cas

MBA8913 Nature et fonctionnement de l'entreprise

Objectifs

L'entreprise est un élément-clé de l'environnement économique et social. Productrice de richesses, elle doit satisfaire ses clients, rétribuer ses actionnaires et favoriser l'accomplissement de ses employés. Ce cours vise donc à sensibiliser l'étudiant au rôle et au fonctionnement général d'une entreprise au sein d'un système économique et humain complexe, compétitif et éthique. Les thèmes et exercices proposés permettent de saisir comment les gestionnaires déterminent sous contrainte les objectifs, les moyens et les actions de façon cohérente. À l'issue de ce cours, les étudiants devront être aptes à : Adopter une vision systémique de l'entreprise et de son environnement Comprendre comment assurer la mission, la pertinence et la pérennité d'une entreprise Appréhender la difficulté de coordonner les contraintes opérationnelles de fonctionnement d'une entreprise

Sommaire du contenu

Le cours représente l'architecture globale des problématiques couvertes tout au long du programme.

Modalité d'enseignement
Cours et simulation d'entreprise

MBA8914 Comptabilité de gestion

Objectifs

Ce cours vise à préparer les gestionnaires qui, dans le cadre de leurs fonctions de planification, de contrôle ou d'évaluation, doivent prendre des décisions dont les retombées seront chiffrées et enregistrées à l'aide de données comptables. Ce cours vise également à habiliter les gestionnaires à comprendre et à remettre en question l'information comptable dont ils seront tenus responsables de l'utilisation. À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de préparer des budgets, d'établir des prix de revient, ainsi que de prévoir les impacts sur la trésorerie (comptabilité de caisse) et sur la rentabilité (comptabilité d'exercice). Il sera également en mesure d'interpréter et d'analyser les états financiers de son entreprise et de calculer les principaux indicateurs de solvabilité, d'endettement, de rentabilité, de risque et de valeur.

Sommaire du contenu

Ce cours abordera le thème suivant : lecture et interprétation des états financiers à des fins de planification et d'analyse.

Modalité d'enseignement
Exposés magistraux et études de cas visant à mettre les étudiants en situations pratiques et réelles, autant que possible.

MBA8915 Gestion financière

Objectifs

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'apprendre les différentes techniques d'analyse et de prévision des fonds dont l'entreprise a besoin.

Sommaire du contenu

Le cours introduit les étudiants aux principes et concepts de la gestion financière des entreprises dans une perspective managériale stratégique. En plus de se familiariser avec la théorie et les principaux outils d'analyse financière, ce cours examine la politique financière de l'entreprise en interaction avec ses autres fonctions tout en tenant compte du contexte dans lequel elle évolue. On y aborde des notions liées à la relation entre le risque et le rendement, l'allocation optimale des ressources dans le cadre d'une politique d'investissement et les principaux outils de financement d'une politique de structure de capital. Le contenu de ce cours peut varier en cheminement spécialisé.

Modalité d'enseignement
Études de cas, cours magistraux

MBA8916 Marketing

Objectifs

Ce cours vise à faire connaître aux étudiants la raison d'être du marketing et à les exposer aux principales décisions et responsabilités d'un gestionnaire de marketing dans les entreprises ou organismes à but lucratifs ou non. Il vise à favoriser l'acquisition des connaissances pragmatiques et théoriques de gestion des marchés nécessaires pour maîtriser une approche analytique, systématique et rigoureuse de la gestion des échanges entre les organisations, leurs clientèles et leurs partenaires. Au terme de ce cours, l'étudiant devra être en mesure : De définir le concept de marketing, de la nature du marketing et de la gestion des échanges dans le contexte des organisations et des entreprises manufacturières de produits de consommation (biens et services) ou industriels et les différentes optiques de gestion; D'établir un diagnostic interne et externe fondé sur des informations marketing pertinentes; D'élaborer et présenter un plan stratégique de marketing qui serait efficient et efficace en définissant l'opportunité d'affaires, les objectifs, les stratégies fondamentales (offre, demande et concurrence) et la mise en marché d'un produit (bien et service) dans un contexte de marketing traditionnel ou numérique; D'évaluer avec un regard critique les différents modèles de prise de décision en marketing et être en mesure de les utiliser à bon escient; De comprendre et de tenir compte des enjeux sociaux et éthiques dans la mise en marché de produits (bien et services).

Sommaire du contenu

L'approche préconisée met l'accent à la fois sur la présentation des fondements du marketing et de ses divers processus, outils et interfaces, ainsi que leur application dans un contexte managérial dynamique. Elle permet de fixer des objectifs et d'élaborer des stratégies de marketing orientées sur le marché qui attirent, convertissent et fidélisent les consommateurs ciblés en leur offrant une valeur de satisfaction supérieure à celle des produits (bien et services) concurrents.

Modalité d'enseignement
Présentations magistrales et études de cas.

MBA8917 Gestion des opérations

Objectifs

Ce cours contribue à donner aux étudiants une formation de base qui leur permettra de comprendre le rôle fondamental de la gestion des opérations au sein des entreprises et des réseaux d'affaires. À partir d'études de cas, les étudiants apprendront à définir et à analyser des problèmes, à identifier des pistes de solution, à faire preuve d'arbitrage dans l'évaluation des solutions d'affaires et à prendre des décisions auxquelles les gestionnaires d'opérations sont confrontés. Par le fait même, ils élaboreront leurs notions d'analyse et de simulation des processus d'affaires et devront finalement évaluer l'impact de ces décisions sur la performance de l'organisation. À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de : Définir le système opérationnel d'une entreprise ainsi que les processus sous-jacents, comprendre l'alignement avec la stratégie opérationnelle et détecter les dysfonctions processuelles; Mesurer la performance d'un système opérationnel (processus d'affaires, ressources, etc.); Analyser la performance d'un système opérationnel et formaliser des problématiques d'affaires claires en ayant recours à différentes approches, techniques et outils de gestion; Innover dans l'identification et l'évaluation de solutions d'affaires pérennes et simuler différentes options d'amélioration; Valider l'impact de solutions d'affaires sur la performance organisationnelle et proposer un plan d'action.

Sommaire du contenu

Stratégie opérationnelle en gestion des opérations (GO) Gestion de la qualité (méthodes et outils) Conception et analyse de processus d'affaires Modélisation et simulation de processus opérationnels Utilisation de technologies innovantes en GO Évaluation de la performance de gestion (modèles et mesures)

Modalité d'enseignement
Cours magistral avec études de cas et exercices (en classe et en laboratoire).

MBA8918 Gestion des ressources humaines

Objectifs

Objectif général : ce cours sert à présenter à l'étudiant les fondements de la gestion des ressources humaines dans les organisations et à le familiariser avec les rôles, les responsabilités et les principales activités de gestion des ressources humaines : recrutement, sélection, gestion du rendement, rémunération, organisation du travail, santé/sécurité au travail, mobilisation des ressources humaines, développement des ressources humaines, gestion des carrières, etc. On y favorise une approche globale encourageant l'étudiant à tenir compte des facteurs de l'environnement économique et social, et parfois international, dans le choix des activités en gestion des ressources humaines. Bref, le cours vise à concilier la performance optimale et le bien-être des employés. Objectifs spécifiques : à la fin du cours, l'étudiant aura acquis des « savoirs », des « savoir-faire » et des « savoir-être » afin de mieux relever les défis en gestion des ressources humaines (GRH) tels que la productivité en milieu de travail, l'attraction organisationnelle, la fidélisation du personnel, la gestion des talents, l'engagement organisationnel, le bien-être des employés, la mobilisation des employés, la perception de justice organisationnelle, la perception de support organisationnel, la conciliation travail/vie privée/famille, la gestion de la main-d'oeuvre vieillissante, la gestion de la diversité et le style de gestion du superviseur fondé sur une approche de « facilitateur » auprès des employés.

Sommaire du contenu

Ce cours présente aux étudiants gestionnaires les enjeux clé de la gestion des ressources humaines et l'importance de gérer stratégiquement le capital humain afin de contribuer au succès et à la croissance de l'organisation. De façon plus spécifique, le cours vise à doter les étudiants des connaissances et des outils fondamentaux sur les principales fonctions de la GRH dont la planification des effectifs et de la relève, la dotation, la formation et le développement des compétences, la rémunération globale, la gestion du rendement et du potentiel, la santé et sécurité au travail.

Modalité d'enseignement

Différentes méthodes pédagogiques dont études de cas, cours magistral, discussion sur la supervision du personnel, vidéos en gestion des ressources humaines, présentations.

MBA8919 Gestion des relations du travail**Objectifs**

Ce cours vise à développer chez les gestionnaires la compréhension du rôle déterminant des relations individuelles et collectives du travail dans la gestion stratégique des ressources humaines. Il aborde les dimensions institutionnelles, réglementaire, opérationnelle et stratégique de ces relations et les mobilise pour analyser les enjeux et concevoir des interventions visant différents aspects de la performance organisationnelle. Au terme de ce cours, les étudiants seront aptes à : Distinguer les fonctions Relations du travail et Gestion des ressources humaines et comprendre leurs interactions au sein de l'organisation; Analyser les dynamiques de pouvoir entre employeur et travailleurs en contexte syndiqué ou non; Mobiliser les mécanismes de la négociation comme outil de résolution des conflits et des différends; Débattre de façon éclairée de l'impact de la présence syndicale sur la performance organisationnelle et sur le rôle du gestionnaire; Comprendre les principaux paramètres institutionnels et légaux régissant la relation d'emploi et comment les intégrer dans la gestion stratégique; Saisir les principales caractéristiques du système québécois et canadien des relations de travail et son influence sur la gestion des organisations.

Sommaire du contenu

Ce cours aborde les éléments de contenu suivants : Les fonctions Relations du travail et Gestion des ressources humaines, les distinctions entre ces fonctions et leurs interactions au sein de l'organisation; Les dynamiques de pouvoir entre l'employeur et les travailleurs, en contexte syndiqué et en contexte non syndiqué; Les mécanismes de la négociation comme outil de résolution des conflits et des différends; La présence syndicale et son impact sur la performance organisationnelle et sur le rôle du gestionnaire; Les paramètres institutionnels et légaux qui régissent la relation d'emploi et

leur importance dans la gestion stratégique au sein de l'organisation; Les caractéristiques du système québécois et canadien des relations du travail et son influence sur la gestion des organisations.

Modalité d'enseignement

Différentes méthodes d'apprentissage dont des études de cas.

MBA8920 La gestion des technologies de l'information**Objectifs**

Le cours met l'accent sur les enjeux que soulèvent la gestion des technologies de l'information (TI) dans les organisations et l'utilisation des diverses applications technologiques par les usagers. Le cours vise à sensibiliser les gestionnaires sur l'importance des technologies de l'information afin de faciliter les activités opérationnelles et les processus décisionnels de l'organisation. Au terme de ce cours, les étudiants connaîtront les divers types de technologies ainsi que le processus entourant l'analyse, l'évaluation et la sélection de projets technologiques.

Sommaire du contenu

Plusieurs thèmes seront couverts dans ce cours, dont la définition et les caractéristiques des TI au sein des organisations, les systèmes d'information et la gestion de portefeuille TI.

Modalité d'enseignement

Études de cas.

MBA8922 Stratégie d'entreprise et concurrence**Objectifs**

Le cours vise essentiellement à développer chez l'étudiant une compréhension intégrée des dimensions économiques et organisationnelles de la stratégie. Il permettra à l'étudiant d'acquérir des connaissances en stratégie et de développer des habiletés pratiques lui permettant d'appliquer ce corpus de savoirs avancés en stratégie selon son domaine de spécialisation. En plus de mettre l'accent sur les concepts intégrateurs de la stratégie d'entreprise, le cours permettra aux étudiants de maîtriser les diverses stratégies spécifiques à leurs secteurs et à leurs domaines d'activités. Enfin, le cours comprendra des pistes d'accompagnement pour le développement de stratégies entrepreneuriales destinées aux étudiants qui veulent lancer leur propre entreprise.

Sommaire du contenu

Selon les domaines de spécialisation du programme MBA, le cours abordera, tout en les adaptant aux différents profils, les thématiques suivantes : L'analyse de la concurrence et de la dynamique de l'industrie; L'analyse interne des ressources, des compétences, de la nature et des sources de l'avantage concurrentiel; La création de valeur économique et la performance de la firme; Les stratégies de croissance (organique ou externe) et les stratégies concurrentielles; La gestion stratégique de l'innovation et les stratégies entrepreneuriales; Les options disponibles de financement des initiatives entrepreneuriales (nouvelles firmes); La mise en oeuvre et l'exécution de la stratégie (structures organisationnelles, mécanismes de motivation, tableaux de bord, etc.)

Modalité d'enseignement

Différentes approches pédagogiques sont utilisées conjointement : des cours magistraux initieront l'étudiant aux concepts fondamentaux de la stratégie ; des exercices d'intégration et des exercices d'applications au cours desquels l'étudiant effectue un diagnostic stratégique et propose des actions en lien avec une entreprise de son choix. Le cours intègre également des approches d'apprentissage interactives et dynamiques qui consistent en des études de cas; des simulations; des jeux de rôle; des mises en situation; des ateliers de travail pratique en classe qui portent sur des situations et entreprises réelles, etc.

Conditions d'accès

Avoir complété les cours des modules 1, 2 et 3.

MBA8923 Direction générale

Objectifs

Ce cours vise à permettre à l'étudiant l'application de certaines notions de stratégie telles que le rendement pour l'actionnaire, la configuration de coûts, la stratégie de marché, etc., ainsi que l'intégration des politiques fonctionnelles (marketing, production, finance, ressources humaines, etc.) dans la stratégie globale de l'entreprise. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait savoir plus particulièrement : adopter une vision globale des problèmes d'entreprise; décider dans un contexte incertain, et assumer ses choix; collaborer avec les différentes fonctions de l'entreprise; comprendre la nécessité de planifier à moyen terme; évaluer la difficulté de maintenir un cap stratégique.

Sommaire du contenu

Le cours est axé autour d'une simulation de politique générale d'entreprise. À travers la simulation, l'étudiant sera confronté à la complexité de la prise de décision à l'échelon d'une direction générale, de telle sorte que sa connaissance ne soit plus conceptuelle et parcellaire, mais internalisée et globale. Elle permet également de tester d'autres habiletés humaines telles la confrontation aux autres, l'apprentissage du travail en équipe, l'épreuve du leadership ou les talents de négociateur.

Modalité d'enseignement

Simulation et cours magistraux

Préalables académiques

MBA8422 Stratégie d'entreprise et concurrence ou MBA8922 Stratégie d'entreprise et concurrence

MBA8925 Aspects juridiques du commerce électronique**Objectifs**

Ce cours vise à outiller les étudiants pour la compréhension des impacts juridiques des activités du commerce électronique, pour l'examen du droit des contrats en commerce électronique ainsi que des règles visant à empêcher la concurrence déloyale et la criminalité. Aussi, les étudiants doivent apprendre à mesurer l'impact du commerce électronique sur les consommateurs et les entreprises, sur la vie privée et sur la propriété intellectuelle.

Sommaire du contenu

Permis les thèmes abordés dans le cadre de ce cours, nous listons : les principes introductifs (cyberespace); les lois-types existantes à l'échelle internationale; l'approche législative nationale; la dimension contractuelle (contrat électronique) : B2B, B2C; la publicité sur Internet; la responsabilité des différents intervenants; le droit d'auteur; la criminalité sur Internet; le règlement des différends.

Modalité d'enseignement

Présentation magistrales et groupes de travail avec exercices. Approches sous forme de séances pratiques en classe.

MBA8926 Droit international du commerce et effets juridiques de la mondialisation**Objectifs**

L'objectif de ce cours est d'amener les étudiants à comprendre les notions juridiques requises pour la réalisation de transactions commerciales internationales. Il examine les principales règles juridiques fondamentales relatives à la circulation internationale des marchandises et au commerce des services. Pour y parvenir, il est notamment prévu d'examiner les règles directrices de l'OMC et de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACÉUM). Ce cours vise aussi à comprendre les particularités générales des contrats internationaux, les types de contrats en matière de vente (de marchandises et de services) et d'investissement. De plus, les règles relatives au financement du commerce international et le droit des douanes sont abordées. Il s'agit d'un cours qui met surtout l'emphase sur le caractère pratique des notions appliquées en droit du commerce international.

Sommaire du contenu

Parmi les thèmes abordés dans le cadre de ce cours, nous pouvons citer : les principaux organismes internationaux et négociations commerciales internationales; le contrat de vente internationale, la

Convention de Vienne, les Incoterms, l'arbitrage commercial international, les règles du transport international, l'assurance-transport, le financement du commerce international, les formes de présence à l'étranger et les procédures douanières.

Modalité d'enseignement

Présentation magistrale et groupes de travail avec exercices. Approche sous forme de séances pratiques en classe.

MBA8927 Décisions d'affaires et fiscalité I**Objectifs**

Ce cours, tout comme le cours Décisions d'affaires et fiscalité II, vise le développement des compétences nécessaires à la prise de décision en matière de fiscalité. Il propose des stratégies d'optimisation fiscale dans le but de réduire le fardeau fiscal des particuliers et des sociétés par actions (et dans une moindre mesure des sociétés de personnes et des fiducies) tout en respectant les lois et règlements fiscaux en vigueur. À cet effet, seront abordés les volets de la conformité ainsi que de la planification fiscale. L'étudiant sera amené à développer ses compétences en matière fiscale tout en tenant compte de l'environnement d'affaires dans lequel il évolue. Ce dernier apprendra à reconnaître les relations entre la fiscalité, le droit, la comptabilité, la finance, etc. et à en reconnaître l'importance dans un contexte de prise de décisions relatives aux affaires et aux investissements.

Sommaire du contenu

Documents législatifs et autres documents de base en droit fiscal, principes d'interprétation des lois fiscales, jurisprudence, structure de la Loi de l'impôt sur le revenu; Détermination de la résidence. Assujettissement à l'impôt sur le revenu (particulier / société par actions), calcul du revenu net, du revenu imposable, de l'impôt. Biens amortissables; Distinction revenu d'emploi, revenu de biens, revenu d'entreprise, gain en capital. Particularités et imposition du gain en capital; Fiscalité des placements et investissements; Rémunération des employés et des actionnaires, avantages imposables, régimes de revenus différés, régime d'options d'achat d'actions, salaires/dividendes. Autres régimes de rémunération. Fiscalité des travailleurs autonomes. Prêts et avances conférés aux actionnaires, techniques de fractionnement de revenu, impôt au décès; Gestion des risques fiscaux (risques de conformité et de planification, risques de réputation); Administration fiscale.

Modalité d'enseignement

Cours magistral avec études de cas et exercices.

Préalables académiques

MBA8914 Comptabilité de gestion

MBA8928 Décisions d'affaires et fiscalité II**Objectifs**

Ce cours fait suite au cours Décisions d'affaires et fiscalité I et vise le développement des compétences nécessaires à la prise de décision en matière de fiscalité. Il propose des stratégies d'optimisation fiscale dans le but de réduire le fardeau fiscal des particuliers et des sociétés par actions (et dans une moindre mesure des sociétés de personnes et des fiducies) tout en respectant les lois et règlements fiscaux en vigueur. À cet effet, seront abordés les volets de la conformité ainsi que de la planification fiscale. L'étudiant sera amené à développer ses compétences en matière fiscale tout en tenant compte de l'environnement d'affaires dans lequel il évolue. Ce dernier apprendra à reconnaître les relations entre la fiscalité, le droit, la comptabilité, la finance, etc. et à en reconnaître l'importance dans un contexte de prise de décisions relatives aux affaires et aux investissements.

Sommaire du contenu

Analyse des différentes structures d'entreprise (pertinence de l'incorporation), création de société de gestion, société de personnes, fiducie, filiales vs succursales, « joint-venture », etc.; Décision concernant la vente d'actifs vs la vente d'actions. Vérification diligente, règles d'acquisition de contrôle. Traitement des pertes fiscales; Réorganisations corporatives : acquisition, fusion, liquidation, roulement, transactions sur le capital versé; Aperçue des dépenses en

recherche et développement; Frais de financement (déductibilité des intérêts); Transmission de l'entreprise à la relève, différents types de gel successoral, actions admissibles de petites entreprises, purification, cristallisation, convention d'actionnaires; Notions de base en fiscalité internationale, expansion à l'étranger : filiale, succursale, structure de financement. Prix de transfert, impôt de la partie XIII, conventions fiscales; Notions de base en matière de taxes à la consommation.

Modalité d'enseignement
Cours magistral avec études de cas et exercices.

Préalables académiques
MBA8927 Décisions d'affaires et fiscalité I

MBA8929 Gouvernance et gestion des risques

Objectifs

De façon générale, le cours vise à : (1) initier l'étudiant aux concepts fondamentaux liés à la gouvernance d'entreprise et à la gestion des risques; (2) développer chez l'étudiant des capacités d'analyse et d'interprétation critique. Aussi, le cours vise à sensibiliser les étudiants aux enjeux de la gouvernance et à l'importance de la gouvernance dans le processus décisionnel.

Sommaire du contenu

Ce cours couvre les sujets suivants : les rôles, responsabilités et caractéristiques du conseil d'administration, du comité d'audit et du vérificateur externe; la gouvernance et les risques de non-conformité et le risque réputationnel; la gouvernance et la diversité; le dirigeant et l'altruisme; les bénéficiaires privés; la réglementation et la gouvernance.

Modalité d'enseignement
Cours magistral avec études de cas et exercices.

MBA8931 Stage entrepreneurial (Activité d'intégration 2) : Démarrage d'une PME

Objectifs

L'activité d'immersion entrepreneuriale vise à soutenir la démarche de lancement d'entreprise des porteurs de projet sur quatre axes principaux : 1. Personnel : définir les compétences entrepreneuriales, les compétences managériales (marketing, finance, opérations, etc.). 2. Occasions d'affaires : Valider l'existence d'une réelle opportunité d'affaires qui va générer une activité économique et des revenus. 3. Projet d'entreprise : préparer le démarrage de l'entreprise, établir une stratégie de financement, bâtir des partenariats d'affaires et construire un modèle de revenus. 4. Opérations : planifier les phases de production et de commercialisation. À la fin du cours, les étudiants seront en mesure de : dresser un bilan des compétences; tester l'idée sur le terrain et explorer le marché potentiel (analyse de la faisabilité du projet sous une perspective technique, financière, commerciale et humaine); préparer un document de présentation et mettre en place la structure d'entreprise en rassemblant les moyens financiers, matériels et humains.

Modalité d'enseignement
Activité d'immersion avec un organisme de financement (PME Montréal, Filaction, Fonds de développement, etc.)

Préalables académiques
MBA8948 Projet d'intégration

MBA8933 Gestion tactique des centres d'affaires et des services de soutien dans le secteur de l'hospitalité

Objectifs

Ce cours amène l'étudiant à apprécier la construction de la prestation de service de l'établissement en utilisant une approche critique dans l'évaluation des modèles d'entreprises hôtelières et d'accueil au regard des modes de propriétés, de gestion et d'affiliation utilisés par l'établissement. Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure d'évaluer l'organisation du travail ainsi que les processus de gestion nécessaires pour opérer de façon efficace les différents services et centres d'affaires de l'établissement. Un accent particulier est également mis sur le concept de « gestion commerciale des services » en termes de

création de valeur pour le client, de cycle de service, de culture de service et de profitabilité pour l'établissement.

Sommaire du contenu

Les grands thèmes couverts dans le cadre de ce cours sont les suivants : Le développement d'une stratégie innovante et globale d'approche client au regard des facilitateurs et des contraintes organisationnelles de l'établissement; L'évaluation et le développement créatif de centre d'affaires permanents et éphémères; La gestion des ressources en fonction des contraintes qui découlent des différents modes de propriété, de gestion et d'affiliation de l'établissement; L'évaluation de l'organisation fonctionnelle et commerciale des différents départements de première ligne de vente et de service et de soutien; L'évaluation de l'efficacité des processus de services utilisés dans la production de la prestation de service et de l'expérience client au sein des différents départements; La prise en compte des objectifs financiers et organisationnels dans l'élaboration de solutions; L'utilisation d'une approche de qualité expérientielle de la marque au regard des objectifs commerciaux visés; La prise en compte de la composante ressources humaines dans la construction de la prestation de service tels la dotation, la formation et la motivation du personnel de soutien et de première ligne commerciale; La composition avec l'impartition à des sous-traitants et autres services extérieurs à l'établissement; La composition avec l'intégration des technologies au regard de la construction de la prestation de service.

Modalité d'enseignement

Présentation magistrale et groupes de travail avec exercices interactifs pour couvrir le volet appliqué du cours : approche sous forme de séances pratiques («hands-on-approach») et résolution de cas en classe.

Conditions d'accès

Avoir complété les cours des modules 1, 2 et 3.

MBA8934 Gestion des investissements immobiliers et des parties prenantes dans le secteur de l'hospitalité

Objectifs

L'objectif de ce cours est de préparer les participants à la gestion des investissements et des actifs immobiliers dans le secteur de l'hospitalité. Ce cours permet aux participants de maîtriser les aspects de cette responsabilité à partir des choix d'investissements, des aménagements et de la rentabilité des espaces jusqu'au programme d'entretiens préventifs. Les participants seront également initiés à la gestion des parties prenantes de l'investissement, soit les propriétaires, les bannières et les gestionnaires impliqués dans la décision d'investissements. À la fin de ce cours, les étudiants pourront : Être en mesure d'évaluer la rentabilité de projets d'investissement immobilier dans le secteur de l'hôtellerie; Faire des plans d'optimisation de la rentabilité des espaces physiques en fonction des objectifs marketing du site; Gérer les projets d'investissement immobilier; Mettre en place des programmes de protection préventive des actifs immobiliers; Gérer des projets de création d'espaces expérientiels multi-sensoriels; Gérer les équipes d'entretien des actifs immobiliers; Gérer l'interface avec les parties prenantes de la décision d'investissement.

Modalité d'enseignement

Présentation magistrale et groupes de travail avec exercices interactifs pour couvrir le volet appliqué du cours : approche sous forme de séances pratiques (hands-on approach) et résolution de cas en classe.

Conditions d'accès

Avoir complété les cours des modules 1, 2 et 3.

MBA8936 Vente stratégique, développement des affaires et optimisation des revenus dans le secteur de l'hospitalité

Objectifs

Le cours vise à développer chez l'étudiant des connaissances et des compétences relatives à l'organisation efficace et efficiente des activités de ventes de l'établissement hôtelier, en lien avec les ressources disponibles et les objectifs financiers. Aux termes de ce cours, l'étudiant

sera en mesure d'intervenir efficacement à la planification des activités génératrices de revenus pour l'établissement hôtelier tout en considérant le potentiel et les particularités de l'ensemble des centres de revenus.

Sommaire du contenu

Les grands thèmes abordés dans le cadre de ce cours sont les suivants : Planification d'une stratégie globale de vente pour l'ensemble des centres de revenus de l'hôtel; L'utilisation juste des activités de développement des affaires présentes dans le monde hôtelier pour conserver et générer de nouveaux comptes; L'utilisation juste de l'intelligence d'affaires relatives à l'ensemble des réseaux de distribution de vente utilisés par l'hôtel; L'organisation de la force de vente et de ses activités au regard des ressources disponibles de l'hôtel et des objectifs financiers à atteindre; L'utilisation judicieuse des approches d'optimisation des revenus.

Modalité d'enseignement

Présentation magistrale et groupes de travail avec exercices interactifs pour couvrir le volet appliqué du cours : approche sous forme de séances pratiques («hands-on-approach») et résolution de cas en classe.

Préalables académiques

MBA8916 Marketing

MBA8948 Projet d'intégration

Objectifs

L'objectif de ce projet est d'amener les participants au programme du MBA ayant complété les quatre premiers modules de tronc commun à mettre en pratique les approches et les concepts qui ont été abordés tout au long du programme.

Sommaire du contenu

Chaque étudiant devra d'abord choisir une problématique réelle reliée à l'une des fonctions de la gestion (ressources humaines, finance, gestion des opérations, marketing, TI, Stratégie ou autre fonction). Cette problématique doit être préalablement approuvée aussi bien par la direction du programme de MBA, que par l'entreprise ou l'organisation concernée par cette intervention. Un professeur sera assigné à chaque étudiant pour le superviser tout au long de la réalisation du projet d'intervention. Le superviseur et l'étudiant doivent s'entendre sur le plan de réalisation du projet, les étapes à suivre et l'échéancier en tenant compte des objectifs de la formation mais aussi de la spécificité de chaque problématique abordée.

Modalité d'enseignement

Cours sous forme de tutorat

Conditions d'accès

Avoir complété les quatre premiers modules du programme de MBA

MET7100 Idée, opportunité et projet d'affaires

Ce cours consiste en une activité d'intégration dans laquelle l'étudiant met en oeuvre et développe sa créativité, appréhende la dimension systémique de la création d'entreprise et comprend l'importance d'opérationnaliser son idée d'affaires. Cette activité a pour objectif de permettre au participant d'acquérir et de développer les compétences entrepreneuriales allant de la génération d'une idée d'affaires jusqu'à la conception du projet d'affaires. À la fin du cours, le participant sera en mesure de générer une idée d'affaires grâce à la maîtrise des techniques de créativité, d'opérationnaliser l'idée en opportunité d'affaires en envisageant les conditions concrètes de réalisation de l'idée et, enfin de préciser la proposition de valeur par la définition du projet entrepreneurial. À la fin du cours, le participant sera ainsi apte à maîtriser l'ensemble des phases qui mènent à la création d'une entreprise, et notamment à la préparation du plan d'affaires. Le cours abordera notamment les thèmes suivants : le métier d'entrepreneur, la créativité et l'idée d'affaires, l'opportunité d'affaires, le modèle d'affaires, la proposition de valeur et la création de richesse.

MGP7900 Gestion de projets

Ce cours d'introduction à la gestion de projets est destiné à un public de maîtrise (hors MGP). On y propose un cadre conceptuel global pour l'étude de la gestion d'un projet. On identifie le cycle de vie d'un projet et on en caractérise les principales phases pour différents types de projets. Le cours a par ailleurs comme objectif de présenter les principaux concepts, approches, méthodes et techniques utilisés dans le processus de gestion de projets depuis leur conception jusqu'à leur terminaison. Le cours permet enfin d'aborder la problématique de l'évaluation des projets ainsi que leurs principales causes de réussite ou d'échec. Ce cours est non créditable au programme court et à la maîtrise en gestion de projet.

MKG8419 Marketing entrepreneurial

Le cours marketing entrepreneurial vise à outiller le futur entrepreneur en matière de stratégies de marketing. Au terme de ce cours, le participant sera en mesure : - de comprendre les spécificités du marketing dans un contexte de PME; - d'identifier des besoins et créer des opportunités; - d'établir des liens entre les besoins du marché et les capacités de l'entrepreneur à les satisfaire; - d'élaborer une étude de marché dans un contexte de plan d'affaires; - de concevoir un plan marketing (offre, distribution, prix, promotion) adapté pour une PME; - d'expliquer les stratégies à la disposition des PME pour saisir les opportunités nationales et internationales; - d'appliquer des stratégies commerciales (relation avec le client, gestion et promotion des ventes). Les principaux contenus suivants seront abordés : - mise en contexte du concept et de la démarche marketing; - mise en place de la fonction marketing au démarrage d'une entreprise; - stratégies, activités et outils propices dans un contexte de contraintes en ressources, particulièrement humaines et financières; - planification et opportunisme; - adaptations nécessaires pour permettre une commercialisation internationale.

MKG8421 Introduction au marketing numérique

Objectifs

L'objectif de ce cours est d'amener les étudiants à mieux comprendre l'impact du numérique (Internet, Mobile, Médias sociaux, etc.) en général, sur l'ensemble du processus de mise en marché d'un produit, tout en assurant un focus particulier sur les aspects de la commercialisation les plus impactés par le numérique. Le cours vise donc, en premier lieu, à familiariser les étudiants avec les principaux enjeux, décisions et responsabilités d'un gestionnaire marketing voulant tirer avantage d'Internet et de ses technologies dans son plan de marketing. Au-delà de ces notions stratégiques essentielles à tout gestionnaire en poste à l'ère du commerce électronique, le cours vise également un volet initiatique à la pratique du marketing numérique. Ainsi en second lieu, un volet appliqué du cours va permettre aux étudiants de se familiariser avec certaines tactiques et outils nécessaires aux activités de marketing électronique.

Sommaire du contenu

Stratégie Internet et nouveaux modèles d'affaires numériques; Étude du consommateur en ligne et outils de recherche commerciale en ligne (Analytiques Web); Comportement du consommateur en ligne et processus décisionnel; Qualité de service électronique et Expérience utilisateur; Marketing mobile; Marketing dans les moteurs de recherche; Publicité interactive; Médias sociaux; Internet et développement de produits; Impact d'Internet sur la fixation des prix; Distribution en ligne et hors ligne.

Modalité d'enseignement

Présentation magistrale et groupes de travail avec exercices interactifs pour couvrir le volet appliqué du cours : approche sous forme de séances pratiques («hands on approach») et résolution de cas en classe; ainsi qu'un projet d'intervention auprès d'entreprises existantes avec une présence en ligne.

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 01/05/20, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2020