Maîtrise ès sciences de la gestion

Téléphone : 514 987-4448
Courriel : mscgestion@uqam.ca
Site Web : www.mscgestion.esg.uqam.ca

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
Profil avec projet dirigé			
1931	Spécialisation ressources humaines	Maître ès sciences, M.Sc.	45
1932	Spécialisation marketing	Maître ès sciences, M.Sc.	45
1933	Spécialisation management	Maître ès sciences, M.Sc.	45
1934	Spécialisation stratégie	Maître ès sciences, M.Sc.	45
1935	Spécialisation responsabilité sociale et environnementale	Maître ès sciences, M.Sc.	45
1936	Spécialisation gestion internationale	Maître ès sciences, M.Sc.	45

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Profil avec mémoire : temps complet 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 essai 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.

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
Le candidat doit posséder une connaissance suffisante de la langue française à l'oral et à l'écrit.

Sur étude du dossier par le sous-comité d'admission et d'évaluation, le candidat pourrait se voir imposer de passer un test de classement en français. S'il n'a pas acquis le niveau correspondant à la réussite du cours LAN3675 Français langue seconde, niveau avancé III, le candidat devra réussir ce cours de français dès sa première inscription au programme de maîtrise ou de propédeutique, à moins que des préalables (hors programme) à ce cours ne lui soient imposés à la suite du test de classement en français. Ce ou ces cours pourront être suivis parallèlement à la scolarité régulière de maîtrise ou de propédeutique selon le cas. L'étudiant devra avoir démontré une maîtrise suffisante du français avant la fin de sa première année d'inscription au programme ou de sa propédeutique selon le cas.

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, des lettres de recommandation et, dans certains cas, entrevues.

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. Ce mémoire devra démonter l'aptitude de l'étudiant à mener à bien une recherche scientifique. Il sera évalué selon les règlements en vigueur.

ACTIVITÉS RELIÉES AU CHAMP DE SPÉCIALISATION

L'étudiant choisit une spécialisation parmi les six 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
ORH8407 Évaluation économique et appliquée au monde du travail
ORH8408 Gestion des situations critiques : problèmes de santé et comportements hors normes en entreprise
ORH8409 Séminaire sur les fonctions RH
ORH8410 Gestion de la dimension éthique en organisation
ORH8411 Habiletés relationnelles et politiques
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
ORH8415 Modélisation et évaluation des interventions
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 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
ORH8407 Évaluation économique et appliquée au monde du travail
ORH8408 Gestion des situations critiques : problèmes de santé et comportements hors normes en entreprise
ORH8409 Séminaire sur les fonctions RH
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
ORH8415 Modélisation et évaluation des interventions
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 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
MKG8409 Du B2B au marketing relationnel
MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service
MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies
MKG8413 Système d'intelligence marketing
MKG8417 Performance marketing
MKG8424 Marketing responsable
MKG8425 Marketing international
MKG8428 Culture et comportement du consommateur
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
MKG8409 Du B2B au marketing relationnel
MKG8410 Positionnement et gestion stratégique de l'expérience de service
MKG8412 Distribution : acteurs et stratégies
MKG8413 Système d'intelligence marketing
MKG8417 Performance marketing
MKG8424 Marketing responsable
MKG8425 Marketing international
MKG8428 Culture et comportement du consommateur
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) :
MET8401 Management : théories et applications
MET8404 Management de l'innovation
MET8410 Séminaire de méthodologie en management
MET8414 Créativité et management

Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :
ADM993Z Gestion des connaissances : fondements, théories et approches
MET8402 Management comparé
MET8407 L'induction du risque au sein des organisations
MET8409 Consultation et pratique de management
MET8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
MET8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MET8416 Le management et la vie en organisation
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 1763) (18 crédits)

Les quatre cours suivants (12 crédits) :
MET8401 Management : théories et applications
MET8404 Management de l'innovation
MET8410 Séminaire de méthodologie en management
MET8414 Créativité et management

Deux cours parmi les suivants (6 crédits) :
ADM993Z Gestion des connaissances : fondements, théories et approches
MET8402 Management comparé
MET8407 L'induction du risque au sein des organisations
MET8409 Consultation et pratique de management
MET8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
MET8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MET8416 Le management et la vie en organisation
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 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
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
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 suivants (24 crédits) :
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
DSR8406 Gouvernance et gestion des risques fiduciaires et sociaux, éthiques et environnementaux
DSR8222 Changement climatique, entreprise et société
DSR8491 Stage de recherche
ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations
MET8414 Créativité et management
MKG8424 Marketing responsable
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
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) :
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
DSR8406 Gouvernance et gestion des risques fiduciaires et sociaux, éthiques et environnementaux
DSR8491 Stage de recherche
DSR8222 Changement climatique, entreprise et société
ENV7120 Gestion environnementale dans les organisations
MET8414 Créativité et management
MKG8424 Marketing responsable
MSG8101 Administration : fondements théoriques et historiques
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
MET8410 Séminaire de méthodologie en management

Huit cours parmi suivants (24 crédits) :
DSR8403 Stratégies d'organisations et responsabilités sociales et environnementales : du local à l'international
DSR8410 Performer dans une économie internationale
DSR8411 Performer dans une économie internationale II
DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»
ECO8041 Commerce international et mondialisation
MET8402 Management comparé
MET8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MGP7017 Gestion de projets internationaux
MKG8425 Marketing international
MKG8428 Culture et comportement du consommateur
ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
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
MET8410 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
DSR8410 Performer dans une économie internationale
DSR8411 Performer dans une économie internationale II
DSR8412 Gestion internationale : stratégies pour les pays «BRIC»

ECO8041 Commerce international et mondialisation
MET8402 Management comparé
MET8413 Enjeux internationaux du management des organisations
MGP7017 Gestion de projets internationaux
MKG8425 Marketing international
MKG8428 Culture et comportement du consommateur
ORH8404 Mondialisation et enjeux contextuels
ORH8412 Enjeux de la gestion en contexte interculturel
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.

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.

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, ce programme est rangé dans la classe B.

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

ADM993Z Gestion des connaissances : fondements, théories et approches
Ce cours aborde la gestion des connaissances sous trois axes pour mieux saisir les transformations et enjeux qu'implique une telle gestion. Le premier traite des fondements de la gestion des connaissances, ses origines, son rôle et son rapport avec les concepts de valeur et de capital. Le second présente une vue d'ensemble de différentes approches dans ce domaine et le troisième introduit des sujets « phares » qui mettent en relief les enjeux de la gestion des connaissances.

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 portera une emphase particulière 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.

DSR8406 Gouvernance et gestion des risques fiduciaires et sociaux, éthiques et environnementaux
Associer concrètement les concepts de responsabilité sociale et de développement durable à des outils de prise de décision et de gestion des risques pouvant permettre d'améliorer la gouvernance des organisations du secteur privé comme du secteur public. Ce cours présente le cadre légal et réglementaire du système financier canadien : - pouvoirs et caractéristiques des institutions financières ; - les systèmes de paiement ; - organismes de contrôle et de surveillance ; - analyse comparative avec les autres types de système. Les structures des entreprises et problèmes de régie : - théorie des actionnaires et théorie des partenaires ; - intervention des allocateurs de capitaux ; - responsabilité juridique et sociale des entreprises. L'éthique, droit et déontologie : - responsabilité fiduciaire, devoir de prudence, délit d'initié, conflit d'intérêt ; - contrôle et surveillance des institutions financières ; - éthique financière et innovation.

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
DSA5100 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
Répondre aux exigences en matière d'admissibilité.

Préalables académiques
DSR8410 Performer dans une économie internationale ou MKG8425 Marketing international

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 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.

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).

Préalables académiques
DSR8401 Stratégie de gestion

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.

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.

MET8401 Management : théories et applications
Lors des deux dernières décennies, les systèmes économiques et managériaux ont connus 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.

MET8402 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

MET8404 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.

Préalables académiques
avoir des connaissances de premier cycle en gestion des organisations

MET8407 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.

MET8409 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.

MET8410 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.

MET8412 Entreprendre : Enjeux et processus de la création
Objectifs
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.

Sommaire du contenu
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

MET8413 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.

MET8414 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.

MET8416 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

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 MKG8425 Marketing international

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.

MKG8409 Du B2B au marketing relationnel
Objectifs : - Comprendre les spécificités du marketing interentreprises. - Identifier les différents enjeux associés au contexte B2B. - S'approprier les différentes théories associées à l'approche relationnelle et pouvoir approfondir certaines dimensions majeures dans un contexte B2B. - Comprendre et acquérir des outils de recherche pertinents pour des études dans ce secteur. - Approfondir une problématique reliée aux relations interentreprises. Les principaux thèmes qui seront couverts sont le marketing inter-entreprise et sa pertinence, l'approche relationnelle et les facteurs critiques de succès (confiance, connaissance, valeur, engagement, etc.), l'évolution des relations clients-vendeurs, les formes de collaboration, le portefeuille relationnel, l'influence d'Internet et des technologies dans les relations B2B ainsi que la formation d'une stratégie relationnelle.

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.

Préalables académiques
MKG8402 Analyse de données multivariées

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.

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.

MKG8428 Culture et comportement du consommateur
Comprendre les effets de la culture sur le comportement du consommateur et de la communication marketing ainsi que leur impact sur la stratégie marketing. Faméliariser les étudiants avec les concepts, modèles et domaines d'application de cette discipline. Développer des habiletés de recherche transculturelle. Le but de ce cours est d'étudier le comportement du consommateur, y compris les aspects qui touchent la communication marketing, dans un contexte transculturel. 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 transculturel. Finalement, les particularités de la recherche transculturelle seront aussi présentées.

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. Une présentation orale formelle pourrait aussi être exigée. Cette activité devra être réalisée sur une période de deux trimestres consécutifs. Le projet doit être approuvé par la direction du programme. Il sera effectué sous la supervision immédiate d'un professeur régulier du département concerné par la spécialisation de l'étudiant. Il reviendra à l'étudiant d'identifier et d'intéresser ce professeur à agir comme superviseur de son essai. Contenu variable à être validé avec le directeur de recherche.

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

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

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 stage doit être dirigé par un professeur et 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 et avoir choisi un champ de spécialisation offrant l'activité de stage.

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 du département concerné et un superviseur au sein de l'organisme extérieur. Le projet d'intervention peut être réalisé en tout en partie en entreprise, selon la nature du mandant 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. Le projet pourrait également faire l'objet d'une présentation orale devant le client et le directeur du projet.

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

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

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
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 épistomologique; - 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.

ORH8407 Évaluation économique et appliquée au monde du travail
Objectif général Ce cours vise l'acquisition des connaissances permettant de mieux comprendre et d'appliquer les principes de l'évaluation économique à toute intervention reliée à la gestion des ressources humaines. Il permet aux étudiants de différencier l'apport et l'applicabilité des différents types d'évaluation économique. Finalement, ce cours permet à l'étudiant de développer les compétences afin d'être en mesure de réaliser une analyse critique des évaluations économiques réalisées dans le domaine. Les principaux types d'évaluation économique étudiés sont l'analyse des coûts, l'analyse coût-efficacité, l'analyse coût-utilité et l'analyse coût-bénéfice dont le retour sur l'investissement humain (ROI). Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - comprendre les enjeux à la réalisation d'une évaluation économique en gestion des ressources humaines ; - comprendre et maîtriser la logique et les étapes des principaux types d'évaluation économique ; - comprendre et maîtriser les éléments fondamentaux à l'identification des coûts et des avantages ou conséquences ; - connaître un ou plusieurs outils de mesure utile à l'évaluation économique (QUALY, Disposition à payer et autres mesures) ; - être en mesure de concevoir un protocole d'évaluation économique sur une intervention en gestion des ressources humaines ; - avoir une conduite éthique en évaluation. Sommaire du contenu - Les modèles d'évaluation économique. - Éléments fondamentaux à l'analyse des coûts et des avantages. - Méthodes de mesure et d'évaluation des coûts et avantages et problèmes pratiques de mesure. - Cueillette et analyse des données. - Application des modèles d'évaluation économique à des thématiques en GRH (dotation, mobilisation, santé et sécurité du travail, etc.)

Modalité d'enseignement
Présentations orales des étudiants en classe sur la progression du mémoire de maîtrise.

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.

ORH8409 Séminaire sur les fonctions RH
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 différents enjeux et problématiques associés à la motivation, au rendement et aux compétences des employés, les étudiants seront amenés à approfondir leur compréhension des différentes fonctions de la gestion des ressources humaines, soit 1) la dotation, 2) la formation et le développement des employés, 3) la gestion des carrières, 4) l'organisation du travail, 5) la gestion du rendement, 6) la rémunération, 7) la santé et sécurité au travail et 8) les relations du travail. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : - comprendre le rôle stratégique que jouent les différentes fonctions de la gestion des ressources humaines ; - comprendre les principales théories liées aux différentes fonctions RH ; - être en mesure d'analyser les différents enjeux et problématiques associés à la motivation, au rendement et aux compétences des employés sous l'angle des fonctions RH ; - être en mesure de prendre des décisions efficaces et de proposer des pistes de solutions à la suite d'une analyse critique du système de gestion des ressources humaines. Sommaire du contenu - La gestion stratégique des ressources humaines et les fonctions RH. - Les théories classiques et contemporaines liées aux différentes fonctions RH. - Les enjeux actuels et les tendances associés aux fonctions 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.

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 multiculturel, ou pendant un processus de fussions 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 conceptuels 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

ORH8415 Modélisation et évaluation des interventions
Objectif général Ce cours vise à développer les capacités analytiques menant à la réalisation d'une démarche rigoureuse visant à modéliser une intervention et à conceptualiser son évaluation. Il vise le développement des habiletés d'analyse et de synthèse permettant de concevoir et d'opérationnaliser l'évaluation d'une intervention en gestion des ressources humaines. Objectifs spécifiques À la fin du cours, l'étudiant devrait : 1. Connaître les étapes conduisant à la modélisation d'une intervention visant à répondre à un problème ou un besoin spécifique en organisation. 2 Connaître les différents types d'évaluation d'une intervention (évaluation économique, évaluation du processus et des effets). 3. Pouvoir identifier les stratégies favorisant la validité des évaluations. 4. Être capable de proposer une démarche d'évaluation adéquate afin de répondre aux besoins spécifiques d'information des acteurs concernés. La modélisation d'un intervention. Les différentes approches d'évaluation d'une intervention en organisation. Les types d'évaluation et les différentes questions d'évaluation associées. La présentation d'un rapport d'évaluation d'une intervention.

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 en équipe et/ou individuels d'intégration de la matière. L'étudiant aura à réaliser un rapport d'évaluation d'une intervention.

Conditions d'accès
Diplôme de baccalauréat

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

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.

GRILLE DE CHEMINEMENT

Profil avec projet dirigé

Trimestre 1 Automne	Trimestre 2 Hiver	Trimestre 3 Été	Trimestre 4 Automne	Trimestre 5 Hiver	Trimestre 6 Été
3 cours (prioriser les cours obligatoires) (9 crédits)	3 cours (prioriser les cours obligatoires) (9 crédits)	1 cours (cours obligatoires ou optionnels) (3 crédits)	3 cours (cours obligatoires ou optionnels) (9 crédits)	1 cours (cours obligatoires ou optionnels) (3 crédits) Projet dirigé (stage, projet d'intervention ou essai) (12 crédits)	Rédaction du projet dirigé

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) (prioriser les cours obligatoires)	3 cours (9 crédits) (prioriser les cours obligatoires)	1 cours (3 crédits) (prioriser les cours obligatoires)	Cours de validation du projet de mémoire MSG8180 (3 crédits) Ce cours aide l'étudiant à définir son sujet de mémoire, d'en déterminer les perspectives de recherche et de poursuivre les échanges avec un directeur de recherche.	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

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 04/07/17, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Été 2017