Maîtrise en administration des affaires - MBA pour cadres

Téléphone : 514 987-3000 #1954
Courriel : emba@uqam.ca
Site Web : esg.uqam.ca/programmes/emba/

Code	Titre	Grade	Crédits
1970	Maîtrise en administration des affaires - MBA pour cadres	Maître en administration des affaires, M.B.A.	45

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Temps partiel : maximum 4 ans Durée normale du programme : 24 mois
Campus	Campus de Montréal Campus de Laval
Organisation des études	Cours offerts la fin de semaine

PROTOCOLE D'ENTENTE

Ce programme est offert, par extension, à l'UQAR et l'UQAT. Il est également offert à l'étranger, dans quel cas il s'inscrit dans une adaptation sociale, économique, culturelle et linguistique appropriée.

OBJECTIFS

Le programme de maîtrise en administration des affaires a pour objectif de rehausser le niveau de formation des gestionnaires de façon à les rendre davantage polyvalents dans l'exercice de leurs fonctions et plus aptes à assumer des responsabilités supérieures dans les organisations.

S'adressant à des candidats ayant une solide expérience de gestion, ce programme et ses différents cheminements visent à développer et à approfondir les connaissances et habiletés aussi bien personnelles que professionnelles des étudiants. Ces derniers acquièrent un corpus de savoirs avancés en sciences de la gestion, qu'ils sont amenés à appliquer concrètement dans la réalisation de leurs activités professionnelles.

Enrichis par l'analyse et l'approfondissement de leurs capacités personnelles et entraînés au travail d'équipe à l'aide d'une méthode pédagogique axée sur les études de cas réels, les étudiants sauront mieux s'intégrer et progresser dans les nouvelles formes d'entreprises où l'analyse de l'information et les interrelations à tous les niveaux jouent un rôle majeur dans la production de biens et services destinés à des marchés mondialisés de plus en plus exigeants et concurrentiels.

CONDITIONS D'ADMISSION

Être titulaire d'un diplôme de baccalauréat (ou l'équivalent), obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 (ou l'équivalent), et posséder une expérience professionnelle pertinente* d'au moins 4 années. Les dossiers des candidats titulaires d'un diplôme de baccalauréat ou l'équivalent, obtenu avec une moyenne cumulative inférieure à 3,2, mais supérieure ou égale à 2,7 sur 4,3, ou l'équivalent, témoignant d'une expérience professionnelle pertinente d'au moins 5 ans (moyenne cumulative comprise entre 3,0 et 3,2) ou 6 ans (moyenne cumulative comprise entre 2,7 et 3,0) seront étudiés par le sous-comité d'admission et d'évaluation (SCAE) du programme et pourront, exceptionnellement, faire l'objet d'une recommandation d'admission.

Les dossiers des candidats titulaires d'un diplôme de baccalauréat ou l'équivalent obtenu avec une moyenne cumulative inférieure à 2,7 mais égale ou supérieure à 2,5 sur 4,3 (ou l'équivalent), possédant une formation additionnelle et appropriée d'au moins 15 crédits universitaires complétés postérieurement au diplôme de baccalauréat avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 (ou l'équivalent) pourraient également faire l'objet exceptionnellement d'une recommandation d'admission par le SCAE à la condition d'avoir au moins 6 années d'expérience professionnelle pertinente.

Pour les dossiers des candidats titulaires d'un doctorat ou d'une maîtrise, l'exigence de l'expérience professionnelle est respectivement d'un an et de deux ans.

Tous les candidats doivent démontrer une expérience professionnelle comme gestionnaire et être en situation d'emploi à titre de gestionnaire au moment du dépôt de la demande, et ce, de façon générale dans le pays où le programme est offert.

Très exceptionnellement, les candidats qui ne détiennent pas un baccalauréat ou l'équivalent, peuvent être admis après étude de leur dossier par le SCAE, à la condition de posséder les connaissances requises, une formation autre et appropriée ainsi qu'une expérience jugée pertinente d'au moins sept années à titre de gestionnaire et se trouver en situation d'emploi à titre de gestionnaire au moment du dépôt de la demande d'admission dans le pays où le programme est offert.

Le nombre de candidats ainsi admis dans le programme offert est de 10 % du nombre total des nouveaux admis de la cohorte.

*L'expérience professionnelle pertinente est acquise par l'exercice de fonctions de responsabilité à titre de gestionnaire des ressources (physiques, humaines et financières) pour une organisation ou comme

travailleur autonome.

De plus, le candidat doit satisfaire aux critères suivants :

- posséder une connaissance suffisante des logiciels de traitement de texte, de bases de données et de chiffrier électronique;
- posséder une maîtrise adéquate des langues française (à l'oral et à l'écrit) et anglaise (du moins pour la lecture, certains documents de référence étant rédigés en anglais);
- posséder des connaissances de base en mathématiques.

Si le SCAE le juge nécessaire, le candidat se verra imposer une ou des conditions d'admission additionnelles dont :

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

Capacité d'accueil
L'admission se fera par cohortes. L'Université s'engage à offrir le programme à la seule condition qu'il y ait, pour chaque nouvelle cohorte, au moins vingt-cinq étudiants inscrits.

Méthode et critères de sélection
Tous les candidats admissibles sont systématiquement convoqués à une entrevue.

Lors de l'entrevue, on cherchera à évaluer la pertinence de l'expérience et la motivation du candidat de même que sa capacité à travailler en équipe. La qualité de l'expérience du candidat est mesurée par l'influence exercée dans l'organisation, le niveau atteint dans la hiérarchie, l'ampleur des responsabilités exercées (budget, nombre d'employés, etc.) et les réalisations professionnelles.

Lors du choix des candidats, la formation de cohortes favorisant les interactions multidisciplinaires sera privilégiée.

Tous les candidats devront aussi passer les tests suivants :

- un test qui permettra de déterminer si la réussite d'un ou de plusieurs des cours d'appoints en méthodes quantitatives de 1 crédit suivants : MBA8601 Méthodes quantitatives préparatoires à la gestion I (hors programme), MBA8602 Méthodes quantitatives préparatoires à la gestion II (hors programme), MBA8603 Méthodes quantitatives préparatoires à la gestion III (hors programme) sera conditionnelle à l'admission définitive au programme ;
- une courte production écrite en français.

Documents requis
Toute demande d'admission, transmise au Registrariat, doit comprendre :

- le formulaire de demande dûment rempli en ligne ;
- une lettre d'intention rédigée par le candidat ;
- trois lettres de recommandation ou rapports d'évaluation ;
- les relevés de notes officiels de toutes les études universitaires, sauf celles réalisées à l'UQAM ;
- une copie des diplômes des grades universitaires obtenus à l'étranger (portant le sceau de l'institution qui les a émis) ;
- les attestations d'emplois pertinents, mentionnant le titre, la description et la durée de chacun des emplois ;
- le curriculum vitae du candidat ;
- une copie du certificat de naissance, ou preuve de résidence ou certificat de citoyenneté ;
- le paiement des frais d'admission.

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

Régime et durée des études
Seul le cheminement à temps partiel est offert. Généralement, la durée d'un trimestre est d'environ quatre mois et demi. La durée normale du programme est de 24 mois. L'étudiant ne peut s'absenter pendant plus de trois trimestres, consécutifs ou non. En conséquence, il ne peut prendre plus de quatre années pour compléter le programme.

Le programme est composé de cinq modules de neuf crédits chacun.

Les cours sont offerts au rythme d'environ une fin de semaine par mois (du vendredi au dimanche inclusivement), sauf en juillet. La programmation des cours peut différer légèrement pour certains cheminements du programme. La réussite de tous les cours d'un module est préalable à l'inscription aux cours du module suivant.

À titre exceptionnel, et suite à une recommandation favorable du sous-comité d'admission et d'évaluation, un changement de régime d'études, en cours de scolarité, peut être autorisé par la Registrariat.

COURS À SUIVRE

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

Liste des activités d'enseignement : 45 crédits

Module 1 : Le gestionnaire et le contexte organisationnel

Les trois cours suivants (9 crédits) :
MBA8610 Individu et organisation
MBA8618 Gestion des ressources humaines
MBA8621 Contextes économiques, sociopolitiques et culturels de l'organisation
Module 2 : Gestion commerciale et financière

Les trois cours suivants (9 crédits) :
MBA8615 Gestion financière
MBA8616 Marketing
MBA8695 Comptabilité et décisions d'affaires
Module 3 : Gestion opérationnelle et technologique

Les trois cours suivants (9 crédits) :
MBA8612 La gestion des technologies de l'information
MBA8617 Gestion des opérations
MBA8619 Analytique d'affaires
Module 4 : Management stratégique

Les trois cours suivants (9 crédits) :
MBA8604 Enjeux macroéconomiques pour les entreprises et les organisations
MBA8622 Stratégie d'entreprise et concurrence
MBA8639 Direction générale (simulation)
Module 5 : Cours électifs et activité de synthèse

Trois cours optionnels (9 crédits) :
MBA8425 Commerce et marketing international
MBA8436 Formation en gestion hors Québec
MBA8445 L'approche d'architecture d'entreprise au service du plan stratégique

MBA8448 Projet d'intégration
MBA8450 Veille stratégique et concurrentielle
MBA8640 Les enjeux de la direction
MBA8641 Leadership stratégique : les habiletés-clés et stratégies d'exécution du gestionnaire praticien
MBA8642 Séminaire international en marketing du luxe
MBA8643 Mission à San Francisco : à la rencontre des innovateurs en marketing et en stratégie internationale de la Silicon Valley
MBA8644 Éthiques des affaires et comportements éthiques
MGP7900 Gestion de projets
Ou autres cours choisis avec l'approbation préalable de la direction du programme.

Remarques: Les cours MBA8436, MBA8642 et MBA8643 impliquent un déplacement à l'international. Des frais supplémentaires sont à prévoir.Étant offert aux étudiants du MBA pour cadres locaux et internationaux, le cours MBA8450 est offert en anglais à Montréal en format intensif (6 jours consécutifs). Des frais supplémentaires sont associés à ce cours (transport, visites d'entreprises, activités de réseautage et repas).L'offre des cours optionnels au module 5 dépend du nombre d'étudiants inscrits.

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

Tous les étudiants admis au programme devront obligatoirement participer à un séminaire préparatoire non crédité d'une durée de 2 jours (une fin de semaine, samedi et dimanche) avant de commencer le premier module. L'objectif de ce séminaire est de développer chez l'étudiant des habiletés qui lui seront nécessaires tout au long du cheminement au MBA pour cadres.

Cette activité intensive est organisée en ateliers dans lesquels seront abordés différents aspects du travail en équipe (fonctionnement en groupes, relations interpersonnelles et utilisation des outils collaboratifs et de communication en ligne), l'art de la présentation orale, l'utilisation d'outils de présentation et la gestion du temps dans la conciliation travail-études-vie personnelle.

FRAIS

Par volonté d'accessibilité financière à un enseignement universitaire de qualité à un plus grand nombre, le programme MBA pour cadres de l'UQAM a choisi de bénéficier d'une subvention gouvernementale. Cette subvention permet d'offrir un programme à moindre coût pour les étudiants. Ce montant s'élève à approximativement 8 500, 00$ pour l'ensemble du programme (en 2018). Ce montant exclut les coûts relatifs à l'achat du matériel pédagogique.

Pour le détail du coût du programme et des droits de scolarité, veuillez communiquer avec le Service des comptes étudiants de l'UQAM au numéro de téléphone 514-987-3739.

DESCRIPTION DES COURS

MBA8425 Commerce et marketing international
Ce cours vise à familiariser l'étudiant aux dimensions internationales du marketing. On y aborde les notions fondamentales pouvant appuyer les efforts d'une entreprise désirant opérer à l'extérieur de son marché domestique.

MBA8436 Formation en gestion hors Québec
L'objet de ce cours est de permettre, par l'apprentissage de notions de gestion tirées d'un contexte culturel extérieur au Québec ou au Canada, de pallier les problèmes que présente l'étude en classe de réalités extérieures à la société ambiante. Cette activité de formation internationale s'articule autour de thèmes variables reliés à une région, un pays ou une partie du globe, présentés à l'occasion par des collègues étrangers. Elle peut contenir des sujets nouveaux suite à des développements de la science ou des sujets spécialisés ne faisant pas l'objet d'autres cours. Il s'agit d'un cours intensif. Les frais de déplacement et de séjour sont à la charge du participant.

MBA8445 L'approche d'architecture d'entreprise au service du plan stratégique
Objectifs
En se basant sur une approche d'apprentissage par la résolution d'étude de cas, ce cours a pour objectif d'aider les gestionnaires à marier rigueur et agilité dans la formulation, l'exécution et la mise à jour régulière de leur plan stratégique. Au terme de ce cours, l'étudiant : (1) Comprendra ce qu'est une transformation organisationnelle; (2) Comprendra que le succès des transformations organisationnelles repose sur l'habilité des gestionnaires à marier rigueur et agilité dans la formulation, l'exécution et la mise à jour régulière de leur plan stratégique; (3) Comprendra ce qu'est l'approche d'architecture d'entreprise et son rôle dans l'élaboration, l'exécution et la mise à jour régulière du plan stratégique; et (4) Connaîtra d'autres modèles et pratiques pouvant être utilisés par les gestionnaires pour réussir avec succès leurs transformations organisationnelles et assurer l'alignement stratégique des TI.

Sommaire du contenu
Le cours couvrira les grands thèmes suivants : (1) Ce qu'est une transformation organisationnelle; (2) Ce qu'est un plan stratégique; (3) Ce qu'est un système de gestion du plan stratégique; (4) La relation entre transformation organisationnelle et plan stratégique; (3) Ce qu'est l'approche d'architecture d'entreprise et son rôle dans l'élaboration, l'exécution et la mise à jour régulière du plan stratégique; (4) L'approche d'alignement stratégique des TI du MIT; et (5) Présentation d'autres modèles et pratiques pouvant être utilisés par les gestionnaires pour réussir avec succès leurs transformations organisationnelles et assurer l'alignement stratégique des TI.

MBA8448 Projet d'intégration
L'objectif de ce projet est d'amener les participants ayant complété les quatre premiers modules à mettre en pratique les approches et les concepts qui y ont été abordés. Les participants devront choisir une problématique qui émane de leur milieu de travail et produire un rapport comportant un plan d'actions pratiques.

MBA8450 Veille stratégique et concurrentielle
Objectifs
Ce cours vise à développer chez les étudiants la capacité d'initier un processus de veille stratégique et de mobiliser les outils disponibles pour analyser et interpréter 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. Au terme de ce cours l'étudiant devra être en mesure de : maîtriser les concepts de veille stratégique dans le cadre d'un environnement concurrentiel;relier la veille stratégique et concurrentielle au processus stratégiques de l'entreprise;comprendre les liens entre la veille stratégique et l'avantage concurrentiel;initier et planifier un processus de veille stratégique et concurrentielle;définir les axes de surveillance et les sources d'information pertinentes pour la prise de décision stratégique dans un contexte de concurrence local, national, régional ou international;identifier et mobiliser les outils disponibles pour une veille stratégique efficace : recherche, agrégation, curation et diffusion;mobiliser les différents outils et concepts pour analyser, dans le cadre d'une démarche prospective, les informations issues de la veille afin de créer de nouvelles connaissances permettant la prise de décisions stratégiques.

Sommaire du contenu
Plus concrètement, le cours traitera des thèmes suivants : la veille stratégique et concurrentielle : les concepts de base et processus de mise en place; les facteurs clés de succès d'une veille stratégique et concurrentielle; la construction et la manipulation des scénarios et autres techniques de prospective; choix et prise de décisions stratégiques en conséquence.

Modalité d'enseignement
Étude et discussion en classe des références clés dans le domaine de la veille stratégique et de l'analyse prospective; visite d'entreprises et interaction avec les dirigeants impliqués dans le processus de planification et de veille stratégiques; la résolution et discussion de cas pratiques et rédaction par les participants d'un rapport portant sur l'élaboration d'une démarche de veille stratégique et concurrentielle au sein de leur entreprise ou unité d'attache; exercices pratiques portant sur l'utilisation des outils de veille disponibles sur le web. Le cours entraine des frais (transport, participation à des activités et repas). Ces frais seront exclusivement à la charge de l'étudiant, dans le respect des règles budgétaires.

Conditions d'accès
Avoir complété les quatre premiers modules du programme MBA pour cadres

Préalables académiques
MBA8616 Marketing

MBA8604 Enjeux macroéconomiques pour les entreprises et les organisations
Objectifs
Ce cours s'adresse aux décideurs et gestionnaires en entreprises ou au sein d'organisations, tant privées que publiques, pour comprendre la détermination et l'impact des principales variables macroéconomiques sur les décisions et la situation financière des ménages et des entreprises, ainsi que l'environnement économique dans lequel ils sont appelés à opérer. Il vise à initier et à familiariser les participants aux notions, aux acteurs et aux éléments institutionnels qui sous-tendent la performance agrégée de l'économie, tant dans les contextes québécois, canadien et international.

Sommaire du contenu
Tout en traitant notamment de sujets qui dominent des débats et des enjeux d'actualité, les thèmes abordés concerneront: l'importance des anticipations dans les décisions économiques, les faits stylisés macroéconomiques, les fondements de la croissance économique et des fluctuations économiques, la détermination des grands agrégats (tels que la production, la consommation, l'investissement privé, les soldes extérieurs, l'épargne et l'emploi), la détermination des taux d'intérêt, du taux d'inflation et du taux de change, le rôle, les mécanismes et les effets de la politique monétaire et de la politique budgétaire et fiscale (dépenses, taxation et dette publique).

MBA8610 Individu et organisation
Objectifs
Ce cours vise à développer chez les étudiants gestionnaires des habiletés d'analyse et d'intervention fondées sur les sciences du comportement au sein des organisations.

Sommaire du contenu
Ce cours est axé surtout vers les processus décisionnels et la transmission d'une pensée systémique et scientifique (Evidence Based Management) appliqués à des thèmes (connaissances et pratiques) relevant principalement de la psychologie industrielle et organisationnelle. Les compétences acquises en psychosociologie des organisations permettront aussi aux étudiants de gérer efficacement leurs équipes de travail et d'autres processus de gestion. À ce niveau d'étude, ce sont des thèmes « macro » qui seront privilégiés (ex. : structure et culture).

MBA8612 La gestion des technologies de l'information
Objectifs
Le cours met l'accent sur les enjeux que soulèvent l'introduction des technologies de l'information (TI) dans les organisations et l'utilisation des diverses applications technologiques par les usagers. Le cours vise également à sensibiliser les gestionnaires sur l'importance des technologies de l'information afin de faciliter les processus décisionnels de l'organisation. Ce cours prépare les étudiants à comprendre les enjeux liés aux nouvelles technologies d'affaires. Au terme de ce cours, les étudiants connaîtront les diverses phases d'analyse, d'évaluation et de sélection de projets technologiques.

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

Modalité d'enseignement
Le cours doit aboutir sur un projet de module faisant l'intégration avec un ou plusieurs cours du module.

MBA8615 Gestion financière
Objectifs
L'objectif du cours est d'introduire les principes et concepts de base de la gestion financière dans une perspective managériale. En plus de se familiariser avec la théorie, les étudiants gestionnaires devront s'exercer à proposer des solutions réalistes à des problèmes concrets.

Sommaire du contenu
Ce cours débute avec les objectifs de la gestion financière corporative et leurs impacts sur les principales décisions financières et sur la valeur de l'entreprise. On y couvre ensuite le volet de l'allocation du capital par les marchés des capitaux et comment ces marchés permettent de diriger les fonds vers les projets qui maximisent la valeur de l'entreprise. Dans le cadre de ce cours, on discute également des différentes sources de financement de l'entreprise, du coût du capital, ainsi que de l'influence des décisions de financement sur la valeur de l'entreprise. Finalement, ce cours aborde aussi les notions portant sur la relation entre le rendement et le risque et sur les décisions d'investissement : évaluation du risque, du rendement et des projets.

MBA8616 Marketing
Objectifs
Ce cours vise à exposer les étudiants gestionnaires aux principales décisions et responsabilités d'un gestionnaire de marketing dans les entreprises ou organismes à but lucratif ou non. Il vise à acquérir les connaissances pragmatiques et théoriques de gestion des marchés nécessaires pour maîtriser une approche analytique systématique et rigoureuse de la gestion des échanges entre les organisations, leurs clientèles et leurs partenaires. Au terme de ce cours, l'étudiant devra être en mesure de : définir le concept de marketing, la nature du marketing et de la gestion des échanges dans le contexte actuel des organisations et des entreprises manufacturières de produits (biens ou services) de consommation ou industriels ; établir un diagnostic fondé sur des informations marketing pertinentes ; élaborer et présenter un plan de marketing efficient et efficace en définissant l'opportunité d'affaires, les objectifs, les stratégies fondamentales (offre, demande et concurrence), les stratégies de mix marketing (design de l'offre concurrentiel) et la mise en marché d'un produit (bien ou service) dans un contexte de marketing traditionnel et numérique. évaluer avec un regard critique les différents modèles de prises de décision en marketing et être en mesure de les utiliser à bon escient ; comprendre et tenir compte des enjeux sociaux et éthiques dans la mise en marché de produits (biens ou services).

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

MBA8617 Gestion des opérations
Objectifs
À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de : détecter rapidement les dysfonctions des processusétablir un diagnostic opérationnel à l'aide de données fiables et pertinentesproposer des contre-mesures et des solutions innovantes et durablesévaluer les solutions

proposéesdévelopper des réflexes et des habiletés lui permettant de canaliser l'énergie créative des employés vers le développement agile des processus de l'organisation.

Sommaire du contenu
Les organisations doivent créer de la valeur quotidiennement afin de satisfaire leurs clients. Les biens et/ou les services offerts sont le résultat d'un ensemble de processus (transformation, soutien, gestion) qui doivent : i) être cohérents et exécutés sans failles, ii) s'adapter rapidement et constamment à des environnements turbulents, iii) être une source continue d'apprentissage. L'innovation et l'amélioration continuelle de l'ensemble des processus favorisent un alignement avec la stratégie des organisations et permettent ainsi d'assurer la compétitivité et la pérennité de celles-ci, tout en générant une synergie avec les employés et la technologie. Ceci est la mission de la gestion des opérations. Les thèmes couverts sont les suivants : l'alignement entre la stratégie de l'organisation, les processus et la performance de ceux-ci.l'organisation composée d'un réseau de processus qui se supportent et se renforcent mutuellement.les dysfonctions dans les processus.les démarches de diagnostic opérationnel.

MBA8618 Gestion des ressources humaines
Objectifs
Ce cours présente aux étudiants gestionnaires les enjeux clés de la gestion des ressources humaines (GRH) et l'importance de gérer stratégiquement le capital humain afin de contribuer au succès et à la croissance de l'organisation. De façon plus spécifique, le cours vise à doter les étudiants des connaissances et des outils fondamentaux sur les principales fonctions de la GRH dont la planification des effectifs et de la relève, la dotation, la formation et le développement des compétences, la rémunération globale, la gestion du rendement et du potentiel, la santé et sécurité au travail. Des thèmes de relations du travail sont aussi abordés en lien avec les stratégies et l'opérationnalisation des fonctions de la GRH.

Sommaire du contenu
Ce cours permettra de couvrir différents thèmes (dont la planification des ressources humaines, la dotation, la formation et le développement des compétences, la gestion du rendement et des carrières, la rémunération, la santé et sécurité au travail, la gestion de la diversité) et d'établir des liens entre eux afin d'analyser et résoudre des enjeux liés à la gestion des ressources humaines et des relations du travail.

MBA8619 Analytique d'affaires
Objectifs
L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants gestionnaires avec les principaux modèles, méthodes et outils quantitatifs d'aide à la prise de décision. Ces techniques font partie de ce que l'on appelle aujourd'hui l'analytique prescriptive ; elles sont largement utilisées pour la planification et la gestion des opérations et des ressources dans les organisations et entreprises de production de biens ou de services. À la fin du cours, les étudiants devraient être capables de connaître les possibilités et limites des méthodes et techniques étudiées et de mesurer leur impact sur la productivité d'une entreprise ; d'interagir avec des consultants tant internes qu'externes pour leur donner un mandat et en valider l'exécution ; de remonter à la source des problèmes pour en diagnostiquer la cause principale et proposer une solution adéquate.

Sommaire du contenu
Les principaux outils étudiés seront la programmation linéaire et la programmation linéaire à variables entières, la simulation de Monte-Carlo et la simulation dynamique, les méthodes de gestion des files d'attente et les modèles d'optimisation dans les réseaux. L'accent sera mis sur les aspects de modélisation et d'analyse, ainsi que sur les outils et logiciels disponibles, le tout axé vers la prise de décision.

MBA8621 Contextes économiques, sociopolitiques et culturels de l'organisation
Objectifs
Ce cours permet à l'étudiant gestionnaire d'approfondir ses connaissances des facteurs environnementaux qui influencent la dynamique stratégique des entreprises et des industries aux plans économique, politique, social, écologique et culturel. Dans une perspective à la fois nationale, internationale et mondiale, l'étudiant gestionnaire est amené à développer ses connaissances et son savoir-faire relativement à l'intelligence et à l'évaluation stratégiques des différentes dimensions de l'environnement des organisations. L'étudiant gestionnaire est aussi invité à développer un esprit critique quant à l'analyse du rapport entre l'organisation et son contexte. De manière plus spécifique, le cours permet de : - développer une compréhension intégrée de la dynamique des acteurs propres aux diverses dimensions de l'environnement de l'organisation, des secteurs industriels et des institutions. - connaître les processus de la gestion des problématiques socioéconomiques d'intérêt stratégique, de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise ainsi que des enjeux qui les concernent. - acquérir une conception ouverte et dynamique du contexte de l'organisation dans la perspective d'une économie mondialisée. - être capable de mettre en oeuvre efficacement une méthodologie de collecte d'information, d'analyse de prise de décision stratégiques et responsables.

Sommaire du contenu
Ce cours porte une attention particulière à l'analyse et à l'évaluation de la responsabilité sociale et environnementale des organisations ainsi que de leurs diverses parties prenantes.

MBA8622 Stratégie d'entreprise et concurrence
Objectifs
Au carrefour des sciences administratives, économiques, et humaines, la pratique de la stratégie d'entreprise intègre des connaissances pour penser et réaliser la mission et la vision d'une entreprise.

Sommaire du contenu
Pour relever ce défi, ce cours propose et déploie différentes techniques d'analyse et de synthèse dont spécifiquement : la création de valeur économique; la pondération et la gestion des parties prenantes; l'étude des coûts à l'aide des fondements de l'organisation industrielle; l'identification des bénéfices porteurs de création de valeur dans les marchés et leurs segments; la formulation de stratégies de marché; l'optimisation des composantes organisationnelles sur les bases de : l'anthropologie des organisations, du design organisationnel, de la pratique du changement; et pour conclure, de l'harmonisation du capital humain, du capital économique et du capital social.

Préalables académiques
MBA8615 Gestion financière

MBA8639 Direction générale (simulation)
Objectifs
Ce cours vise à permettre à l'étudiant gestionnaire l'application de certaines notions de stratégie telles que le rendement pour l'actionnaire, la configuration de coûts, la stratégie de marché, etc., ainsi que l'intégration des politiques fonctionnelles (marketing, production, finance) dans la stratégie globale de l'entreprise. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait savoir plus particulièrement: adopter une vision globale des problèmes d'entreprise; décider dans un contexte incertain, et assumer ses choix; collaborer avec les différentes fonctions de l'entreprise; comprendre la nécessité de planifier à moyen terme; évaluer la difficulté de maintenir un cap stratégique.

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

Préalables académiques
MBA8615 Gestion financière et MBA8695 Comptabilité et décisions d'affaires

MBA8640 Les enjeux de la direction

Objectifs

Diriger peut sembler une chose naturelle pour plusieurs. C'est en quelque sorte comme si la fonction garantissait la capacité : puisqu'on est un dirigeant, on sait certainement diriger! Pourtant, nous sommes souvent à même de constater comment certaines « lacunes de direction » constituent un handicap pour le développement, voire la survie des organisations : perte des meilleurs éléments de l'équipe, sans trop comprendre pourquoi; réputation de l'entreprise entachée par des décisions douteuses; méfiance des investisseurs ou du public par manque de transparence ou de communication....Alors, qu'est-ce que diriger? Les objectifs du cours sont les suivants : Identifier les différents points de vue pour comprendre la direction et saisir leurs interrelations.Développer une perspective claire sur ce qu'est la direction.Intégrer les expériences personnelles et les connaissances acquises dans un schéma général de connaissances.Identifier des outils pour développer, soutenir ou améliorer les habiletés de direction.Développer des capacités d'agir de façon plus efficace et plus sereine.

Sommaire du contenu

Thème 1 - La dirigeante, le dirigeant - Qui est-il? Que veut-elle? - Que sait-elle? Comment agit-il? - Comment communique-t-elle? - Comment s'organise-t-il? Thème 2 - L'environnement interne - La nature de l'organisation. - La structure de l'organisation. - La culture de l'organisation. - Les incontournables de la direction. - Les enjeux de l'organisation interne. Thème 3 - L'environnement externe - Les parties prenantes. - Les différentes dimensions du contexte. - Les défis externes. Thème 4 - Les valeurs - La transparence. - L'imputabilité. - L'éthique. - La créativité. - Le leadership. Thème 5 - La gouvernance - Les liens entre l'environnement interne, l'environnement externe et les valeurs. Inter-thèmes - Les outils - Créativité et gestion de l'information : le mind-mapping - Les types de personnalité, l'outil MBTI - L'intelligence émotionnelle - La résolution des problèmes : « Six Thinking Hats » E. De Bono - La communication - Le leadership

Modalité d'enseignement

Chaque cours comprend un volet de présentation par le professeur ainsi qu'au moins une activité d'application (apprentissage d'un outil, simulation).

MBA8641 Leadership stratégique : les habiletés-clés et stratégies d'exécution du gestionnaire praticien

Objectifs

Ce séminaire vise à développer chez l'étudiant gestionnaire les habiletés-clés dans la carrière d'un MBA et dans l'exécution des objectifs d'un gestionnaire et d'un coordonnateur de projet. Il repose sur les travaux du GRÈS (Groupe de recherche sur les stratégies d'exécution) et du programme de recherche-action Performex effectués auprès des directeurs généraux.

Sommaire du contenu

Ce séminaire présente les 5 moteurs d'exécution que sont la raison, les émotions, les projets, l'action immédiate et l'intégrité dans les stratégies d'exécution d'un gestionnaire. Il met en lumière comment chacun de ces moteurs d'exécution mène à une stratégie d'exécution particulière : 1) Stratégie de programmation des résultats; 2) Stratégie d'engagement dans l'exécution; 3) Stratégie de responsabilisation par des projets d'exécution; 4) Stratégies d'action immédiate dans les urgences; 5) Stratégie d'intégrité dans l'exécution des objectifs. Il identifie 25 pratiques exemplaires en matière d'exécution. Ce séminaire met en lumière comment le leadership d'un gestionnaire s'exerce par la mise en place d'une exécution intégrale et l'orchestration de ces différentes stratégies et moteurs d'exécution.

Modalité d'enseignement

Présentation de concepts, résolutions de problèmes, discussion de situations vécues, auto-évaluation à l'aide de la grille Performex, lectures, plan d'action personnel et réflexion sur son leadership comme gestionnaire-praticien.

MBA8642 Séminaire international en marketing du luxe

Objectifs

Ce cours a pour objectif la compréhension stratégique et la maîtrise des codes, des marchés et de la gestion des marques de luxe dans un contexte de transversalité des connaissances managériales, et dans une perspective de mise en oeuvre et de transposition possible au niveau de la gestion stratégique de l'ensemble des marques. Les marques de luxe constituent une part importante de l'économie et se déploient à l'international dans divers secteurs d'activités dont notamment : l'habillement, les cosmétiques, la joaillerie, l'hospitalité, la vente au détail, la gastronomie, le divertissement, les transports et l'automobile, les services financiers et l'immobilier.

Sommaire du contenu

L'approche pédagogique choisie se décline sous trois principales formes, soit : l'acquisition de connaissances théoriques, l'acquisition de connaissances via des conférences et des observations sur le terrain de l'expérience de marques de luxe, ainsi qu'un travail individuel. Un séjour d'études à Paris d'une semaine est obligatoire dans le cadre de ce cours. Les compétences développées seront acquises en trois volets : 1. Préparation théorique par des lectures sur les quatre thèmes suivants : a) L'évolution du marché mondial du luxe, b) Le comportement des consommateurs et des consommatrices de marques de luxe, c) Le design et la gestion des marques de luxe, d) La mise en marché omnicanal des marques de luxe Les lectures seront complétées par un travail d'équipe et une présentation en classe ou virtuelle pour chacun des thèmes précités et préalables au déplacement en France. 2. Cinq jours de rencontres et conférences sur le terrain à Paris avec des gestionnaires de marques de luxe dans les secteurs de la mode, la joaillerie, la distribution, l'alimentation et l'hôtellerie de luxe ainsi que des visites de sites stratégiques offrant des expériences de marques de luxe. 3. Un travail individuel qui devra être effectué par chacune des participantes, chacun des participants suite aux rencontres sur le terrain. Ce travail portera soit sur une analyse comparative d'une marque canadienne de luxe avec une marque française, soit sur un thème contemporain à la gestion du luxe tel que l'économie circulaire du luxe, l'évolution omnicanal de la distribution des marques de luxe, l'impact des faux sur la valeur des marques, ou tout autre thème en accord avec le professeur.

Modalité d'enseignement

Ce cours implique une préparation théorique sur le marketing du luxe à Montréal ainsi qu'un séjour d'une semaine à Paris accompagné du professeur responsable du cours et la préparation d'un travail individuel.

Conditions d'accès

Il y a trois conditions d'accès à ce cours : 1. Avoir complété ou être en voie de compléter 36 crédits en sciences de la gestion du programme de MBA pour cadres au trimestre d'hiver précédant le départ à l'étranger; 2. Détenir une moyenne cumulative égale ou supérieure à 2,7 sur 4,3; 3. Obtenir l'approbation de la direction de son programme. Ce cours est soumis à un processus de sélection. L'étudiante, l'étudiant devra déposer un dossier de candidature (formulaire, curriculum vitae, lettre de motivation).

Préalables académiques

MBA8616 Marketing ou l'équivalent

MBA8643 Mission à San Francisco : à la rencontre des innovateurs en marketing et en stratégie internationale de la Silicon Valley

Objectifs

La Silicon Valley, véritable épicentre mondial de l'innovation, abrite une pléthore de géants de l'industrie tels qu'Alphabet (Google), Apple, Meta (Facebook), Hewlett-Packard, Electronic Arts, Oracle, Adobe, eBay, Cisco, Salesforce, SurveyMonkey, Netflix, et OpenAI. En outre, elle est le berceau de nombreuses licornes telles que Dropbox, Uber, Pinterest, Airbnb, et DoorDash, ainsi que de jeunes pousses prometteuses et d'organisations de capital-risque avides d'investir dans des idées novatrices à fort potentiel. La mission débutera par plusieurs séances de travail préparatoires, animées par un professeur chevronné de la Silicon Valley, afin de guider les participants vers la création d'une proposition de projet. Une fois sur place, les participants auront l'opportunité de visiter des entreprises de renom, de participer à des

rencontres fascinantes et même de bénéficier d'entretiens privilégiés, offrant ainsi une immersion dans le monde des affaires de la Silicon Valley. À leur retour, les participants rédigeront un rapport permettant de consolider les connaissances acquises lors de cette aventure unique. Cette mission offre une expérience sans pareille et enrichissante pour les étudiants désireux de découvrir les stratégies de marketing et internationales utilisées ou proposées par les entreprises les plus innovantes de la région. Plus spécifiquement, la « Mission à San Francisco : à la rencontre des innovateurs en marketing et en stratégie internationale de la Silicon Valley » vise à atteindre les objectifs suivants pour les participants : Analyser la stratégie d'une entreprise innovante, en tenant compte de son contexte, de ses défis et de son modèle d'affaires.Se familiariser avec les tactiques des organisations innovantes.Découvrir les tendances et outils de marketing et de stratégie internationale émergents, dont ceux liés à la commercialisation de nouveaux produits innovants et aux stratégies émergentes en marketing numérique.Comprendre les stratégies de mise en marché et de commercialisation des jeunes pousses de la Silicon Valley.S'imprégner de l'environnement d'affaires du principal centre d'innovation mondial.

Sommaire du contenu
Le séjour à la Silicon Valley prévoit des visites sur le terrain et des entretiens avec des gestionnaires clés disposés à partager leurs réflexions, leurs expériences et les défis actuels en matière de marketing et de stratégie internationale, incluant le lancement de produits innovants, la mise en marché, la commercialisation et la stratégie de marketing dans un milieu fort innovant. Au terme de l'activité, les participantes et participants auront à produire en équipe un travail écrit qui consistera en une étude de cas qui leur permettra de comprendre en profondeur la complexité d'une problématique contemporaine. Cette étude de cas reposera exclusivement sur des faits. Elle pourrait être issue d'entretiens menées sur le terrain, mais principalement sur une importante quantité d'ouvrages de référence. Le travail comprendra la solution à l'étude de cas, en utilisant les théories et les modèles pertinents qui résolvent la problématique du cas.

Modalité d'enseignement
Cette activité prévoit un déplacement d'une durée de cinq (5) journée à la Silicon Valley, en Californie. Les frais de déplacement, d'hébergement, de logistique et les repas sont à la charge des participants.

Conditions d'accès
Il y a trois conditions d'accès à ce cours : 1. Avoir complété ou être en voie de compléter 36 crédits du programme de MBA pour cadres au trimestre d'hiver précédant le départ à l'étranger; 2. Détenir une moyenne cumulative égale ou supérieure à 2,7 sur 4,3; 3. Obtenir l'approbation de la direction de son programme. Ce cours est soumis à un processus de sélection. L'étudiante, l'étudiant devra déposer un dossier de candidature (formulaire, curriculum vitae, lettre de motivation).

MBA8644 Éthiques des affaires et comportements éthiques
Objectifs
L'objectif principal du cours est d'introduire les principes généraux de l'éthique des affaires appliquée aux comportements des gestionnaires. Il vise également d'introduire les notions du comportement éthique (ethical behavior) aux étudiant(e)s. L'étudiant(e) pourra à la fin du cours être sensibilisé aux enjeux éthiques en gestion. Il/elle pourra parallèlement identifier les divers principes éthiques - dont les valeurs qui en découlent - qui influenceront le jugement moral des gestionnaires, mais, aussi les risques tels que les erreurs éthiques ou la dissonance éthique. Il/elle sera également familiarisé aux divers éléments de situations éthiques rencontrées par les professionnels en gestion. À l'issue de ce cours, l'étudiant(e) sera en mesure: 1.De prendre conscience des différentes situations morales (ex. dilemmes) et principaux enjeux éthiques sur les domaines de gestion du marketing, de la finance, de la comptabilité, de la gestion des opérations et des ressources humaines;2.D'identifier les diverses possibilités de juger des situations ambigües et complexes sur le plan éthique;3.De comprendre le processus décisionnel éthique et d'agir en fonction de ce processus;4.De reconnaître divers obstacles et erreurs morales qui peuvent influencer la prise de décision éthique et apprendre à les éviter;5.D'acquérir les connaissances et les habiletés pour développer un leadership éthique.6.L'objectif sera donc de cultiver chez les étudiant(e)s une sensibilité et une culture éthique dont le but est de favoriser une conception responsable et engagée du rôle de gestionnaire.

Sommaire du contenu
Ce cours abordera les thèmes suivants : introduction à l'éthique des affaires et présentation du champ du comportement éthique; courants de la philosophie morale qui ont un impact en éthique des affaires, présentation d'un mode opératoire pratique de prise de décision éthique, principaux défis éthiques liés aux divers domaines de gestion (Marketing, Finance, Comptabilité, Ressources humaines, Système d'lnformation et Gestion des opérations). Ce cours couvrira également diverses situations pouvant engendrer des comportements et des décisions non éthiques. Enfin, ce cours présentera une avenue pouvant répondre aux défis comportement éthique: le leadership éthique. Le but est de sensibiliser l'étudiant(e) à l'aspect éthique des professionnels en entreprise. Puisque le gestionnaire prend régulièrement des décisions et que ses choix ont des implications pour autrui, il doit comprendre les divers défis et problématiques que son intervention provoque. Une démarche critique est proposée dans le cadre de ce cours par le biais de la description des comportements qui respectent les valeurs partagées. Pour y parvenir, l'étudiant(e) doit savoir identifier les comportements déviants et éviter les pratiques tant consciences qu'inconscientes qui jalonnent les comportements éthiques. L'éthique des affaires est une discipline appliquée, c'est-à-dire qu'elle est le transfert de la philosophie morale sur le domaine de la gestion. Elle s'inspire donc d'elle, mais pas seulement, elle fait également appel à la psychologie. L'approche de ce cours adoptera ainsi ces deux disciplines pour les conjuguer et donner ainsi une lecture descriptive et explicative des comportements et des actions des individus sur le plan moral. Puisque l'éthique des affaires est une éthique appliquée, elle est avant tout concrète et placée en situation.

Modalité d'enseignement
Le cours sera organisé sous forme de séminaire assumé pour une partie par le/la professeur-e et les étudiant(e)s. En ce sens, les étudiant(e)s devront s'approprier une littérature et la présenter à leur collègue. Des études de cas seront utilisées afin d'analyser des situations éthiques et de développer les pratiques managériales.

MBA8695 Comptabilité et décisions d'affaires
Objectifs
Calculer, Décider, Communiquer. Toute décision dans une organisation a des impacts sur les opérations, sur la rentabilité, sur la trésorerie et sur le financement, et la comptabilité est un langage universel qui crée un lieu commun de discussion et de décision. Quelle que soit son expertise, le cours Comptabilité et décisions d'affaires permettra à l'étudiant gestionnaire de se familiariser avec le langage comptable lui permettant de présenter et d'expliquer à un conseil d'administration, à la direction, aux collègues, la contribution de ses idées et de ses décisions au succès de l'organisation. De même sera-t-il en mesure d'identifier les opportunités d'affaires que l'examen des données comptables lui fournit. Nous savons que de plus en plus les éléments de valorisation d'une organisation sont immatériels, et que les offres de produits et de services évoluent avec grande rapidité. Ce cours s'en préoccupera et présentera des modèles d'états financiers et des outils de calcul adaptés aux entreprises existantes et en émergence, à capital ouvert ou à capital fermé. Finalement le cours permettra à l'étudiant d'expérimenter la conception de modèles de coûts et la construction d'indicateurs de performance, quantitatifs et sociaux, lui permettant de modéliser ses projets et d'en assurer le suivi.

Sommaire du contenu
Ce cours traite des sujets suivants : États financiers lire et Comprendre un état financier ; normes internationales d'information financière ; normes pour les entreprises à capital fermé ; calculer les principaux indicateurs utilisés par les actionnaires et prêteurs ; investissement ; suivi de l'investissement. Trésorerie préparer un budget de caisse

; faire la différence entre un budget de caisse et un état financier prévisionnel. Coûts répondre à la question « combien cela coûte? » ; acquérir des bases en comptabilité de prix de revient d'un produit, d'un service ; faire les choix difficiles.

Modalité d'enseignement
Présentations didactiques, cas académiques et « terrain ».

MGP7900 Gestion de projets
Ce cours d'introduction à la gestion de projets est destiné à un public de maîtrise (hors MGP). On y propose un cadre conceptuel global pour l'étude de la gestion d'un projet. On identifie le cycle de vie d'un projet et on en caractérise les principales phases pour différents types de projets. Le cours a par ailleurs comme objectif de présenter les principaux concepts, approches, méthodes et techniques utilisés dans le processus de gestion de projets depuis leur conception jusqu'à leur terminaison. Le cours permet enfin d'aborder la problématique de l'évaluation des projets ainsi que leurs principales causes de réussite ou d'échec. Ce cours est non créditable au programme court et à la maîtrise en gestion de projet.

GRILLE DE CHEMINEMENT

Module 1: Le gestionnaire et le contexte organisationnel	Module 2: Gestion commerciale et financière	Module 3: Gestion opérationnelle et technologique	Module 4: Management stratégique	Module 5: Cours électifs et activité de synthèse
MBA8610	MBA8615	MBA8612	MBA8604	Trois cours optionnels choisis parmi les suivants (9 crédits) : MBA8425, MBA8436, MBA8448, MBA8445, MBA8450, MBA8640, MBA8641, MGP7900 ou autres cours choisis avec l'approbation de la direction du programme
MBA8618	MBA8616	MBA8617	MBA8622	
MBA8621	MBA8695	MBA8619	MBA8639	

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 28/04/25, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2025