

Certificat en dynamiques entrepreneuriales

Téléphone : 514 987-8511
Courriel : cert.entrepreneuriat@uqam.ca
Site Web : esg.uqam.ca/programmes/certificat-en-dynamiques-entrepreneuriales/

Code	Titre	Crédits
4092	Certificat en dynamiques entrepreneuriales	30

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Offert à temps complet et à temps partiel
Campus	Campus de Montréal Campus de Lanaudière Campus de Laval

OBJECTIFS

Objectifs généraux

L'objectif principal du certificat en dynamiques entrepreneuriales est de stimuler le désir d'entreprendre et de transmettre les apprentissages et connaissances aux étudiants qui souhaitent travailler en contexte de petite et moyenne organisation, dans les domaines de l'accompagnement à l'entrepreneuriat (service conseil en démarrage d'entreprise) ou à la création d'entreprise. Il n'est donc pas question de seulement préparer le créateur ou le repreneur d'entreprise, mais aussi tous les étudiants qui seront sans doute appelés à travailler dans les activités connexes à l'entrepreneuriat (intra entreprise, salariées et salariés dans une PME, dirigeants, consultants ou conseillers en petite moyenne entreprise ou petite-moyenne organisation.

Objectifs spécifiques

Le certificat en dynamiques entrepreneuriales de l'ESG UQAM est bâti en adéquation avec ces objectifs spécifiques :

- Se familiariser avec les différentes avenues entrepreneuriales (entreprise traditionnelle, relève d'entreprise, entreprise collective et sociale, etc.) et élargir ses connaissances liées au phénomène entrepreneurial, à l'entrepreneure ou l'entrepreneur et à ses particularités;
- Concevoir dans sa globalité le fonctionnement de l'entreprise (finance, marketing, comptabilité et gestion des ressources humaines) et développer les compétences entrepreneuriales qui seront utiles dans la gestion d'une petite ou moyenne organisation;
- Développer des compétences en lien avec le processus de création/reprise et de gestion d'une organisation, notamment la reconnaissance, la validation et la mise en œuvre de possibilités entrepreneuriales;
- Développer des compétences en lien avec le processus d'accompagnement et de financement de la petite et moyenne organisation.

GRADE PAR CUMUL

L'étudiant est encouragé à considérer ce certificat comme une étape vers l'obtention du grade de bachelier. Dans cette perspective, les

informations qui suivent lui permettront de mieux planifier son cheminement. L'étudiant doit remplir le formulaire «Demande d'approbation d'un cheminement permettant l'octroi du grade de bachelier-ère par cumul de certificats» le plus tôt possible afin de bénéficier de l'encadrement adéquat. Ce formulaire ainsi que les combinaisons de certificats acceptées sont disponibles à la réception du Vice-décanat aux études de l'École des sciences de la gestion.

1) Catégorie et grades accessibles

Ce certificat de liste B (certificat spécialisé en gestion) peut conduire au grade de bachelier en administration des affaires (B.A.A.) ou de bachelier ès sciences de la gestion (B.Sc.G.), selon certaines combinaisons prédéterminées.

2) Nombre minimal de crédits à l'UQAM

Au moins cinquante pour cent (50%) des crédits nécessaires à l'obtention du grade doivent avoir été réussis à l'UQAM.

3) Politique de la langue française

Tout étudiant aspirant au grade de bachelier doit satisfaire à la Politique de la langue française de l'Université en passant le test approprié ou en réussissant le cours LIN1002 Connaissances de base en grammaire du français écrit (hors programme).

4) Exigence linguistique en anglais

Tous les étudiants d'un programme menant au grade de B.A.A. ou de B.Sc.G. doivent attester de leur maîtrise de la langue anglaise au niveau intermédiaire II de l'École de langues de l'UQAM ou l'équivalent. Cette exigence linguistique en anglais peut être satisfaite par la réussite d'un test au niveau intermédiaire II au Centre d'évaluation des compétences linguistiques (CECL) de l'École de langues ou l'équivalent ou par la réussite d'un ou de plusieurs cours d'anglais donnés à l'UQAM ou l'équivalent jusqu'au niveau intermédiaire II. Les étudiants sont invités à satisfaire à cette exigence dès leur première inscription au baccalauréat.

5) Champs de connaissances à couvrir

Les champs de connaissances suivants doivent nécessairement avoir été couverts au terme des certificats présentés à l'appui de la demande de grade de bachelier en administration des affaires (B.A.A.) :

- Comportement organisationnel

- Comptabilité
- Droit des affaires
- Éthique des affaires; responsabilité sociale des entreprises; développement durable (1)
- Finance
- Gestion des opérations
- Informatique; systèmes d'information; technologie
- Macroéconomie
- Marketing
- Microéconomie
- Ressources humaines
- Statistiques
- Théorie des organisations

(1) L'obligation de couvrir ce champ de connaissance s'ajoute pour les étudiants qui s'inscrivent à leur 1er certificat à compter du trimestre d'hiver 2008.

6) Activité de synthèse

Le cheminement pour l'obtention du grade de B.A.A. doit aussi comporter une activité de synthèse.

7) Recommandation

L'étudiant devrait consulter l'annexe 1 du Règlement des études de 1er cycle (#5) pour vérifier si d'autres conditions s'appliquent pour l'obtention du grade visé ou téléphoner à l'assistante à la gestion de programmes au 514 987-8546.

CONDITIONS D'ADMISSION

Capacité d'accueil

Le programme n'est pas contingenté.

Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission aux trimestres d'automne et d'hiver.

Connaissance du français

Tous les candidats doivent avoir une connaissance satisfaisante du français écrit et parlé. La politique sur la langue française de l'Université définit les exigences à respecter à ce sujet. Les personnes qui sollicitent l'admission aux études de premier cycle doivent faire la preuve qu'elles possèdent une maîtrise suffisante du français.

Base DEC

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) approprié ou d'un diplôme équivalent québécois. Une moyenne académique minimale est exigée. Seuil minimal de la cote de rendement (cote R) : 21,00

Base expérience

Posséder des connaissances appropriées, être âgé d'au moins 21 ans et avoir travaillé au moins 2 ans dans le domaine de la gestion.

Base études universitaires

Au moment du dépôt de la demande d'admission, avoir réussi au moins 12 crédits de niveau universitaire ou l'équivalent. Une moyenne minimale de 2,0 sur 4,3 est requise.

Base études hors Québec

Être titulaire d'un diplôme obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années (à moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec) de scolarité ou l'équivalent. Une moyenne minimale de 11 sur 20 est requise.

Régime et durée des études

Le programme peut être suivi à temps complet ou à temps partiel. Pour suivre le programme à temps complet, l'étudiant devra être attentif à l'offre des cours puisque tous les cours ne seront pas nécessairement offerts chaque trimestre.

COURS À SUIVRE

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

Tronc commun : les 5 cours suivants (15 crédits)

MET3122 La gestion des PME

MET3221 Accompagnement entrepreneurial : méthodes, habiletés et pratiques

MET4123 Culture Entrepreneuriale

MKG3300 Marketing

ORH2230 Entrepreneuriat social et collectif : simulation

Cours au choix (15 crédits)

Un cours parmi les suivants (3 crédits):

MET3226 Créer et manager en mode startup

MET3224 Introduction à la gestion de projet

Un cours parmi les suivants (3 crédits):

SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable

FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

Un cours parmi les suivants (3 crédits):

MKG5322 Gestion des ventes

MKG5302 Données secondaires et analyse de marchés

MKG5317 Marketing entrepreneurial

ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales

Un cours parmi les suivants (3 crédits):

MET4122 Croissance d'une PME

FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

ORH2222 Gestion des ressources humaines en OSBL

Une activité de synthèse parmi les suivantes (3 crédits):

ESG4710 De la création au démarrage

ESG6191 Stage d'analyse et d'intervention

ESG6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)

ESG6250 Dynamique internationale des PME et entrepreneuriat: la région Rhône-Alpes

MET5710 Séminaire : métier de gestionnaire et dynamiques entrepreneuriales

Dans le cadre de la sélection des cours au choix ci-dessus, le programme recommande très fortement aux étudiants de suivre l'un des cheminements proposés ci-dessous:

Bloc A : Gestion des PME

MET4122 Croissance d'une PME

MKG5322 Gestion des ventes

SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable

MET3226 Créer et manager en mode startup

ou

MET3224 Introduction à la gestion de projet

MET5710 Séminaire : métier de gestionnaire et dynamiques entrepreneuriales

ou

ESG6250 Dynamique internationale des PME et entrepreneuriat: la région Rhône-Alpes

Bloc B : Création d'entreprise

MKG5302 Données secondaires et analyse de marchés

ou

MKG5317 Marketing entrepreneurial

SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable

FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

MET3226 Créer et manager en mode startup

ESG4710 De la création au démarrage

ou

ESG6191 Stage d'analyse et d'intervention

Bloc C : Entrepreneuriat social

ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales

ORH2222 Gestion des ressources humaines en OSBL

FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

MET3224 Introduction à la gestion de projet

ou

MET3226 Créer et manager en mode startup

MET5710 Séminaire : métier de gestionnaire et dynamiques entrepreneuriales

ou

ESG6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)

DESCRIPTION DES COURS

ESG4710 De la création au démarrage

Objectifs

Ce cours a pour but d'offrir des séances pratiques sur les différents domaines de gestion nécessaires à l'élaboration de son projet entreprise de la création au démarrage. Ce cours est soutenu par de nombreux ateliers du centre d'entrepreneuriat de l'UQAM, exercices et études de cas. Objectifs spécifiques : mettre à profit ses aptitudes entrepreneuriales; élaborer un plan d'affaires selon les normes généralement reconnues; planifier la démarche visant le démarrage de son entreprise; appliquer des notions de gestion étudiées dans le certificat en compétences entrepreneuriales et gestion de la PMO tels les outils de planification, d'organisation, de direction et de contrôle; négocier le financement de son entreprise en tenant compte de ses besoins, de sa capacité de remboursement et des exigences des bailleurs de fonds.

Sommaire du contenu

Le cours s'organise exclusivement autour du coaching du projet de création d'entreprise de l'étudiant allant de l'idéation aux phases de lancement. Les étapes accompagnées sont : 1- Valider son idée d'affaires : les études stratégiques et marketing 2- Concevoir son projet : autour du modèle d'affaires 3- Opérationnaliser le démarrage par un plan d'affaires : dimensions comptable, juridique, opérationnelle et marketing 4- Communiquer son projet et faire financer son projet 5- Démarrer son entreprise

Modalité d'enseignement

Quatre séances collectives visant d'une part à opérer des rappels d'outils, de concepts et de démarches et d'autre part à échanger collectivement sur les projets. Rencontre de type « coaching » avec le/la professeure. Participation aux ateliers du Centre d'entrepreneuriat ESG UQAM. Durant la formation, entrepreneurs et travailleurs autonomes auront des rencontres individuelles avec un formateur-mentor qui les suivra tout au long dans la rédaction du plan d'affaires et du plan financier.

Conditions d'accès

À réaliser en fin de cheminement, lorsque 27 crédits sont réussis.

ESG6191 Stage d'analyse et d'intervention

Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises québécoises, au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration (i.e. ressources humaines, marketing, gestion des opérations, gestion internationale, gestion des organisations ou systèmes d'information). Le projet peut également revêtir la forme d'un stage de direction générale. Dans ce dernier cas, l'étudiant est amené à traiter à un haut niveau avec diverses fonctions de l'entreprise.

Modalité d'enseignement

Le programme de stage est approuvé par le directeur de programme ou par un professeur - coordonnateur mandaté par celui-ci. Le stagiaire doit préparer en prévision de la fin du stage, un bilan de ses expériences, sous forme d'une présentation orale accompagnée d'un rapport écrit. Il sera par ailleurs invité en mi-stage à faire part oralement et par écrit, de l'état d'avancement de son projet. Le coordonnateur du stage reçoit le rapport et l'évalue, en fonction des objectifs de départ et des critères établis en marge du stage. Il peut également faire appel à des professeurs spécialistes au niveau des diverses concentrations.

Conditions d'accès

Avoir réussi 75 crédits du baccalauréat en administration (ou

l'équivalent).

ESG6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)

Objectifs

Ce cours a pour but de permettre un approfondissement des connaissances en entrepreneuriat et sur les enjeux mondiaux, spécifiquement les défis rencontrés par les pays en développement. De plus, ce cours permet aux étudiants de développer les habiletés nécessaires au travail interculturel et interfonctionnel par le jumelage d'étudiants provenant de l'UQAM et de l'Université de Cincinnati. Le travail se fait notamment à l'aide de la vidéo-conférence, des outils de communications technologiques, ainsi qu'en face à face lors de visites des villes respectives des étudiants. En bref, ce cours amène les étudiants à réfléchir aux enjeux mondiaux du 21^e siècle, de trouver des solutions entrepreneuriales et d'élaborer un plan d'affaire créatif, réaliste et exhaustif.

Sommaire du contenu

Le cours prend la forme d'un séminaire où l'étudiant bénéficie d'une grande autonomie dans ses réflexions et ses travaux. Ainsi, l'étudiant se voit rapidement placé dans une réelle simulation, en équipe multiculturelle et multifonctionnelle, ayant pour but commun de lancer un projet d'affaire devant représenter une solution sociale à un enjeu spécifique d'une région du monde en développement.

Modalité d'enseignement

Le cours prévoit un déplacement et hébergement à Cincinnati, à la charge de l'étudiant. Le séjour est d'une durée de 5 jours (4 nuits). Le séminaire étant offert en partenariat avec l'Université de Cincinnati, il se déroule essentiellement en anglais.

Conditions d'accès

Avoir complété au moins 36 crédits en sciences de la gestion au moment de l'inscription, détenir une moyenne cumulative égale ou supérieure à 2.7 sur 4,3, avoir un niveau d'anglais intermédiaire et obtenir l'approbation de la direction de son programme. Ce cours est soumis à processus de sélection. L'étudiant devra déposer un dossier de candidature (formulaire, cv, lettre de motivation).

ESG6250 Dynamique internationale des PME et entrepreneuriat: la région Rhône-Alpes

Objectifs

À travers des activités d'apprentissage par expérience, des séminaires, des conférences, des séances d'enseignement, des visites d'entreprise ainsi que des rencontres avec des entrepreneurs, des intervenants et des acteurs politiques et économiques, le cours amène l'étudiant à se saisir de la nature et du sens des connaissances relatives à la dynamique internationale des PME, tant au niveau de l'importation que des exportations. Dans cette perspective, on utilisera le milieu des affaires de la région française Rhône-Alpes, partenaire économique dynamique et privilégié du Québec depuis le milieu des années 90. Le participant sera amené à analyser un environnement des affaires différent, tant sous l'aspect de la culture entrepreneuriale, juridique ou institutionnelle, et sera en mesure de le comparer à celui du Québec. Plusieurs secteurs d'activité seront étudiés. Diverses activités de nature sociales et culturelles permettront au participant de s'imprégner de la réalité socioéconomique de la région visitée. Sur la base de la région étudiée, le cours prévoit l'acquisition de connaissances pratiques, notamment sur les mécanismes d'importation et d'exportation, que le participant sera en mesure d'appliquer dans de nouvelles situations de sa vie professionnelle, que ce soit dans une optique entrepreneuriale ou au sein d'une organisation.

Sommaire du contenu

À Montréal : Historique et importance des relations d'affaires Québec - région Rhône-Alpes; démarche d'une mission commerciale; acteurs économiques impliqués dans une démarche commerciale; recherche et analyse sur les secteurs économiques; organismes publiques de soutien à l'exportation. Durant le séjour en Rhône-Alpes : rencontres avec des entrepreneurs et des représentants d'organismes gouvernementaux et parapublics; activités sociales et culturelles; visites

d'entreprises; séances chez différents partenaires universitaires.

Modalité d'enseignement

Le cours prévoit un séjour de deux semaines dans la région Rhône-Alpes en France. Les frais de séjour et de déplacement sont à la charge de l'étudiant.

Conditions d'accès

Avoir complété au moins 27 crédits en sciences de la gestion au moment de l'inscription, détenir une moyenne cumulative égale ou supérieure à 2,5 sur 4,3 et obtenir l'approbation de la direction de son programme d'études. Ce cours est soumis à un processus de sélection.

Préalables académiques

MET3122 La gestion des PME

FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

Objectifs

Ce cours a pour objectif principal d'initier les étudiants aux différents modes de financement disponibles aux petites et moyennes organisations, ainsi que de présenter les concepts financiers utiles dans le cadre de l'entrepreneuriat, du démarrage d'entreprise et du service-conseil. Au terme de cet apprentissage, l'étudiant saura (a) distinguer les différentes formes de financement des entreprises, (b) solliciter le financement auprès des bailleurs de fonds, et (c) analyser la situation financière d'une petite ou moyenne entreprise. Ce cours est à caractère professionnel et largement orienté vers la pratique et l'étude de cas.

Sommaire du contenu

Les sujets suivants seront étudiés : Stratégie de financement et négociation avec bailleurs de fonds; Dossier de promotion, et plan d'affaires; Sollicitation et contrôle des fonds; Formes de financement des petites et moyennes entreprises (capital de risque, ressources propres, financement populaire, prêts, débetures, marges de crédit); Financement des OSBL (programmes de soutien, subventions, crédits d'impôts, mécénat, campagne de dons); Analyse financière d'une PME, analyse et prévisions budgétaires, gestion de la trésorerie; Éthique et gouvernance dans les PME.

MET3122 La gestion des PME

Ce cours a comme objectifs de doter l'étudiant des connaissances en management spécifiques au contexte de la gestion des PME et de lui apprendre à développer des modèles d'affaires et des stratégies adaptées aux réalités des PME d'ici. Ce cours propose une formation générale orientée sur les concepts, techniques et outils propres à la gestion d'une PME. On y voit les multiples formes de l'entrepreneuriat, ce qu'est un entrepreneur, une PME et sa gestion et ses spécificités. Une simulation de gestion d'entreprise initiera à la gestion d'une PME.

MET3221 Accompagnement entrepreneurial : méthodes, habiletés et pratiques

Objectifs

Ce cours vise à amener les étudiants à maîtriser les méthodes et habiletés de l'accompagnement entrepreneurial en pratiquant eux-mêmes l'activité d'accompagnement d'entrepreneurs en situation de création. Ainsi, en même temps qu'ils accompagneront un entrepreneur, une équipe ou un collectif entrepreneurial dans les étapes menant à la fabrication d'un plan d'affaires, les étudiants seront amenés à comprendre les enjeux de l'élaboration d'un plan d'affaires. Ce cours préparera donc tout autant l'étudiant qui souhaite devenir accompagnateur en lui présentant les méthodologies que le futur entrepreneur qui devra réfléchir à son projet en même temps qu'il l'exécute. Enfin, ce cours sensibilisera les étudiants à l'univers et à la variété des structures d'accompagnement, en s'ouvrant notamment à l'accompagnement du secteur non marchand.

Sommaire du contenu

Ce cours traitera des thèmes suivants : Définition, variété et typologie des structures d'accompagnement; L'accompagnement : enjeux, formes et habiletés; Méthodologie(s) de l'accompagnement; Accompagner le non marchand : spécificités et non spécificités; Les paradoxes de l'accompagnement : entre évaluation et soutien.

Modalité d'enseignement

Les étudiants seront amenés à accompagner de véritables entrepreneurs dans leur projet de création.

MET3224 Introduction à la gestion de projet

Objectifs

Les objectifs du cours sont d'amener les étudiant(e)s à comprendre ce qu'est la gestion de projet ainsi que de connaître et de maîtriser les principaux outils et les méthodes de base afin d'effectuer les activités de gestion de projet, de la planification à la réalisation. À la fin de ce cours, l'étudiant(s) aura acquis les habiletés qui lui permettront de : - Définir et comprendre la gestion de projet ainsi que sa nature, son contexte et ses particularités - Connaître le vocabulaire de base en gestion de projet - Apprendre et maîtriser les différents outils et méthodes en gestion de projet - Évaluer la performance et les risques inhérents de la gestion de projet.

Sommaire du contenu

Par ailleurs, à la fin du cours, les étudiants auront acquis des connaissances clés quant aux fondements historiques et théoriques, le vocabulaire de base en gestion de projet, et aborder les aspects de contrôle, de communication et de gestion du changement. Les apprentissages de ce cours pourront être mis à profits dans une multitude de contextes aussi bien professionnels que personnels. De plus, les étudiants seront amenés à développer un plan de projet ainsi qu'à évaluer la performance et les risques inhérents à tout projet.

Modalité d'enseignement

Ce cours comporte quelques séances de laboratoire.

MET3226 Créer et manager en mode startup

Objectifs

Ce cours vise à amener les étudiants à maîtriser les méthodes et habiletés de création et de gestion d'une startup mais aussi de son processus de croissance. A cette occasion, ils seront sensibilisés aux spécificités des environnements numériques. Les entreprises traditionnelles peuvent de plus en plus recourir au « mode » startup dans leur création et leur gestion. Ce cours préparera donc tout autant l'étudiant-e qui souhaite comprendre la manière dont les modalités de création et de gestion d'une startup peuvent aujourd'hui être appliquées à des environnements plus traditionnels ou au secteur non marchand et sous quelles conditions. Le cours sera alimenté de cas, de situations et de conférences de praticiens évoluant en milieu « startup ».

Sommaire du contenu

Ce cours traitera des thèmes suivants : Définition, variété et typologie des startups; Importance du contexte numérique; Créer et manager une entreprise traditionnelle en mode startup; Créer une startup : la méthode du lean startup; Enjeux de la croissance en start-up; Particularités du management des personnes en milieu « startup ».

Modalité d'enseignement

Études de cas, visites, mises en situation.

MET4122 Croissance d'une PME

Ce cours vise à former l'étudiant sur les multiples facettes de la croissance d'une PME et les divers enjeux liés aux contraintes, telles les crises de développement. Ce cours a pour objet d'amener l'étudiant à faire une synthèse de la gestion d'une PME dans son environnement, de développer une vision globale de l'organisation et de développer les habiletés à la gérer. L'étudiant sera amené à concevoir la gestion d'une PME de plus de 100 employés : structures organisationnelles, gestion par projets, recherche de marchés étrangers. L'étudiant sera également amené à comprendre la croissance externe et les diverses modalités du commerce international pour les PME. Pour ce faire, les études de cas et les simulations seront utilisées.

Préalables académiques

MET3122 La gestion des PME

MET4123 Culture Entrepreneuriale

Objectifs

Au terme de ce cours, les étudiants seront en mesure de comprendre les aptitudes essentielles à la conduite d'un projet entrepreneurial sous la forme de six savoirs articulés : devenir entrepreneur, concevoir son projet, agir dans l'incertitude et la complexité, relier son projet au milieu, raconter son histoire entrepreneuriale et s'interroger sur soi et le processus. Enfin, ce cours devrait permettre de réaliser la synthèse des théories de base déjà acquises en gestion, de sorte que l'étudiant puisse faire le lien entre les différentes disciplines tout en reconnaissant leur interdépendance dans le cadre d'un projet entrepreneurial. Il devrait favoriser l'intégration des connaissances pratiques, acquises dans le cadre de l'apprentissage et de l'analyse du parcours d'un entrepreneur.

Sommaire du contenu

Le cours se déclinera ainsi autour des thèmes suivants : a. Savoir devenir entrepreneur et Savoir relier 1. Identité de l'entrepreneur et entreprendre en équipe 2. L'entrepreneur et son milieu : recruter des parties prenantes 3. Accompagner l'entrepreneur b. Savoir concevoir et Savoir agir 4. Naissance de l'idée entrepreneuriale 5. Conception et expérimentation du projet 6. Processus entrepreneurial : incertitude, risque et complexité c. Savoir s'interroger et Savoir raconter 7. Apprentissage entrepreneurial 8. De la conception à l'action : les enjeux 9. Échec, résilience et difficultés entrepreneuriales 10. Raconter son projet : l'importance des narrations

Modalité d'enseignement

Ce cours adoptera la forme d'une enquête qui progressera à mesure que les thèmes seront abordés durant la session. Les étudiants seront amenés par exemple à utiliser une variété de techniques journalistiques afin de mener leur enquête. Pour ce faire, ils travailleront notamment par groupe autour d'un échantillon d'entrepreneurs.

MET5710 Séminaire : métier de gestionnaire et dynamiques entrepreneuriales**Objectifs**

Ce cours a pour but général de faire connaître à l'étudiant les stratégies d'intervention dans la PME et de l'amener à développer des compétences, des comportements et des attitudes qui sont nécessaires au métier de gestionnaire, cela en développant des habiletés cognitives (le savoir), techniques (le savoir-faire) et sociales (le savoir-être). Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure de synthétiser l'ensemble des concepts théoriques de la gestion d'entreprises déjà vus dans leur parcours et comprendre le processus de gestion d'une entreprise dans son ensemble; de comprendre l'environnement contemporain du management des PME et reconnaître les symptômes des principaux problèmes auxquels font face les PME et de permettre la planification de son évolution; de comprendre les meilleures pratiques pour créer de la valeur et faire croître l'entreprise en développant un modèle de croissance et de création de valeur pour la PME; de mettre en place les principaux systèmes de gestion permettant de gérer efficacement une PME et les modes de contrôle; de se doter d'un coffre à outils personnel sur leur style de gestion : développer ses compétences-clés, reconnaître sa dynamique du leadership et préparer sa pratique de savoir-réussir en affaires.

Sommaire du contenu

Les thèmes suivants seront abordés dans le cours: Les PME et leur rôle dans le développement économique Les particularités de la gestion d'une PME L'analyse et le diagnostic d'entreprise La gestion du changement au sein de la PME Les outils de gestion La modernisation, l'innovation de l'entrepreneuriat et le créneau distinctif Le rôle et la préparation du dirigeant d'entreprise dans le cadre d'une PME L'entrepreneuriat, le leadership et le savoir-réussir L'analyse des compétences de gestion

Modalité d'enseignement

À l'aide de pédagogies actives, ce cours familiarise l'étudiant aux problèmes spécifiques liés à la gestion des PME et à des solutions adaptées à leurs conditions. En plus de développer les habiletés et techniques liées aux divers outils de gestion, ce cours maximisera le savoir-être nécessaire au métier de gestionnaire de PME. Le cours peut

comprendre des sorties dont les frais de transport devront être assumés par les étudiants.

Préalables académiques

MET3122 La gestion des PME et SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable ou FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

MKG3300 Marketing

Ce cours vise à permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de base du marketing (concepts, méthodologie, etc.) et aider l'étudiant à sensibiliser une conscience sociale face aux problèmes d'opérationnalisation propres à cette discipline et à en faire une évaluation critique. De plus à la fin du cours, l'étudiant devrait connaître les domaines d'application du marketing. Il devrait aussi connaître les éléments de théories du comportement du consommateur et de la recherche. Enfin, il devrait avoir une connaissance théorique et opérationnelle des variables du «marketing-mix». - Concept du marketing. - Consommateurisme. - Comportement du consommateur. - Segmentation. - Planification et systèmes d'information. - Recherche et prévision. - Produit/services. - Prix. - Distribution. - Communication, publicité, promotion, ventes.

Modalité d'enseignement

Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un micro-ordinateur et à Internet.

MKG5302 Données secondaires et analyse de marchés

Les principaux objectifs du cours sont: - de familiariser l'étudiant aux sources de données secondaires publiques et privées décrivant les différents facettes d'un marché; - d'illustrer à l'aide de la donnée secondaire des concepts de base d'analyse de marchés tels ceux d'estimation de la demande et de l'offre, de la taille d'un marché, de segmentation, de cycle de vie du produit, de prévision; - de doter l'étudiant de modèles, d'instruments et de techniques propres à l'interprétation des informations; - d'intégrer ces divers concepts, modèles et instruments d'analyse à une démarche décisionnelle. La première partie du cours porte sur l'identification et l'utilisation de diverses sources de données secondaires pour comprendre la dynamique d'un marché et de son environnement. Cette première partie du cours vise à une meilleure compréhension de l'environnement ainsi qu'à démystifier la mesure et l'analyse d'un marché en termes de demande, d'offre et de segmentation. La seconde partie du cours traite de l'utilisation de la donnée secondaire pour des fins de prise de décision. Cette seconde partie du cours vise à familiariser les étudiants à l'application de la donnée secondaire dans le cadre de la prévision, de la distribution, de la communication et de l'internationalisation.

Modalité d'enseignement

Des laboratoires informatiques sont prévus.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

MKG5317 Marketing entrepreneurial**Objectifs**

Ce cours vise à apporter à l'étudiant(e) les connaissances et compétences marketing pertinentes pour valider les différentes étapes marketing du processus entrepreneurial, depuis l'idéation jusqu'aux premières ventes, en passant par la phase de validation du modèle économique et la formalisation des aspects marketing du modèle d'affaires. Au terme de ce cours, l'étudiante, l'étudiant sera en mesure de : Sélectionner et de valider un potentiel de ventes pour une offre de valeur donnée ; Valider les aspects marketing du modèle d'affaires ; Formaliser la stratégie marketing nécessaire à la création, la communication et la vente de l'offre de valeur, y compris jusqu'à l'étape des premières ventes ; Démontrer la légitimité d'un projet auprès des parties prenantes intéressées.

Sommaire du contenu

Connaissances des enjeux et spécificités des méthodes marketing en

contexte entrepreneurial ; Légitimité du marketing et gestion des biais cognitifs individuels ; Enjeux et facteurs clés de succès des études de marché en contexte entrepreneurial ; Enjeux, composition et cycle de vie du portefeuille de ressources marketing ; Processus de validation de la proposition de valeur et gestion du portefeuille d'offre ; Processus de validation du potentiel marché et d'estimation des coûts et revenus marketing ; Processus de formalisation de la stratégie marketing en contexte de ressources restreintes ; Composition et planification des activités de communication ; Enjeux, composition et gestion du cycle de vie du portefeuille client.

Modalité d'enseignement

Les élèves seront encouragés à mettre en œuvre les différentes compétences et les outils en classe au travers de présentations magistrales, d'analyse de cas d'entreprises, de présentations en groupe. Les étudiante et étudiants ayant un projet de création auront l'opportunité de mettre directement en œuvre les concepts et méthodes vus en cours afin d'élaborer les aspects stratégiques relatifs à la formalisation et la validation de leur modèle économique.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing

MKG5322 Gestion des ventes

Les objectifs du cours sont de développer les compétences des futurs gestionnaires au niveau de la gestion de l'activité de vente et de la clientèle, de la relation personnelle d'influence en vente et de la gestion de la force de vente. Ce cours se divise en 3 parties: Premièrement: la gestion de l'activité de vente et de la clientèle: les activités quantitatives de la vente soit la planification et la gestion du cycle de vente conduisant aux résultats. Les participants se familiarisent avec les paramètres de développement d'un plan de vente; l'établissement de territoires et de quotas ainsi que des contrôles des résultats et la gestion permanente de la clientèle. Deuxièmement: la relation personnelle d'influence en vente. Les étapes et habiletés requises pour mener à des transactions efficaces couvriront les principes d'influence personnelle, le processus de séduction et de qualification, la présentation et la gestion active des clients individuellement ou en groupe. Troisièmement: la gestion du personnel de vente. L'organisation, le recrutement, la sélection, la formation des vendeurs, leur rémunération, leur motivation et leur rentabilité. Ces termes seront traités en fonction des divers types de vendeurs: au point de vente, sur la route et au téléphone, et tiendront compte des diverses formes d'organisations: traditionnelles et par réseaux.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

ORH2222 Gestion des ressources humaines en OSBL

Importance de la gestion des ressources humaines dans le cadre du bénévolat. Politiques et pratiques globales de gestion des ressources humaines et leur application aux organismes sans but lucratif: sélection des meilleures ressources, méthodes de recrutement, systèmes de formation. Climat de travail et motivation. Analyse organisationnelle. Évaluation des forces et des faiblesses de la gestion des ressources humaines dans le cadre d'un organisme sans but lucratif. Élaboration de stratégies de gestion des ressources humaines. Études de cas pratiques.

ORH2230 Entrepreneuriat social et collectif : simulation

Objectifs

Ce cours a pour objectif d'amener l'étudiant à expérimenter le démarrage et la gestion d'une entreprise à travers un modèle d'affaires alternatif - le modèle coopératif. Cette simulation permettra à l'étudiant de se familiariser avec l'entrepreneuriat social et collectif par la pratique et de découvrir les principales étapes, opérations et défis du cycle de vie d'une coopérative et plus largement d'une petite entreprise. Cette simulation vise également à sensibiliser l'étudiant aux différentes fonctions et domaine de la gestion (stratégie, production, RH, finance, etc.) et à l'importance d'un arrimage cohérent entre eux dans la performance de l'entreprise.

Sommaire du contenu

Le cours abordera les thèmes suivants : les différents modèles d'entreprises sociales et collectives, l'univers des entreprises sociales et collectives au Québec et dans le monde, les formes de financement de ces entreprises, les défis de gestion de ces entreprises. Les principes et modes de fonctionnement d'une coopérative. Les différentes étapes conduisant à la création et à l'exploitation d'une coopérative. La prise de décision collective. Les défis de l'arbitrage entre les aspects économiques et les aspects associatifs et sociaux.

ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales

Objectifs

Ce cours vise à faire découvrir l'univers de l'entrepreneuriat social, des entreprises sociales, de l'économie sociale (coopératives, OBNL, mutuelles) et des innovations sociales aux étudiantes, étudiants. Le premier objectif de ce cours est de connaître, distinguer et comprendre ces différents concepts, leur origine, leur évolution et leurs applications. Le cours vise à cerner la place et les rôles de ces initiatives dans la société québécoise et ailleurs dans le monde. En second lieu, il s'agit de saisir les spécificités de ces types d'entreprises et de leur environnement (ex., entrepreneuriat individuel et collectif, soutien à l'innovation sociale, tensions et synergies entre mission sociale et efficience économique, gouvernance démocratique, implication de parties prenantes multiples, hybridation des ressources financières et non financières, etc.). Enfin, le cours vise à sensibiliser aux enjeux concrets qui se posent pour le management et les différentes fonctions de gestion (GRH, marketing, stratégie, etc.), dans les différentes étapes du développement de ces types d'entreprises.

Sommaire du contenu

Ce cours traite des concepts d'entreprises sociales, de l'économie sociale, des innovations sociales et des autres organisations émergentes, pluralistes et/ou alternatives. Il permet de distinguer ces initiatives et organisations entre elles, mais aussi d'autres formes d'initiatives et d'entreprises (privées traditionnelles, publiques) pour dégager leurs particularités et les défis et enjeux posés pour leurs pratiques de gestion.

Modalité d'enseignement

Les stratégies pédagogiques alterneront entre : des exposés magistraux pour structurer les connaissances de base à acquérir en termes de concepts et d'approches théoriques; des échanges autour d'études de cas et d'exercices pratiques qui prendront la forme d'exemples, d'illustrations, ou de vidéos qui seront discutés en classe. Leur objectif est, d'une part, de comprendre les concepts, enjeux et outils de gestion des entreprises sociales et collectives et de l'économie sociale, et d'autre part, de mettre en application les contenus théoriques dans des situations organisationnelles concrètes; un ou plusieurs travaux d'équipe; des examens; l'intervention de praticien-ne(s) issu-e(s) d'entreprises sociales/de l'économie sociale ou des visites d'entreprises dans le but d'illustrer les concepts, outils et enjeux à partir de témoignages et de partage d'expériences issus de la pratique (dans la mesure du possible).

SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable

Objectifs

Dans ce cours, les étudiants découvriront les multiples utilisations de la comptabilité aux étapes du démarrage et de la commercialisation de leur entreprise. Ils verront comment la connaissance de la comptabilité leur permettra de construire des modèles chiffrés qui leur permettront d'évaluer la faisabilité et les risques liés à leurs idées d'affaires. Dans la première partie du cours, les étudiants apprendront à intégrer les données de leur plan d'affaires dans la construction de tableaux de calculs, tels budgets, coûts de fabrication, coûts de livraison d'un service et prix de vente. Ensuite, ils seront appelés à placer leurs modèles dans la réalité du marché et à les faire évoluer compte tenu des hypothèses de travail et des contraintes de solvabilité et de rentabilité. Dans la seconde partie les étudiants se familiariseront avec le système de communication privilégié par plusieurs investisseurs que sont les états financiers. Finalement, la troisième partie abordera les éléments fiscaux qui ont des incidences directes sur la solvabilité et la

rentabilité de l'entreprise comme les impôts sur le revenu, les contributions sociales liées au statut d'employeur et les taxes de vente.

Sommaire du contenu

Dans la première partie du cours, les étudiants acquerront les connaissances en comptabilité de gestion qui leur permettront de construire leurs propres modèles comptables et de répondre aux questions suivantes : quel est le niveau d'encaisse requis pour le démarrage et le début de la commercialisation de l'entreprise, quel est le véritable prix de revient du produit, du service, en fonction du modèle d'affaires retenu, quel est le prix de vente, quel est le seuil de rentabilité, est-il préférable de conserver ou d'impartir une partie des opérations, vaut-il mieux louer ou acheter et autres et autres. Ensuite, ils acquerront les connaissances en comptabilité financière qui leur permettront de comprendre et de discuter des états financiers normalisés (CPA Canada) de leur entreprise. Suivra l'acquisition de connaissances de base en fiscalité liées à l'exploitation comme telle d'une entreprise comme les taxes de vente, les contributions liées au paiement de salaires ainsi que les impôts sur le revenu.

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 08/12/20, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2020