

Certificat de perfectionnement en gestion

Téléphone : 514 987-8333
514 987-0388 (Laval)
514 987-7002 (Lanaudière)
514 987-3063 (Longueuil)

Courriel : cert.perfectionnement@uqam.ca
cert.perfectionnement.laval@uqam.ca (Laval)
lanaudiere@uqam.ca (Lanaudière)
longueuil@uqam.ca (Longueuil)

Site Web : esg.uqam.ca/programmes/certificat-de-perfectionnement-en-gestion/

Code	Titre	Crédits
4548	Certificat de perfectionnement en gestion	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 Campus de Longueuil

PROTOCOLE D'ENTENTE

L'orientation en hôtellerie et restauration, offerte en collaboration avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, sera mentionnée sur le diplôme des étudiants concernés.

OBJECTIFS

Ce certificat vise à offrir aux étudiants adultes expérimentés une formation adaptée à leurs besoins d'apprentissage spécifiques, en permettant un choix de deux orientations parmi huit proposées.

Il vise à répondre à des besoins de perfectionnement de gestionnaires en entreprises. Il propose à l'étudiant une vision systémique du travail managérial. Il l'initie aux objectifs, langages et outils de la gestion et lui offre une vision globale des grandes fonctions de l'entreprise via les deux premiers cours d'introduction. Les cours de spécialisation et le projet d'intégration amènent ensuite le travailleur à parfaire ses compétences et habiletés dans le secteur de son choix.

L'objectif de ce programme est de former les étudiants afin qu'ils soient en mesure d'identifier les problèmes, qu'ils établissent un diagnostic et qu'ils préparent des solutions dans les domaines d'orientations qu'ils auront choisies.

Ayant choisi une orientation en fonction de ses activités professionnelles, le diplômé de ce programme devrait être en mesure de faire des liens avec son travail et d'y améliorer sa performance, en appliquant les différents concepts théoriques qu'il aura acquis dans son programme.

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 permettent de mieux planifier le cheminement. L'étudiant devrait remplir le formulaire «Demande d'approbation d'un cheminement permettant l'octroi de grade de bachelier-ère par cumul de certificats» le plus tôt possible afin de bénéficier de l'encadrement adéquat. Le 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 en français OU en réussissant le cours LIN1002 Connaissances de base en grammaire du français écrit (hors programme) (ou l'équivalent).

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.

Base DEC

Aucune admission sur cette base.

Base expérience

Être âgé d'au moins 23 ans et avoir occupé pendant au moins 3 ans un poste permettant l'acquisition d'une expérience pertinente en gestion d'entreprise.

Base études universitaires

Être âgé d'au moins 23 ans, détenir un diplôme d'études universitaires d'une université québécoise et avoir occupé pendant au moins 1 an un poste permettant l'acquisition d'une expérience pertinente en gestion d'entreprise. Une moyenne académique minimale peut être exigée.

Base études hors Québec

Aucune admission sur cette base.

Remarque pour toutes les bases d'admission

S'ils sont admissibles, les candidats refusés pour le certificat de perfectionnement en gestion seront admis au certificat en administration de services (4480).

Régime et durée des études

Le programme peut être suivi à temps complet ou à temps partiel.

COURS À SUIVRE

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

Les trois cours obligatoires suivants (douze crédits):

ESG4700 Projet de synthèse (6 cr.)

MGT2150 Management

SCO1250 Introduction aux sciences comptables

Une orientation principale (neuf crédits):

Au moins trois cours de la même orientation.

Une orientation secondaire (six crédits):

Deux cours choisis dans une autre orientation que la principale.

Un cours au choix (trois crédits):

Ce cours est choisi parmi les cours du programme ou d'autres cours pertinents à la formation de l'étudiant.

Les cours MGT2150 et SCO1250 doivent obligatoirement être suivis en début de programme à moins qu'ils n'aient déjà été réussis, auquel cas ils devront être remplacés par deux cours au choix. Au moment de la proposition d'un projet de synthèse, l'étudiant doit s'inscrire au cours ESG4700 pour être supervisé par l'enseignant désigné.

Orientations et cours du programme

1. Gestion des ressources humaines

ECO2431 Économie du marché du travail

ORH1163 Comportement organisationnel

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH1610 Fondements en organisation du travail

ORH1620 Administration des lois du travail

ORH1640 Fondements en évaluation des postes et en rémunération directe

ORH2130 Organisations: conflits et violences

ORH2162 Fondements du fonctionnement des groupes en entreprise

ORH3160 Leadership et supervision

ORH3610 Fondements en rémunération indirecte

ORH3620 Fondements en gestion de la sécurité/santé

ORH5435 Introduction à la convention collective

ORH5439 Introduction à la négociation collective

ORH5601 Gestion du rendement et de la performance organisationnelle

ORH5610 Gestion du changement

ORH6950 L'entrevue: outil de gestion

2. Entrepreneurship et financement de la PME

FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

FIN3500 Gestion financière

FIN5570 Analyse et évaluation financière d'entreprise

JUR1031 Introduction au droit des affaires

MGT3122 La gestion des PME

MGT3221 Accompagnement entrepreneurial : méthodes, habiletés et pratiques

MGT3226 Créer et manager en mode startup

MGT4122 Croissance d'une PME

MGT4123 Culture Entrepreneuriale

MKG5317 Marketing entrepreneurial

MKG5322 Gestion des ventes

MKG5330 Gestion des produits et services, et des nouveaux produits et services

SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable

3. Marketing, relations publiques

COM1065 Relations de presse

COM3121 Introduction aux relations publiques

MKG3300 Marketing

MKG5301 Recherche en marketing

MKG5305 Comportement du consommateur
 MKG5314 Circuits de distribution
 MKG5316 Le marketing dans l'industrie du sport
 MKG5321 Marketing international
 MKG5322 Gestion des ventes
 MKG5423 Gestion de la communication marketing intégrée
 MKG5330 Gestion des produits et services, et des nouveaux produits et services
 MKG3330 Introduction au marketing numérique
 MKG5340 Marketing de services
 MKG5392 Événements spéciaux et commandites en relations publiques
 MKG6300 Concours de la relève publicitaire
 MKG6301 Relève marketing

4. Environnement des affaires et stratégie

DSR2012 Responsabilité sociale des entreprises
 ou
 EUT1172 Développement durable et gestion
 ou
 ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises
 DSR5100 Stratégie de gestion
 DSR6101 Sujets contemporains en stratégie des organisations
 DSR6102 Direction générale
 DSR6200 Gouvernance et gestion des risques fiduciaires, sociaux, éthiques et environnementaux
 ECO1300 Analyse microéconomique
 ECO2400 Analyse macroéconomique
 ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
 JUR1031 Introduction au droit des affaires
 ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales
 MOS5140 Management au Québec
 MOS5210 Management et exploration : design, imagination et prospective
 MOS5220 Agir et pratiques managériales

5. Gestion internationale

DSR3120 Gestion internationale
 ou
 ECO3550 Relations économiques internationales
 DSR4700 Gestion internationale et cultures
 DSR6306 Séminaire sur les marchés des pays asiatiques
 DSR6307 Séminaire sur l'Union européenne
 DSR6310 Séminaire sur les marchés de l'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM)
 DSR6720 Aspects pratiques du commerce international
 FIN5580 Finance multinationale
 ou
 ECO6050 Finance internationale
 ESG6001 Simulation de l'Organisation mondiale du commerce
 ESG6200 Management et commerce international à New York: préparation
 ESG6210 Management et commerce international à New York: réalisation
 EUT6230 Gestion du développement durable: exploration internationale en pays nordiques (6 cr.)
 ESG6240 Simulation des Nations Unies
 MGT6221 Entrepreneurat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)
 JUR1043 Droit des transactions commerciales internationales
 MKG5321 Marketing international

6. Systèmes d'information de gestion

INF1256 Informatique pour les sciences de la gestion
 INF4211 Bases de données pour les organisations
 AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires
 AOT5332 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)
 AOT5120 Management, information et systèmes
 AOT5318 Conception et développement d'application Workflow
 AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride
 AOT5334 Implantation et configuration de progiciels de gestion intégrés (PGI)
 AOT5321 Systèmes décisionnels et intelligence d'affaires (B.I.)

7. Production et qualité

MAT2080 Méthodes statistiques

MGT3224 Introduction à la gestion de projet
 AOT4200 Introduction à la gestion des opérations
 AOT4310 Gestion des approvisionnements
 AOT4410 Planification et gestion des ressources
 AOT4510 Gestion des réseaux logistiques
 AOT4520 Diagnostic opérationnel
 AOT4540 Systèmes de management de la qualité

8. Hôtellerie et restauration

Cette orientation est offerte en collaboration avec l'Institut de tourisme et de l'hôtellerie du Québec (ITHQ)
 GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration
 GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier
 GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration
 GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement
 GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration
 GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire
 GHR6501 Gestion des congrès et des banquets
 ou tout autre cours choisi en accord avec la direction du programme, et en conformité avec l'orientation choisie.

ou toute combinaison de programmes courts, en accord avec la direction du programme.

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

Pour s'inscrire au cours ESG4700 Projet de synthèse, l'étudiant doit avoir réussi au moins les trois cours de l'orientation principale choisie.

DESCRIPTION DES COURS

AOT4200 Introduction à la gestion des opérations

Objectifs

À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Comprendre le rôle stratégique et les activités de la gestion des opérations Identifier et représenter les processus d'une organisation et déterminer les indicateurs qui permettent d'évaluer leur performance Distinguer le rôle et l'impact des technologies en gestion des opérations Identifier les facteurs qui favorisent une gestion efficiente et efficace des ressources Résoudre des problèmes concrets en gestion des opérations

Sommaire du contenu

La gestion des opérations (GO) joue un rôle fondamental dans le fonctionnement des organisations. Elle permet de concevoir, de gérer et d'améliorer l'ensemble des processus des organisations (et de leurs réseaux) afin de créer de la valeur pour les clients. La GO est une discipline concrète qui permet aux organisations de s'adapter aux besoins changeants d'un contexte économique turbulent et d'atteindre leurs objectifs. L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à comprendre les principaux concepts et méthodes en GO. Les thèmes suivants seront couverts : La GO dans les organisations et ses interrelations avec les autres disciplines L'impact de la GO sur la compétitivité, la productivité et l'agilité des organisations Les rôles et les responsabilités en GO L'analyse d'un système opérationnel et de ses processus La planification de la demande et la gestion des ressources La planification des opérations et la gestion logistique L'utilisation des technologies en GO L'amélioration de la performance des processus

Modalité d'enseignement

Apprentissage magistral. Possibilité de cours en mode hybride (5 séances en ligne).

AOT4310 Gestion des approvisionnements

Objectifs

À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Comprendre les activités nécessaires pour gérer des approvisionnements Identifier les besoins en approvisionnement de l'organisation Évaluer les options d'achat et les coûts associés Comprendre les mécanismes d'évaluation et de sélection des fournisseurs Identifier les aspects légaux et éthiques

associés à la gestion de l'approvisionnement Analyser des problèmes concrets en approvisionnement

Sommaire du contenu

L'objectif principal de ce cours est d'initier les étudiants aux principes de base de la gestion des approvisionnements. Ils seront sensibilisés aux défis et aux enjeux que rencontrent les organisations lorsqu'elles doivent gérer leur approvisionnement localement et à l'international. Les thèmes suivants seront couverts : Processus d'approvisionnement Planification des besoins et détermination des prix d'achat Gestion des coûts Évaluation et sélection des fournisseurs Aspects légaux et éthiques

Modalité d'enseignement

Apprentissage magistral et études de cas

AOT4410 Planification et gestion des ressources

Objectifs

À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Reconnaître les problématiques liées à la planification et à la gestion des ressources d'un système opérationnel. Identifier les contextes et les problématiques d'affaires reliés à la planification et à la gestion des ressources d'un système opérationnel. Distinguer et comprendre la complexité de ces décisions à l'intérieur de l'organisation. Comprendre et appliquer des méthodes de résolution spécifiques aux problématiques identifiées. Proposer des solutions appropriées aux problématiques identifiées.

Sommaire du contenu

L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à comprendre les problématiques connexes à la planification et à la gestion des systèmes opérationnels. Ils devront les relier à différents contextes d'affaires et discuter des enjeux. Ils seront amenés à comprendre et à appliquer les méthodes de planification et de gestion des systèmes opérationnels. Enfin, ils seront en mesure de les associer aux contextes et aux problématiques afin de proposer des solutions appropriées. Les thèmes suivants seront couverts : Les méthodes de gestion de la demande; Les méthodes de gestion des stocks; Les méthodes de gestion des files d'attente; Les méthodes de gestion de la capacité; Les méthodes de gestion des ressources

Modalité d'enseignement

Apprentissage magistral, utilisation d'études de cas et exercices en classe

Préalables académiques

AOT4200 Introduction à la gestion des opérations ou MET4200 Introduction à la gestion des opérations

AOT4510 Gestion des réseaux logistiques

Objectifs

À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Distinguer et comprendre les activités au sein des réseaux logistiques ainsi que leurs interrelations et leurs enjeux. Comprendre et démontrer l'importance de la gestion des réseaux logistiques pour les entreprises. Reconnaître diverses problématiques liées à la gestion de réseaux logistiques. Proposer des solutions appropriées aux problématiques de gestion de réseaux logistiques. Interpréter et évaluer les solutions proposées.

Sommaire du contenu

L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à reconnaître les activités et les parties prenantes des réseaux logistiques ainsi que leurs interrelations et leurs enjeux. Ils seront ensuite amenés à les relier à différents contextes d'affaires et à discuter des enjeux afférents. Les étudiants seront appelés à reconnaître et à résoudre les problématiques connexes à la gestion des réseaux logistiques. Finalement, ils seront amenés à proposer des solutions et à évaluer les avantages et les inconvénients. Les thèmes suivants seront couverts : La localisation L'entrepôt La distribution Le transport La conception et la gestion des réseaux logistiques

Compétences professionnelles en enseignement

Apprentissage magistral, utilisation d'études de cas et exercices en classe

Préalables académiques

AOT4200 Introduction à la gestion des opérations

AOT4520 Diagnostic opérationnel

Objectifs

À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Distinguer les défis du contexte de gestion de l'organisation Formaliser la stratégie opérationnelle d'une organisation et la traduire en plan d'opération Schématiser un système opérationnel et son réseau de processus Analyser les écarts de performance Appliquer une démarche rigoureuse de diagnostic opérationnel Émettre un diagnostic opérationnel

Sommaire du contenu

L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à émettre un diagnostic sur la performance des processus d'une organisation. Pour y arriver, ils devront formaliser la stratégie opérationnelle et le réseau de processus de l'organisation. Les étudiants devront détecter les écarts de performance par rapport aux objectifs visés par l'organisation et analyser les dysfonctionnements sous-jacents. Les étudiants appliqueront une démarche structurée et rigoureuse de diagnostic opérationnel. Les thèmes suivants seront couverts : L'identification des composantes d'une stratégie opérationnelle La schématisation d'un système opérationnel et de son réseau de processus L'analyse des parties prenantes L'identification des risques opérationnels L'analyse des écarts de performance La démarche de diagnostic opérationnel

Modalité d'enseignement

Le cours possède 5 séances en mode hybride

AOT4540 Systèmes de management de la qualité

Objectifs

À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Discuter des différentes interprétations du concept de « qualité » Identifier les enjeux stratégiques et reconnaître l'importance des systèmes et normes pour les organisations de différents secteurs d'activités Distinguer et comparer les différents systèmes de management et normes de la qualité Comprendre et mener un processus de réalisation des audits de systèmes de management Poursuivre une démarche de déploiement d'un système de management de la qualité en vue de l'obtention d'une certification reconnue

Sommaire du contenu

L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à distinguer les différents systèmes de management de la qualité (ex. ISO9001) et de normes de la qualité. Ils seront amenés à reconnaître l'importance de ces systèmes pour assurer le succès et la compétitivité des organisations. Les étudiants devront identifier les enjeux stratégiques, économiques, légaux, environnementaux et éthiques reliés à la mise en place des systèmes de management de qualité. Ils seront appelés à comparer et comprendre les interactions des différentes normes de qualité (et concepts connexes). Enfin, ils devront poursuivre une démarche réelle de déploiement d'un système de management de la qualité. Les thèmes suivants seront couverts : L'évolution et les enjeux des systèmes de management de qualité Les types de systèmes de management de la qualité et de normes de la qualité Les structures et les exigences de ces systèmes et de ces normes de la qualité Les démarches structurées menant à l'obtention de certifications d'organismes nationaux et internationaux reconnus

Modalité d'enseignement

Apprentissage magistral, utilisation d'études de cas et exercices en classe

Préalables académiques

AOT4200 Introduction à la gestion des opérations ou MET4200 Introduction à la gestion des opérations

AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires**Objectifs**

Les technologies de l'information jouent un rôle fondamental dans le fonctionnement des organisations. Ces technologies permettent d'acquérir, de stocker, de traiter, de contrôler et de communiquer des données et de l'information. Elles permettent également de coordonner et de soutenir les activités et les opérations d'une organisation, tant internes qu'externes, ainsi que de soutenir les gestionnaires dans leurs prises de décisions. De plus, les technologies de l'information peuvent être des vecteurs de développement, de croissance, d'innovation et de transformation importants pour les organisations. Ce cours permettra à l'étudiant de :

1. Connaître le vocabulaire et concepts de base liés aux technologies de l'information;
2. Expliquer le fonctionnement des principales technologies de l'information et leurs composantes;
3. Comprendre le rôle que jouent les technologies de l'information dans l'organisation;
4. Développer des compétences clés liées au développement et à l'utilisation de logiciels clés en gestion (p. ex., tableur et système de gestion de base de données);
5. Décrire différents métiers rattachés aux technologies de l'information et établir des relations entre ces métiers et les éléments du cours.

Sommaire du contenu

Ce cours aborde les principaux concepts liés aux technologies de l'information ainsi que leurs rôles au sein des organisations. Pour ce faire, les thèmes suivants sont abordés: 1. Rôle des technologies de l'information au sein de l'organisation 2. Composantes matérielles et logicielles des technologies de l'information 3. Conception, développement et utilisation d'une base de données 4. Conception, développement et utilisation d'un tableur 5. L'intelligence et l'analytique d'affaires 6. Métiers liés aux technologies de l'information De plus, plusieurs séances de laboratoire sont prévues afin de stimuler l'apprentissage par la pratique et d'initier l'étudiant au développement et à l'utilisation de logiciels clés en gestion

Modalité d'enseignement

Approches pédagogiques : Exposé magistral, étude de cas et laboratoire pratique Méthodes d'évaluation : Travail pratique, exposé oral, quiz et examen

AOT5120 Management, information et systèmes**Objectifs**

L'objectif général du cours est l'acquisition de compétences reliées à la gestion et à l'amélioration de la performance de processus, en mettant au centre de l'analyse la ressource information, les systèmes d'information informatisés (SII) et les technologies de l'information et des communications (TIC). Les étudiants vont progressivement acquérir des connaissances théoriques et pratiques (modèles, méthodes, méthodologies, outils et techniques) abordant les domaines de l'analyse, de la modélisation et de la conception des processus et de ses activités, ainsi que l'analyse, la modélisation et le développement des SII/TIC qui les supportent.

Sommaire du contenu

Les contenus suivants seront abordés : les principes fondamentaux des SII/TIC, les typologies des différents systèmes, les principales étapes d'un projet d'amélioration de la performance de processus à l'aide des SII/TIC. Le cours est également structuré autour de l'apprentissage de modèles, méthodes, méthodologies, de techniques et d'outils de gestion, qui seront mis en pratique par les étudiants dans le cadre de la réalisation d'un travail de session. Le matériel de cours sera augmenté d'une veille technologique qui suit l'évolution du marché. Les tendances de fond ayant un impact à long terme sur l'amélioration des processus telles que les blockchains, l'infonuagique ou l'informatique durable feront l'objet d'une étude plus approfondie. Enfin, aux séances de cours en classe s'ajoutent des séances de monitorat pour apprendre à utiliser certains logiciels de modélisation et pour perfectionner les techniques de modélisation.

Préalables académiques

AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires

AOT5318 Conception et développement d'application Workflow**Objectifs**

L'objectif général de ce cours est l'acquisition de compétences reliées à la conception et au développement d'une application Workflow, en mettant l'accent sur les pratiques de gestion des processus d'affaires (Business Process Management). Les étudiants vont progressivement acquérir des connaissances théoriques et pratiques organisées dans les domaines de la modélisation BPMN, de la modélisation des données, de la conception de scénario et des cas d'utilisation ainsi que de conception d'interfaces.

Sommaire du contenu

Les contenus suivants seront abordés : la modélisation d'un processus selon la notation BPMN, la conception de modèle de données orientée objet, la création de formulaire pour concevoir l'interface Web, l'extraction des règles d'affaires, l'allocation des tâches à des personnes, l'intégration à des systèmes externes et le déploiement du processus en production. Le cours est également structuré autour de l'apprentissage d'un BPMS (Business Process Management System) qui vise à maîtriser les délais et les coûts d'exécution des tâches d'un processus informationnel en y intégrant le maximum de dispositifs automatisés remplaçant les tâches manuels. Aux séances de cours en classe s'ajoutent des séances de laboratoire pour apprendre à utiliser certains logiciels spécifiques aux objectifs du cours. Un projet de session intégrateur permettra aux étudiants de mettre en pratiques les différents contenus pédagogiques.

Modalité d'enseignement

Le cours se déroulera en séance de classe standard et comportera des séances de type laboratoire lors desquelles les étudiants travailleront en groupes restreints sur des problématiques de conception et de développement et bénéficieront d'un encadrement soutenu et personnalisé de l'enseignant.

Préalables académiques

AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires ou MET1330 Introduction aux technologies d'affaires ou AOT5215 Management, Information et Systèmes en tourisme ou MET5215 Management, Information et Systèmes en tourisme

AOT5321 Systèmes décisionnels et intelligence d'affaires (B.I.)

L'objectif de ce cours est d'approfondir des méthodes et des technologies de prise de décisions. Parmi celles-ci, on retrouve les Systèmes interactifs d'aide à la décision (SIAD), les Systèmes intelligents d'affaires (BIS), les systèmes experts comme systèmes d'aide à la décision mais aussi les systèmes à base de connaissance. Une attention particulière sera portée sur les tableaux de bords comme outils d'évaluation de la performance stratégique. Ces tableaux de bord utilisent de plus en plus souvent des entrepôts des données, des traitements analytiques en ligne (de type OLAP) et du «forage» de données (data mining). Le tout est présenté dans une optique de l'entreprise électronique (e-business) avec une proposition d'un modèle de «e-business intelligent».

Préalables académiques

AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires ou MET1330 Introduction aux technologies d'affaires

AOT5332 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)**Objectifs**

Le cours a comme objectif d'initier l'étudiant aux rôles que jouent les différents progiciels de gestion intégrés (PGI). Plus précisément, ce cours permettra à l'étudiant : (1) de connaître le portfolio de PGIs disponibles sur le marché permettant de soutenir les activités de l'entreprise; (2) de connaître les fonctionnalités particulières offertes par chacun de ces progiciels; et (3) d'utiliser le progiciel ERP de SAP, le leader mondial de solutions d'affaires intégrées.

Sommaire du contenu

Pour soutenir les activités de l'entreprise, seront abordés dans ce cours les familles de progiciels suivantes: - L'Enterprise Resource planning (ERP) - Les progiciels soutenant les activités d'approvisionnement de l'entreprise - Les progiciels soutenant la gestion de la relation client

(CRM) - Les progiciels soutenant la gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM, MES, SCP, etc.) - Les progiciels soutenant la gestion du cycle de vie produit (PDM, CAD/CAM, etc.) - Les progiciels soutenant l'intelligence d'affaires (BI)

Modalité d'enseignement

6 séances de laboratoires d'une durée de 2 heures chacune

AOT5334 Implantation et configuration de progiciels de gestion intégrés (PGI)

Objectifs

Le cours a comme objectif : (1) de familiariser l'étudiant à différentes méthodologies pouvant être adoptées par l'entreprise pour soutenir l'implantation d'un PGI; et (2) d'initier l'étudiant à la configuration du ERP de SAP, le leader mondial de solutions d'affaires intégrées.

Sommaire du contenu

Pour soutenir le processus d'implantation et de configuration d'un PGI au sein d'une entreprise, ce cours abordera les sujets suivants: - La méthodologie d'implantation de Tomas - La méthodologie d'implantation Accelerated SAP - Les concepts clés rattachés à la configuration du progiciel ERP de SAP

Modalité d'enseignement

Ce cours comporte 6 séances de laboratoire (2 heures par séance)

Préalables académiques

AOT5332 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI) ou MET4902 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)

AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride

Objectifs

L'objectif général du cours est l'acquisition de compétences reliées à la collaboration efficace en équipe peu importe le lieu. Les étudiantes et étudiants vont progressivement acquérir des connaissances théoriques et pratiques (méthodes, outils et techniques) abordant les domaines de la coordination, de la coopération et de la collaboration en ligne en mode synchrone ou asynchrone.

Sommaire du contenu

Les contenus suivants seront abordés : le mode de travail hybride, le travail en ligne en mode synchrone et asynchrone ; la collaboration efficace à distance ; la mise en place d'une routine de travail en ligne ; l'équilibre travail/famille ; les présentations en vidéoconférence; le partage et la gestion de connaissances en ligne ; la gestion des équipes à distance ; l'animation de discussions en ligne ; la concentration en ligne ; l'utilisation efficace des outils de gestion et de coordination de tâches ; la co-rédaction en ligne sur une plateforme wiki; l'évaluation des technologies adéquates pour soutenir le travail en ligne ; la reconnaissance des biais induits par la collaboration ligne ; l'harmonisation entre équipes présentiels et équipes virtuelles.

COM1065 Relations de presse

Identification des enjeux de communication dans une organisation. Développement des stratégies et des relations de presse. Maîtrise des techniques en matière de relations de presse. Étude des possibilités et des limites, des forces et des faiblesses de tous les médias. Évaluations stratégiques, en mettant en relation le dispositif de production, les types de messages et le public visé. Dégager une sensibilité particulière aux réactions positives et négatives du public visé et du public non visé. Connaissance adéquate de la culture médiatique globale, des médias, et des acceptations et résistances des divers publics aux messages.

COM3121 Introduction aux relations publiques

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à identifier les diverses dimensions humaines et organisationnelles (généralement appréhendées par la psychosociologie, l'anthropologie des sociétés contemporaines, et autres sciences humaines) les paradigmes et les pratiques propres à la profession de relationniste. Études du fonctionnement des interactions dynamiques des facteurs humains impliqués dans la pratique des relations publiques tant à l'intérieur des

organisations qu'entre celles-ci et leur environnement. Histoire comparée des différentes conceptions et pratiques des relations publiques en Occident et, plus particulièrement, en Amérique du Nord, en insistant sur les différentes conceptions et pratiques que le Québec a connues et qu'il pourrait développer dans un proche avenir.

DSR2012 Responsabilité sociale des entreprises

Objectifs

Ce cours permettra aux étudiantes et étudiants de : se familiariser avec les Objectifs de développement durable (ODD) ; comprendre pourquoi il est essentiel de protéger les ressources naturelles dans un contexte de limites planétaires, de même que de maintenir la biodiversité et l'équilibre écologique des écosystèmes ; argumenter au sujet de la pertinence de la RSE pour renforcer la réputation d'une entreprise, réduire ses risques, attirer des investissements et soutenir sa réussite à long terme ; mobiliser des concepts et outils pour évaluer et améliorer la performance sociale et environnementale d'une organisation, tels que l'analyse du cycle de vie, la comptabilité écosystémique, l'économie circulaire et la justice environnementale ; expliquer les rapports de l'entreprise avec ses parties prenantes et les communautés, à l'aide de concepts tels que la légitimité, l'acceptabilité sociale, la performance sociale, l'inclusion et la diversité ; discuter de manière critique et nuancée de la gouvernance à toutes ses échelles ; examiner le rôle de la réglementation publique, de la multiplication des normes privées, des initiatives de reddition de comptes ESG, de l'influence de la finance responsable et des appels à l'équité fiscale ; évaluer des stratégies et pratiques organisationnelles, de même que recommander des moyens de mise en œuvre de la RSE ; analyser des cas, des controverses et des enjeux de société qui marquent leur époque, par exemple l'empreinte du numérique, l'éthique de l'IA, la reddition de comptes des algorithmes et la transparence des jeux de données.

Sommaire du contenu

Ce cours initie les étudiantes et étudiants aux fondements de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et des organisations (RSO), en mettant l'accent sur leur rôle dans la transition vers une société durable. En tant que cadre d'action organisationnel, la RSE offre aux entreprises et aux organisations un moyen concret de contribuer activement au projet de société qu'incarne le développement durable. Le cours explore les théories, méthodes et concepts clés liés à la RSE et à la durabilité, dont les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).

Modalité d'enseignement

Selon les groupes-cours les modalités pourront être soit en présentiel, soit en ligne en synchrone ou asynchrone, soit en hybride, soit en co-modal.

DSR3120 Gestion internationale

Le cours vise à familiariser l'étudiant avec les possibilités d'action commerciale sur les marchés extérieurs et à l'aider à prendre conscience de l'importance du commerce international pour l'économie du Canada et du Québec. De plus à la fin du cours, l'étudiant devra être en mesure de faire un diagnostic quant à l'opportunité et la capacité d'une P.M.E. québécoise de se lancer sur les marchés internationaux et de comprendre les « grandes » questions de l'économie contemporaine. Historique de la gestion internationale. Examen de l'environnement international: politique, économique. Les organisations internationales à caractère commercial. Politiques monétaires internationales. Les études des marchés extérieurs. Choix de canaux de distribution. Les transactions financières. L'entreprise multinationale. Méthodes d'investissement.

DSR4700 Gestion internationale et cultures

L'objectif essentiel de ce cours est de faire prendre conscience à l'étudiant des dimensions technologiques, sociologiques, politiques, idéologiques, religieuses et historiques qui affectent les pratiques managériales dans différents pays. Le cours porte non seulement sur les dimensions culturelles et nationales qui différencient les groupes humains dans leur comportement, mais surtout sur les conséquences dans le management des individus et la gestion des affaires. Le cours vise à réaliser la relativité des principes de gestion souvent présentés

comme universels, et à faire comprendre comment chaque pays génère des philosophies et des stratégies managériales qui lui sont propres et pourquoi ces différences constituent l'un des aspects de la gestion à l'étranger.

DSR5100 Stratégie de gestion

Initier les participants à l'une des responsabilités des plus importantes et des plus complexes de la haute direction des entreprises: l'élaboration d'une stratégie et l'implantation des politiques administratives. Développer les capacités et habiletés d'analyse, de synthèse et de prise de décision des participants. Intégrer les concepts nombreux et variés abordés lors des cours préalables et établir entre eux des liens de dynamisme et d'équilibre. Principaux concepts et éléments du domaine stratégique: le rôle du dirigeant; son processus de décision; prospective et analyse de l'environnement; éléments de dynamique concurrentielle; le système de valeurs des dirigeants; la stratégie et la structure; intégration des éléments stratégiques: concept de synergie; synthèse de l'analyse stratégique.

Préalables académiques

FIN3500 Gestion financière ou FIN3505 Finances et relations publiques ou SCO3003 Comptabilité et décisions financières I; MET1110 Organisation, gestion et système d'information ou MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ou MET2150 Management ou MGT2150 Management ou AOT1110 Organisation, gestion et système d'information

DSR6101 Sujets contemporains en stratégie des organisations

Objectifs

Le cours permet à l'étudiant de se familiariser avec les aspects organisationnels, managériaux, concurrentiels et de gouvernance en lien avec la stratégie et de les initier à leur utilisation dans des situations concrètes de gestion stratégique. Au final, le cours développera chez l'étudiant les connaissances nécessaires pour comprendre les enjeux stratégiques contemporains de l'entreprise. Le second objectif du cours est de sensibiliser les étudiants aux questions soulevées par ces modèles et de les intéresser aux grands débats qui animent le domaine. À l'issue de ce cours, l'étudiant devrait plus particulièrement être en mesure de :

1. Comprendre les différents champs et théories en lien avec la stratégie
2. Mettre en œuvre des outils d'analyse en lien avec les enjeux mentionnés ci-dessus
3. Identifier précisément la nature des environnements considérés ainsi que les règles du jeu qui y sont attachés
4. Appliquer l'ensemble des apprentissages à des cas réels, soit par des projets ou des cas pédagogiques
5. Établir un diagnostic interne (l'analyse des ressources et compétences, de la chaîne de valeur, des capacités dynamiques, des avantages concurrentiels)
6. Évaluer les options internes et externes de croissance
7. Évaluer la performance de l'entreprise à travers plusieurs optiques et outils

Sommaire du contenu

Le cours est construit autour de quatre blocs de séances et 4 intervenants. Dans la première partie du cours, l'étudiant est exposé aux développements récents dans l'univers de la veille stratégique dans un contexte de marchés turbulents et de la recherche de façons novatrices d'aborder cet enjeu du point de vue de la stratégie. Le second bloc met en lumière le rôle des ressources et compétences et de l'avantage concurrentiel comme contribution à la stratégie. Dans le troisième bloc, les concepts de modèle d'affaires, de stratégies de croissance, l'innovation, la recherche de flexibilité et la réalité de la stratégie à l'ère d'internet sont abordés. Le quatrième bloc de séances aborde des questions tournées vers la gouvernance d'entreprise et les différentes parties prenantes et la performance.

Modalité d'enseignement

Diverses méthodes pédagogiques seront utilisées dans le cadre de cours, avec une attention particulière accordée aux enjeux pratiques : exposés magistraux, cas pédagogiques décisionnels (méthode des cas, discussions en classe, des mises en situation (mini-cas), exercices d'application et travail en équipe. Un quiz (via l'application Socrative) contenant des exercices, des exemples et des questionnements sera utilisé pour permettre aux étudiants d'appliquer leurs connaissances et

de vérifier leur compréhension. Le cours portera une attention particulière aux enjeux pratiques faisant appel à une série d'outils pédagogiques : des cas pratiques (méthode des cas), des mises en situation (mini-cas), des jeux de rôle/simulations et des exercices en classe.

Conditions d'accès

Avoir complété 30 crédits en sciences de la gestion.

Préalables académiques

DSR5100 Stratégie de gestion

DSR6102 Direction générale

Ce cours d'intégration fournit un cadre unique permettant d'opérationnaliser le processus de planification stratégique, d'exercer la prise de décisions complexes en situation de stress, de confronter l'étudiant aux impacts de ses décisions stratégiques, ainsi que de comprendre les interactions fonctionnelles et humaines dans un contexte d'incertitude et de concurrence. Ces objectifs sont réalisés au travers de cours magistraux, complétés d'exercices, ainsi que d'une simulation d'entreprise dans laquelle les étudiants s'investissent totalement pendant trois jours intensifs. Les étudiants se divisent en équipes et gèrent une entreprise durant une période simulée d'environ trois ans. Ils doivent élaborer une stratégie, la mettre en œuvre et la réviser à la lumière des résultats atteints. Le cours nécessite des connaissances en comptabilité, en finance, en statistiques et naturellement en stratégie. Il suppose que l'étudiant connaît l'utilisation d'un tableur, d'un logiciel simple en statistiques et d'un logiciel de présentation.

Conditions d'accès

Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration.

Préalables académiques

DSR5100 Stratégie de gestion

DSR6200 Gouvernance et gestion des risques fiduciaires, sociaux, éthiques et environnementaux

Ce cours vise à connaître et à comprendre les fondements de la gouvernance des entreprises en tenant compte de la diversité des modes d'organisation qu'elles peuvent adopter. Le cours vise à comprendre les principes et les fondements théoriques de la gouvernance des entreprises et de la gestion des risques fiduciaires, légaux, éthiques, sociaux et environnementaux qui y sont associés. Il vise à connaître les moyens, méthodes et outils pour évaluer et rendre compte de la performance environnementale, sociale et de gouvernance (ESG) d'une entreprise. Le cours vise aussi à comprendre l'interaction entre les entreprises non financières et les institutions financières.

Préalables académiques

JUR1031 Introduction au droit des affaires

DSR6306 Séminaire sur les marchés des pays asiatiques

Depuis quelques années, l'Extrême-Orient enregistre un remarquable taux de croissance économique. Ainsi, le poids de la région dans l'économie mondiale équivaut aujourd'hui à celui de l'Amérique du Nord. Les futurs gestionnaires québécois ne peuvent plus ignorer ce développement et doivent s'y adapter. Le séminaire traitera des caractéristiques économiques et culturelles de la région. On y étudiera les variables et la dynamique sous-jacente qui animent la performance économique des tigres asiatiques, du Japon et de la Chine. Dans le cadre de leurs travaux, les étudiants seront appelés à analyser le contexte des affaires dans les pays asiatiques et de proposer des stratégies de pénétration de ces marchés par les entreprises québécoises.

Préalables académiques

DSR3121 Gestion internationale ou DSR4701 Gestion internationale et cultures ou MKG5321 Marketing international ou ECO3550 Relations économiques internationales ou ECO6060 Commerce international

DSR6307 Séminaire sur l'Union européenne

L'établissement d'un marché européen unique constitue un nouveau défi pour les entreprises québécoises. Ce séminaire a pour objectif de sensibiliser les étudiants des sciences administratives aux opportunités et aux menaces résultant de l'Europe 1992. Étude des aspects commerciaux du traité de Rome et de l'Acte unique européen. Examen des stratégies de pénétration possibles pour les entreprises québécoises.

Préalables académiques

DSR3121 Gestion internationale ou DSR4701 Gestion internationale et cultures ou MKG5321 Marketing international ou ECO3550 Relations économiques internationales ou ECO6060 Commerce international

DSR6310 Séminaire sur les marchés de l'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM)**Objectifs**

Familiariser les étudiants de l'ESG-UQAM avec le traité de libre-échange nord-américain (ACEUM) qui compte pour plus de 20 % du Produit mondial brut et comprend près d'un demi-milliard de consommateurs/consommatrices. Cette zone est de loin la première destination des exportations québécoises et canadiennes ainsi que la principale source de nos importations. Au terme de ce cours, les étudiants seront en mesure : D'identifier les avantages comparatifs du Canada, du Québec, des États-Unis et du Mexique; De comprendre et d'interpréter les motivations et les objectifs de chaque pays signataire de l'ACEUM; D'analyser les forces et les faiblesses des entreprises québécoises et canadiennes face à la concurrence des firmes américaines et mexicaines.

Sommaire du contenu

Analyse de l'Accord de libre-échange nord-américain (l'ACEUM) signé le premier juillet 2020, entre le gouvernement du Canada, le gouvernement des États-Unis et le gouvernement du Mexique; Le poids de l'économie et du marché nord-américain dans l'économie mondiale; Rappel des origines et de l'histoire de l'ACEUM (ALE-1989, ALÉNA 1994); Les objectifs et les motivations de chaque pays signataire de l'ACEUM; Les avantages comparatifs du Canada, du Québec, des États-Unis et du Mexique; Les réalisations -vs- les objectifs fixés de l'ALÉNA (1995-2020); Les attentes et les perspectives pour la période 2020-2035; Les forces et les faiblesses des entreprises québécoises et canadiennes face à la concurrence des firmes américaines et mexicaines; Identification des secteurs porteurs et sélection des stratégies de pénétration des marchés américain et/ou mexicain.

Modalité d'enseignement

Le cours est basé sur des simulations et sur la lecture d'articles de la Harvard Business School. Ainsi, la maîtrise de l'anglais à un niveau intermédiaire est essentielle.

Préalables académiques

DSR3121 Gestion internationale ou DSR4701 Gestion internationale et cultures ou ECO3550 Relations économiques internationales ou ECO6060 Commerce international ou MKG3300 Marketing.

DSR6720 Aspects pratiques du commerce international

Ce cours a pour objectif de familiariser l'étudiant avec les aspects pratiques et opérationnels du commerce international (export-import): logistique du transport, douanes, contrats commerciaux, moyens de paiement, etc. Ce cours traite des aspects pratiques commerciaux, financiers et administratifs du commerce international. Il est dispensé sous forme de conférences thématiques dirigées par des praticiens. Les sujets suivants sont abordés: l'exportateur face aux marchés extérieurs, les sources d'information publiques et privées, l'étude et la sélection des marchés extérieurs, les choix des intermédiaires et des canaux de distribution, le transport et la logistique, le financement et les moyens de paiement, les contrats commerciaux internationaux. Finalement, le projet de recherche permettra d'appliquer sur le terrain les connaissances acquises.

ECO1300 Analyse microéconomique

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de prendre conscience de la complexité de l'environnement microéconomique dans lequel les individus, les ménages et les entreprises évoluent, de connaître les mécanismes par lesquels les variables économiques influencent leurs décisions et enfin, de les familiariser avec les aspects théoriques, institutionnels et politiques de l'analyse microéconomique appliquée à l'économie internationale. À la suite de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de comprendre les principes de l'allocation des ressources dans les économies de marché et d'appliquer ces connaissances à la résolution de problèmes spécifiques à l'économie de l'entreprise, à l'économie industrielle et au commerce international. Rareté, allocation des ressources et coût de renonciation. Comportement des consommateurs et demandes de biens. La production, les rendements d'échelle et le progrès technologique. Coûts de production et position concurrentielle des entreprises. Analyse des marchés concurrentiels, monopolistiques et oligopolistiques. Interventions gouvernementales et réglementation des entreprises. Marché du travail. Externalités et analyse économique de la protection de l'environnement. Sources des avantages comparatifs et des gains de l'échange. Commerce international et politiques commerciales (droits de douane, quotas, subventions). Accords commerciaux multilatéraux: zones de libre-échange et unions économiques. La politique industrielle dans l'environnement international.

Modalité d'enseignement

Cours avec séances de travaux pratiques.

ECO2400 Analyse macroéconomique

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de prendre conscience de la complexité de l'environnement macroéconomique dans lequel les individus, les ménages et les entreprises évoluent, de connaître les mécanismes par lesquels les variables économiques influencent leurs décisions et enfin, de les familiariser avec les aspects théoriques, institutionnels et politiques de l'analyse macroéconomique appliquée à l'économie internationale. À la suite de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de comprendre les principales théories qui permettent d'expliquer l'évolution de la production, de l'emploi, des prix, des taux d'intérêt et des taux de change et d'en percevoir les implications relativement au rôle des autorités de la politique économique. Les grandes questions de la macroéconomie: chômage, inflation, croissance et cycles économiques. Faits stylisés de l'économie canadienne: consommation des ménages, investissements des entreprises, dépenses gouvernementales et flux internationaux de biens et services et de capitaux. La monnaie, le crédit et la détermination des taux d'intérêt. Les marchés financiers internationaux. La balance des paiements, les régimes de taux de change et le financement du commerce extérieur. Conduite de la politique monétaire au Canada. Déficits budgétaires des gouvernements et évolution de la dette publique. Le chômage, l'inflation et les politiques de stabilisation dans le contexte de l'économie mondiale. La croissance économique au Canada et dans le monde. Les prévisions économiques et l'analyse conjoncturelle.

Modalité d'enseignement

Cours avec séances de travaux pratiques.

ECO2431 Économie du marché du travail

Étude des institutions et du fonctionnement des marchés du travail. La main-d'œuvre: évolution démographique, taux de participation. La demande de travail. Segmentation des marchés du travail. La détermination des salaires; structures de salaire selon l'industrie, la profession et la localisation géographique. Problèmes cycliques de l'emploi; chômage frictionnel, structurel, saisonnier; pénuries de main-d'œuvre. Influence de politiques gouvernementales du soutien du revenu telles que salaire minimum, assurance chômage; influence des politiques de main-d'œuvre.

ECO3550 Relations économiques internationales

Ce cours a pour objectif d'amener l'étudiant à approfondir ses connaissances des aspects théoriques, institutionnels et politiques du fonctionnement des marchés internationaux des biens et services et de la mobilité internationale des travailleurs et des capitaux. Origines et

destinations des mouvements internationaux des biens et services. Principales théories explicatives de la structure du commerce mondial. Impact du commerce international sur la croissance, le niveau de vie, le développement et la répartition de la richesse. Instruments et conduite de la politique commerciale: protection tarifaire et non tarifaire, droits compensatoires. Rôle des institutions internationales dans le développement des marchés commerciaux. Élimination progressive des obstacles aux échanges internationaux: multilatéralisme et accords régionaux. Les expériences de l'Union Européenne et de l'Accord de libre-échange nord-américain. Mobilité internationale du capital et du travail: firmes multinationales et fuite des cerveaux. Le commerce international et les normes relatives au travail et à la protection de l'environnement. Balance des paiements, régimes de taux de change et système monétaire international.

Modalité d'enseignement

La démarche pédagogique s'appuie sur des études de cas choisis en fonction de leur pertinence relativement aux objectifs du cours. Les concepts et les éléments de théorie sont présentés dans le but de fournir aux étudiants les outils nécessaires à l'analyse des cas qui leur sont soumis.

Préalables académiques

ECO1013 Microéconomie I ou ECO1055 Éléments d'économie contemporaine ou ECO1301 Analyse microéconomique

ECO6050 Finance internationale

Objectifs

Ce cours a pour but de familiariser l'étudiant avec les implications financières des relations économiques internationales ainsi que de comprendre les avantages et les désavantages des différents régimes de taux de change, en plus de l'histoire du système monétaire international courant.

Sommaire du contenu

Ce cours traitera des sujets suivants : Balance des paiements : définition, signification, situation actuelle, problèmes liés à sa structure et à son évolution; Mécanismes d'ajustement à des déséquilibres et régime de taux de change; Financement des transactions internationales et mouvements de capitaux; Mécanismes de dépendance des économies ouvertes; Problématique de l'endettement international; Facteurs qui déterminent le taux de change à court et à long terme; Interactions entre le taux de change et l'économie réelle; Système monétaire international et ses institutions.

Préalables académiques

ECO2023 Macroéconomie II ou ECO3401 Monnaie et institutions financières

ESG4700 Projet de synthèse

L'objectif principal de ce cours est de permettre à l'étudiant d'apprécier dans quelle mesure la formation reçue dans le cadre du certificat de perfectionnement en gestion lui a permis d'améliorer ses compétences et d'être plus efficace au sein de son entreprise ou d'améliorer la performance de cette dernière. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure d'appliquer les connaissances acquises à un projet et d'intégrer ces connaissances en un rapport cohérent. Le contenu précis de ce cours varie en fonction du besoin de chaque étudiant: réalisation d'un projet de synthèse par l'intégration des connaissances cumulées et l'application aux besoins d'une entreprise, soit pour rétablir une situation dans l'entreprise, pour lancer un nouveau produit, pour attaquer un marché étranger, etc..., selon les besoins identifiés au premier cours.

ESG5200 Jeux du commerce: volet académique

Sommaire du contenu

Ce cours a pour but de préparer la délégation annuelle de l'ESG UQAM qui participera à la compétition académique des Jeux du commerce. À l'aide de cas dans les différentes disciplines touchées par les Jeux du commerce, ce cours vise à : exposer les étudiants aux situations et aux problèmes concrets que comporte la gestion d'une entreprise; aider l'étudiant à développer une méthode adéquate d'analyse des

situations problématiques tout en réactivant les notions théoriques pertinentes acquises au cours de leurs études. Plus spécifiquement, l'étudiant devrait être en mesure de développer diverses habiletés et compétences professionnelles et personnelles, notamment : déterminer le mandat ou la tâche à accomplir, identifier les problèmes ou questions relevant de la gestion ou de disciplines connexes auxquelles le client ou l'entreprise est confronté; exercer son jugement en distinguant les problèmes importants de ceux qui ne le sont pas et en évaluant la pertinence des informations fournies; préparer un plan d'intervention intégrant les problèmes entre eux et les classer par ordre de priorité selon leur importance ou l'urgence; préparer un schéma d'analyse des problèmes, l'analyse faisant normalement appel à la connaissance de plus d'une matière; appliquer ses connaissances à la solution des problèmes en tenant compte du contexte de son intervention; analyser les problèmes aussi bien qualitativement que quantitativement; parvenir à des conclusions logiques et formuler des recommandations réalistes; communiquer les résultats de son travail au moyen d'une présentation claire, logique et cohérente; accomplir un travail efficace malgré la pression (temps restreint) et les données peu structurées, le tout au sein d'une équipe fonctionnelle et dans le cadre global d'une délégation.

Conditions d'accès

Ce cours est soumis à un processus de sélection.

ESG6001 Simulation de l'Organisation mondiale du commerce

Objectifs

La Simulation de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) est une compétition interuniversitaire réunissant les délégations d'une dizaine d'établissements du Québec et de l'international. Tout en représentant les intérêts d'un pays membre, les participants ont l'occasion d'y mettre en pratique leurs talents de négociateurs et d'orateurs. Le cours permet de : Négocier en groupe de manière efficace ; Développer son sens de l'initiative ; Développer son leadership et son esprit d'équipe ; S'exprimer publiquement ; Maîtriser la communication orale spontanée ; Développer ses aptitudes pour mener une recherche spécifique approfondie ; Approfondir ses connaissances quant aux politiques commerciales étrangères et les textes de loi associés.

Sommaire du contenu

La compétition des marchés, le libre-échange, le protectionnisme, la technologie, la propriété intellectuelle, ainsi que le développement durable figurent parmi les sujets abordés au cours de la simulation.

ESG6200 Management et commerce international à New York: préparation

Objectifs

Ce cours a pour objet de préparer les étudiants à mieux s'insérer dans le monde du travail tant québécois qu'étranger en leur permettant d'exécuter, grâce à un encadrement pédagogique soutenu, des travaux pratiques demandant l'application de techniques de gestion acquises en cours de formation universitaire. Ce cours donne l'occasion à l'étudiant de synthétiser plusieurs connaissances acquises, de décider des techniques les plus efficaces et de tester ces techniques dans des situations réelles auprès d'entreprises canadiennes ou étrangères. La double formation offerte, théorique et pratique, permet aux étudiants de consolider leurs acquis, de faire de nouveaux apprentissages et d'en assurer l'intégration.

Sommaire du contenu

Le cours se réalisera sur deux trimestres. Le premier trimestre (ESG6200) vise à préparer les étudiants en vue de la réalisation d'un mandat à New York pour une entreprise canadienne. Plus précisément, ce cours amène l'étudiant à obtenir un mandat d'une entreprise canadienne, à réaliser un audit de cette entreprise et à rédiger un rapport sectoriel ainsi qu'un plan d'action pour la réalisation du séjour à New York lors du deuxième trimestre (ESG6210). Au terme de ce séjour d'une durée de huit jours à New York, l'étudiant aura à produire un rapport de mandat qui sera présenté à l'entreprise ainsi qu'à l'enseignant. Ce rapport servira aussi de matière de base à une présentation orale afin de transmettre les apprentissages.

Modalité d'enseignement

Ce cours prévoit des séances d'encadrement en équipe. Inscription obligatoire au cours ESG6210 Management et commerce international à New York: réalisation (offert au trimestre d'hiver). Aucune note n'est accordée pour le cours ESG6200 Management et commerce international à New York: préparation. La note est accordée au terme du cours ESG6210 Management et commerce international à New York: réalisation, soit en avril.

Conditions d'accès

Avoir complété au moins 36 crédits en sciences de la gestion au moment de l'inscription.

ESG6210 Management et commerce international à New York: réalisation**Objectifs**

Ce cours a pour objet de préparer les étudiants à mieux s'insérer dans le monde du travail tant québécois qu'étranger en leur permettant d'exécuter, grâce à un encadrement pédagogique soutenu, des travaux pratiques demandant l'application de techniques de gestion acquises en cours de formation universitaire. Ce cours donne l'occasion à l'étudiant de synthétiser plusieurs connaissances acquises, de décider des techniques les plus efficaces et de tester ces techniques dans des situations réelles auprès d'entreprises canadiennes ou étrangères. La double formation offerte, théorique et pratique, permet aux étudiants de consolider leurs acquis, de faire de nouveaux apprentissages et d'en assurer l'intégration.

Sommaire du contenu

Le cours se réalisera sur deux trimestres. Le premier trimestre (ESG6200) vise à préparer les étudiants en vue de la réalisation d'un mandat à New York pour une entreprise canadienne. Plus précisément, ce cours amène l'étudiant à obtenir un mandat d'une entreprise canadienne, à réaliser un audit de cette entreprise et à rédiger un rapport sectoriel ainsi qu'un plan d'action pour la réalisation du séjour à New York lors du deuxième trimestre (ESG6210). Au terme de ce séjour d'une durée de huit jours à New York, l'étudiant aura à produire un rapport de mandat qui sera présenté à l'entreprise ainsi qu'à l'enseignant. Ce rapport servira aussi de matière de base à une présentation orale afin de transmettre les apprentissages.

Modalité d'enseignement

Ce cours prévoit des séances d'encadrement en équipe.

Préalables académiques

ESG6200 Management et commerce international à New York: préparation

ESG6240 Simulation des Nations Unies**Objectifs**

L'objectif de ce cours est d'acquérir une connaissance fonctionnelle des nations Unies et du travail de diplomate afin de participer à la conférence du « National Model United Nations », la plus grande simulation des Nations Unies de niveau universitaire.

Sommaire du contenu

L'activité comprend une série de conférences, cours, ateliers préparatoires soumis à un processus régulier d'évaluation de même que la participation active sur les lieux mêmes de l'édifice des Nations Unies dans le cadre des travaux et représentations pratiques.

Conditions d'accès

Obtenir l'autorisation de la direction de son programme et avoir un niveau d'anglais intermédiaire. Ce cours est soumis à un processus de sélection. Afin de s'inscrire au ESG6240 au trimestre d'hiver, l'étudiant doit avoir déposé un dossier de candidature (cv et lettre de motivation en anglais) et participé aux rencontres préliminaires et activités préparatoires au trimestre d'automne précédent.

EUT1172 Développement durable et gestion**Objectifs**

Ce cours vise à développer chez l'étudiant les connaissances et les

habiletés nécessaires à l'intégration des principes de développement durable à la gestion des organisations publiques et privées. Plus spécifiquement, l'étudiant pourra comprendre les liens entre le développement économique et les grands enjeux environnementaux et sociaux contemporains, connaître les principes du développement durable et leur application dans le cadre de politiques publiques menant à un développement économique durable, et découvrir différentes stratégies et pratiques de gestion vertes.

Sommaire du contenu

Le cours aborde notamment les problèmes environnementaux et l'historique du concept, le concept d'externalités, les approches et principes d'intervention, les principaux indicateurs de durabilité, les implications locales, régionales et globales, la planification urbaine et la gestion du territoire, la rentabilité verte et les pratiques de gestion durable associés à des normes volontaires, des lois ou des politiques, l'industrie de l'environnement et les opportunités d'affaires reliées au développement durable. Le cours aborde aussi la responsabilité sociale d'entreprise dans un contexte de gouvernance, incluant la théorie des parties prenantes.

Modalité d'enseignement

Ce cours est accompagné d'au moins deux sorties sur le terrain.

EUT6230 Gestion du développement durable: exploration internationale en pays nordiques**Objectifs**

L'objectif du cours Gestion du développement durable : exploration internationale en pays nordique est de développer chez les étudiant(e)s participant(e)s une expertise en gestion des ressources, à partir d'une approche multidisciplinaire qui met en comparaison des modèles et approches de gestion utilisés au Québec, ailleurs au Canada et ailleurs dans le monde. À ce titre, le cours propose un séjour d'étude intensif à l'étranger en prenant comme étude de cas un pays nordique.

Sommaire du contenu

En combinant des cours magistraux et des visites sur le terrain (possiblement au Québec puis dans un pays scandinave), le cours cherche à stimuler et encourager l'étudiant(e) à acquérir un regard critique sur le monde afin de développer, pour son environnement, des outils de gestion favorisant les valeurs promulguées par le concept du développement durable.

Conditions d'accès

Avoir complété au moins 30 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) et se soumettre à une entrevue.

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 dans 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, débentures, 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.

FIN3500 Gestion financière

Ce cours vise à initier les étudiants à l'analyse et à la prévision financière, au financement de l'entreprise et à l'allocation des ressources financières. Techniques d'analyse et de prévision. Mathématiques financières. Choix des investissements et coût du capital. Fusion et acquisitions, gestion de l'encaisse. Gestion des comptes à recevoir. Sources de financement à court, moyen et long termes. Structure financière optimale. Politique de dividendes. Le cours sera suivi d'une période de trois heures d'exercices additionnelles. 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.

FIN5570 Analyse et évaluation financière d'entreprise

Ce cours vise à compléter les connaissances acquises dans le cadre du cours FIN3500 Gestion financière afin de mieux préparer l'étudiant aux défis de l'évolution permanente de l'industrie des services et des produits financiers pour qu'il puisse assumer plus de responsabilités ou exercer de nouvelles fonctions selon les standards professionnels. Le cours développe des connaissances indispensables en analyse financière selon l'approche comptable et du marché afin de pouvoir analyser l'information financière et de placements recueillie dans un contexte économique donné pour établir les rendements et tendances futures et pouvoir émettre des opinions éclairées aux clients tant du côté achat que du côté vente. Le cours présente des techniques d'évaluation des entreprises tant traditionnelles que l'entreprise de la nouvelle économie. Les notions d'éthique et de déontologie en finance seront présentées et analysées. La gouvernance de la firme ainsi que les fusions et acquisitions seront étudiées.

Préalables académiques

ACT1200 Mathématiques financières I ou ACT2025 Mathématiques financières I ou FIN3500 Gestion financière ou FIN3505 Finances et relations publiques

FIN5580 Finance multinationale

Permettre à l'étudiant d'avoir un aperçu général des domaines internationaux de la finance, lui fournir la base des concepts fondamentaux de la gestion financière multinationale, le rendre capable de comprendre les problèmes financiers qui confrontent les entreprises multinationales et pouvoir ébaucher une solution, et enfin pouvoir analyser la situation financière d'une compagnie multinationale et être capable de faire des études préliminaires à la prise de décision. - Les principaux marchés financiers. - Les institutions financières étrangères. - La réglementation et les contrôles élastiques. - La gestion financière: utilisation et acquisition rationnelles des fonds. - Les systèmes fiscaux et les mouvements des capitaux entre divers pays. - Interprétation des états financiers établis à l'étranger par les branches et filiales. - Le contrôle financier des filiales succursales, et représentation à l'étranger.

Préalables académiques

FIN3500 Gestion financière ou FIN3505 Finances et relations publiques

GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration

L'objectif de ce cours est d'amener l'étudiant à porter un regard critique sur l'offre en hôtellerie et en restauration selon différents concepts desservant le territoire et les clientèles. Par ce cours, l'étudiant développera une compréhension de l'organisation de l'hôtellerie et de la restauration comme produits existant dans une destination et l'étudiant en hôtellerie et en restauration développera une compréhension plus globale des deux industries et de la gamme des produits et modèles d'affaires possibles sur le territoire. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure de différencier les modèles d'entreprises en hôtellerie et en restauration selon l'affiliation à une bannière, à une société de gestion immobilières ou à un groupe corporatif. L'étude des modes d'organisations humaines nécessaires à l'exploitation d'hôtels et de restaurant est faite en fonction du modèle d'entreprise, du mode de propriété et des parties prenantes présentes dans l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration et des intérêts qui les animent. Ce cours

aborde les notions de concepts de restauration et d'hôtellerie, des modes de propriété et des groupes d'influence présents dans l'industrie hôtelière. Par le biais des indicateurs macro-économiques et des différentes typologies utilisées dans l'industrie l'étudiant pourra identifier la place des produits hôteliers et de restauration aux niveaux local, national et international. Ce cours vise aussi à introduire l'organisation typique des différents départements de l'hôtel: hébergement, restauration, entretien ménager, banquets et autres services (spa, golf, piscine, boutique, etc.).

GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier

Ce cours vise à initier l'étudiant à l'interprétation des données financières et des résultats opérationnels en hôtellerie et restauration, aux contrôles propres et spécifiques à l'industrie H&R et à les adapter au contexte de l'entreprise. L'étudiant pourra procéder aux calculs opérationnels et financiers et apprendre à interpréter les résultats, à appliquer le processus de contrôle (objectifs, collecte, traitement, analyse et interprétation) et apprécier le processus de l'exercice budgétaire. En considérant les normes issues du «Système Uniforme de Comptabilité pour Restaurants et Hôtels», il pourra identifier les outils permettant d'évaluer des activités reliés aux produits et services hôteliers dans une perspective de rentabilité et d'identifier la pertinence et la forme nécessaire des activités de contrôle à implanter et exploiter selon le contexte de l'entreprise, incluant des outils efficaces de communication des résultats. Le cours aborde la collecte des informations relatives aux revenus et aux dépenses. On traite aussi la structure des coûts en hôtellerie. Les outils de contrôle dans leur conception et leur application concrète dans un hôtel type et un restaurant type seront également présentés. Il sera aussi question des éléments des inventaires, des coûts des marchandises, des coûts de main-d'oeuvre, des ratios courants en hôtellerie et restauration. Seront aussi abordés les différentes étapes de la prévision budgétaire, de l'interprétation des résultats et de la prise de décision dans un contexte hôtelier.

Modalité d'enseignement

Utilisation de certains logiciels d'exploitation de restauration.

Préalables académiques

SCO1045 Introduction à la comptabilité et à la prise de décisions; GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration

GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration

Ce cours amène l'étudiant à appliquer et à mesurer l'impact des processus opérationnels utilisés en distribution de la restauration, c'est-à-dire en salle à manger, en banquets, traiteurs ou selon d'autres modes de service. Ce cours permet à l'étudiant de reconnaître les modes de distribution des services de restauration ainsi que l'organisation du travail dans le cadre des activités quotidiennes d'un restaurant et les ressources nécessaires au bon fonctionnement des activités quotidiennes. Il sera en mesure de reconnaître les enjeux liés au design de l'expérience client, du suivi de celle-ci et de l'évaluation de la satisfaction: comprendre, concevoir et implanter en détails les éléments reliés aux opérations de restauration (design de l'expérience), spécifiquement en salle à manger et au bar incluant le service du vin. - La gestion de la salle inclut la planification des besoins de main-d'oeuvre, des installations physiques, de l'approvisionnement de matériel et de produits alcooliques ainsi que l'optimisation des ressources humaines. - Les axes principaux du cours seront la rentabilité de l'organisation et la satisfaction de la clientèle. - La place des nouvelles technologies impliquées dans la construction et la gestion du service seront explorées sous un oeil critique pour être en mesure d'en évaluer leurs impacts selon le contexte de l'entreprise.

Préalables académiques

GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration; MET4275 Gestion des opérations dans les services touristiques

GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement

Ce cours amène l'étudiant à évaluer la performance des processus opérationnels utilisés en hébergement. Il permet à l'étudiant de reconnaître les modes d'organisation du travail utilisés en hébergement

pour gérer les activités quotidiennes reliées aux arrivées et aux départs des clients. Il lui permet d'évaluer les approches relationnelles utilisées par l'industrie hôtelière pour assurer la satisfaction de la clientèle en hébergement et de reconnaître la place des nouvelles technologies utilisées dans la construction du service en tant qu'expérience et des activités de soutien en hébergement. L'étudiant est aussi amené à apprécier les modes d'organisation du travail en entretien-ménager sous un oeil de mobilisation du personnel et d'évaluer la qualité des produits offerts et des services rendus en hébergement au regard des processus de service utilisés. Ce cours vise à développer une compréhension approfondie des opérations liées à l'hébergement, au regard des départements de l'entretien ménager, de la réception et de la conciergerie, de manière à planifier et à diriger ces opérations. Les notions seront abordées sous l'angle des processus opérationnels que le gestionnaire doit implanter et dont il doit assurer le déroulement, le contrôle de performance et de l'amélioration. Les implications liées au design de l'expérience client ainsi que l'évaluation de la satisfaction seront abordés. Le cours vise aussi à analyser les processus établis en termes d'optimisation des ressources. L'exploration des méthodes et processus spécifiques à l'hébergement tient compte de l'agencement maximal des ressources humaines, des ressources financières et matérielles.

Préalables académiques

GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration;
MET4275 Gestion des opérations dans les services touristiques

GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration

Ce cours amène l'étudiant à coordonner l'ensemble des approches multidisciplinaires nécessaires à l'aménagement d'installations hôtelières et de restauration, ainsi que d'intégrer le développement des pratiques environnementales dans l'entreprise. Les principes d'aménagement d'un projet d'hôtel et de restaurant, les éléments structuraux et architecturaux des édifices, les éléments de design et de décoration, les aménagements et équipements particuliers des centres de services hôteliers et de production de restauration seront présentés, illustrés et analysés pour des projets spécifiques d'implantation d'établissements hôteliers et de restauration. On y abordera les préoccupations de la gestion des installations physiques, des systèmes d'ingénierie et de l'entretien, les aspects reliés à la planification tels que l'échéancier, les coûts, les équipes de professionnels. L'implantation des pratiques environnementales sera abordée en termes d'aménagements physiques et des opérations ainsi que des critères reliés à la certification environnementale en vigueur dans l'industrie.

Préalables académiques

GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration

GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire

Ce cours vise à développer chez l'étudiant les habiletés nécessaires pour comprendre et appliquer les principes et outils de gestion liés aux opérations de production attribuées à la cuisine d'un restaurant. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure d'organiser l'approvisionnement d'une entreprise hôtelière et de restauration ainsi que de planifier et contrôler la production alimentaire d'un établissement commercial ou institutionnel de restauration. Tous les types de restaurants seront évoqués : établissement haut de gamme, petits bistrots, franchises, traiteurs, services alimentaires et institutions seront décrits d'un point de vue de production culinaire et d'approvisionnement. Ce cours aborde les étapes de planification et de rédaction des menus de différents types de services alimentaires en considérant les règles de rédaction ainsi que les impacts sur les coûts, les équipements, les compétences et la rentabilité. On y abordera également les systèmes de production/distribution et la pertinence de la cuisine d'assemblage. L'étudiant verra à appliquer et à exploiter les outils de gestion reliés à la production tels que les inventaires, les processus d'approvisionnement et à contrôler la qualité, incluant l'évaluation sensorielle des aliments. Le contrôle de la qualité sera abordé comme fondement à la supervision et à l'évaluation de la performance des opérations de production. Le contrôle des règles

d'hygiène et de salubrité sera abordé dans ce cours, lequel inclura la formation de « gestionnaire de service alimentaire » délivrée par le MAPAQ.

Modalité d'enseignement

Ce cours peut contenir des démonstrations culinaires, échantillons de produits et dégustations.

Préalables académiques

GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration

GHR6501 Gestion des congrès et des banquets

Ce cours amène l'étudiant à évaluer les pratiques de gestion utilisées par un établissement hôtelier et/ou de restauration pour coordonner la réalisation de congrès et de banquets. Il permet à l'étudiant d'évaluer l'offre de produits et services reliée aux activités de congrès et de banquets d'un établissement hôtelier ou de restauration. Par l'identification des différents intervenants pour la tenue d'un congrès ou d'un banquet, l'étudiant sera en mesure d'analyser l'envergure des besoins rencontrés dans les différents marchés de groupe tout en évaluant les approches de vente utilisées dans la promotion des services de congrès auprès de ces clientèles cibles. Ce cours contribuera également à développer chez l'étudiant sa capacité à analyser des structures de travail et les interactions qui existent au sein des différents services d'un hôtel tels les services d'accueil, d'hébergement, de restauration, de support technique et des intervenants extérieurs, en vue de la réalisation de l'ensemble des projets de congrès et banquets que l'hôtel gère simultanément. Ce cours met l'accent sur les modes d'organisation de l'information et des systèmes de communication nécessaires à l'opérationnalisation des congrès et banquets tout en évaluant la place des nouvelles technologies dans la gestion des congrès et banquets. Le cours explore la gestion des opérations hôtelières nécessaires à la réalisation des événements entourant l'accueil des groupes. Ainsi, les processus de travail utilisés par un établissement hôtelier seront explorés sous un angle de système d'information et de communication nécessaires pour soutenir le lien entre les activités de vente et les activités de réalisation d'un événement.

Modalité d'enseignement

Utilisation d'un système d'information et de communication (logiciel d'exploitation de la gestion des congrès et des banquets)

INF1256 Informatique pour les sciences de la gestion

Objectifs

Ce cours vise à familiariser les étudiants à l'utilisation d'un langage de programmation pour résoudre des problèmes liés à la gestion. Il s'adresse aux étudiants qui n'ont aucune expérience en programmation. Il permettra aux étudiants de comprendre le rôle de la programmation dans la résolution de problèmes et de s'initier à certaines pratiques du génie logiciel.

Sommaire du contenu

Concepts de base des algorithmes. Introduction à un langage de programmation: variables, types de données, opérateurs et expressions, instructions, structures de contrôle (séquence, sélection, répétition, invocation). Cycle de vie du logiciel. Introduction à certaines pratiques du génie logiciel, par exemple, tests unitaires, gestionnaire de code source, approche itérative et incrémentale. Enjeux reliés à la mise en place des systèmes informatiques (SI) et rôle des analystes d'affaires dans l'établissement d'un SI. Introduction à l'architecture des systèmes et aux notions de base relatives au développement de sites Web. Approche pédagogique orientée vers la résolution de problèmes reliés au domaine de la gestion dans un environnement Web.

Modalité d'enseignement

Ce cours comporte une séance obligatoire de laboratoire (2 heures par semaine).

INF4211 Bases de données pour les organisations

Objectifs

Ce cours vise à introduire les principaux concepts des systèmes de

gestion de bases de données (SGBD) dans les organisations, à montrer le rôle fondamental qu'ils jouent dans la gestion des données et à faire connaître leurs différentes fonctionnalités.

Sommaire du contenu

Gestion et modélisation des données, données structurées, données non-structurées, conception d'une base de données. Langage pour la manipulation d'une base de données relationnelle (SQL). Administration des bases de données. Survol des mécanismes internes des SGBD: intégrité sémantique, gestion de transactions, optimisation de requêtes. Notions de base sur les entrepôts de données.

Modalité d'enseignement

Ce cours comporte une séance obligatoire de laboratoire (2 heures par semaine).

Préalables académiques

INF1256 Informatique pour les sciences de la gestion

JUR1031 Introduction au droit des affaires

Cours d'introduction visant l'étude des aspects juridiques liés à l'exploitation d'une entreprise: les principales formes juridiques d'entreprise à but lucratif (entreprise individuelle, société, compagnie) et sans but lucratif (association, coopérative, corporation); la dénomination sociale de l'entreprise; le financement de l'entreprise; la vente d'une entreprise ainsi que l'insolvabilité et la faillite d'une entreprise. 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.

JUR1043 Droit des transactions commerciales internationales

Étudier les principales notions juridiques fondamentales requises pour la réalisation de transactions commerciales internationales avec emphase sur l'ALENA. Règles juridiques fondamentales relatives à la circulation internationale de marchandises et de services au sein de l'ALENA (Accord de libre-échange nord-américain). Particularités générales des contrats internationaux: l'identification des juridictions dont elles relèvent, le lien d'exécution des contrats, l'objet des contrats et les investissements internationaux. Les problèmes de droit applicables aux contrats internationaux, les conflits de lois, les clauses spécifiques. Le règlement des conflits: l'arbitrage commercial international. Les activités internationales des sociétés au sein de l'ALENA et les principales différences juridiques.

MAT2080 Méthodes statistiques

L'objectif spécifique du cours est de transmettre certaines connaissances des méthodes statistiques afin que l'étudiant puisse: - apprécier le rôle de la statistique dans le développement du savoir scientifique, en administration comme dans tout autre domaine; - effectuer, au besoin, des analyses statistiques simples; - reconnaître les situations qui exigent l'application des méthodes statistiques; - dialoguer avec des spécialistes et pouvoir lire les résultats d'une étude statistique. Pour atteindre cet objectif, le cours traitera des matières suivantes: - statistique descriptive; - éléments de la théorie des probabilités; - estimation de paramètres (notion de distribution d'échantillonnage et d'intervalle de confiance, estimation par intervalle de confiance pour une proportion et pour une moyenne, détermination de la taille de l'échantillon); - tests d'hypothèse (pour une proportion, pour une moyenne, pour une différence de moyennes et pour une différence de proportions); - régression linéaire (régression linéaire simple: droite des moindres carrés, tests sur les coefficients, coefficient de conciliation); - régression multiple (confusion des effets, tests sur les coefficients, corrélation partielle, inclusion et rejet de variables); - analyse de séries chronologiques; - nombres indices.

MGT2150 Management

Objectifs

Comment penser une entreprise pérenne? Il faut penser son management. Le management est à la fois l'administration des choses et le gouvernement des hommes. Ce n'est pas que techniques et recettes de gestion: c'est un métier, un champ de connaissances, et une pratique porteuse d'une idéologie. Au terme du cours, l'étudiant

sera en mesure : De situer le management dans son contexte global, d'en définir le rôle et d'en mesurer l'impact sociétal; De se constituer une culture générale du management et de ses ancrages historiques, économiques et philosophiques; De raisonner sur son environnement en manager intelligent et responsable ainsi que sur les outils utilisés en management, en abordant la complexité du système qu'est l'organisation; De s'interroger sur les « pourquoi » des « comment » du management, pour sortir du seul rôle de technicien de gestion, utilisateur d'outils, et se forger une compétence d'analyste.

Sommaire du contenu

Parmi les thèmes traités dans ce cours : Les fondements classiques du management pour comprendre ce que l'on entend par une approche réhumanisée du management, replacer les théories dans leur contexte historique, économique et scientifique et prendre conscience des emprunts faits au passé : la perspective technique et ses critiques la perspective humaine et ses critiques Les concepts et fonctions classiques du management contemporain : portrait du système managérial nord-américain et de son imbrication dans un système économique et sociopolitique global particulier. processus classique d'administration : décision, direction, planification, organisation et contrôle. Les approches récentes du management des idées et des connaissances dans l'organisation créatrice contemporaine. Les questionnements généraux qu'engage le management sur la conception de l'être humain et sur le rapport aux autres, à la collectivité, à la richesse et à la nature.

Modalité d'enseignement

Le cours s'inspire de l'approche pédagogique de la classe inversée. Les étudiants doivent faire leurs lectures avant le début de chaque séance, afin d'arriver préparés aux activités pédagogiques prévues en classe. L'approche pédagogique de ce cours, comporte ainsi deux volets complémentaires conçus pour impliquer l'étudiant dans son processus d'apprentissage. 1) Des lectures personnelles, exposés magistraux interactifs, exercices de mémorisation et de discussions structurées en groupe pour faire connaître et comprendre les concepts et les principes de base du management. 2) L'application pratique de ces notions par la réalisation d'exercices (discussions en petites équipes suivies de plénières, jeux, jeux de rôle, études de cas, mises en situations, etc.) qui permettent de se familiariser avec les pratiques du management, tout en prenant l'habitude de poser un regard critique sur celles-ci. Afin de rendre le cours le plus vivant possible, les étudiants sont invités à y partager leurs expériences, en posant des questions en rapport avec la matière, et en commentant l'actualité liée à celle-ci.

MGT3122 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.

MGT3221 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.

MGT3224 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.

MGT3226 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. À 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.

MGT4122 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

MGT3123 Gestion de la PME ou MET3122 La gestion des PME

MGT4123 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.

MGT6221 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 15 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).

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.

MKG3330 Introduction au marketing numérique

Objectifs

Ce cours permettra de comprendre l'impact et l'influence du marketing numérique sur les organisations et le comportement des consommateurs. Plus précisément, les étudiants seront initiés aux différentes tendances et stratégies/tactiques permettant d'atteindre les objectifs de la mise en marché d'un produit ou service, mais également d'acquisition et de rétention. Qui plus est, tout au long du cours, les étudiants seront amenés à se familiariser avec les principaux enjeux et responsabilités d'un gestionnaire voulant recourir au marketing numérique.

Sommaire du contenu

Les éléments de contenu suivants seront couverts : Impact de l'influence du marketing numérique sur les organisations et le comportement du consommateur.Principaux enjeux et responsabilités (ex., sur les plans légal, éthique, environnemental) d'un gestionnaire voulant recourir au marketing numérique.Principaux concepts en comportement du consommateur, plus précisément les différentes étapes du processus d'achat et de fidélisation d'un consommateur en ligne.Approches qualitatives et quantitatives afin de connaître le consommateur en ligne (*big data*, intelligence artificielle, neuromarketing, netnographie, analyse de contenu, etc.).Stratégies ou tactiques afin d'atteindre les objectifs d'une organisation selon les différentes étapes du processus d'achat et de fidélisation d'un consommateur en ligne (ex. expérience utilisateur, personnalisation, marketing relationnel, géolocalisation, visibilité (moteur de recherche, marketing de contenu, publicité, etc.)).

Préalables académiques

MKG3300 Marketing OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5301 Recherche en marketing

Introduction à la méthodologie de recherche en marketing. Les types de recherche exploratoires, descriptives et causales. Les données secondaires et primaires. Le plan d'échantillonnage. Les instruments de mesure. La collecte des données: observation, enquête, sondage. Fidélité et validité des mesures. Recherche qualitative et quantitative, Le traitement des données. Échelles de données. Les analyses univariées, bivariées et multivariées. Le rapport de recherche. La gestion de la recherche.

Conditions d'accès

Il est recommandé d'avoir réussi l'un des cours suivants avant de s'inscrire au cours : MAT2082 Méthodes statistiques ou POL1800

Éléments de statistiques pour les sciences humaines ou POL1850 Méthodes quantitatives.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5305 Comportement du consommateur

L'évolution historique de la discipline. Les modèles du comportement du consommateur. Les variables psychologiques de groupe et environnementales. Interactions: apprentissage, traitement d'information et perception. Prédilections: motivation, personnalité et attitudes. Le changement d'attitudes: théories régulatrices; implication et attribution. Les variables de groupe: les groupes de référence, les pairs et la famille. Les variables environnementales: milieu, classe sociale, mode de vie; situations. Le comportement du consommateur et la communication marketing.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode

MKG5314 Circuits de distribution

Permettre à l'étudiant de comprendre le mécanisme complexe des circuits de distribution et de la fonction de la distribution physique dans l'économie. L'étudiant acquerra les connaissances nécessaires au mécanisme de gestion des circuits de distribution et à leur évolution. À la fin du cours, l'étudiant aura approfondi ses connaissances en matière d'élaboration, de configuration, de sélection des membres d'un circuit et d'amélioration de l'efficacité du circuit. Des sujets tels que les systèmes marketing verticaux, le pouvoir dans un circuit, le marché de gros et de détail seront aussi à l'étude.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5316 Le marketing dans l'industrie du sport

Objectifs

Initier les étudiants aux transformations de l'industrie du sport et les amener à développer un sens critique face aux enjeux auxquels font face les organisations et acteurs du sport;Poser les fondations du marketing du sport, au-delà des « 4Ps » traditionnels;Acquérir les connaissances et développer les compétences pour relever les défis et saisir les opportunités qui se présentent à une organisation ou acteur sportif;Faire réfléchir les étudiants sur les enjeux éthiques du sport.

Sommaire du contenu

Le « sportainment »;Les grandes tendances de l'industrie du sport aujourd'hui;Les « fan-acteurs », co-créateurs de leur expérience et ambassadeurs potentiels de l'organisation sportive;La construction et la gestion de la marque de sport;Les stratégies d'extensions de marque, de « co-branding » et de « lifestyle branding »;La distinction entre les stratégies de « rétro-marketing » et de « storytelling »;La stratégie de Communications Marketing Intégrées (CMI) dans le monde du sport;Le développement d'une proposition de valeur pour les partisans via les différentes stratégies de prix;L'étude des arénas, des stades multifonctionnels et la « Vipization » du sport;L'organisation et la gestion des événements sportifs, de petite ou de grande envergure;L'identification des risques des paris sportifs, de la corruption et du dopage, ainsi que leurs répercussions sur l'intégrité du sport;L'internationalisation d'une marque de sport dans le contexte de la mondialisation.Les complexités de la culture et l'utilité du recours à la « glocalisation ».

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou équivalent

MKG5317 Marketing entrepreneurial

Objectifs

Ce cours vise à apporter à l'étudiante et l'étudiant 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 étudiantes 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 OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5321 Marketing international

Familiariser l'étudiant avec les possibilités d'action commerciale sur les marchés extérieurs. Aspects suivants du marketing international: petites et moyennes entreprises canadiennes face aux possibilités d'exportation: prospection, méthode de sélection des marchés, choix de canaux de distribution, détermination de prix d'offre à l'exportation; marketing des compagnies multinationales: stratégies de prix, produits, promotion et distribution à l'échelle multinationale. Problèmes organisationnels des compagnies multinationales.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

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

MKG5330 Gestion des produits et services, et des nouveaux produits et services

Développer des compétences de gestion de portefeuille de produits et services (extension, modernisation et élagage) et de développement et commercialisation de nouveaux produits et services. Ce cours se divise en 2 parties: la gestion des produits et services actuels dans une entreprise, et le développement et la commercialisation de nouveaux produits et services. Dans la première partie, les étudiants se familiarisent avec la gestion des produits et services, mix et gammes, la gestion de catégories et de portefeuille de produits et services, les services de soutien (garanties, services après vente) et la gestion des marques. Ce cours permettra aussi de développer des habiletés de gestion d'extension, d'ajouts, de modernisation et d'élagage de produits et services. Dans la deuxième partie du cours, les étudiants se pencheront sur le processus d'innovation et de commercialisation de nouveaux produits et services et les activités inhérentes. Ils se formaliseront aussi avec les notions théoriques des processus d'adoption et de diffusion pour permettre le lancement avec succès de nouveaux produits et services.

Préalables académiques

MKG5301 Recherche en marketing ou EUT4125 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique ; MKG5305 Comportement du consommateur

MKG5340 Marketing de services

Ce cours a pour objectif de développer les compétences en marketing de services des gestionnaires qui oeuvrent dans ce secteur. Ce cours traite des principaux aspects du marketing de services. On y présente les spécificités du marketing de services et ses applications: secteurs privé vs public, aux particuliers vs aux entreprises: professionnels vs commerciaux. Les modèles de qualité des services et les outils de mesure de la qualité. Le service à la clientèle. Le dilemme qualité/productivité. La productivité et l'analyse des processus. La gestion de l'expérience du client. Le marketing interne, pilier de la qualité des services et du service à la clientèle, ses composantes. Le marketing relationnel, l'approche transactionnelle vs l'approche relationnelle.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5392 Événements spéciaux et commandites en relations publiques

Développer les capacités de l'étudiant à analyser des opportunités en matière de commandites et d'événements spéciaux. L'étudiant devra être en mesure de synthétiser et d'intégrer l'information pertinente à de telles activités. Ce cours favorise l'acquisition de connaissances qui lui permettront d'intervenir et de prendre une décision quant à: - l'opportunité d'investir dans ce genre de véhicule communicationnel et promotionnel; - identification et analyse des opportunités au niveau des événements spéciaux, du mécénat, du sponsoring et des commandites: définition, distinction et utilisation; - intégrer les événements spéciaux et la commandite à l'intérieur d'une politique intégrée de communication d'entreprise: les liens avec la composante communication du programme de marketing; les liens avec les relations publiques, les liens avec la communication d'entreprise; - l'évaluation des coûts et des retombées de ces activités: estimation des coûts et des opportunités réelles, couverture, retombées médiatiques, couverture de presse et relations publiques; - la création d'image de marque et de notoriété à l'aide de commandites et d'événements spéciaux; - l'insertion publicitaire lors de ces événements: efficacité, retombée, notoriété.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de

l'hôtellerie

MKG5423 Gestion de la communication marketing intégrée**Objectifs**

Ce cours permettra aux étudiants d'élaborer, d'activer et de mesurer des campagnes de communication marketing pertinentes et efficaces pour les entreprises. L'étudiant sera donc appelé à développer ses capacités d'analyse et de stratégie de communications marketing pour répondre au mandat d'un client. Plus précisément, l'étudiant apprendra les grandes étapes et les décisions impliquées dans la mise en œuvre d'un plan de communication marketing intégrée pour une entreprise, et ce, dépendamment des objectifs de l'entreprise, de l'audience, de son positionnement et de son budget. Ainsi, les connaissances effectives et le déploiement des différents médias (de masse et personnalisés) permettant de mieux rejoindre l'audience ciblée, ainsi que du mix communicationnel seront enseignés. Finalement, la création et la justification des bons indicateurs de performance feront également partie du cours.

Sommaire du contenu

Les éléments de contenu suivant seront couverts : Comprendre et tenir compte des enjeux sociaux et éthiques de la communication marketing pour une entreprise; Comprendre le domaine de la communication marketing et ses enjeux; Comprendre le rôle de l'agence de communication marketing et du client; Comprendre les principaux concepts en comportement du consommateur, plus précisément l'importance de l'attitude et l'implication dans la communication marketing; Comprendre l'importance de la créativité et de l'expérience de la marque dans un plan de communication marketing (créativité publicitaire, etc.); Être capable d'analyser et de critiquer une création publicitaire selon l'audience ciblée, les objectifs du client et le positionnement de la marque; Comprendre toutes les étapes d'un plan de communication marketing intégrée; Analyse de la situation; Enjeux; Savoir réaliser le parcours du consommateur et être capable d'en faire le diagnostic; Rédaction d'un persona; Rédiger des objectifs et des stratégies marketing et communicationnel; Comprendre et être capable de créer un positionnement et de le justifier; Être capable de bien identifier les différents médias de masse et personnalisés pour atteindre les objectifs d'une entreprise (quels médias choisir pour activer la marque); Être capable de comprendre et de bien identifier le mix communicationnel et marketing et savoir bien budgéter; Savoir créer et choisir les bons indicateurs de performance pour chacune des tactiques et chacun des médias utilisés Être capable de démontrer le retour sur investissement des stratégies/tactiques; Être capable de démontrer la cohérence et l'efficacité du plan de communication marketing

Modalité d'enseignement

L'atteinte des objectifs spécifiques du cours repose sur des formules pédagogiques diversifiées, notamment l'utilisation de matériel audiovisuel intégré à la matière; des exposés du professeur et des étudiants; des présentations de différents thèmes et sujets d'actualité par des conférenciers (professionnels du milieu) et les étudiants; et un projet pratique en équipe s'étalant sur toute la session qui permettra à l'étudiant(e) de mettre en pratique les notions vues en classe.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG6300 Concours de la relève publicitaire

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants qui y participent de réaliser l'élaboration d'un plan de communication «clé en main» consistant en un projet de campagne publicitaire et promotionnelle pour une entreprise donnée, dans le cadre d'une situation commerciale réelle. Dans le cadre de ce cours, les étudiants doivent concevoir une campagne publicitaire et promotionnelle pour une entreprise désignée, à l'aide d'une agence conseil en publicité. Les différentes étapes du travail sont étroitement supervisées par l'enseignant: analyse de la situation de l'entreprise et stratégie marketing, détermination des objectifs communicationnels en fonction du budget disponible, création

et conception des éléments promotionnels, stratégie média (choix média et calendrier d'insertion) et contrôle de l'efficacité de la campagne.

Conditions d'accès

L'inscription à ce cours se fait après sélection. Les étudiants intéressés doivent présenter leur candidature auprès de l'enseignant en respectant la date limite prévue au trimestre d'automne. Ce concours interuniversitaire se déroule au trimestre d'hiver.

Préalables académiques

MKG5301 Recherche en marketing ; MKG5327 Publicité

MKG6301 Relève marketing**Objectifs**

Le séminaire s'inscrit à l'intérieur d'une compétition interuniversitaire pilotée par l'A2C dont l'objectif est de présenter un plan de marketing conforme au mandat confié par un client. Ce cours vise à permettre aux étudiants de développer et de mettre concrètement en application les connaissances en marketing acquises depuis le début de leur cheminement universitaire et de les aider à préparer un document selon les règles de l'art et une présentation orale devant le client et les membres d'un jury. Chacune des étapes du plan marketing sera examinée en profondeur.

Conditions d'accès

La délégation de l'ESG est composée de six étudiants sélectionnés à la suite d'un dépôt de candidatures, en fonction du profil académique et du potentiel des postulants de travailler efficacement en équipe. L'horaire, la fréquence des rencontres, et les contenus des séances sont variables au gré du mandat et sont déterminés par le professeur responsable du cours.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing

MOS5140 Management au Québec**Objectifs**

Ce cours sur le management au Québec permettra aux étudiants de connaître les fondements historiques, culturels et économiques du contexte québécois, de comprendre leurs impacts sur la culture d'affaires québécoise et de découvrir l'originalité du mode de développement du Québec, d'hier à aujourd'hui et pour le futur. Les étudiants seront amenés à constater les traces et les influences de l'histoire et de la culture québécoises sur le management dans les organisations d'aujourd'hui et à réfléchir sur ce que pratiquer le management au Québec signifie via : Une culture socioéconomique générale du Québec sur : - Les principaux mouvements qui ont façonné le Québec contemporain; - Les principaux ressorts (mouvement syndical, mouvement coopératif, finance) du développement économique québécois d'hier à aujourd'hui; - Les forces contemporaines (globalisation, créativité) qui façonnent l'évolution du milieu des affaires québécoises. Une compréhension de la culture managériale québécoise à travers l'aptitude à : - En reconnaître les acteurs historiques et les principaux traits (culture du consensus, pragmatisme, etc.); - En décoder la complexité liée aux origines du Québec et à ses tentatives d'émancipation; - Analyser l'émergence d'une nouvelle classe de gestionnaires rompant avec la tradition de la révolution tranquille.

Sommaire du contenu

Le cours s'attardera à caractériser la pratique du management au Québec à travers trois grands moments de développement qu'a connu le Québec au cours du XXe siècle, soit 1. le Refus Global, 2. la Révolution tranquille et l'émergence du Québec inc. et 3. la confrontation des modèles néoclassique et social. Ce volet historique permettra aux étudiants de saisir ce qui a façonné le Québec contemporain. Ensuite, le cours amènera les étudiants à considérer le rapport au nouveau et à la création/créativité au Québec et l'évolution du rapport à l'espace (de l'espace rural à ville créative). De plus, le cours abordera comment le collectif et la diversité culturelle se sont exprimés et s'expriment encore aujourd'hui. Le cours se penchera aussi

sur la variété des organisations d'ici (qu'il s'agisse de grandes entreprises privées ou coopératives, de PME, de start-ups, d'entreprises de l'économie sociale, d'organisations artistiques, etc.) pour explorer ensuite le lien entre les pratiques managériales de ces organisations et le contexte socio-culturel du Québec.

Modalité d'enseignement

En matière de pédagogie, le cours inclura des exposés magistraux, mais également diverses activités visant à amener les étudiants à voir de plus près ce que pratiquer le management au Québec signifie. En cela, le cours s'articulera autour de récits d'entreprises et d'entrepreneurs, du visionnement de documentaires, et de quelques témoignages en classe de gestionnaires. De plus, une excursion dans les rues de Montréal accompagnera le cours.

Conditions d'accès

Avoir complété au moins 30 crédits au 1er cycle.

Préalables académiques

MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ou MET2150 Management ou MGT2150 Management

MOS5210 Management et exploration : design, imagination et prospective

Objectifs

Ce cours a pour vocation d'initier en deux temps les étudiants à une pensée exploratoire et inventive appliquée aux pratiques de management. Basé sur la pensée du design et de la prospective, il permettra aux étudiants d'approcher les situations de gestion complexes, émergentes et teintées d'inconnu d'une manière différente des approches analytiques classiques. Via la pédagogie originale du studio, le cours permettra d'expérimenter le processus du design, d'apprendre diverses approches pour penser les problèmes autrement (visualisation, storytelling, maquettes) et d'exercer l'imagination pour penser l'avenir via la technique des scénarios créatifs. 1. Management et pensée du design. La pensée du design suppose que la résolution de problèmes part de l'invention de nouvelles alternatives, et elle repose sur une démarche d'exploration des possibilités. À l'issue de cette partie du cours, les étudiants maîtriseront : - Les principaux concepts de la pensée du design - La façon dont le management peut s'en inspirer. 2. Management, imagination et prospective. Cette seconde partie du cours vise à introduire en management une réflexion sur l'imagination créatrice. À l'issue de cette seconde partie du cours, les étudiants maîtriseront : - Une compréhension de la capacité à imaginer - Une technique de conception de scénarios prospectifs créatifs. Ce cours a donc pour objectif d'éveiller les étudiants à des pratiques exploratoires, inventives et imaginatives de façon à les outiller, tant pour mener à bien des activités de gestion des idées, d'analyse prospective, ou de conseil et accompagnement en gestion de projet d'innovation, que dans leur pratique quotidienne du management.

Sommaire du contenu

Le cours s'articulera autour de 2 grandes parties : 1. Management et pensée du design : a) Connaître la pensée et l'esprit du design : concepts-clés b) Expérimenter le processus du design : apprendre à définir les problèmes et développer des réponses, des produits ou des organisations qui n'existent pas encore c) Apprendre à représenter les situations et les problèmes autrement : familiarisation et utilisation des esquisses, des maquettes, des approches de visualisation, du storytelling et des prototypes 2. Management, imagination et prospective : a) Penser le futur : conceptions du futur, de l'avenir, de l'exploration, de l'anticipation b) Exercer l'imagination, nourrir l'imaginaire : les grands mythes des imaginaires futuristes contemporains c) Concevoir des possibles / futuribles : techniques d'invention de scénarios prospectifs créatifs appliqués au management.

Modalité d'enseignement

Ce cours combinera éléments magistraux et diverses activités interactives. Il repose sur la pédagogie originale du studio, qui mise sur la collaboration, l'improvisation et la créativité et qui vise l'apprentissage par l'action. Dans cette optique, les étudiants seront notamment invités à : - Découvrir le processus de la pensée du design en participant à un

exercice « Design Project Zero » - Mettre à l'épreuve diverses approches de visualisation des idées - Concevoir en équipe des scénarios créatifs pour inventer des mondes managériaux futurs inédits

Conditions d'accès

Avoir complété au moins 30 crédits au 1er cycle.

Préalables académiques

MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ou MET2150 Management ou MGT2150 Management

MOS5220 Agir et pratiques managériales

Objectifs

Ce cours vise à amener l'étudiant à réfléchir à « comment agir au mieux » dans son quotidien de gestionnaire et à le préparer à cette pratique en situation. Pour le gestionnaire, il est en effet essentiel de savoir vivre l'activité managériale comme un flot continu de situations temporaires et de produire un sens à ce qu'il fait. Le management est avant tout une expérience vécue, un ensemble de pratiques imbriquées dans une vie organisationnelle singulière, elle-même en mouvement. En parlant d'agir managérial, ce cours permettra à l'étudiant de reconnaître l'incertitude, les émergences, la complexité, l'ambiguïté et la part non intentionnelle inhérentes aux interactions entre les membres de l'organisation. Ce cours lui permettra aussi de mieux comprendre que la pratique du management est faite en permanence d'injonctions paradoxales dans des contextes pluriels. Ce cours sera enfin l'occasion pour l'étudiant de mesurer l'importance et la difficulté de conjuguer la gestion des opérations courantes et la gestion du changement. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : 1) de problématiser les situations de gestion en comprenant les dimensions temporaires, incertaines, paradoxales et complexes 2) d'envisager comment « agir au mieux » comme praticien du management dans ces situations 3) de développer ses capacités d'analyse et de réflexion, ses aptitudes critiques en situation d'agir managérial.

Sommaire du contenu

Ce cours s'organise autour de grandes thématiques qui se déclineront au sein de différentes séances : - Agir et pratique managériales : mouvement, processus, espaces du management - Le management comme pratique(s), expérience vécue, et « entre » - Situations, imprévus, dérive comme quotidien du gestionnaire - Paradoxes et tensions au cœur de l'agir managérial - Création et gestion continue des changements - Décider en cours d'agir managérial - Le leadership en pratique - Faire sens du vécu managérial

Modalité d'enseignement

Le cours s'organisera notamment autour : - De jeux, exercices et scénarios, visant d'une part à exercer les aptitudes critiques en situation d'imprévu managérial des étudiants, et d'autre part, à apprendre à évoluer en situation de dérive managériale - De l'usage de techniques journalistiques ou documentaires, à mieux appréhender la création de sens, la décision, le leadership en cours d'action.

Conditions d'accès

Avoir réussi au moins 30 crédits au 1er cycle.

Préalables académiques

DSR2012 Responsabilité sociale des entreprises ou ETU1072 ou ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises ORH1163 Comportement organisationnel

ORH1163 Comportement organisationnel

Ce cours vise à introduire l'étudiant aux processus adaptatifs de l'employé dans son milieu de travail sous l'influence conjointe des variables propres aux individus, aux groupes et à l'organisation même et à son environnement socioéconomique. Conformément à cette perspective, l'étudiant développera une approche diagnostique et critique quant au contenu des thèmes suivants: une perspective historique du comportement organisationnel comme science du management, la personne, ses perceptions, ses valeurs, ses attitudes, ses apprentissages, sa motivation au travail, les processus relationnels et d'influence des groupes, notamment les effets de la diversité

culturelle, ainsi que les répercussions de la structure et de la technologie des organisations sur les comportements, la performance et la satisfaction des employés. 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.

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

Ce cours sert à présenter à l'étudiant les fondements de la gestion des ressources humaines dans les organisations et à le familiariser avec les rôles, les responsabilités et les principales activités de gestion des ressources humaines: recrutement, sélection, évaluation du rendement, rémunération, organisation du travail, santé/sécurité, relations du travail et planification. On y favorise une approche systémique encourageant l'étudiant à tenir compte des facteurs de l'environnement local, et parfois même international, dans le choix des activités en gestion des ressources humaines. 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.

ORH1610 Fondements en organisation du travail

Ce cours permet de développer une vision intégrée de l'organisation du travail, d'en saisir les fondements théoriques et d'en comprendre les principaux enjeux sociétaux. Étude des différentes formes d'organisation du travail et des méthodes, techniques et principes qui régissent l'aménagement des tâches, des postes et du temps de travail.

Préalables académiques

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH1620 Administration des lois du travail

Ce cours sert à faire connaître les lois relatives aux rapports individuels et collectifs du travail et leur influence sur la gestion des ressources humaines, sur les relations du travail et sur la stratégie de l'organisation; à faire connaître la juridiction et le fonctionnement des organismes judiciaires et administratifs habilités à interpréter et à appliquer les lois du travail. L'étudiant apprendra les sources du droit du travail: éléments de compétence constitutionnelle, les normes du travail, contrat individuel de travail et convention collective; accréditation; contraintes relatives à la négociation collective; règlement des griefs et des différends; convention collective; cadre législatif particulier aux secteurs public et parapublic.

ORH1640 Fondements en évaluation des postes et en rémunération directe

Ce cours sert à développer chez l'étudiant une compréhension (pour fin d'intervention) de l'analyse, de la description et de l'évaluation des postes selon les systèmes dont les normes et les critères sont généralement acceptés; l'établissement de structures de postes à partir de leur évaluation, de leurs regroupements, de la définition de postes repères; la prise en compte des principes d'équité interne et externe dans la construction d'une échelle salariale et une appréciation des divers éléments de la rémunération directe et de leur communication.

Préalables académiques

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises

Ce cours vise à sensibiliser les étudiants aux dilemmes moraux propres aux entreprises et leur permettre de développer les habiletés de gestion requises pour l'institutionnalisation de pratiques conformes à l'éthique au sein des entreprises. L'existence d'un climat de confiance entre les différentes parties prenantes d'une entreprise (investisseurs, consommateurs, travailleurs, fournisseurs, gestionnaires et l'ensemble de la collectivité) est essentielle au bon fonctionnement de celle-ci. Le respect des règles d'éthique par les individus qui œuvrent au sein de l'organisation, règles reposant sur un système de valeurs partagées par les parties prenantes, demeure le moyen le plus efficace pour favoriser un tel climat de confiance. Le cours débutera donc par une sensibilisation des participants à l'importance de gérer la dimension éthique au sein des entreprises. La présentation de l'impact de scandales éthiques qui ont fait la manchette au cours des dernières années facilitera cette prise de conscience. Par la suite, nous

effectuerons une présentation des différentes approches philosophiques en éthique, applicables à l'entreprise. Une brève allusion aux concepts de responsabilité sociale et de développement durable permettra également aux étudiants de faire les nuances qui s'imposent relativement à ces concepts. Cette approche normative leur permettra d'effectuer une réflexion sur les comportements éthiques à favoriser ou à éviter. Une fois que les cibles éthiques ont été bien définies, encore faut-il que les gestionnaires en devenir puissent détenir les compétences requises pour la mise en place, au sein de l'organisation, d'un environnement et d'un climat favorisant l'adoption par les parties prenantes de comportements qui les respectent. Pour ce faire, le cours présentera les différentes théories de la prise de décision en matière d'éthique. Plus précisément, le cours identifiera les facteurs, personnels et institutionnels qui favorisent la sensibilité éthique des individus, leur jugement, leur intention d'agir en fonction des règles éthiques et leur capacité de passer à l'action. Enfin, la présentation de ces caractéristiques permettra d'identifier les moyens les plus efficaces pour favoriser l'émergence de comportements éthiques au sein de l'entreprise. Le cours se terminera par la présentation d'une typologie des problèmes éthiques présents dans les entreprises.

Modalité d'enseignement

Présentations magistrales, études de cas, discussions en classe, tels sont les principaux outils qui appuieront la stratégie pédagogique.

ORH2130 Organisations: conflits et violences

Ce cours sert à faire connaître et comprendre les différentes formes de conflits et de violences présents dans les organisations contemporaines. Il vise également à comprendre les causes et les différentes stratégies utilisées pour faire face et pour prévenir les conflits et violences dans les organisations. Les thèmes suivants seront abordés dans ce cours: définitions de violences et conflits; les différentes formes de violences au travail: la violence physique et psychologique, le harcèlement sexuel, le racisme, le harcèlement psychologique, la violence organisationnelle; conséquences organisationnelles et individuelles de la violence au travail; les stratégies de prévention primaires, secondaires et tertiaires.

ORH2162 Fondements du fonctionnement des groupes en entreprise

Ce cours vise à donner à l'étudiant une compréhension systémique du fonctionnement d'un groupe. Plus spécifiquement, il permet de développer une capacité d'intervention dans un groupe et avec des groupes dans les organisations. À l'aide de présentations théoriques et d'exercices de groupes, l'étudiant développe une grille d'analyse lui permettant de mieux comprendre les phénomènes de groupe dans les organisations et acquiert les habiletés lui permettant d'intervenir adéquatement comme responsable d'une équipe ou d'un groupe de travail. L'étudiant apprend à mieux se connaître comme intervenant et à composer avec des situations mettant en cause des relations de pouvoir et des compétitions intergroupes.

Préalables académiques

ORH1163 Comportement organisationnel

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 efficacité 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).

ORH3160 Leadership et supervision

Ce cours permet à l'étudiant de comprendre la problématique du leadership inhérente à la fonction supervision, de connaître et d'analyser le rôle et les responsabilités associées à cette fonction dans les organisations. Il s'attarde plus particulièrement à la relation supérieur-subordonné et à la gestion de la discipline. Il vise à développer chez l'étudiant les habiletés de communication et d'encadrement nécessaires dans ce domaine.

Préalables académiques

ORH1163 Comportement organisationnel

ORH3610 Fondements en rémunération indirecte

Ce cours sert à développer chez l'étudiant une connaissance de l'évolution de la place occupée par la rémunération indirecte (avantages sociaux) en tant que composante importante de la rémunération globale; l'assurance-vie collective, l'assurance maladie; l'assurance chômage; les prestations supplémentaires de chômage, l'assurance salaire; la théorie de remplacement du revenu; le régime des rentes du Québec; les régimes supplémentaires de rentes; les coûts qu'impliquent ces régimes, les contributions des intervenants (employeurs, employés et gouvernement) et les éléments de base des principales méthodes de financement.

Préalables académiques

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH3620 Fondements en gestion de la sécurité/santé

Ce cours sert à permettre à l'étudiant de comprendre les problèmes de santé et de sécurité au travail, présents dans les entreprises, et de connaître les solutions disponibles pour en diminuer l'importance. Le contenu du cours met l'accent sur les méthodes utiles à la gestion des programmes d'action pouvant être implantés dans les entreprises (planification, évaluation, etc.). L'étudiant sera alors amené à comprendre que l'élaboration de tels programmes doit reposer sur l'analyse d'informations concernant la qualité de l'environnement de travail, la fréquence et le niveau de gravité des lésions professionnelles, l'efficacité des solutions disponibles, les coûts associés à l'indemnisation et à la prévention et le contenu de la législation en sécurité et santé au travail. Enfin, les différentes ressources disponibles dans le réseau de la SST seront portées à l'attention de l'étudiant.

ORH5435 Introduction à la convention collective

Connaître et analyser le contenu des dispositions des conventions

collectives; étudier la fréquence des principales règles qui y sont élaborées et en saisir la portée sur les relations patronales-syndicales dans une organisation; prévoir des mécanismes nouveaux rendus nécessaires par l'état particulier des relations patronales-syndicales dans des secteurs spécifiques de l'activité économique. Ancienneté: promotion et rétrogradation. Évaluation des tâches. Conditions de travail. Mesures disciplinaires. Licenciement, rappels et démission. Langue de travail. Rémunération et primes.

Préalables académiques

ORH1620 Administration des lois du travail

ORH5439 Introduction à la négociation collective

La préparation technique à la négociation collective. Le déroulement de la négociation collective. Le personnel de négociation. La structure de négociation. La stratégie de négociation collective. La négociation collective dans divers secteurs. Certains aspects économiques, psychologiques et juridiques de la négociation. Évaluation et perspectives sur la négociation collective.

Préalables académiques

ORH1620 Administration des lois du travail

ORH5601 Gestion du rendement et de la performance organisationnelle

Ce cours permet à l'étudiant: - de mieux saisir comment la gestion du rendement des employés peut contribuer au succès des organisations; - de comprendre comment et pourquoi les gestionnaires sont les premiers responsables de la performance de leur équipe; - d'acquérir des connaissances sur le processus de gestion du rendement des employés c'est-à-dire sur la planification, le suivi, l'évaluation et la reconnaissance de leur rendement; - d'acquérir des connaissances sur les techniques de gestion du rendement des employés, c'est-à-dire sur les critères et les méthodes d'évaluation du rendement; - de connaître les multiples facteurs (environnementaux, organisationnels, individuels, sociaux, etc.) influençant la gestion de la performance individuelle, collective et organisationnelle; - de comprendre et mesurer la performance organisationnelle. Contenu: - conditions de succès de la gestion du rendement; - le contexte de l'évaluation du rendement; - la mesure du rendement; - gérer la performance (individuelle; équipes de travail; organisationnelle) selon une perspective stratégique; - les contraintes et les facilitateurs de la performance; - détermination des critères de rendement; - les méthodes d'évaluation du rendement; - le superviseur en tant que coach; - les évaluateurs (source d'évaluation; - compétences; motivation à évaluer avec précision); - la gestion de l'entrevue d'évaluation; - reconnaître le rendement; - gestion des employés difficiles; - l'efficacité et la performance organisationnelle; - le défi de gérer le rendement des catégories particulières de personnel; - cadres, télétravailleurs, expatriés, les défis de l'avenir en matière de gestion du rendement.

Préalables académiques

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH5610 Gestion du changement

Ce cours sert à développer les habiletés de l'étudiant à intervenir et à gérer le changement dans les organisations en tant que systèmes sociotechniques. De plus, ce cours vise à le sensibiliser à la problématique du développement organisationnel et à lui permettre de se définir une praxéologie adéquate pour gérer le changement de façon efficace. Les principaux thèmes abordés seront l'étude du fonctionnement des organisations et des personnes qui y vivent, les techniques de changement planifié et de développement organisationnel, les phénomènes de résistance au changement. L'étudiant apprendra à utiliser un processus modèle de changement organisationnel. Il apprendra également à utiliser un modèle de diagnostic organisationnel complexe; à élaborer les étapes du changement à partir d'une méthodologie de détermination des changements; à connaître les étapes d'un processus d'évaluation d'un changement.

ORH6950 L'entrevue: outil de gestion

Initier l'étudiant à la dynamique et aux concepts fondamentaux de l'entrevue. Lui permettre d'identifier et de comparer différentes formes d'entrevue: solution de problèmes professionnels, analyse de tâche, sélection, notation, départ. Permettre à l'étudiant de mettre en pratique l'entrevue dans le cadre de la solution de problèmes, lui donner ainsi l'occasion de s'autoévaluer dans différents types de situations.

Préalables académiques
ORH1163 Comportement organisationnel

SCO1250 Introduction aux sciences comptables

Le cours a pour objet de présenter le rôle de l'information financière dans la prise de décisions économiques. Au terme de ce cours, l'étudiant sera capable de comprendre la nature de l'information financière préparée selon les Normes internationales d'information financière (IFRS) et les Normes comptables pour les entreprises à capital fermé (NCECF), de différencier les besoins des utilisateurs des rapports financiers, de sélectionner l'information pertinente selon le type de décisions économiques, d'évaluer les limites de l'information financière, de comprendre la terminologie utilisée, d'utiliser la littérature pour mieux saisir les problématiques financières et d'être conscient de l'importance de l'éthique dans l'exercice de la profession. Ce cours traite des principaux contenus suivants : - utilisateurs de l'information financière. Rôle et intervention des experts-comptables; - concepts fondamentaux des différents domaines liés aux sciences comptables; - nature et utilité de l'information financière; - analyse des opérations sur la base de l'équation comptable; - information financière portant sur les résultats, les flux de trésorerie, les ressources économiques et les sources de capitaux.

Modalité d'enseignement
Études de cas. Travail en équipe. Séances de laboratoires.

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 23/01/26, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2023