Baccalauréat en administration

Téléphone : 514 987-3000 #8330 (Programmes 6538-6591-7111-7183-7668-7669)

Courriel : 514 987-3000 #8268 (Programmes 6584-7112-7113-7320-6690-6692)
bac.admin@uqam.ca (Programmes 6584-7112-7113-7320-6690-6692)
bac.administration@uqam.ca (Programmes 6538-6591-7111-7183-7668-7669)

Code	Titre	Grade	Crédits
7669	Concentration gestion internationale *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6559	Concentration gestion internationale, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7111	Concentration finance *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6560	Concentration finance, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7112	Concentration marketing *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6561	Concentration marketing, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7113	Concentration gestion des ressources humaines - Admissions suspendues - Automne 2026 *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6562	Concentration gestion des ressources humaines, profil Honor - Admissions suspendues - Automne 2026 *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7320	Concentration technologies d'affaires *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6563	Concentration technologies d'affaires, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6538	Concentration gestion des opérations *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6539	Concentration gestion des opérations, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7668	Concentration management *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6558	Concentration management, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6584	Concentration marketing numérique *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6585	Concentration marketing numérique, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6591	Concentration entrepreneuriat *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6592	Concentration entrepreneuriat, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6690	Concentration innovation sociale *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6691	Concentration innovation sociale, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6692	Concentration gestion de projet *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
6693	Concentration gestion de projet, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
BAGS	Concentration gestion stratégique *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
BGSH	Concentration gestion stratégique, profil Honor *	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90

* Le nom de la concentration sera mentionné sur le diplôme.

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

OBJECTIFS

Le contenu du baccalauréat en administration prépare de futurs gestionnaires aux différents rôles qu'ils auront à jouer pendant leur carrière sur les plans local et international. Ces rôles sont de type informationnel, interpersonnel et décisionnel. L'étudiant y sera préparé dans l'optique d'un modèle dynamique cherchant à favoriser l'adéquation entre le milieu intra et extra organisationnel. Les différents cours qui composent le programme ont pour but l'acquisition de connaissances, le développement d'habiletés et d'attitudes indépendantes de la fonction, du niveau hiérarchique et du type d'organisation. Onze concentrations sont offertes: finance, gestion internationale, gestion des opérations, gestion des ressources humaines, management, marketing, technologies d'affaires, marketing numérique, entrepreneuriat, innovation sociale et gestion de projet.

Au moyen de cadres théoriques et d'activités pratiques, les enseignements du programme visent à la préparation à une position de leadership dans les organisations tant au niveau local, régional qu'international. Le programme donne accès à un cheminement de carrière immédiat ou à la poursuite d'études de cycles supérieurs.

À la fin de son programme, l'étudiant devra :

Savoir intervenir en professionnel de la gestion :

- Savoir résoudre avec une vision systémique des problèmes de gestion;
- Savoir tenir compte des aspects dynamiques d'un contexte;
- Savoir tenir compte de la durabilité des solutions retenues;
- Savoir tirer profit des technologies numériques;
- Savoir organiser, utiliser de façon efficiente des ressources;
- Savoir se comporter, travailler en équipe, gérer le temps/stress;
- Savoir communiquer, concevoir un message oral et écrit en français comme en anglais;
- Savoir tenir compte des aspects éthiques d'une situation.

Savoir assurer son développement personnel :

- Développer son sens critique;
- Évaluer ses forces et faiblesses;
- Faire le transfert d'apprentissages tout au long de sa carrière;
- Développer son autonomie.

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 posséder une maîtrise du français attestée par l'une ou l'autre des épreuves suivantes: l'Épreuve uniforme de français exigée pour l'obtention du DEC, le test de français écrit du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport ou le test de français écrit de l'UQAM. Sont exemptées de ce test les personnes détenant un grade d'une université francophone et celles ayant réussi le test de français d'une autre université québécoise.

Base DEC
Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou d'un diplôme québécois équivalent. Une moyenne académique (cote de rendement) minimale de 22 est exigée.

Base expérience
Aucune admission sur cette base. Les candidats adultes sont orientés vers le certificat spécialisé en gestion (4657).

Base études universitaires
Au moment du dépôt de la demande d'admission, avoir réussi au moins cinq cours (quinze crédits) de niveau universitaire. Une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 est exigée.

Note : Le candidat qui détient un certificat en administration (4122) de l'ESG UQAM ou un certificat en comptabilité générale (4627) de l'ESG UQAM est admis à la condition de présenter une moyenne cumulative d'au moins 2,5/4,3.

Base études hors Québec
Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années de scolarité ou l'équivalent.

Une personne titulaire d'un diplôme d'études préuniversitaires totalisant 12 années de scolarité (1) pourra être admise au programme conditionnellement à la réussite de 24 crédits (2) de mise à niveau à réussir avec une moyenne d'au moins 2,5/4,3. En savoir plus.

Pour toutes les personnes diplômées hors Québec, une moyenne minimale de 12 sur 20 ou l'équivalent est exigée. Un dossier de candidature avec une moyenne inférieure à 12 sur 20 pourrait faire l'objet d'une recommandation d'admission après étude du dossier par la direction du programme.

(1) À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

(2) Selon le score obtenu à un test de français reconnu, il est possible que plus d'un cours de français ait à être réussi. Le cas échéant, les cours de français supplémentaires requis qui n'auront pas pu être suivis durant l'année préparatoire pourront être suivis en concomitance avec les cours réguliers du programme de baccalauréat au premier trimestre d'inscription à ce programme.

Remarque pour toutes les bases d'admission
S'ils y sont admissibles, les candidats refusés au baccalauréat en administration seront admis au certificat en administration (4122).

Comme les conditions d'admission sont les mêmes pour toutes les concentrations du baccalauréat en administration, il est à noter qu'un refus à une de ces concentrations s'appliquera à toutes les autres concentrations demandées dans le formulaire de demande d'admission. Il est ainsi fortement recommandé de soumettre une demande dans un programme autre que le baccalauréat en administration, en guise de second choix.

Après étude du dossier, le candidat admissible dont les connaissances auront été jugées insuffisantes pourra être admis conditionnellement à la réussite d'un ou de plusieurs cours d'appoint.

Le candidat admissible, dont on aura établi à l'aide du dossier qu'il n'a pas les connaissances requises en mathématiques et en informatique sera admis conditionnellement à la réussite du cours d'appoint MAT1002 Introduction aux méthodes quantitatives appliquées à la gestion (hors programme), dont il pourra être dispensé s'il réussit un test de mathématiques.

Consultez le tableau des équivalences des préalables collégiaux pour connaître les cours de cégep correspondant aux préalables exigés par l'UQAM.

Régime et durée des études
Offert à temps complet et 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.)

TRONC COMMUN

Les cours suivants (60 crédits) :
AOT3221 Analytique prescriptive pour la gestion
AOT4200 Introduction à la gestion des opérations
AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires
AOT5120 Management, information et systèmes
DSR5100 Stratégie de gestion
ECO1301 Analyse microéconomique
ECO2401 Analyse macroéconomique
FIN3500 Gestion financière
JUR1031 Introduction au droit des affaires
MAT2082 Méthodes statistiques
MGT2150 Management
MKG3300 Marketing
ORH1163 Comportement organisationnel
ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines
SCO1250 Introduction aux sciences comptables
SCO2003 Comptabilité de gestion pour gestionnaire
Un cours parmi les suivants (3 crédits) :
DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises
DSR6200 Gouvernance et gestion des risques fiduciaires, sociaux, éthiques et environnementaux
EUT1172 Développement durable et gestion
ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises
Un cours parmi les suivants (3 crédits):
DSR3121 Gestion internationale
ECO3550 Relations économiques internationales
Six crédits au choix

COURS DE CONCENTRATION

30 crédits de cours dans l'une des concentrations suivantes :

- Gestion internationale (7669)

- Finance (7111)

- Marketing (7112)

- Technologies d'affaires (7320)

- Gestion des opérations (6538)

- Management (7668)

- Marketing numérique (6584)

- Entrepreneuriat (6591)

- Innovation sociale (6690)

- Gestion de projet (6692)

- Gestion stratégique (XXXX)

NOTES POUR TOUTES LES CONCENTRATIONS :

SÉJOUR D'ÉTUDES À L'INTERNATIONAL

ndre part à un séjour d'études à l'international est saisir l'opportunité d'aller étudier chez une université partenaire, pour un ou deux trimestres. Les cours suivis à l'étranger vous seront reconnus dans votre programme à votre retour à l'ESG UQAM. Les séjours peuvent durer de 4 à 6 mois pour un trimestre, voire jusqu'à 11 mois pour deux trimestres. La différence varie selon le calendrier académique des autres universités.

Les cours suivis à une université partenaire ne rallonge pas la durée des études* et seront reconnus en succès ou échec (la moyenne académique de l'UQAM ne sera pas affectée. Si des échecs survenaient, les cours devront être repris à l'UQAM au retour). Il faut cependant que vous planifiez votre cheminement académique au préalable. Également, les frais de scolarité seront facturés à l'UQAM et non à l'université d'accueil, ce qui est un avantage très intéressant!

Pour plus d'information, visitez https://esg.uqam.ca/international/

CHEMINEMENT HONOR

Les étudiants intéressés et qualifiés peuvent suivre neuf crédits (trois cours) d'un programme de maîtrise de l'ESG. Les cours réussis feront l'objet d'une insertion dans le programme de baccalauréat de l'étudiant et pourront faire l'objet d'une reconnaissance d'acquis subséquente au programme de maîtrise visée. Pour plus d'information, veuillez vous référer à la section «Règlements pédagogiques particuliers» du descriptif de programme.

CONCENTRATIONS :

GESTION INTERNATIONALE (7669)

Cette concentration vise à offrir une formation complète, à la fois théorique et pratique, nécessaire au développement des compétences du diplômé qui sera amené à exercer des fonctions de gestion à l'étranger, à plein temps ou dans le cadre de missions ponctuelles.

Cette formation offre des notions avancées en plusieurs domaines : stratégie, marketing, finance, politique, économie, etc., dans un contexte international. Des séminaires sont également proposés afin de développer les compétences de l'étudiant dans la gestion internationale dans les différentes régions du monde. À la fin de ses études, l'étudiant sera capable de faire une lecture critique du contexte et de la dynamique des relations commerciales internationales, d'en déceler les opportunités et d'adopter les stratégies d'intervention appropriées. Sensibilisé à d'autres cultures internationales, l'étudiant disposera des outils nécessaires pour développer sa carrière sur une échelle mondiale.

Afin de mettre en pratique les notions théoriques, cette formation propose aux étudiants une expérience internationale riche en enseignements et meilleures pratiques. Les étudiants qui s'inscrivent dans cette concentration pourront participer à une activité académique basée sur des jeux et des simulations (Jeux du commerce, simulation des Nations Unies, etc.) ou encore réaliser un stage qui sera l'occasion d'appliquer les notions théoriques pour gérer les défis rencontrés par des entreprises établies à l'international.

Les quatre cours suivants (12 crédits) :
DSR4701 Gestion internationale et cultures
DSR6310 Séminaire sur les marchés de l'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM)
DSR6720 Aspects pratiques du commerce international
MKG5321 Marketing international
Un cours parmi les suivants (3 crédits) :
ECO5550 Monnaies et marchés financiers internationaux
ou
FIN5580 Finance multinationale
15 crédits à choisir dans les deux blocs suivants :

Bloc Perspectives internationales

Au moins 3 crédits, au plus 9 crédits :
AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride
DSR6305 Séminaire sur les marchés des pays de l'Amérique latine
DSR6306 Séminaire sur les marchés des pays asiatiques
DSR6307 Séminaire sur l'Union européenne
DSR6309 Séminaire sur les marchés des pays africains
JUR1043 Droit des transactions commerciales internationales
ORH2202 Gestion de la diversité: perspectives nationale et internationale

POL4470 Introduction à l'économie politique des relations internationales
Ou tout autre cours accepté par la direction.

Bloc Expérience internationale

Au moins 6 crédits, au plus 12 crédits :
DSR500X Cours hors Québec en gestion internationale (3 à 12 cr.)
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
ESG6240 Simulation des Nations Unies
EUT6230 Gestion du développement durable: exploration internationale en pays nordiques (6 cr.)
MGT6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)
MGT6251 École d'été : gestion de start-up interculturel
DSR6194 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale
DSR6195 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale II
Ou tout autre cours accepté par la direction.

FINANCE (7111)

Cette concentration vise à fournir aux étudiants des connaissances approfondies dans le domaine de la finance, de la conjoncture économique et des marchés financiers. Le futur diplômé sera en mesure d'implanter des systèmes de planification et contrôle financier, d'analyser et gérer des programmes d'opération de financement à terme. Il sera familier avec les marchés monétaires et les marchés des capitaux, tant au niveau national qu'international.

Les sept cours suivants (21 crédits) :
FIN5521 Analyse des valeurs mobilières I
FIN5523 Marché obligataire et taux d'intérêt
FIN5525 Théorie de portefeuille
FIN5531 Modélisation financière
FIN5550 Options et contrats à terme
FIN5570 Analyse et évaluation financière d'entreprise
FIN5580 Finance multinationale
Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
FIN3530 Fonds d'investissement et produits financiers I
FIN500X Cours hors Québec en finance (3 à 12 cr.)
FIN520X Compétition académique : volet finance
FIN5510 Gestion des institutions financières
FIN5522 Règlementation de l'industrie financière
FIN5530 Investissement immobilier
FIN5590 Gestion des risques financiers
FIN6191 Stage d'analyse et d'intervention en finance
FIN6193 Stage d'analyse et d'intervention en finance II
ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

MARKETING (7112)

L'objectif de cette concentration est de permettre aux personnes étudiantes d'acquérir et de développer des connaissances théoriques et pratiques indispensables à une meilleure compréhension des différentes fonctions de la gestion marketing telles que l'analyse de marché, le développement de produits ou de services, la mise en marché, la distribution, la communication marketing, et ce, pour une entreprise privée, publique ou un organisme sans but lucratif.

Les cinq cours suivants (15 crédits) :
MKG3330 Introduction au marketing numérique
MKG5300 Stratégie de marketing
MKG5301 Recherche en marketing
MKG5305 Comportement du consommateur
MKG5423 Gestion de la communication marketing intégrée
Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
MKG3311 Marketing à impact social
MKG4312 Marketing des produits agroalimentaires
MKG4322 Marketing et gestion des commerces de détail
MKG500X Cours hors Québec en marketing (3 à 12 cr.)
MKG5311 Méthodes quantitatives en marketing
MKG5314 Circuits de distribution
MKG5316 Le marketing dans l'industrie du sport
MKG5317 Marketing entrepreneurial
MKG5321 Marketing international
MKG5323 Gestion de la force de vente
MKG5325 Développement des affaires
MKG5329 Promotion des ventes
MKG5330 Gestion des produits et services, et des nouveaux produits et services
MKG5333 Gestion de la marque
MKG5339 Publicité en ligne par référencement
MKG5392 Événements spéciaux et commandites en relations publiques
MKG6190 Stage d'analyse et d'intervention en marketing
MKG6193 Stage d'analyse et d'intervention en marketing II
MKG6300 Concours de la relève publicitaire
MKG630X Séminaire en marketing
ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES (7113)

Cette concentration permet aux étudiants d'acquérir les compétences de base nécessaires à l'exercice de fonctions de professionnels en gestion des ressources humaines par l'apprentissage des éléments essentiels qui constituent ce domaine d'activité.

Les sept cours suivants (21 crédits) :
ORH1610 Fondements en organisation du travail
ORH1620 Administration des lois du travail
ORH1630 Fondements en dotation
ORH1640 Fondements en évaluation des postes et en rémunération directe
ORH3620 Fondements en gestion de la sécurité/santé
ORH3630 Fondements en formation et perfectionnement
ORH5601 Gestion du rendement et de la performance organisationnelle
Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
ORH2130 Organisations: conflits et violences
ORH2162 Fondements du fonctionnement des groupes en entreprise
ORH2163 Développement organisationnel : fondements théoriques et applications pratiques
ORH2202 Gestion de la diversité: perspectives nationale et internationale
ORH2600 Miser sur une approche de gestion éthique et contextualisée de la SST
ORH3000 Méthodes de recherche appliquées à la gestion des ressources humaines
ORH3160 Leadership et supervision
ORH3610 Fondements en rémunération indirecte
ORH4425 Système québécois de relations du travail
ORH4620 Interaction entre les problèmes de santé et sécurité du travail et de la gestion des ressources humaines
ORH4621 Développement et implantation d'interventions de prévention en SST
ORH500X Cours hors Québec en gestion des ressources humaines (3 à 12 cr.)
ORH5006 Diagnostic organisationnel en gestion des ressources humaines
ORH5411 Habiletés personnelles de gestion et collaboration
ORH5435 Introduction à la convention collective
ORH5439 Introduction à la négociation collective
ORH5610 Gestion du changement
ORH5621 Planification stratégique des ressources humaines: relève et carrière
ORH6000 Simulation d'une gestion coopérative
ORH6191 Stage d'analyse et d'intervention en ressources humaines
ORH6950 L'entrevue: outil de gestion

TECHNOLOGIES D'AFFAIRES (7320)

L'objectif principal de cette concentration est de permettre aux étudiants qui ont déjà une formation fondamentale en gestion d'acquérir les connaissances, les compétences et les attitudes indispensables à l'analyse, à la conception et à l'implantation de solution d'affaires utilisant des technologies de l'information. L'analyse des besoins d'affaires, la compréhension de l'environnement technologique, la conception et l'intégration des systèmes d'information, la gestion des projets en technologies de l'information, la gestion du changement organisationnel sont les principales orientations du programme.

Les deux cours suivants (6 crédits) :
AOT5130 Gouvernance et évaluation des impacts TI
INF5111 Notions de base pour l'utilisation des plateformes de la science des données d'affaires
Huit cours parmi les suivants (24 crédits) :

Bloc Progiciel de gestion intégré (PGI)
AOT5332 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)
AOT5334 Implantation et configuration de progiciels de gestion intégrés (PGI)
Bloc Analytique des données d'affaires
AOT5321 Systèmes décisionnels et intelligence d'affaires (B.I.)
AOT5323 Introduction à la visualisation des données d'affaires
AOT5325 Introduction à l'analytique prédictive d'affaires
Bloc Analyse d'affaires
AOT5316 Introduction à l'analyse d'affaires
AOT5318 Conception et développement d'application Workflow
Bloc Sujets spécialisés
AOT500X Cours hors Québec en systèmes d'information (3 à 12 cr.)
AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride
AOT6190 Stage d'analyse et d'intervention en technologies de l'information
AOT6193 Stage d'analyse et d'intervention en technologies de l'information II
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
MGT3224 Introduction à la gestion de projet
MKG3330 Introduction au marketing numérique
ORH5610 Gestion du changement
ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

GESTION DES OPÉRATIONS (6538)

Cette concentration vise à former des étudiants qui contribueront, à l'aide de pratiques d'affaires innovantes, à l'amélioration de la performance, de la productivité et de la compétitivité des organisations et de leurs réseaux d'affaires. Ainsi, ils développeront des connaissances et des compétences leur permettant de participer concrètement à la conception, à la gestion et à l'amélioration des processus des organisations (et de leurs réseaux) afin de créer de la valeur pour les clients, les organisations et la société.

Les six cours suivants (18 crédits) :
AOT4410 Planification et gestion des ressources
AOT4510 Gestion des réseaux logistiques
AOT4520 Diagnostic opérationnel
AOT4530 Technologies et opérations
AOT4610 Introduction à la simulation
AOT4620 Transformation opérationnelle
Quatre cours parmi les suivants (12 crédits) :
AOT4310 Gestion des approvisionnements
AOT4540 Systèmes de management de la qualité
AOT510X Cours hors Québec en gestion des opérations (3 à 12 cr.)
MGT3224 Introduction à la gestion de projet
AOT5325 Introduction à l'analytique prédictive d'affaires
AOT6191 Stage d'analyse et d'intervention en gestion des opérations
AOT6194 Stage d'analyse et d'intervention en gestion des opérations II
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
MGT3224 Introduction à la gestion de projet
ORH5610 Gestion du changement
ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

MANAGEMENT (7668)

Cette concentration vise à former des généralistes du management, dotés d'une culture large et d'une sensibilité face aux enjeux humains et au caractère multidisciplinaire de la gestion – des praticiens réflexifs, polyvalents et créatifs. Le futur diplômé sera capable d'analyser des situations de gestion sous plusieurs angles et sera en mesure d'intervenir dans différents milieux de travail et sur diverses problématiques managériales. Il disposera d'excellentes capacités à communiquer, à questionner, à collaborer et à imaginer. Il pourra se destiner à des postes de gestionnaire d'équipe, d'analyste ou de conseiller junior, d'agent de développement organisationnel ou de chargé de projet.

Les cinq cours suivants (15 crédits) :
MOS5111 Fondements théoriques du management
MOS5121 Approches critiques en management
MOS5211 Management et exploration : design, imagination et prospective
MOS5220 Agir et pratiques managériales
MOS5310 Connaissance de soi et consolidation du projet professionnel
Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
ESG6240 Simulation des Nations Unies
MGT500X Cours hors Québec en management (3 à 12 crédits)
MGT6191 Stage d'analyse et d'intervention en management
MGT6193 Stage d'analyse et d'intervention en management II
MGT6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)
MOS5112 Intervention et conseil en management
MOS5113 Pratiques et enjeux contemporains en management
MGT6251 École d'été : gestion de start-up interculturel
MOS5130 Management comparé
MOS5140 Management au Québec
MOS5230 Changement social et organisationnel
MOS5321 Management, culture et identité
MOS5332 Manager au quotidien
ORH6000 Simulation d'une gestion coopérative
ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

MARKETING NUMÉRIQUE (6584)

L'objectif général de cette concentration est de permettre aux personnes étudiantes d'acquérir et de développer des connaissances théoriques et pratiques, ainsi que de développer leurs compétences professionnelles pour la gestion du marketing numérique tant pour une entreprise privée, publique ou un organisme sans but lucratif.

Les cinq cours suivants (15 crédits) :
MKG3330 Introduction au marketing numérique
MKG3331 Gestion de campagnes de marketing numérique
MKG3332 Mesures de performance appliquées au marketing numérique
MKG5339 Publicité en ligne par référencement
MKG5424 Marketing de contenu
Deux cours parmi les suivants (6 crédits) :
MKG3311 Marketing à impact social
MKG3333 Commerce de détail en ligne
MKG5301 Recherche en marketing
MKG5333 Gestion de la marque
MKG5422 Expérience utilisateur/client (UX/CX)
Trois cours au choix parmi les suivants (9 crédits) :

Un ou deux cours de la liste de cours aux choix précédente
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
MKG500X Cours hors Québec en marketing (3 à 12 cr.)
MKG5300 Stratégie de marketing
MKG5305 Comportement du consommateur
MKG5316 Le marketing dans l'industrie du sport
MKG5317 Marketing entrepreneurial
MKG5321 Marketing international

MKG5392 Événements spéciaux et commandites en relations publiques
MKG5423 Gestion de la communication marketing intégrée
MKG6190 Stage d'analyse et d'intervention en marketing
MKG6193 Stage d'analyse et d'intervention en marketing II
MKG6300 Concours de la relève publicitaire
Ou tout autre cours accepté par la direction.

ENTREPRENEURIAT (6591)

Cette concentration vise à transmettre des connaissances et compétences en entrepreneuriat et en gestion de la PME qui répondent aux transformations de la société. En elle porte une attention particulière aux modèles alternatifs, qui remettent en question et diversifient les formes d'organisation, les pratiques et les résultats de l'entrepreneuriat. Au terme de cette concentration, les étudiantes et étudiants seront à même de mieux comprendre l'écosystème entrepreneurial; de repenser les processus et explorer de nouvelles alternatives en entrepreneuriat; d'apprendre et réfléchir les outils communément utilisés en entrepreneuriat et gestion de la PME afin de savoir en réinventer leurs usages; et d'analyser l'entrepreneuriat en ayant conscience des grands enjeux actuels, afin de s'engager de façon responsable dans la société de demain.

Les cinq cours suivants (15 crédits) :
MGT3123 Gestion de la PME
MGT4125 Culture entrepreneuriale
MGT5700 À la rencontre de la diversité entrepreneuriale
MGT6201 Repreneuriat et entreprise familiale
MGT6202 Perspectives critiques en entrepreneuriat
Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation
ou
SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable
MGT3223 Accompagnement entrepreneurial : méthodes, habiletés et pratiques
MGT3227 Créer et manager en mode startup
MGT4124 Croissance de la PME
MGT4711 De l'idée d'affaires au démarrage
MGT510X Cours hors Québec en entrepreneuriat (3 à 12 crédits)
MGT5124 Laboratoire entrepreneurial : de l'idée au plan d'affaires
MGT5711 Séminaire en dynamique entrepreneuriale
MGT6191 Stage d'analyse et d'intervention en management
MGT6193 Stage d'analyse et d'intervention en management II
MGT6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)
MGT6251 École d'été : gestion de start-up interculturel
MKG5317 Marketing entrepreneurial
ORH2230 Entrepreneuriat social et collectif : simulation
ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales
Ou tout autre cours accepté par la direction.

INNOVATION SOCIALE (6690)

La concentration en innovation sociale vise à transmettre des connaissances et compétences pour préparer de futurs et futures gestionnaires à initier et mettre en oeuvre des processus d'innovation sociale mais également capables de gérer des organisations et entreprises engagées en innovation sociale par leur mission sociale et leur structure collective – coopératives, organisations à but non lucratif (OBNL), organismes non gouvernementaux (ONG), organismes communautaires, fondations. La concentration vise à former les personnes étudiantes à ces organisations alternatives, leurs rôles et spécificités de gestion, et à développer les principales compétences, aptitudes et qualités de gestions recherchées par ces organisations et entreprises sociales et collectives. De façon transversale, cette concentration vise aussi à former et outiller des bachelières et bacheliers en administration capables de relever les défis de l'intégration de dimensions sociales, démocratiques et collectives aux entreprises de tout type.

Les quatre cours suivants (12 crédits) :
ORH2101 Organisation, entreprise et société
ORH2222 Gestion des ressources humaines en OSBL
ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales
MOS5211 Management et exploration : design, imagination et prospective
Un cours parmi les suivants (3 crédits) :
ORH2230 Entrepreneuriat social et collectif : simulation
ORH6000 Simulation d'une gestion coopérative
Cinq cours au choix parmi les suivants (15 crédits) :
ENV2001 L'être humain et l'environnement
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
ESG6240 Simulation des Nations Unies
FIN1515 Levée de fonds et recherche de ressources financières en OSBL
MGT3224 Introduction à la gestion de projet
MGT6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)
MGT6202 Perspectives critiques en entrepreneuriat
MKG3311 Marketing à impact social
ORH510X Cours hors Québec en innovation sociale (3 à 12 crédits)
ORH6191 Stage d'analyse et d'intervention en ressources humaines
ORH6193 Stage d'analyse et d'intervention en ressources humaines II
Un choix parmi les deux cours suivants :
ORH2163 Développement organisationnel : fondements théoriques et applications pratiques
ou
ORH5610 Gestion du changement
Ou tout autre cours accepté par la direction

GESTION DE PROJET (6692)

Cette concentration vise à initier les étudiants aux principaux concepts, outils et techniques de la gestion de projet, à les préparer à évoluer efficacement dans des environnements de projet, et à développer leur esprit critique afin qu'ils puissent identifier les enjeux et les défis et s'adapter à différentes situations de projet. Plus spécifiquement, la concentration vise les objectifs suivants : Permettre aux étudiants de définir et comprendre la gestion de projets, ses techniques et outils, son contexte et ses enjeux. Amener les étudiants à comprendre le rôle des projets dans le développement social et durable. Développer, chez les personnes étudiantes, leur compréhension de la dimension humaine des projets, en mettant l'accent sur le leadership, la gestion d'équipes diversifiées, ainsi que l'éthique et la responsabilité sociale. Favoriser le développement d'un esprit critique et la capacité d'adaptation des étudiants, en leur apprenant à identifier les enjeux et les défis des projets, et à s'adapter à différentes situations de projet.

Les cinq cours suivants (15 crédits) :
MGT3001 Management et agilité
MGT3002 Enjeux humains en gestion de projet
MGT3003 Risques et résilience en contexte de projet
MGT3004 Projets et société
MGT3224 Introduction à la gestion de projet
Cinq cours au choix parmi les suivants (15 crédits) :
AOT4310 Gestion des approvisionnements
AOT5316 Introduction à l'analyse d'affaires
AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
MGT4011 L'innovation technologique et son contexte
MGT4711 De l'idée d'affaires au démarrage
MGT5124 Laboratoire entrepreneurial : de l'idée au plan d'affaires
MGT520X Cours hors Québec en gestion de projet (3 à 12 crédits)
MGT6191 Stage d'analyse et d'intervention en management
MGT6193 Stage d'analyse et d'intervention en management II
MGT6251 École d'été : gestion de start-up interculturel
MOS5210 Management et exploration : design, imagination et prospective
MOS5220 Agir et pratiques managériales
MOS5230 Changement social et organisationnel
MOS5331 Manager au quotidien

Ou tout autre cours accepté par la direction

GESTION STRATÉGIQUE (BAGS)

Objectifs de la concentration Cette concentration vise à initier les étudiants aux principaux concepts, outils et techniques liés à la gestion stratégique afin de les préparer à évoluer efficacement en organisation. Plus spécifiquement, la concentration vise les objectifs suivants : Maîtriser les concepts et outils de la gestion stratégique Développer les compétences analytiques et décisionnelles Appliquer les théories de la gestion stratégique à des situations réelles Comprendre les dynamiques de l'environnement concurrentiel des organisations Intégrer les considérations éthiques et de la responsabilité sociale dans la gestion stratégique

Les cinq cours suivants (15 crédits) :
DSR5101 Stratégies de croissance des organisations
DSR5102 Analyse stratégique assistée par l'intelligence artificielle : défis, outils pratiques et compétences clés
DSR6100 Conseil stratégique appliqué à des cas d'entreprises
DSR6101 Sujets contemporains en stratégie des organisations
DSR6102 Direction générale
Cinq cours parmi les suivants (15 crédits) :
AOT5321 Systèmes décisionnels et intelligence d'affaires (B.I.)
DSR3121 Gestion internationale
DSR4701 Gestion internationale et cultures
DSR6194 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale
DSR6195 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale II
ESG5200 Jeux du commerce: volet académique
MGT3001 Management et agilité
MGT4011 L'innovation technologique et son contexte
ORH3160 Leadership et supervision
ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

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 des 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 de l'UQAM 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.

Nombre de crédits obtenus à l'UQAM
Au moins 50% des crédits nécessaires à l'obtention du grade doivent être réussis à l'UQAM.

Connaissances en informatique
Compte tenu de l'utilisation des technologies de l'information dans plusieurs cours, l'étudiant doit s'assurer de maîtriser les logiciels habituellement utilisés (courrier électronique, navigateur, word, excel, etc.)

Conditions d'accès à certains cours
Le cours MAT2082 Méthodes statistiques doit avoir été complété dans les 45 premiers crédits du programme.

Grille de cheminement du programme
Conformément à l'article 4.5 du Règlement no 5, toute inscription doit respecter la grille de cheminement du programme et tenir compte des cours préalables consignés dans l'annuaire de l'Université.

Cheminement Honor

Le cheminement Honor est un cheminement particulier qui permet à un étudiant du baccalauréat en administration, d'inclure un total de neufs crédits d'activités (cours) de niveau deuxième cycle dans son programme de baccalauréat. Ces cours serviront à diplômer l'étudiant au baccalauréat. Subséquemment, ces cours pourront faire l'objet d'une reconnaissance d'acquis dans la maîtrise visée.

Les cours de niveau de deuxième cycle doivent être en lien avec la concentration de l'étudiant.

Pour accéder au cheminement Honor, l'étudiant doit avoir complété ou être à compléter au moins 60 crédits du programme de baccalauréat en administration (incluant 9 crédits des cours de concentration) avec une moyenne cumulative égale ou supérieure à 3,5 sur 4,3 et communiquer avec la direction du programme de baccalauréat en administration. Cette dernière s'occupera d'obtenir l'autorisation de la direction du programme de deuxième cycle visé pour s'inscrire à ces crédits d'activités.

Les programmes de maîtrise qui peuvent accepter des étudiants inscrits dans un cheminement Honor sont les suivants:

- Maîtrise ès sciences de la gestion
- Maîtrise ès sciences, finance appliquée
- Maîtrise en gestion de projet, profil avec mémoire
- Maîtrise ès sciences, technologies de l'information
- Maîtrise en études urbaines
- Maîtrise en développement du tourisme

REMARQUES PARTICULIÈRES

Reconnaissance d'acquis pour les détenteurs d'un DEC technique approprié

Admission à partir du trimestre d'automne 2016 :
Possibilité de reconnaissance d'acquis jusqu'à vingt-quatre crédits offerte aux détenteurs d'un DEC technique approprié.

Admission antérieure au trimestre d'automne 2016 :
Possibilité de reconnaissance d'acquis jusqu'à quinze crédits offerte aux détenteurs d'un DEC technique approprié.

Passerelle inter-cycle

Sous certaines conditions, un étudiant peut être autorisé à suivre jusqu'à neuf crédits de cours de deuxième cycle. L'étudiant doit avoir complété au moins 60 crédits du programme avec une moyenne cumulative égale ou supérieure à 3,5 sur 4,3 (3,8 si le programme de deuxième cycle visé est celui de la Maitrise en gestion de projet) et communiquer avec la direction du programme de baccalauréat en administration. Cette dernière s'occupera d'obtenir l'autorisation de la direction du programme de deuxième cycle visé pour s'inscrire à ces crédits d'activités.

À titre indicatif, les programmes de deuxième cycle suivants acceptent d'accueillir des étudiants de premier cycle dans certains de leurs cours :

Maîtrise ès sciences de la gestion
Maîtrise ès sciences, finance appliquée
Maîtrise ès sciences, technologies de l'information
Maîtrise en gestion de projet

Après l'obtention de son diplôme de baccalauréat et après son admission au programme de deuxième cycle visé, l'étudiant peut demander que ces crédits d'activités soient reconnus dans ce dernier programme. La direction du programme concerné applique alors les règles habituelles de reconnaissance d'acquis en vigueur dans ce programme.

DESCRIPTION DES COURS

AOT3221 Analytique prescriptive pour la gestion
Objectifs
Ce cours a pour objectif de former et d'entraîner l'étudiante ou l'étudiant

à l'utilisation d'un cadre rigoureux pour formuler, analyser et résoudre des problèmes complexes de gestion qui se posent au sein d'une entreprise, fût-elle privée ou publique, de manufacture ou de service. En particulier, l'étudiante ou l'étudiant sera initié(e) : 1. Aux méthodes d'optimisation, qui permettent de trouver des solutions aux problèmes considérés, de façon à maximiser le profit, minimiser les coûts, minimiser les impacts environnementaux, etc., tout en respectant un ensemble de contraintes (imposant des limites aux solutions possibles). 2. À certaines techniques de simulation, qui permettent de tester et d'évaluer des scénarios dans le but de répondre à des questions telles que : quel profit ou quel coût peut-on espérer obtenir dans un contexte décisionnel impliquant des sources d'incertitudes? Comment devrait-on gérer les stocks, dans un contexte où les demandes, les coûts, etc., varient de façon aléatoire? En suivant ce cours, les étudiantes et les étudiants développeront des habilités leur permettant de modéliser des problèmes de planification organisationnelle, d'identifier les informations qu'il est important de connaître pour pouvoir formuler le modèle, de choisir l'approche de résolution appropriée pour les modèles obtenus, ainsi que des habilités d'analyse permettant de mieux comprendre comment les problèmes considérés peuvent être résolus.

Sommaire du contenu
Le cours couvrira les thèmes suivants : Analytique descriptive (distributions, moyennes, intervalles de confiance, etc.)Éléments de la modélisation (paramètres, variables et fonctions)Modélisation I : Planification de la productionUtilisation du Solver d'Excel pour résoudre les modèles d'optimisationModélisation II : planification de la production et de la main d'oeuvreModélisation III : le choix entre faire ou ne pas faireSimulation de Monte-CarloGestion des inventaires (stocks)Optimisation multi-crite¿res: Optimisation par objectifsOptimisation sur des réseaux: transport et flot dans les réseauxÉtudes de cas

Préalables académiques
ECO2273 Économétrie I OU MAT2082 Méthodes statistiques OU MAT4681 Statistique pour les sciences OU POL1850 Méthodes quantitatives OU STT1000 Statistique I

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 opérationsIdentifier et représenter les processus d'une organisation et déterminer les indicateurs qui permettent d'évaluer leur performanceDistinguer le rôle et l'impact des technologies en gestion des opérationsIdentifier les facteurs qui favorisent une gestion efficiente et efficace des ressourcesRésoudre 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 disciplinesL'impact de la GO sur la compétitivité, la productivité et l'agilité des organisationsLes rôles et les responsabilités en GOL'analyse d'un système opérationnel et de ses processusLa planification de la demande et la gestion des ressourcesLa planification des opérations et la gestion logistiqueL'utilisation des technologies en GOL'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 approvisionnementsIdentifier les besoins en approvisionnement de l'organisationÉvaluer les options d'achat et les coûts associésComprendre les mécanismes d'évaluation et de sélection des fournisseursIdentifier les aspects légaux et éthiques associés à la gestion de l'approvisionnementAnalyser 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'approvisionnementPlanification des besoins et détermination des prix d'achatGestion des coûtsÉvaluation et sélection des fournisseursAspects 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 en évaluer les avantages et les inconvénients. Les thèmes suivants seront couverts : La localisationL'entreposageLa distributionLe transportLa 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'organisationFormaliser la stratégie opérationnelle d'une organisation et la traduire en plan d'opérationSchématiser un système opérationnel et son réseau de processusAnalyser les écarts de performanceAppliquer une démarche rigoureuse de diagnostic opérationnelÉmettre 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 opérationnelleLa schématisation d'un système opérationnel et de son réseau de processusL'analyse des parties prenantesL'identification des risques opérationnelsL'analyse des écarts de performanceLa démarche de diagnostic opérationnel

Modalité d'enseignement
Le cours possède 5 séances en mode hybride

AOT4530 Technologies et opérations
Objectifs
À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Reconnaître les technologies utilisées en gestion des opérationsÉvaluer les risques et les opportunités d'affaires relatives à leur adoptionAnalyser l'impact des technologies sur la gestion du système opérationnel de l'organisation et de son réseau de partenaires d'affaires.Évaluer la contribution des technologies à l'amélioration de la performance des organisationsContribuer au développement des pratiques innovantes en gestion des opérations.

Sommaire du contenu
L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à identifier et à sélectionner les technologies qui contribuent à l'amélioration de la performance opérationnelle de l'organisation et de son réseau de partenaires d'affaires. L'organisation peut envisager l'utilisation de nouvelles technologies suite à un changement de stratégie opérationnelle, à un diagnostic opérationnel ou encore à l'essor de technologies émergentes. Les thèmes suivants seront couverts : L'utilisation des technologies de l'information (TI) et des systèmes d'Information de gestion (SIG/ERP) en gestion des opérations et leurs impactsLes modules de SIG spécifiques à la gestion des opérations (WMS, YMS, TMS, etc.)L'utilisation de l'Internet des objets (IdO) et des technologies d'Identifications par Fréquences Radio (RFID) et leurs impactsLes spécificités des modèles d'affaires électroniques et leurs impactsL'utilisation des technologies comme un moyen d'améliorer la performance opérationnelle des organisations

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

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'activitésDistinguer et comparer les différents systèmes de management et normes de la qualitéComprendre et mener un processus de réalisation des audits de systèmes de managementPoursuivre 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 qualitéLes types de systèmes de management de la qualité et de normes de la qualitéLes structures et les exigences de ces systèmes et de ces normes de la qualitéLes 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

AOT4610 Introduction à la simulation
Objectifs
À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Connaître et comprendre les principes fondamentaux de la simulationIdentifier différents logiciels de simulation et leurs champs d'applicationsUtiliser un logiciel de simulationCollecter, trier, analyser et valider des donnéesModéliser et simuler des systèmes opérationnelsValider les modèles de simulationSélectionner des indicateurs de performanceComparer les scénarios simulésAnalyser les impacts des scénarios simulés sur la performance du système opérationnel

Sommaire du contenu
L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à développer des modèles de simulation de systèmes opérationnels afin de soutenir la prise de décision des gestionnaires. Pour y arriver, ils devront collecter, trier, analyser et valider les données nécessaires afin de modéliser adéquatement les systèmes opérationnels. Ensuite, à l'aide d'un logiciel, ils apprendront à élaborer des modèles, à tester différents scénarios d'affaires et à évaluer l'impact de ces modèles sur la performance opérationnelle du système. Finalement, ils devront suggérer les solutions les plus appropriées. Les thèmes suivants seront couverts : La modélisation des systèmes opérationnelsLa méthodologie de simulation à évènements discretsLes techniques d'évaluation de la performance en simulationLa comparaison de scénarios de gestion par la simulationLa sélection de solutions appropriées

Modalité d'enseignement
Le cours se donne au laboratoire informatique.

Préalables académiques
AOT4410 Planification et gestion des ressources

AOT4620 Transformation opérationnelle
Objectifs
À la fin de ce cours, l'étudiant sera capable de : Développer une vision critique des approches contemporaines en gestion des opérationsReconnaître les conditions managériales nécessaires à la transformation et à la gestion quotidienne des opérationsJustifier la transformation opérationnelle (solutions, risques, plan de déploiement et de contrôle)Développer des routines de gestion opérationnelle

Sommaire du contenu
L'objectif principal de ce cours est d'amener les étudiants à concevoir un plan de transformation du système opérationnel d'une organisation suite à un changement de stratégie opérationnelle, de diagnostic opérationnel ou d'introduction de nouvelles technologies. Pour y arriver, ils devront utiliser des méthodologies pour évaluer et proposer des solutions permettant d'améliorer la performance de celui-ci, tout en créant de la valeur pour les parties prenantes. Finalement, ils devront développer un plan de contrôle afin d'assurer le suivi de la performance du système opérationnel. Les thèmes suivants seront couverts : Les approches d'amélioration continue et de transformation opérationnelleL'identification, la comparaison, la conception, le développement et l'intégration des solutionsL'évaluation des risques et des impacts opérationnelsLes plans de contrôle et les routines de gestion opérationnelleLe suivi de la performance

Préalables académiques
AOT4520 Diagnostic opérationnel ou MET4520 Diagnostic opérationnel

AOT500X Cours hors Québec en systèmes d'information (3 à 12 cr.)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine des systèmes d'information qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques
Selon le sujet.

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

AOT510X Cours hors Québec en gestion des opérations (3 à 12 cr.)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de la gestion des opérations qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques
Selon le sujet.

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

AOT5130 Gouvernance et évaluation des impacts TI
Objectifs
Ce cours vise à doter les étudiants des connaissances et compétences nécessaires pour comprendre les tenants et aboutissant de la gouvernance TI, de même que de présenter les différents modèles managériaux de manière appliquée permettant d'évaluer l'impact des TI en mode prévisionnel (préprojet TI ou transformation numérique) et en mode de suivi (une fois les projets réalisés et transformations numériques réalisées).

Sommaire du contenu
Ce cours couvrira les thèmes suivants : 1) La structure d'un dispositif de gouvernance des TI (logique conceptuelle des principes ; principes économiques et régulatoires ; gouvernance d'entreprises et marchés ; classes (mécanismes) ; composantes (principes ; infrastructure ;

applicatif ; architecture ; investissement/priorisation). 2) L'approche multidimensionnelle (domaines stratégiques ; référentiels de pratique ; capacités organisationnelles). 3) Domaines stratégiques de la gouvernance TI (l'alignement TI ; le management TI ; les ressources TI ; les risques TI ; la performance TI ; l'audit et le contrôle TI ; la valeur TI (modèles quantitatifs et qualitatifs) ; la maturité TI). 4) Référentiels de pratique (méthodologie et gouvernance ; COSO (risques) ; COBIT (contrôle et management des processus) ; ITIL (librairie des infrastructures). 5) Capacités organisationnelles (organisationnelles ; contextuelles et portées). 6) Compléments à intégrer dans les lectures, cas, illustrations, ateliers : gouvernance d'entreprise; gouvernance électronique (c.-à-d. données, code, distribuée, etc.) ; aspects sectoriels (financier, pharmaceutique, etc.) ; contexte d'entreprise (grande, PME, PE, micro, etc.) ; évolution du rôle et responsabilités des dirigeants TI dans la gouvernance TI.

Modalité d'enseignement
Ce cours combine à la fois des enseignements magistraux et des ateliers en séance (individuels, groupe). Les étudiants auront accès à des cas, à des exercices pratiques portant sur les méthodes de calcul (évaluation), notamment, et devront savoir communiquer à l'oral et à l'écrit sur la gouvernance TI.

AOT5316 Introduction à l'analyse d'affaires
Objectifs
Ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants au rôle et aux apports de l'analyste d'affaires dans les projets TI. Au terme du cours, les étudiants seront en mesure de : Comprendre le rôle, les activités et les tâches de l'analyste d'affaires dans le cycle de vie d'un projet TI;Savoir comment définir un problème relié à un domaine d'affaires et assurer l'adéquation de la solution avec besoins des parties prenantes;Utiliser adéquatement les moyens et méthodes pour établir une collaboration avec les parties prenantes afin d'en faire émerger les besoins (élicitation);Développer un plan de gestion des exigences d'un projet TI.

Sommaire du contenu
Le cours couvrira les grands thèmes suivants : Les compétences à développer pour un analyste d'affaires, son rôle au sein d'un projet TI;Les domaines de connaissances, les techniques et outils de l'analyse d'affaires;L'élicitation des besoins en analyse d'affaires;La modélisation, la documentation, la priorisation et la communication des exigences d'un projet TI;L'analyse d'affaires en contexte de réalisation de projets TI en mode de livraison cascade ou agile.

Modalité d'enseignement
Ce cours est offert en mode hybride. Ce cours combine à la fois des enseignements magistraux interactifs et des exercices en séance (individuels, groupe). Les étudiants auront à communiquer à l'écrit (via une plateforme en ligne) et à l'oral le fruit de leurs travaux à l'ensemble du groupe.

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

AOT5323 Introduction à la visualisation des données d'affaires
Objectifs
Le cours a comme objectifs de fournir les fondements de la visualisation de données. Les bonnes pratiques en matière de conception de graphiques et les techniques de manipulation des composantes visuelles sont abordées afin de transformer les données en information permettant la prise de décision. Les apprentissages se feront avec un outil de visualisation avancée et offriront aux étudiants l'option de poursuivre une certification professionnelle dans ce domaine. À la fin de ce cours, l'étudiant aura acquis les habiletés et connaissances suivantes : 1.Le vocabulaire de base de la visualisation des données 2.Les meilleures pratiques en termes de conception et technique de visualisation des données 3.La conception de tableaux de bord et histoires 4.L'optimisation et la personnalisation des visualisations selon les besoins d'affaires 5.L'application des techniques de visualisation avancées 6.Le partage des informations en s'appuyant sur des visualisations dynamiques 7.La compréhension des principes de communication pour la présentation visuelle des données d'affaires 8.La mise en œuvre d'un projet de visualisation de données en s'appuyant sur une méthodologie agile

Sommaire du contenu
Ce cours aborde les différents sujets liés à la visualisation de données: 1.Les bonnes pratiques en matière du choix visuel lors de la conception graphique 2.Les fondements des techniques de visualisation 3.La manipulation des composantes visuelles 4.Les fonctions avancées de visualisation 5.La gestion de projet agile permettant le développement des visualisations en gestion

Modalité d'enseignement
1.Séances magistrales en salle de cours (présentations, participations aux discussions, études de cas, etc.). 2.Séances aux laboratoires informatiques.

Conditions d'accès
Étudiants inscrits dans un programme de premier cycle à l'ESG (les étudiants libres sont acceptés).

AOT5325 Introduction à l'analytique prédictive d'affaires
Objectifs
Ce cours a comme objet d'études les principales méthodes d'analytique prédictive pour gestionnaires. Les étudiants analyseront les besoins prédictifs des entreprises et modéliseront les problèmes décisionnels auxquels les entreprises sont confrontées. Le cours portera également sur un ensemble de technologies permettant l'application des méthodes et visant à supporter les décisions organisationnelles. À la fin du cours, les étudiants devraient : Être en mesure d'identifier et d'analyser les besoins informationnels de type prédictif;Connaître les principales méthodes d'analytique prédictive et technologies servant à supporter les décisions et être capable de les appliquer;Savoir interpréter et présenter les résultats obtenus.

Sommaire du contenu
Les thèmes abordés : - Analyse des besoins informationnels - Cycle de résolution : a.Modélisation des problèmes d'affaires b.Préparation des données et planification c.Application des techniques prédictives d.Interprétation et présentation des résultats Méthodes d'analytique prédictive : techniques de régression et de classification. - Technologies et logiciels offrant des fonctionnalités d'analytique prédictive.

Modalité d'enseignement
Cours magistral et séance de cours en laboratoire sous forme d'ateliers.

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 chaine 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.

AOT6190 Stage d'analyse et d'intervention en technologies de l'information
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

AOT6191 Stage d'analyse et d'intervention en gestion des opérations
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

établis en marge du stage. Il peut également faire appel à des professeurs spécialistes au niveau des diverses concentrations.

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

AOT6193 Stage d'analyse et d'intervention en technologies de l'information II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Détenir une moyenne académique minimale de 2,7 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
AOT6190 Stage d'analyse et d'intervention en technologies de l'information

AOT6194 Stage d'analyse et d'intervention en gestion des opérations II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
AOT6191 Stage d'analyse et d'intervention en gestion des opérations

DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises
Objectifs
Ce cours vise à ce que les personnes étudiantes développent une compréhension de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et plus largement des organisations (RSO). L'objectif est double : (i) développer une compréhension nuancée de la RSO et des concepts connexes (ii) habiliter les personnes étudiantes à devenir des gestionnaires responsables et éclairés, de même que des citoyennes et citoyens engagés. En mettant l'accent sur les débats de sociétés contemporains et les exemples historiques, ce cours favorisera une compréhension de la manière dont la responsabilité sociale s'entrelace avec les enjeux de la durabilité, l'éthique des affaires, la prise de décisions stratégiques, la politique et les transformations de société.

Sommaire du contenu
La responsabilité sociale des entreprises (RSE) ou responsabilité sociale des organisations (RSO) est devenue un pilier incontournable pour toute organisation qui aspire à la pérennité. La réussite et la légitimité des entreprises sont jugées non seulement sur leur performance économique mais également sur leur impact social et environnemental tant au niveau local qu'à l'international. Les gestionnaires se trouvent ainsi au carrefour de défis complexes, devant conjuguer des impératifs économiques avec des considérations sociales, politiques, juridiques, environnementales, culturelles et éthiques sur la scène locale, nationale et internationale. Le cours aborde de nombreuses dimensions de la RSO, y inclus les enjeux environnementaux, de gouvernance, de vie au travail et d'inclusion, de relations avec les parties prenantes et l'ancrage avec les communautés, de contribution à l'économie générale. Divers outils et notions issus de différentes disciplines sont mis à profit pour mieux analyser les situations, notamment ceux-ci : externalité, légitimité, normes et certifications sociales et environnementales, diagnostics de performance sociale et environnementale, analyse de cycle de vie, finance responsable, équité fiscale.

DSR3121 Gestion internationale
Objectifs
Ce cours vise à familiariser les personnes étudiantes à la gestion internationale en abordant les stratégies élaborées et mises en oeuvre par les entreprises, notamment canadiennes et québécoises, sur les marchés étrangers. Le cours vise à contribuer au développement de savoirs et de compétences pour : analyser les caractéristiques de l'environnement international des entreprises et les grandes questions de l'économie contemporainecomprendre les enjeux affectant la compétitivité dans des contextes variésdéployer des stratégies sur les marchés internationaux, telles que l'exportation, les partenariats stratégiques et les investissements directs à l'étrangermettre en oeuvre des pratiques managériales pertinentes dans un environnement de plus en plus complexeposer des diagnostics concernant l'opportunité et la capacité d'une PME québécoise à se lancer sur les marchés internationaux. »

Sommaire du contenu
Ce cours vise à familiariser les personnes étudiantes à la gestion internationale en abordant les stratégies élaborées et mises en oeuvre par les entreprises, notamment canadiennes et québécoises, sur les marchés étrangers. Divisé en trois parties, le cours commence par analyser les caractéristiques de l'environnement international des entreprises, mettant l'accent sur la compétitivité dans des contextes variés. Ensuite, ce cours familiarise les personnes étudiantes aux différentes stratégies employées sur les marchés internationaux, telles que l'exportation, les partenariats stratégiques et les investissements directs à l'étranger. Enfin, le cours se penche sur les pratiques

managériales nécessaires à la mise en oeuvre de ces stratégies dans un environnement de plus en plus complexe, en mettant particulièrement l'accent sur les compétences de gestion internationale.

Modalité d'enseignement
Magistral et interactif

DSR4701 Gestion internationale et cultures
Objectifs
L'objectif 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 et favoriser l'adoption d'une perspective réflexive et critique. 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 faire 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. Plus spécifiquement, ce cours vise à développer chez l'étudiant des compétences reliées à la gestion dans un contexte national et international de façon qu'il soit capable de : 1- Définir clairement le concept de « culture » et intégrer les dimensions technologiques, sociologiques, politiques, idéologiques, religieuses et historiques ; 2- Comprendre la diversité et la complexité des cultures et les tensions et le potentiel qui émergent des relations interculturelles; 3- Rendre compte de l'ancrage culturel et identitaire des pratiques managériales; 4- Mieux diagnostiquer et mieux gérer les défis culturels dans la vie personnelle et professionnelle; 5- S'ouvrir aux différentes pratiques managériales du monde et comprendre les impératifs organisationnels et stratégiques relatifs à chaque contexte culturel;
6- Développer sa croissance personnelle à travers une réflexion et une introspection sur soi, son identité et le comportement social et organisationnel.

Sommaire du contenu
Dans un contexte d'internationalisation des entreprises, de développement de la mobilité internationale et de nouvelles générations connectées et qui se définissant comme « citoyennes du monde », il devient de plus en plus important de connaître et de maîtriser les principes de la gestion internationale et de la gestion interculturelle. Ce cours vise donc à amener l'étudiant à comprendre la culture à différents niveaux : 1/niveau anthropologique (civilisations/ culture nationale/ régionale/ sous cultures), 2/ niveau organisationnel (culture organisationnelle), et 3/ niveau écosystémique (culture du réseau /industrie locale et globale). 75 Le cours a été structuré autour de ces trois volets successifs et interreliés. En effet, la culture au niveau individuel impacte et est impactée par les cultures au niveau organisationnel et au niveau réseau d'affaires. A. La culture au niveau individuel: définition de la culture, dimensions de la culture, paradigme philosophique (opposition entre culture et nature), paradigme anthropologique (individu ancré dans un milieu), paradigme sociologique (l'individu fait évoluer son milieu), etc. Les notions couvertes incluent : le racisme primaire et secondaire, le barbarisme, les malentendus interculturels, l'éthique, la morale, la logique d'honneur, la logique contractuelle, la logique consensuelle, les dimensions culturelles. Et bien d'autres tels que les trois modèles d'intégration nationaux : Assimilation/ Tolérance/ intégration multiculturelle versus interculturelle. B. La culture au niveau organisationnel : culture de l'organisation; la psychologie organisationnelle : structure/culture/individus; l'éthique d'entreprise et la gestion de la diversité dans les organisations. C. La culture au niveau du réseau ou de l'écosystème : les thèmes abordés sont : les réseaux internationaux, les écosystèmes virtuels, les alliances, et la négociation internationale. Dans ce cours, la multidisciplinarité est abordée comme un incontournable épistémologique pour embrasser la complexité des relations interculturelles. Au fil des séances, les étudiants apprécieront combien les particularismes culturels et identitaires sont déterminants dans les conceptions de stratégies managériales.

Modalité d'enseignement
Cours alliant les exposés magistraux, mais également les ateliers. Des journées pourraient être prévues : matinée magistrale et après midi atelier. Présentiel ou hybride.

DSR500X Cours hors Québec en gestion internationale (3 à 12 cr.)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de la gestion internationale qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques
Selon le sujet.

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

DSR5101 Stratégies de croissance des organisations
Objectifs
L'objectif est de former les personnes étudiantes aux différentes stratégies permettant aux entreprises de se développer et de diversifier leurs activités. Il s'intéresse aux multiples facettes de la croissance, qu'il s'agisse de diversification (produits, marchés), d'innovation, de joint-venture ou d'alliances stratégiques. Le cours comporte une partie magistrale qui couvre les fondements théoriques et une partie pratique au moyen d'un business game en gestion stratégique, offrant ainsi l'opportunité d'appliquer et de consolider les apprentissages dans un contexte réaliste de la croissance. Au terme de ce cours, la personne étudiante sera en mesure de : Identifier et comprendre les différentes formes de croissance (diversification des activités, ouverture de nouveaux marchés, innovation, partenariats, etc.). Distinguer les stratégies corporatives, concurrentielles et de croissance, ainsi que leurs impacts respectifs sur la performance de l'entreprise. Formuler un diagnostic pour cerner les potentiels de croissance. Formuler et mettre en oeuvre une stratégie de croissance. Mesurer l'efficacité de la stratégie adoptée à l'aide d'outils d'évaluation pertinents et procéder aux ajustements requis lorsque des écarts sont constatés. Appliquer les apprentissages à des situations réelles. Au-delà de la maîtrise des concepts, la personne étudiante sera en mesure d'en faire une application adéquate de manière à développer une : Une pensée stratégique. Des compétences transversales (communication, travail d'équipe, leadership).Participer activement à un business game en stratégies de croissance, en coopérant avec ses pairs afin d'atteindre des objectifs communs. Grâce à cette combinaison de théorie et de pratique, les personnes étudiantes développeront à la fois une solide compréhension des enjeux stratégiques liés à la croissance des organisations et les compétences opérationnelles nécessaires pour

diagnostiquer, formuler, implanter et évaluer efficacement des stratégies de développement dans un environnement concurrentiel et en constante évolution.

Sommaire du contenu
Ce cours propose aux personnes étudiantes une exploration approfondie des stratégies qui permettent aux organisations de se développer dans un environnement concurrentiel et en constante mutation. Cette mise en contexte souligne l'importance de la croissance comme levier de performance et de création de valeur. Module 1 : Introduction à la croissance stratégique Importance de la croissance comme levier de performance, de survie et de création de valeur plurielle. Différentes formes de croissance : interne, externe, diversification, innovation, internationalisation, partenariats. Module 2 : Diagnostic stratégique des opportunités de croissance Réalisation d'un diagnostic stratégique pour identifier les potentiels de croissance.Identification et sélection des opportunités les plus pertinentes pour l'entreprise. Module 3 : Les leviers internes de développement Innovation : processus, gestion et enjeux stratégiques.Capacités dynamiques et compétences distinctives des entreprises. Module 4 : Les stratégies de croissance externe et diversification Expansion géographique.Alliances stratégiques et partenariats. Module 5 : Évaluer et piloter la croissance : pertinence, faisabilité et acceptabilité Indicateurs de mesure de la performance (tableaux de bord, Triple Bottom Line – TBL).Pilotage stratégique à l'aide d'outils de gestion intégrée. Module 6: Application concrète : Business Game en stratégies de croissance Simulation pratique (sept dernières séances) : application des concepts et méthodes.Formulation et mise en oeuvre d'une stratégie de croissance en équipe. Analyse des résultats obtenus et ajustements stratégiques en contexte concurrentiel.

Modalité d'enseignement
Diverses méthodes pédagogiques seront utilisées dans le cadre de cours, avec une attention particulière accordée aux enjeux pratiques : exposés magistraux, discussions en classe, des mises en situation (minicas), exercices d'application sur socrative et travail en équipe sur une simulation les sept dernières séances.

Préalables académiques
DSR5100 Stratégie de gestion

DSR5102 Analyse stratégique assistée par l'intelligence artificielle : défis, outils pratiques et compétences clés
Objectifs
Ce cours vise à offrir aux personnes étudiantes une compréhension approfondie des concepts fondamentaux de l'analyse stratégique, en mettant particulièrement l'accent sur l'évaluation des environnements internes et externes de l'organisation. Les personnes étudiantes apprendront à maîtriser la pratique de la stratégie et à utiliser divers outils d'analyse pour formuler des stratégies efficaces, en intégrant les technologies d'intelligence artificielle (IA) générative dans leur diagnostic stratégique. Au terme de ce cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : 1. Maîtriser la pratique de la stratégie : Définir les concepts de stratégie, de management stratégique, d'analyse stratégique et de prise de décision stratégique. Comprendre les différentes méthodes stratégiques, telles que les ateliers de réflexion stratégique, les projets stratégiques et les tests d'hypothèses. Connaître le processus de planification stratégique. 2. Développer des compétences clés pour l'analyse stratégique assistée par l'IA : Intégrer les principes fondamentaux de l'IA et ses applications en analyse stratégique.Appliquer des compétences pratiques dans l'utilisation de l'IA pour l'analyse stratégique. 3. Relever les défis liés à l'intégration de l'IA dans l'analyse stratégique : Identifier les obstacles et les risques associés à l'utilisation de l'IA dans l'analyse stratégique.Élaborer des stratégies pour surmonter ces défis et maximiser les avantages de l'IA. 4. Réaliser un diagnostic stratégique : Expérimenter les techniques de collecte de données pertinentes pour l'analyse stratégique. Mettre en place une veille stratégique pour surveiller les tendances et les évolutions du marché. Utiliser les informations recueillies lors de la collecte de données pour informer les décisions stratégiques. o Analyser le macroenvironnement à l'aide de l'analyse PESTEL (Politique, Économique, Sociologique, Technologique, Environnemental, Légal) et de la construction de scénarios pour émettre des recommandations. o Analyser l'industrie pour identifier ses opportunités et ses menaces et l'intensité concurrentielle à l'aide du modèle des 5(+1) forces de la concurrence pour émettre des recommandations. o Analyser les concurrents et les marchés à travers les groupes stratégiques et l'étalonnage pour émettre des recommandations. o Évaluer les forces et les faiblesses de l'entreprise pour émettre des recommandations. o Identifier des évolutions futures avec la prospective pour émettre des recommandations. Au-delà de la maîtrise des concepts, la personne étudiante sera en mesure de : Appliquer les connaissances acquises à des situations réelles Développer une pensée stratégique. Acquérir des compétences transversales telles que la communication, le travail d'équipe et le leadership.

Sommaire du contenu
Module 1 : Introduction à l'analyse stratégique Définition des concepts clés : stratégie, management stratégique, analyse stratégique et prise de décision stratégique.Importance de l'analyse stratégique dans le contexte organisationnel. Principes de veille et de prospective et leur importance dans l'analyse stratégique. Module 2 : Méthodes stratégiques Ateliers de réflexion stratégique.Projets stratégiques. Tests d'hypothèses. Processus de planification stratégique. Module 3 : Principes fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA) générative en analyse stratégique Introduction à l'IA générative et ses applications en analyse stratégique. Compréhension des principes de base de l'IA générative. Utilisation des outils d'IA générative pour l'analyse stratégique. Amélioration de la précision et de l'efficacité des analyses grâce à l'IA générative. Identification des obstacles et des risques liés à l'utilisation de l'IA générative. Stratégies pour surmonter les défis et maximiser les avantages de l'IA générative. Module 6 : Diagnostic stratégique Collecte de données pertinentes pour l'analyse stratégique. Veille stratégique, tendances et évolutions du marché. Analyse du macroenvironnement : PESTEL et construction de scénarios. Analyse de l'industrie : opportunités, menaces, modèle des 5(+1) forces de la concurrence, dynamique concurrentielle. Analyse des concurrents et des marchés : groupes stratégiques, étalonnage. Évaluation des forces et faiblesses de l'entreprise. Anticipation des évolutions futures avec la prospective. Utilisation des informations recueillies pour informer les décisions stratégiques.

Modalité d'enseignement
Le cours combine des approches théoriques et pratiques, avec des études de cas, des ateliers de création et des projets collaboratifs.

Préalables académiques
DSR5100 Stratégie de gestion

DSR6100 Conseil stratégique appliqué à des cas d'entreprises
Objectifs
Le cours de conseil stratégique appliqué à des cas d'entreprises est un cours qui permet de démystifier le monde de la consultation en stratégie en adressant: 1- le métier de consultant, consultante en stratégie et le processus de consultation, 2- couplé à une mise en application du rôle de consultant, consultante à travers des études de cas d'entreprises variées. À travers les études de cas, ce cours aborde la formulation et la mise en oeuvre de la stratégie car tout, toute gestionnaire ne peut comprendre chaque aspect de la formulation d'une stratégie sans prendre en compte la complexité de la mise en oeuvre et ses choix inhérents. Ces choix stratégiques imposent de réconcilier des tensions évidentes entre ce que l'organisation doit faire face aux menaces et opportunités de son environnement, ce qu'elle veut faire compte tenu des valeurs de ses dirigeants, dirigeantes et de ce qu'elle peut faire compte tenu de ses ressources et compétences. Ce cours, en particulier, permet l'acquisition de connaissances spécifiques sur l'industrie de la consultation en stratégie (structure) ainsi que le travail des consultants, consultantes sur l'analyse des organisations et de leurs environnements, sur la formulation, l'évaluation et la mise en oeuvre de la stratégie (processus stratégique). Il cherche aussi à améliorer l'habileté de la personne étudiante à résoudre des cas complexes et à élaborer une argumentation solide. Finalement, ce

cours permet à la personne étudiante de se construire un portfolio référencier de connaissances de plusieurs industries et d'enjeux classiques inhérents de la grande entreprise à la PME en Amérique du Nord.

Sommaire du contenu
Le cours de conseil stratégique appliqué à des cas d'entreprises comprend l'exploration des thèmes suivants sur la base d'une présentation magistrale des éléments théoriques pertinents appuyé par une étude de cas illustrant l'enjeux à l'étude: - Le métier de consultant, consultante et le processus de la consultation - Mise en application du rôle de consultant, consultante à travers des études de cas - Le rôle et l'importance de la stratégie - Le diagnostic externe et les défis actuels - Les forces de la concurrence - Le diagnostic interne - Les stratégies de croissance - La formulation et l'exécution stratégique - Le lien stratégie-organisation - La stratégie corporative et sa mise en oeuvre - La stratégie et les parties prenantes - La mise en oeuvre de la stratégie: de l'analyse à l'action - Ma carrière en conseil stratégique Le cours se conclue avec une synthèse des apprentissages et habiletés.

Modalité d'enseignement
La stratégie est une théorie de l'action qui se pratique. L'enseignement du cours de conseil stratégique appliqué à des cas d'entreprises privilégie donc l'action et repose sur l'analyse de cas de gestion à l'aide des principales réflexions théoriques du domaine. Les cas et les lectures sont donc les principaux outils de travail de ce cours. Des consultants, consultantes en stratégie seront bien entendu invités pour échanger avec les personnes étudiantes sous diverses formes.

Préalables académiques
DSR5100 Stratégie de gestion

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 stratégie2. Mettre en œuvre des outils d'analyse en lien avec les enjeux mentionnés ci-dessus3. Identifier précisément la nature des environnements considérés ainsi que les règles du jeu qui y sont attachés4. Appliquer l'ensemble des apprentissages à des cas réels, soit par des projets ou des cas pédagogiques5. Établir un diagnostic interne (l'analyse des ressources et compétences, de la chaine de valeur, des capacités dynamiques, des avantages concurrentiels)6. Évaluer les options internes et externes de croissance7. 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 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'opérationaliser 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 oeuvre 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

DSR6194 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises, que ce soit localement ou à l'international, au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration. Le projet peut également revêtir la forme d'un stage de direction générale. Dans ce dernier cas, l'étudiant est amené à traiter à un haut niveau avec diverses fonctions de l'entreprise.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent), détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le sti

DSR6195 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration. Le projet peut également revêtir la forme d'un stage de direction générale. Dans ce dernier cas, l'étudiant est amené à traiter à un haut niveau avec diverses fonctions de l'entreprise.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent), détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
DSR6194 Stage d'analyse et d'intervention en stratégie ou en gestion internationale

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

DSR6305 Séminaire sur les marchés des pays de l'Amérique latine
Ce séminaire a pour objectif de sensibiliser les étudiants aux opportunités d'affaires offertes dans les pays d'Amérique latine. L'adhésion du Mexique au système du libre-échange nord-américain a donné une impulsion aux tentatives de l'intégration économique en Amérique Centrale et en Amérique du Sud. Les accords de Mercosur (Brésil, Argentine, Paraguay) et de Carthagène (Pérou, Bolivie, Colombie, Équateur et Vénézuela) représentent des zones économiques potentielles qui ne doivent pas être négligées par les futurs gestionnaires et/ou exportateurs québécois. Le séminaire traitera des caractéristiques économiques et culturelles de la région. Les étudiants seront appelés à identifier les pays et les secteurs où les entreprises québécoises/canadiennes ont la plus grande probabilité de réussir face à la concurrence des entreprises régionales et/ou américaines.

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

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

DSR6309 Séminaire sur les marchés des pays africains
Objectifs
Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure : D'évaluer l'accessibilité et les opportunités d'affaires dans des pays de l'Afrique francophone, tels le Gabon, le Mali, le Sénégal, le Cameroun, la Tunisie, le Maroc, et l'Algérie et/ou dans des pays de l'Afrique anglophone, tels le Nigéria, l'Afrique du sud, le Kenya, et le Ghana;De faire un diagnostic quant aux opportunités d'exporter les biens et/ou les services québécois sur le continent africain.

Sommaire du contenu
Constat général des aspects économiques et sociaux sur le continent africain;Introduction à plusieurs marchés vigoureux (francophones & anglophones);Secteurs économiques porteurs pour les entreprises québécoises et canadiennes;Institutions et cultures ayant de l'influence sur les façons de faire des affaires en Afrique;Traité de libre-échange des pays d'Afrique continentale (AfCFTA lancé le 01.01.2021) et autres traités d'intégration économique (ex. CEDEAO, CAE, COMESA);Facteurs de succès dans le développement des affaires sur les marchés africains;Planification et processus de développement des affaires sur les marchés africains.

Modalité d'enseignement
Cours magistraux, études de cas et visites virtuelles faites par des conférencières, conférenciers opérant sur place (entreprises, institutions publiques et privés).

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

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'historique 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 maitrise 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.

ECO1301 Analyse microéconomique
Objectifs
Ce cours vise à amener les personnes étudiantes à mieux comprendre l'environnement microéconomique dans lequel les individus, les entreprises et le gouvernement évoluent et de connaître les mécanismes par lesquels les principales variables économiques influencent leurs décisions et leur situation financière. Après avoir réussi ce cours, la personne étudiante sera 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.

Sommaire du contenu
Dans ce cours, on étudiera les mécanismes par lesquels les variables économiques influencent les décisions des agents économiques et on se familiarisera avec les aspects théoriques, institutionnels et politiques de la microéconomie. Les thèmes étudiés sont les suivants : Rareté, allocation des ressources et coût de renonciation,Comportement des consommateurs, La production, les coûts et les profits dans les marchés concurrentiels,Bien-être dans les marchés concurrentiels, Monopole, oligopole et concurrence monopolistique, Taxation, Biens publics et réglementation des entreprises, Externalités et analyse économique de la protection de l'environnement, Marché du travail.

Modalité d'enseignement
Il s'agit d'un cours coordonné avec des examens intra et final communs à l'ensemble des groupes. Une grande variété d'enseignements existe selon les groupes: présentiel, à distance et hybride.

ECO2401 Analyse macroéconomique
Objectifs
Les décisions stratégiques des entreprises et des décideurs publics doivent prendre en compte le contexte macroéconomique dans lequel elles s'inscrivent : croissance, chômage, inflation, crise économique, hausse des taux d'intérêt, taux de change… L'objectif de ce cours est d'offrir les outils indispensables à la compréhension de ces grands phénomènes macroéconomiques. Chaque séance s'intéresse à un concept macroéconomique spécifique et vise à répondre à trois questions : Comment mesure-t-on ce concept ? Quelles théories permettent d'expliquer son niveau et son évolution ? Quelles politiques économiques sont liées à ce concept ? Après avoir réussi ce cours, la personne étudiante sera en mesure de mieux naviguer, anticiper et vous adapter aux changements dans l'environnement macroéconomique et ainsi améliorer vos prises de décisions stratégiques.

Sommaire du contenu
Les concepts étudiés sont: le niveau de richesse des pays, la croissance économique, le marché de l'emploi et le chômage, la monnaie, la banque centrale, l'inflation, les cycles économiques, le taux de change.

Modalité d'enseignement
Il s'agit d'un cours coordonné avec des examens intra et final communs à l'ensemble des groupes. Une grande variété d'enseignements existe selon les groupes : en personne, en ligne, hybride, hybride asynchrone.

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

ECO5550 Monnaies et marchés financiers internationaux
Ce cours a pour but de familiariser l'étudiant avec les aspects théoriques, institutionnels et politiques de l'analyse économique

appliquée au domaine des relations monétaires et financières internationales. Les marchés financiers et l'environnement international: marchés des capitaux, des obligations et des changes, balance des paiements et évolution du système monétaire international.Le marché des changes: régimes de taux fixes et de taux flexibles, influences de l'inflation et des taux d'intérêt sur les cours des monnaies.Les stratégies des entreprises face au risque de change: instruments et stratégies de couverture contre le risque de change, gestion de la trésorerie, financement des opérations.L'entreprise et le marché du capital: coût du capital et sources de financement, taxation de l'entreprise multinationale.La politique macroéconomique en économie ouverte: crises monétaires et attaques spéculatives, coordination des politiques économiques.Les problèmes causés par l'endettement des nations.

Préalables académiques
ECO1023 Macroéconomie I ou ECO2401 Analyse macroéconomique

ENV2001 L'être humain et l'environnement
Objectifs
Ce cours a pour objectif de développer chez l'étudiante, l'étudiant une perspective transversale, scientifique, multidisciplinaire et critique des relations entre l'être humain et l'environnement. Il fournira les fondements théoriques nécessaires à la compréhension de ces relations, notamment au travers l'apprentissage des bases de la modélisation systémique, dans les domaines de l'écologie humaine et des sciences de l'environnement. À l'issue de ce cours, l'étudiante, l'étudiant devrait plus particulièrement être en mesure de : Appliquer des outils conceptuels, notamment ceux tirés de la théorie des systèmes, pour analyser les problématiques environnementales;Établir des liens entre les aspects écologiques, sociologiques, politiques, économiques et techniques des problématiques environnementales;Repérer et synthétiser les arguments scientifiques et idéologiques sous-jacents aux controverses environnementales; Dialoguer avec des collègues formés dans d'autres disciplines en mobilisant des connaissances multidisciplinaires sur les enjeux environnementaux.

Sommaire du contenu
Cours sur les relations entre l'être humain et l'environnement, considérées de manière large à la lumière des sciences de l'environnement et de l'histoire du concept d'environnement. Le cours aborde les problématiques environnementales actuelles en mobilisant des notions comme les systèmes, la complexité, la modélisation, la conscience environnementale, l'écologie politique, l'anthropocène, la résilience, l'adaptation, la durabilité et la transition écologique.

Modalité d'enseignement
Cours magistral

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.

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, connaitre 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.

FIN1515 Levée de fonds et recherche de ressources financières en OSBL
Ce cours vise à former les étudiants à la stratégie et aux techniques de développement des ressources financières en OSBL. Identification des ressources et de la clientèle. Prise en compte du contexte politique, fiscal, social, éthique... Élaboration d'une stratégie de financement. Constitution du dossier de promotion. Techniques de sollicitation de fonds. Planification du déroulement des opérations. Optimisation de l'efficacité. Application des principes de marketing. Gestion des équipes. Contrôle des fonds. Évaluation et compte rendu.

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 PMEs.

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.

FIN3530 Fonds d'investissement et produits financiers I
Ce cours permet aux professionnels appelés à offrir des services consultatifs aux particuliers d'acquérir les compétences et les connaissances pour aider leurs clients à choisir les instruments et la stratégie de placement la plus appropriée. Il a un double objectif: d'une part, celui de donner aux professionnels une vue d'ensemble du secteur des placements (produits et marchés), en mettant l'accent sur les fonds de placement et, d'autre part, celui d'apprendre à ces professionnels à évaluer les objectifs financiers de leur clients et d'assurer que ceux-ci choisissent des placements qui leur conviennent. Rôle du conseiller financier incluant un aperçu des marchés financiers et du secteur des fonds de placement ainsi que la connaissance du client.Rappel des notions de mathématiques financières.Différents types de placement: les obligations, les actions privilégiées et les actions ordinaires, les produits dérivés. Constitution et gestion de portefeuille de titres.Les fonds communs de placement: constitution des fonds communs de placement, les catégories de fonds, styles de gestion et le choix d'un fonds de placement, autres produits gérés.Processus de prestations de conseils à la clientèle, déontologie et normes de conduite du guide en placement.L'étudiant qui désire obtenir l'autorisation de vendre des titres de fonds de placement devra à la fin du cours réussir en plus l'examen du Canadians Securities Institute (Formation mondiale CSI Inc.).

Conditions d'accès
Il est fortement suggéré d'avoir suivi un cours de mathématiques financières avant de s'inscrire à ce cours.

FIN500X Cours hors Québec en finance (3 à 12 cr.)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de la finance qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques
Selon le sujet.

FIN520X Compétition académique : volet finance
Objectifs
Ce cours à contenu variable a pour but de préparer les étudiants à participer à une compétition académique liée à la discipline de la finance.

Conditions d'accès
Pour soumettre sa candidature, l'étudiant devra fournir le formulaire d'inscription complété (disponible sur le site web), le relevé de notes (non officiel), le cv, une lettre de motivation, une lettre de recommandation (par un professeur ou professionnel). Il sera ensuite convoqué pour une entrevue de sélection.

FIN5510 Gestion des institutions financières
Contexte nord-américain des institutions financières, particulièrement des institutions financières de dépôts. Organisation et législation. Analyse conceptuelle du rôle des marchés financiers. La fonction d'intermédiation financière. Gestion d'une institution de dépôts. Gestion de la liquidité. Analyse de la marge nette d'intérêt. Gestion des taux, gestion du risque de crédit, gestion du risque du portefeuille. La compétition dans l'industrie des services financiers. Les défis de la nouvelle réglementation.

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

FIN5521 Analyse des valeurs mobilières I
Principes et modèles d'analyse. Analyse de la rentabilité. Bénéfice économique et comptable. Analyse de l'industrie. Techniques de prévision. Analyse du risque. La nature et la mesure du risque. Principes de gestion de portefeuilles. Risque et prime de risque. Analyse technique, efficience des marchés financiers.

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

FIN5522 Règlementation de l'industrie financière

Objectifs
La réglementation financière doit permettre, entre autres, d'assurer la confiance du public dans le système financier, la protection des épargnants, et l'efficience du marché financier. L'objectif de ce cours est de familiariser l'étudiant avec le cadre réglementaire de l'industrie financière au Canada et de lui présenter le processus de développement réglementaire devant permettre de promouvoir l'équité, la solvabilité et l'efficience du système financier. Pour ce faire, le cours abordera la réglementation des Institutions de dépôts (banques et coopératives de services financiers), des fiducies, de l'assurance et des valeurs mobilières.

Sommaire du contenu
Réglementation des Institutions de dépôts (banques et coopératives de services financiers), des fiducies, de l'assurance et des valeurs mobilières;Processus de développement réglementaire;Tendances internationales en matière de réglementation de l'industrie financière.

Conditions d'accès
Avoir réussi 45 crédits en gestion.

Préalables académiques
FIN5521 Analyse des valeurs mobilières I ou équivalent

FIN5523 Marché obligataire et taux d'intérêt
Taux d'intérêt et équilibre des marchés financiers, échéances et structure des taux d'intérêt. Durée du crédit et échéance: protection contre le risque de fluctuations des taux d'intérêts. Clauses de rachat. Analyse du risque d'insolvabilité. Impôts et autres influences gouvernementales sur l'allocation des ressources financières. Analyse des titres convertibles. Gestion de portefeuilles d'obligations; stratégies de gestion. Caractéristiques et évaluation des options.

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

FIN5525 Théorie de portefeuille
Permettre à l'étudiant de maîtriser les concepts fondamentaux de la frontière efficace dans un cadre multivarié, d'approfondir l'analyse des modèles d'évaluation des actifs financiers ou CAPM et de l'arbitrage (A.P.T.). L'efficacité du marché, les investissements internationaux ainsi que d'autres thèmes de la théorie de portefeuille seront aussi étudiés. Introduire à la théorie de l'utilité; Dérivation de la frontière efficace dans un cadre multivarié; Les modèles du CAPM et de l'A.P.T.; L'efficacité de marché; l'évaluation de la performance d'un portefeuille; L'intégration des marchés financiers dans les cadres du CAPM international et de l'A.P.T. international.

Préalables académiques
ACT2220 Mathématiques financières II ou FIN3530 Fonds d'investissement et produits financiers I ou FIN4010 Finance corporative pour actuaire I ou FIN5521 Analyse des valeurs mobilières I ou FIN4011 Finance corporative pour actuaire I

FIN5530 Investissement immobilier
Objectifs
L'objectif du cours est double : A. Sur le plan académique l'objectif est de former les étudiants aux exigences et aux enjeux de l'industrie financière quant aux choix d'investissement et de financement propres aux actifs immobiliers. B. Sur le plan économique il est de répondre à un besoin de l'industrie financière de former son personnel et ses employés aux techniques d'investissement et de financement dans le secteur immobilier.

Sommaire du contenu
Le cours sera consacré à l'approfondissement des techniques d'investissement et de financement propres au secteur de l'immobilier (6 sections de 2 à 3 séances). Après un rappel des grands enjeux associés à l'économie urbaine, à l'immobilier résidentiel et commercial, les fondements du choix d'investissement seront brièvement synthétisés (section 1). Une analyse approfondie sera accordée au processus de titrisation (MBS, CMBS…) et à l'évaluation de ces titres provenant d'un sous-jacent immobilier (sections 2 et 6). La décision d'investissement dans l'actif immobilier direct sera traitée en détails dans une perspective micro-économique (section 3). Les aspects fiscaux, l'analyse du risque et le recours au levier caractéristique du secteur immobilier seront étudiés dans une perspective Nord-Américaine et Canadienne (section 3 et 4). Le financement du développement immobilier sera traité à la fois sur le plan conceptuel mais également à travers la réalisation de cas pratiques (section 5). Les modes de financement alternatifs et les véhicules d'investissements (REITs, CMO, …) propres à l'immobilier seront présentés et évalués à l'aide des techniques financières idoines (section 6).

Préalables académiques
FIN3500 Gestion financière

FIN5531 Modélisation financière
Objectifs
Ce cours fait le lien entre la théorie et la pratique en finance en fournissant un guide détaillé pour la résolution de modèles financiers courants, en utilisant Microsoft Excel et en s'appuyant sur la programmation VBA. Ainsi, l'objectif principal est d'amener les étudiants à acquérir les meilleures connaissances pour bien élaborer une boîte à outils pour la modélisation financière.

Sommaire du contenu
Plusieurs thématiques sont couvertes dans ce cours : Le calcul des flux monétaires;Le coût du capital;L'évaluation financière; La gestion de portefeuille; La notion de portefeuille efficients;Les optimisations standard et robuste de portefeuille;Le calcul du bêta, les études évènementielles; L'évaluation d'options; L'évaluation d'obligations; Le calcul de la valeur à risque; Les tests de sensibilité; Et les optimisations Monte-Carlo. Le cours abordera également comment manipuler et traiter les données financières et couvrira certaines applications avancées sur Excel en utilisant VBA (Visual Basic Applications).

Modalité d'enseignement
Cours magistral et séances de laboratoires

Préalables académiques
FIN5521 Analyse des valeurs mobilières I

FIN5550 Options et contrats à terme
Ce cours a pour but d'analyser de façon rigoureuse le fonctionnement de ces nouveaux marchés financiers tant sur le plan théorique que pratique et de faire le lien entre ces marchés et ceux des titres traditionnels, surtout le marché obligataire. Plus spécifiquement, le cours vise à transmettre aux étudiants une compréhension solide de ces nouveaux instruments financiers, des principes d'évaluation qui leur sont applicables, des liens qui les unissent aux titres sous-jacents, et des stratégies de couverture, de spéculation, d'arbitrage et d'assurance de portefeuille qui les utilisent.

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

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

FIN5590 Gestion des risques financiers
Objectifs
Dans le cadre de ce cours, l'étudiant apprendra à connaître et évaluer les risques financiers afin d'aider les entreprises et les institutions financières à prendre des décisions en contexte d'incertitude. En particulier, les risques de marché, le risque de crédit et de liquidité ainsi que le risque opérationnel seront étudiés en détail. Au terme de cet apprentissage, l'étudiant sera en mesure : 1. Identifier les différents risques financiers auxquels font face les entreprises et les institutions financières 2. Mesurer les risques financiers et d'identifier des stratégies pour les gérer 3. Utiliser le concept de la VaR dans divers contextes pour analyser le risque 4. Faire le lien entre la théorie de l'évaluation du risque et la réglementation du secteur financier 5. Identifier les scénarios extrêmes de pertes dans la gestion d'un portefeuille reliés à la corrélation entre les actifs 6. Analyser les crises financières récentes et d'en tirer des leçons

Sommaire du contenu
Les thèmes étudiés sont les suivants : la VaR, son estimation et les autres mesures de risques couramment utilisées dans l'industrie, le risque de volatilité et la prévision de la volatilité future, la corrélation entre les actifs financiers, le risque de crédit et la VaR de crédit, l'analyse des scénarios, le risque opérationnel et sa réglementation, la modélisation de la volatilité et de la corrélation, le risque de taux d'intérêt, et le risque de liquidité.

Préalables académiques
ACT2220 Mathématiques financières II ou FIN4010 Finance corporative pour actuaire I ou FIN5521 Analyse des valeurs mobilières I ou FIN4011 Finance corporative pour actuaire I

FIN6191 Stage d'analyse et d'intervention en finance
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

FIN6193 Stage d'analyse et d'intervention en finance II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
FIN6191 Stage d'analyse et d'intervention en finance

INF5111 Notions de base pour l'utilisation des plateformes de la science des données d'affaires
Objectifs
Ce cours vise à familiariser les étudiants avec les outils et méthodes leur permettant de développer et présenter des projets en sciences des données destinés à résoudre des problèmes en gestion. Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure de : - Reconnaître les enjeux relatifs à l'utilisation des outils et méthodes liés à la science de données par les gestionnaires à des fins de résolution de problème et de prise de décision; - Comprendre les différentes étapes de développement et de conception d'un projet en sciences des données; - Communiquer et collaborer avec des équipes de développeurs sur des projets en sciences des données; - Être familiarisé avec les notions de base pour l'utilisation des plateformes de la science des données, telles que celles permettant de; Concevoir et exploiter une base de donnéesComprendre les différences entre les bases de données SQL et NoSQL;Développer, à l'aide d'un langage orienté-objet (ex. Python), des applications de gestion (ex. : tableau de bord de gestion, commerce électronique, workflow, etc.).

Sommaire du contenu
Ce cours aborde les principales connaissances et compétences liées à la science des données et aux plateformes qui s'y rattachent. Les

aspects suivants sont expliqués et mis en pratique dans des cas d'application en gestion: 1. Les étapes de conception et de développement d'un projet en sciences des données, le rôle des gestionnaires; 2. Une introduction au langage Python pour la gestion des données d'affaires. 3. Le diagramme de classe du Langage de Modélisation Unifié (UML) ainsi que le Modèle relationnel de données; 4. Le langage SQL; 5. Les bases de données non-relationnelles (NoSQL).

Modalité d'enseignement
Approches pédagogiques : Exposés magistraux, séances de laboratoire, exercices pratiques. Méthodes d'évaluation : Projet de session (analyse, modélisation, structure, développement d'une application de gestion), examen, exposé oral.

Préalables académiques
AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires

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.

MAT2082 Méthodes statistiques
Objectifs
L'objectif de ce cours est d'initier les personnes étudiantes à l'analyse de données en sciences de la gestion. À l'aide de mises en situation provenant de divers domaines pertinents (administration, finance, économie, ressources humaines, marketing, tourisme et hôtellerie, design de la mode, etc.), les principales méthodes statistiques utilisées en sciences de la gestion sont présentées en mettant l'accent sur la compréhension des principes statistiques fondamentaux et l'interprétation des résultats.

Sommaire du contenu
Le cours couvre les thèmes suivants : statistique descriptive, distributions conjointes, probabilités et variables aléatoires, lois discrètes, lois continues, échantillonnage et estimation par intervalle de confiance de paramètres (moyenne, total, proportion, effectif et quotient), détermination de la taille de l'échantillon, autres modes d'échantillonnage (échantillonnages stratifié, par grappes et systématique), tests du khi-deux (tests d'ajustement et d'indépendance), régression linéaire simple (corrélation, droite des moindres carrés, intervalle de confiance et test d'hypothèse).

Modalité d'enseignement
La présentation des diverses méthodes statistiques se fera sous la forme d'exposés magistraux. Ce cours comporte une séance de travaux pratiques (TP) de deux heures par semaine.

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 critiquesla 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.

MGT3001 Management et agilité
Objectifs
Les organisations doivent constamment s'adapter au changement et à l'incertitude, ce qui se traduit par le concept d'agilité. Ces changements requièrent la mise en place de projets pour les mettre en oeuvre. Ainsi, ce cours explore les contextes d'incertitude, en mettant l'accent sur l'agilité organisationnelle nécessaire pour y faire face. Les personnes étudiantes découvriront la culture agile, ses principes et valeurs fondamentales, ainsi que les phénomènes d'autonomie, d'auto-organisation et de leadership partagé. En outre, le cours couvrira diverses approches agiles et les outils associés, permettant aux personnes participantes de développer une compréhension pratique et théorique pour mener efficacement des projets dans des environnements dynamiques et en constante évolution.

Sommaire du contenu
Les thématiques suivantes seront abordées dans le cours : Contextes d'incertitude ;Agilité organisationnelle ; Culture agile, principes et valeurs ; Autonomie, auto-organisation et leadership partagé ; Approches agiles et outils.

Modalité d'enseignement

Plusieurs modalités d'enseignement pourraient être mobilisées, en présence ou à distance, par exemple : Des exposés magistraux interactifs Des activités individuelles et en équipe Des discussions avec l'enseignant, l'enseignante et les participants, participantes au cours Des exercices, analyses de cas, simulations et autres exercices spécifiques

MGT3002 Enjeux humains en gestion de projet
Objectifs
Ce cours aborde les dimensions humaines cruciales de la gestion de projet, en mettant l'accent sur le développement des compétences en leadership, la gestion d'équipes diversifiées et l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale. Les personnes étudiantes apprendront à naviguer dans des contextes incertains et multiprojets tout en explorant les stratégies pour créer des environnements de travail collaboratifs et éthiques. Il mettra en lumière l'importance du travail en équipe et de la gestion des conflits.

Sommaire du contenu
Les thématiques suivantes seront abordées dans le cours : Spécificités du management responsable d'une équipe de projet selon les contextes; communication, collaboration, gestion de conflits, gestion de la dynamique et de la performance de l'équipe, innovation managériale en contexte de projets, Exercice du leadership en contexte de projets, Diversité et inclusion : Importance de la diversité, stratégies pour promouvoir l'inclusion. Éthique et responsabilité sociale : Principes d'éthique, responsabilité sociale, gestion des dilemmes éthiques Évoluer en contexte d'incertitude : Gestion de l'incertitude et des risques, prise de décision dans des situations complexes, adaptabilité et résilience.

Modalité d'enseignement
Plusieurs modalités d'enseignement pourraient être mobilisées, en présence ou à distance, par exemple : Des exposés magistraux interactifsDes activités individuelles et en équipeDes discussions avec l'enseignant, l'enseignante et les participants, participantes au coursDes exercices, analyses de cas, simulations et autres exercices spécifiques

MGT3003 Risques et résilience en contexte de projet
Objectifs
La capacité à anticiper et gérer les risques, tout en faisant face aux situations imprévues, est un facteur clé pour assurer le succès des projets. Ce cours explorera l'ensemble du processus de gestion des risques, depuis l'analyse du contexte jusqu'à l'élaboration d'un plan de gestion des risques. Les stratégies de résilience seront également abordées, permettant de se préparer aux chocs et d'y répondre efficacement, assurant ainsi la continuité et le succès des projets dans des environnements incertains. La dimension humaine de la résilience, centrée sur les individus et les équipes, sera étudiée comme un levier essentiel d'adaptabilité. À travers des études de cas et des exercices pratiques, les compétences nécessaires pour anticiper les risques, gérer les crises et renforcer la résilience des projets seront développées. À la fin du cours, la personne étudiante sera en mesure de : Comprendre le processus de gestion des risques d'un projet, tout en prenant en compte le contexte global dans lequel celui-ci s'insère. Maîtriser les outils et techniques essentiels à l'identification, l'analyse et la gestion des risques de projet Développer et appliquer des stratégies de résilience visant à renforcer la préparation et la capacité d'adaptation face aux événements imprévus. Analyser l'impact de facteurs contextuels, tels que les dynamiques d'équipe, les spécificités du projet et son environnement, sur l'anticipation, la préparation et la réaction face aux risques et aux évènements imprévus. Reconnaître l'importance de l'apprentissage organisationnel comme levier pour renforcer la résilience des projets à long terme.Réfléchir de manière critique aux défis pratiques liés à la gestion des risques et de la résilience dans le cadre des projets.

Sommaire du contenu
Les thématiques suivantes seront abordées dans le cours : Processus de gestion des risques d'un projet.Paramètres et outils favorisant la résilience de projet.Dimensions de la résilience : humaine, équipe, projet, organisationnelle.

Modalité d'enseignement
Ce cours s'appuiera sur une approche de pédagogie active, où les personnes étudiantes seront impliqués dans des études de cas, des discussions interactives et des exercices pratiques. Cette méthode favorisera l'acquisition des compétences en gestion des risques et résilience par l'expérimentation et l'application concrète des concepts.

MGT3004 Projets et société
Objectifs
Ce cours explore le rôle crucial des projets dans le développement social et durable, en mettant l'accent sur l'intégration des principes de développement durable dans la gestion de projet. Les personnes étudiantes examineront comment les projets peuvent influencer positivement les communautés, promouvoir la justice sociale et répondre efficacement aux besoins en situations de crise. Ils et elles exploreront comment les projets peuvent être conçus et mis en oeuvre de manière à minimiser leur impact environnemental tout en maximisant les bénéfices sociaux. Le cours mettra en lumière les défis sociaux, tels que l'équité, l'inclusion et la responsabilité sociale, et fournira des outils et des approches pour aborder ces questions dans la gestion de projet.

Sommaire du contenu
Les thématiques suivantes seront abordées dans le cours : Développement durable : Enjeux actuels, principes fondamentaux et intégration dans la gestion de projet. Projets et impact social : Rôle des projets dans le développement social, la réduction des inégalités et la promotion de la justice sociale. Engagement des parties prenantes : Stratégies pour inclure équité, inclusion et responsabilité sociale dans la gestion de projet. Gestion de crise humanitaire : Rôle des projets dans la gestion des situations humanitaires et stratégies d'intervention dans des contextes de crise.

Modalité d'enseignement
Plusieurs modalités d'enseignement pourraient être mobilisées, en présence ou à distance, par exemple : Des exposés magistraux interactifs Des activités individuelles et en équipe Des discussions avec l'enseignant, l'enseignante et les participants, participantes au cours Des exercices, analyses de cas, simulations et autres exercices spécifiques

MGT3123 Gestion de la PME
Objectifs
Objectifs principaux du cours (basés sur les 3 E) et les objectifs spécifiques qui s'y rattachent : 1- Comprendre le monde entrepreneurial (Entrepreneur 1/3 du cours) : Identifier et comprendre les différences existantes entre entrepreneur, gestionnaire et technicien;Évaluer son potentiel entrepreneurial et développer ses habilités à voir des opportunités;Saisir le processus d'opportunités, idée d'affaires et développer sa manière d'entreprendre. 2- Acquérir les principes de base de la gestion d'une PME dans son ensemble (Entreprise 1/3 du cours) : Maîtriser les principes de base des différentes fonctions de l'entreprise (ressources humaines, marketing, comptabilité, finance, gestion des opérations, stratégie) en contexte PME;Comprendre le processus de gestion d'une PME dans son ensemble;S'être doté d'un coffre d'outils pratique en management. 3- Connaître l'environnement complexe dans lequel opère une PME (Environnement 1/3 du cours) Reconnaître les symptômes des principaux problèmes auxquels peuvent faire face les PME;Faire une analyse diagnostic de l'environnement d'une PME et trouver des solutions adaptées à leurs conditions et à leurs ressources; Appliquer vos connaissances apprises à une situation réelle. Compétences transversales que le cours vise à développer : Esprit de synthèse;Analyse impartiale;Contribution significative au travail d'équipe;Évaluation des pairs;Présentation orale.

Sommaire du contenu
Le cours de gestion de la petite et moyenne entreprise propose une formation générale qui a pour objectif d'initier l'étudiant au contexte de la gestion d'une PME. On y voit les multiples formes de l'entrepreneuriat, ce qu'est un entrepreneur et une PME, mais aussi

comment savoir adapter la gestion et les spécificités de ses différentes fonctions de l'entreprise qui diffèrent souvent de la grande entreprise. Une simulation en gestion d'entreprise initiera l'étudiant au contexte réel de la gestion d'une PME. Ce cours s'adresse aux personnes désirant se lancer en affaires ou travailler dans ce type d'organisation qui représente 97,9% des entreprises canadiennes.

Modalité d'enseignement
Cours donné en formule hybride ou à distance qui utilise des pédagogies actives.

MGT3223 Accompagnement entrepreneurial : méthodes, habiletés et pratiques
Objectifs
Ce cours vise à amener les étudiant(e)s à maîtriser les méthodes, habiletés et pratiques de l'accompagnement entrepreneurial en pratiquant eux-mêmes et elles-mêmes l'activité d'accompagnement d'entrepreneur(e)s. Ainsi, en même temps qu'ils et elles accompagneront un(e) entrepreneur(e), une équipe ou un collectif entrepreneurial dans l'amélioration d'une situation problématique, l'atteinte d'un objectif donné ou le passage à une étape suivante de son processus entrepreneurial, les étudiant(e)s seront amené(e)s à comprendre les enjeux de ce processus. Ce cours préparera donc tout autant l'étudiant(e) qui souhaite devenir accompagnateur ou accompagnatrice en lui présentant les méthodologies d'accompagnement que le ou la futur(e) entrepreneur(e) qui devra réfléchir à son projet en même temps qu'il ou elle l'exécute. Enfin, ce cours sensibilisera les étudiant(e)s à l'univers et à la variété des structures d'accompagnement ainsi qu'à la diversité des contextes et populations entrepreneuriales.

Sommaire du contenu
Ce cours traitera des thèmes suivants : Besoins, formes, postures et outils d'accompagnement ; Habiletés relationnelles de l'accompagnement ; Méthodes de conduite des rencontres d'accompagnement ; Définition et variété des structures de l'écosystème d'accompagnement entrepreneurial ; Diversité des contextes et des populations entrepreneuriales ; Réflexivité en accompagnement et en entrepreneuriat.

Modalité d'enseignement
Les étudiantes et étudiants seront amené(e)s à accompagner de véritables entrepreneur(e)s dans leur projet d'entreprise. En plus de cette expérience d'apprentissage, la matière sera transmise par points de synthèse théoriques, invité(e)s de l'écosystème d'accompagnement entrepreneurial, analyses de cas, discussions en sous-groupes, mises en situation concrètes et jeux de rôle.

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.

MGT3227 Créer et manager en mode startup
Objectifs
Ce cours s'adresse aux étudiant.es souhaitant acquérir une maîtrise des méthodes et habiletés nécessaires à la création, à la gestion et à la croissance d'une startup. À travers une approche pratique et immersive, les objectifs spécifiques visent à initier les étudiant.es à l'expérience concrète de la création d'une startup, à développer leur potentiel et leurs compétences pour mener à bien ce processus, et à envisager de manière réflexive, critique et réaliste les défis inhérents à la création d'une entreprise de type startup. À la fin de ce cours, les étudiant.es seront en mesure de décrire les caractéristiques du contexte startup, d'élaborer et de faire évoluer un projet en mode startup, et d'utiliser efficacement divers outils issus des approches du lean startup, du design thinking et de l'effectuation. Les étudiant.es seront également capables de prendre du recul et de réfléchir de manière critique sur leur pratique de création et de gestion d'une startup, afin d'optimiser leurs stratégies et leur prise de décision dans un environnement entrepreneurial dynamique et en constante évolution.

Sommaire du contenu
Ce cours traitera des thèmes suivants : - L'équipe entrepreneuriale au coeur du projet de startup - L'idéation en contexte startup - L'approche centrée client - Lean startup, effectuation et pivot - Le financement d'un projet de startup - L'écosystème startup au Québec et à l'international - Perspectives critiques sur la startup

Modalité d'enseignement
L'approche globale du cours est conçue pour être immersive, interactive et diversifiée, offrant ainsi aux étudiant.es l'opportunité de réfléchir à leur pratique et d'appliquer leurs connaissances dans le cadre d'un projet concret de création de startup. Plusieurs méthodes pédagogiques sont utilisées : - exposés interactifs ; - discussions et rétroactions en sous-groupes et en collectif ; - exercices individuels et en équipe ; - travaux de réflexion sur la pratique et les apprentissages ; - élaboration et développement d'un projet concret en mode startup.

MGT4011 L'innovation technologique et son contexte
Objectifs
L'objectif principal du cours est d'aider les étudiant(e)s à comprendre le rôle de l'innovation radicale dans la stratégie d'une entreprise de haute technologie. Ce cours permettra notamment aux étudiant(e)s de développer des compétences d'analyse de la dynamique d'un secteur industriel afin de pouvoir reconnaître les occasions d'innovation et la logique de succès commercial qui en découle.

Sommaire du contenu
Invention et innovation. Innovation et évolution industrielle. Innovation et chaîne de valeur. Sélection et évaluation de projets d'innovation. Encadrement stratégique d'un projet d'innovation. Gestion de la créativité et de la propriété intellectuelle. L'économie numérique : promesses et paradoxes.

MGT4124 Croissance de la PME
Objectifs
Objectifs principaux du cours et objectifs spécifiques qui s'y rattachent : 1- Comprendre les défis et les enjeux opérationnels liés à la gestion d'une PME : Décrire les fondements de l'écosystème de la PME; Identifier les dynamiques organisationnelles des différentes fonctions de la PME. 2- Acquérir les techniques et pratiques de gestion dynamique d'une PME : Diagnostiquer la situation organisationnelle de la PME; Reconnaître les symptômes menant à la croissance ou décroissance d'une PME; Savoir utiliser des outils essentiels de gestion opérationnelle de la PME. 3- Adopter une approche systémique de la PME : Développer une vision dynamique des relations entre les parties prenantes de la PME; Appliquer vos connaissances apprises à une étude de cas réelle. Compétences transversales que le cours vise à développer : Esprit de synthèse; Analyse impartiale; Contribution signification au travail d'équipe; Évaluation des pairs; Présentation orale.

Sommaire du contenu
Ce cours vise à former l'étudiant-e sur les multiples facettes de la croissance d'une PME et les divers enjeux liés aux contraintes internes et externes de gestion. Ce cours a pour objet d'amener l'étudiant-e à développer une approche systémique de l'organisation, réaliser une analyse détaillée de la gestion d'une PME au sein d'un environnement complexe, et d'utiliser les techniques de gestion pertinentes face aux différentes situations rencontrées. Tout au long de la session, l'étudiant-e sera amené-e à travailler en équipe sur une étude de cas d'une PME québécoise en croissance. Ce cours s'adresse aux personnes désirant approfondir leurs connaissances théoriques et pratiques de la gestion d'une PME afin de pouvoir se lancer en affaires dans les meilleures conditions et/ou devenir un-e gestionnaire efficace au sein d'une PME.

Modalité d'enseignement
Cours donné en formule hybride avec pédagogies actives

Activités concomitantes
MGT3123 Gestion de la PME

Préalables académiques
MGT3123 Gestion de la PME

MGT4125 Culture entrepreneuriale
Objectifs
Au terme de ce cours, les étudiantes et 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(e), 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'étudiante ou 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 de réels parcours entrepreneuriaux.

Sommaire du contenu
Le cours se déclinera ainsi autour des thèmes suivants : a. Savoir devenir entrepreneur et Savoir relier : 1. Diversité des profils entrepreneuriaux 2. Rôle du milieu et de la culture entrepreneuriale 3. Perspectives historiques et internationales de l'entrepreneuriat 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 7. L'effectuation en entrepreneuriat c. Savoir s'interroger et Savoir raconter : 8. Apprentissage et accompagnement en entrepreneuriat 9. Échec, résilience et difficultés entrepreneuriales 10. Raconter son projet : l'importance des narrations 11. Nouvelles tendances en entrepreneuriat

Modalité d'enseignement
Ce cours se fonde sur l'application des concepts enseignés à des situations réelles en entrepreneuriat par différents types d'activités : points de synthèse théoriques, discussions en sousgroupes, mises en situation concrètes, analyses de cas, invité(e)s de l'écosystème entrepreneurial et entretiens avec des entrepreneur(e)s illustrant des situations concrètes pour aider à lier théorie et pratique.

MGT4711 De l'idée d'affaires au démarrage
Objectifs
Ce cours a pour objectif général d'offrir un accompagnement concret et des séances pratiques sur les différents domaines de gestion nécessaires à l'élaboration de son projet entrepreneurial, de l'idée d'affaires au démarrage de l'activité. Il est basé sur un suivi individualisé des projets de création d'entreprise, que les étudiant.es sont amené.es à développer tout au long de la session. Ce cours de synthèse vise notamment à renforcer l'autonomie des étudiant.es dans l'articulation d'un projet de création d'entreprise, en les amenant à trouver par eux-mêmes et elles-mêmes les réponses à leurs questions, via le recours aux notions apprises dans le cadre de leur cursus, ainsi que par la recherche de ressources complémentaires. Ce cours vise les objectifs spécifiques suivants: - mettre à profit ses aptitudes entrepreneuriales, notamment l'esprit d'initiative, l'autonomie, et la réflexivité; - élaborer un modèle d'affaires et le présenter selon les normes généralement reconnues; - planifier la démarche visant le démarrage de son activité entrepreneuriale; - appliquer des notions de gestion étudiées dans le cadre du parcours de formation en entrepreneuriat; - mobiliser les outils permettant d'aligner son profil entrepreneurial, les besoins de son projet et les ressources de son environnement; - envisager le financement de son projet entrepreneurial en tenant compte de ses besoins, de sa capacité de remboursement et des exigences des bailleurs de fonds.

Sommaire du contenu
Le cours s'organise exclusivement autour de l'avancement du projet de création d'entreprise de l'étudiant.e allant de l'idéation aux phases de lancement. Les étapes accompagnées sont : - valider son idée d'affaires : les études stratégiques et marketing ; - concevoir son projet : autour du modèle d'affaires ; - structurer sa démarche (plan d'affaires, dossier d'opportunité…) ; - opérationnaliser le démarrage (prototypage) ; - communiquer son projet et le faire financer ; - démarrer son entreprise.

Modalité d'enseignement
L'approche générale se veut personnalisée et basée sur l'autonomie des étudiant.es, qui sont amené.es à réfléchir sur leur pratique et à appliquer leurs connaissances en contexte réel de création et de démarrage d'entreprise. Le cours s'articule autour des activités pédagogiques suivantes : - élaboration et développement d'un projet entrepreneurial concret, à faire avancer tout au long de la session ; - séances collectives d'échange et de rétroaction sur les projets ; - rencontres de coaching individuel (points d'avancement intermédiaires sur le projet) ; - participation à des activités de formation et/ou d'accompagnement entrepreneurial, au choix, à réaliser en dehors du cadre du cours.

Conditions d'accès
La sélection est effectuée par un comité sur la base de la proposition d'un projet entrepreneurial concret (formulaire-type à compléter). Les critères de sélection incluent la clarté et la faisabilité du projet, ainsi que son potentiel d'impact économique et / ou social. Toutes les étudiantes, tous les étudiants ayant un projet concret, quel que soient le type d'activité (industrie, commerce, services, arts et culture, etc.) et le stade (idéation, planification, lancement, croissance, pivot), sont éligibles. Le nombre de places est limité à 15.

MGT500X Cours hors Québec en management (3 à 12 crédits)
Objectifs
Ce cours s'adresse aux personnes étudiantes des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine du management qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

MGT510X Cours hors Québec en entrepreneuriat (3 à 12 crédits)
Objectifs
Ce cours s'adresse aux personnes étudiantes des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de l'entrepreneuriat qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

MGT5124 Laboratoire entrepreneurial : de l'idée au plan d'affaires
Objectifs

Ce cours a pour but de familiariser les étudiant(e)s avec les méthodes, compétences et pratiques essentielles à la création d'une entreprise, en mettant l'accent sur l'élaboration d'un projet d'affaires concret. En incarnant le rôle d'un(e) entrepreneur(e), les étudiant(e)s seront amené(e)s à maîtriser les différentes étapes du processus de développement et de formalisation d'une idée d'entreprise en un plan d'affaires convainquant. Ce cours préparera donc tout autant les étudiant(e)s qui souhaitent devenir entrepreneur(e)s et tester leurs idées que les étudiant(e)s intéressé(e)s à acquérir et développer une gamme de compétences entrepreneuriales essentielles à la mise sur pied d'une entreprise. L'accent sera porté sur l'évaluation du marché potentiel pour un produit ou un service donné en tenant compte du contexte concurrentiel et général, de l'analyse de la faisabilité et de la rentabilité du projet, ainsi que sur les techniques de présentation d'un projet d'affaires.

Sommaire du contenu
Ce cours traitera des thèmes suivants : À partir d'une idée, de construire l'opportunité d'affaires; D'évaluer, à partir d'une analyse de l'environnement concurrentiel concret de l'entreprise envisagée, le marché potentiel pour une offre; D'élaborer et expérimenter un modèle d'affaires; D'établir la faisabilité et la rentabilité d'un projet d'affaires; De rédiger et de présenter de manière structurée et convaincante un plan d'affaires.

Modalité d'enseignement
Le cours repose sur une approche pédagogique qui intègre des présentations magistrales, du coaching, des discussions en sous-groupes, des mises en situation concrètes, ainsi que des échanges avec des praticiennes et des praticiens de l'écosystème d'accompagnement entrepreneurial.

Conditions d'accès
Avoir réussi au moins 12 crédits en sciences de la gestion.

MGT520X Cours hors Québec en gestion de projet (3 à 12 crédits)
Objectifs
Ce cours s'adresse aux personnes étudiantes des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de la gestion de projet qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

MGT5700 À la rencontre de la diversité entrepreneuriale
Objectifs
Avec la diversification de la population entrepreneuriale (hausse de la proportion de femmes, de personnes issues de l'immigration, d'artistes, peuples autochtones, etc.), on ne peut plus voir l'entrepreneuriat comme un phénomène homogène. Les formes d'organisation, les besoins auxquels elles répondent, les conceptions de la performance entrepreneuriale et les critères de succès ou de réussite entrepreneuriale se diversifient. Le cours vise ainsi à mettre les étudiantes et étudiants en contact direct avec cette diversité entrepreneuriale en action. Il permet de les sensibiliser les à tout l'éventail de ce que peut représenter l'entreprenariat ou une pratique entrepreneuriale.

Sommaire du contenu
Le cours présentera une diversité de contextes entrepreneuriaux, choisis en fonction de l'actualité et des réalités du terrain. Des liens pourront aussi être opérés avec les expertises des enseignants et enseignantes. Par exemple, il pourra aborder l'entrepreneuriat des femmes, l'entrepreneuriat interculturel, l'activisme entrepreneurial, l'entrepreneuriat chez les populations autochtones, l'entrepreneuriat dans les arts et la culture ou d'autres contextes spécifiques. Chaque contexte sera envisagé sous l'angle à la fois de ses fondements théoriques et de la pratique de terrain. Les contenus souligneront la spécificité des contextes étudiés, mais aussi ce qu'ils ont possiblement en commun.

Modalité d'enseignement
Les méthodes pédagogiques sont participatives et ancrées dans la réalité du terrain: analyse d'études de cas entrepreneuriales récentes disponibles sur une diversité de canaux (cas écrits, baladodiffusions, documentaires, pièces de théâtre, etc.), témoignages de praticiennes et praticiens relié.e.s à l'entrepreneuriat, visites d'organisations mettant en valeur la diversité des contextes et populations entrepreneuriales. Le cours peut comprendre des sorties dont les frais de transport devront être assumés par les étudiantes et étudiants.

MGT5711 Séminaire en dynamique entrepreneuriale
Objectifs
Ce cours a pour but de mettre en pratique les stratégies d'intervention dans une PME et de développer les compétences, les comportements et les attitudes en développant des habiletés cognitives (le savoir), techniques (le savoir-faire) et sociales (le savoir-être). Ce cours cherche à maximiser les savoirs nécessaires au métier de gestionnaire de PME et de doter l'étudiant.e d'un coffre d'outils personnel sur leur style de gestion : développer ses compétences-clés, reconnaître sa dynamique de leadership et préparer sa pratique de savoir-réussir en affaires. À l'aide de pédagogies actives, d'échanges et de débats constructifs, il s'agit d'amener l'étudiant.e à développer les habilités techniques pour mieux mettre en place les divers outils de gestion déjà vus dans son parcours. À l'aide de pédagogies actives, ce cours familiarise l'étudiant aux problèmes spécifiques liés à la gestion des PME et à des solutions adaptées à leurs conditions. En plus de développer les habilités et techniques liées aux divers outils de gestion, ce cours maximisera le savoir-être nécessaire au métier de gestionnaire de PME.

Sommaire du contenu
Les thématiques suivantes seront couvertes : La gestion du changement au sein de la PMELes particularités de la gestion d'une PMEL'analyse et le diagnostic d'entrepriseLes outils de gestionLa modernisation, l'innovation de l'entrepreneuriat et le créneau distinctifLe rôle et la préparation du dirigeant d'entreprise dans le cadre d'une PMEL'entrepreneuriat, le leadership et le savoir-réussirL'analyse des compétences du gestionnaire

Modalité d'enseignement
Hybride. Le cours peut comprendre des sorties dont les frais de transport devront être assumés par les étudiants.

Préalables académiques
MGT3123 Gestion de la PME et SCO2611 Entrepreneuriat et modélisation comptable ou FIN1800 Financement de la petite et moyenne organisation

MGT6191 Stage d'analyse et d'intervention en management
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises , que ce soit localement ou à l'international, au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration. Le projet peut également revêtir la forme d'un stage de direction générale. Dans ce dernier cas, l'étudiant est amené à traiter à un haut niveau avec diverses fonctions de l'entreprise.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

MGT6193 Stage d'analyse et d'intervention en management II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration. Le projet peut également revêtir la forme d'un stage de direction générale. Dans ce dernier cas, l'étudiant est amené à traiter à un haut niveau avec diverses fonctions de l'entreprise.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
MGT6191 Stage d'analyse et d'intervention en management

MGT6201 Repreneuriat et entreprise familiale
Objectifs
La majorité des entreprises dans le monde ont une composante familiale. Elles représentent un pilier essentiel de l'économie mondiale, jouent un rôle crucial dans la création d'emplois et dans la stabilité de nos sociétés à long terme. Cependant, elles font aussi face à des défis uniques, notamment en termes de conflits familiaux, d'équilibre entre innovation et tradition, d'identité et de culture organisationnelle, de professionnalisation des modes et styles de gestion, et de pérennité à long terme. Le cours vise à développer les connaissances théoriques et pratiques des problématiques actuelles liées à la gestion des entreprises familiales et du repreneuriat, qu'il soit familial ou externe. Au terme du cours, les étudiants et étudiantes seront en mesure de : mieux comprendre l'environnement complexe au sein duquel évoluent les entreprises familiales et les grands enjeux auxquels elles font face; identifier les fondements théoriques au coeur de la gestion et de la transmission d'une entreprise familiale; analyser l'impact des dynamiques familiales sur la propriété et le management de l'entreprise; et appréhender divers modes de repreneuriat familial ou externe, leurs risques, leurs défis et leurs avantages.

Sommaire du contenu
Le cours s'articule autour de trois blocs thématiques : Environnement, enjeux et caractéristiques distinctives de l'entreprise familiale Interactions uniques entre les dynamiques familiales, la gestion de l'entreprise et de la propriété Repreneuriat et pérennité de l'entreprise familiale

Modalité d'enseignement
Plusieurs méthodes pédagogiques seront utilisées : exposés interactifs, lectures, discussions en sousgroupes et en collectif, études de cas et mises en situation (réelles ou fictives), travaux de réflexion sur les apprentissages.

Préalables académiques
ORH1163 Comportement organisationnel ou MGT2150 Management

MGT6202 Perspectives critiques en entrepreneuriat
Objectifs
Les défis que nos sociétés rencontrent en termes de transition écologique, d'équité, de diversité et d'inclusion, mais aussi de (dé)croissance soutenable, ne peuvent être relevés qu'en interrogeant de manière critique les pratiques entrepreneuriales et leur rôle dans les crises répétées que nous traversons. L'entrepreneuriat doit être questionné dans les dégâts qu'il peut causer, dans ses effets d'exclusion, plus largement dans ses dimensions néfastes et obscures. Le cours vise à développer les habiletés critiques des étudiantes et étudiants face aux discours entrepreneuriaux, parfois trop optimistes et dictés par une idéologie libérale, et à les sensibiliser au rôle que l'entrepreneuriat peut avoir (1) dans la reproduction des inégalités, (2) dans les crises systémiques et (3) dans l'exclusion de certaines populations. Les étudiantes et étudiants seront en mesure de considérer concrètement un ensemble de questions éthiques qui peuvent orienter les pratiques entrepreneuriales. Au-delà, elles et ils seront confronté.e.s à des pratiques alternatives et à d'autres manières d'entreprendre qui contribuent aux transitions nécessaires (sociale, écologique et économique).

Sommaire du contenu
Ce cours s'articule autour des blocs suivants et de manière non exclusive : Importance, actualité et rôle de la critique en entrepreneuriat ; Diversité des perspectives critiques en entrepreneuriat ; Objets de la critique en entrepreneuriat: identités, pratiques et langages ; Autres pratiques et imaginaires en entrepreneuriat ; Outils critiques pour les entrepreneurs et entrepreneures.

Modalité d'enseignement
Le cours est composé de lectures, études de cas et rencontres avec des acteurs et actrices de l'entrepreneuriat. Il mobilise également des pédagogies alternatives et critiques en entrepreneuriat.

MGT6221 Entrepreneuriat social et enjeux globaux (UQAM – U. Cincinnati)
Objectifs
Ce cours a pour but de permettre un approfondissement des connaissances en entrepreunariat 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 21e 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).

MGT6251 École d'été : gestion de start-up interculturel
Objectifs
Dans le contexte de la mondialisation, les start-up ont de plus en plus besoin de connaître, d'intégrer et de gérer des dynamiques internationales et interculturelles. Des entreprises de plusieurs secteurs, telle que la start-up technologique, l'entreprise sociale ou l'organisation artistique oeuvrent dans différents pays ou intègrent des employés de diverses origines culturelles. La culture peut être considérée comme ressource pour l'entreprise startup, si ses gestionnaires et employés développent une conscience pour la dimension interculturelle. Ce cours s'organise en collaboration avec une ou plusieurs universités partenaires à l'international (équipes d'étudiants à l'international) et offre une expérience réelle de collaboration en équipe internationale. Les étudiants créeront leur start-up en travaillant en équipe, et tiennent en compte les dimensions internationales et interculturelles tout au long de ce projet de création. Le cours a ainsi comme objectif de comprendre : 1) comment la culture s'intègre tout au long du processus de création d'une start-up; 2) comment la culture façonne les activités quotidiennes des start-up (ex. travail en équipe interculturelle); 3) quelles sont les particularités de différents écosystèmes start-up à travers le monde; 4) comment la culture peut être une ressource importante pour gérer une startup (notamment par l'apprentissage des notions du coaching interculturel).

Sommaire du contenu
Le cours abordera notamment les thèmes suivants : Partie 1 : Sensibilisation aux aspects (inter)culturels en entrepreneuriat - Se familiariser avec la dimension culturelle en entrepreneuriat (Culture et interculturalité; Bi- et multiculturalisme, ainsi que potentiel de créativité); - Connaître différents écosystèmes start-up ainsi que leurs particularités institutionnelles et culturelles; - Sensibiliser à l'entrepreneuriat éthique (quel sens accordé à l'éthique selon les cultures?). Partie 2 : Idéation et mission à l'international (1 semaine à l'étranger au mois de Juin) - Intégrer la dimension culturelle dans toutes les phases de création d'une start-up; - Travailler en équipe interculturelle; - Vivre une expérience de coaching interculturel et connaître ses bienfaits. Partie 3 : Concrétisation et présentation de projets start-up (équipes étrangères viennent à Montréal au mois d'août) - Maîtriser les dimensions culturelles sous-jacentes à la présentation des projets start-up; - Présentation des projets start-up et établissement de contacts auprès des acteurs de l'écosystème.

Modalité d'enseignement
Modalités d'évaluation : - Projet de création de startup à l'international (en équipe) - Exercice de coaching interculturel (individuel) - Réflexion sur la dimension culturelle en gestion de startup (individuel)

Conditions d'accès
Avoir complété au moins 15 crédits en sciences de la gestion du moment de l'inscription.Détenir une bonne maîtrise de la langue anglaise. L'étudiant devra soumettre un dossier de candidature (lettre de motivation, CV) en anglais.Détenir une moyenne de 2.7 / 4.3Ce cours comprend des frais de déplacements, d'hébergement et de subsistance qui sont à la charge de l'étudiant.

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.

MKG3311 Marketing à impact social
Objectifs
Ce cours vise à exposer les étudiants aux différentes réalités théoriques et managériales entourant le marketing à impact social, autant au niveau de l'organisation, de la marque que du comportement du citoyen-consommateur. Au terme du cours, les étudiants seront en mesure : De saisir les spécificités conceptuelles du marketing à impact social et ses distinctions avec d'autres construits (exemples : marketing de cause, marketing responsable, marketing durable);De comprendre les rôles actuels et potentiels de l'entreprise adoptant un positionnement social et ses outils d'actions possibles (ex. messages activistes de marque);De comprendre le citoyen-consommateur d'aujourd'hui, un consommateur de plus en plus sensibilisé, engagé et exigeant face aux entreprises et aux marques, ainsi que le contexte social dans lequel il évolue;De maitriser les fondements théoriques des changements comportementaux visés par le marketing à impact social (exemple : «nudges» et économie comportementale) et d'évaluer leur efficacité;De connaître les étapes principales d'une campagne de marketing social visant le changement comportemental et de réaliser un plan d'une telle campagne dont les retombées individuelles et sociales seraient positives;De développer une réflexion éthique et critique face au marketing et à ses possibilités sociales.

Sommaire du contenu
En termes de contenu, ce cours combinera deux volets principaux, le premier axé sur le positionnement marketing de l'entreprise sociale et ses pratiques à impact social positif et le second axé sur les changements comportementaux positifs mobilisés par le marketing à impact social. Dans la première partie, le positionnement de l'entreprise sociale sera abordé¿notamment via les notions d'entreprenariat social (ex. *certification B Corp*), de marque engagée (ex. activisme) et de l'évolution des rôles des entreprises (ex. entreprise à mission). Dans la deuxième partie, les thèmes relatifs aux campagnes de marketing social (incluant publicité sociétale) seront approfondis (ex. étapes d'une campagne sociale intégrée) et les leviers de changements comportementaux (ex. «nudges») seront approfondis. Le tout sera intégrée¿dans un mandat réel alliant théorie et pratique et mettant à profit les connaissances acquises pour un cas d'une organisation réelle, en collaboration avec une agence de publicité dont la mission sociale et environnementale est reconnue.

Modalité d'enseignement
Au niveau de la formule pédagogique, ce cours combinera des approches d'apprentissages variées axées sur des activités pédagogiques innovantes (ex. visite et observation en entreprise) et une collaboration étroite avec les parties prenantes de l'industrie (ex. agence de publicité à impact social). Par ailleurs, les étudiants seront encouragés à mettre en oeuvre les différentes compétences et les outils en classe au travers de présentations magistrales, d'analyse de cas d'entreprises et de présentations en groupe. Les étudiants pourront mettre en application les acquis du cours dans un mandat réel de marketing à impact social

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

MKG3331 Gestion de campagnes de marketing numérique
Objectifs
Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure : De comprendre la structure de la réalisation d'une campagne de marketing numérique à travers l'écosystème des médias numériques sur le Web et les appareils mobiles;Savoir déployer une campagne de marketing numérique pertinente et stratégique selon les objectifs de l'entreprise et des différents segments;Être en mesure de comprendre et d'analyser le parcours client et la consommation numérique (ex. médias sociaux, courriels, recherche en ligne,*metaverse*, etc.) et technologique (réalité augmentée et virtuelle, objets connectés, etc.) des différentes cibles;Savoir choisir et déployer différentes stratégies et tactiques selon le stade du processus décisionnel du consommateur et de son parcours (omnicanal et en ligne);Savoir optimiser chacune des tactiques utilisées sur les différentes plateformes et outils numériques et technologiques;Être en mesure d'analyser des données et gérer efficacement une campagne de marketing numérique à l'aide de systèmes de gestion tels que Campaign Manager 360;Être en mesure d'évaluer la performance d'une campagne de marketing numérique, de vulgariser les résultats et de proposer des recommandations pertinentes.

Sommaire du contenu
Ce cours initie les étudiants aux différentes pratiques de la gestion de campagnes de marketing numérique. Avec la plateforme de Campaign Manager 360 de Google et différents cas managériaux, ils auront à élaborer, analyser, recommander et optimiser différentes stratégies et tactiques de marketing numérique, et ce, selon des objectifs d'une entreprise et des segments identifiés. Finalement, les étudiants seront appelés à apprendre à bien vulgariser leur analyse, leurs recommandations et les résultats d'une campagne de marketing numérique.

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

MKG3332 Mesures de performance appliquées au marketing numérique
Objectifs
Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure : De comprendre les avantages de la prise de décision basée sur les données dans le contexte du marketing numérique;De comprendre la relation entre les mesures numériques, les analyses, les actions marketing et les performances de la marque et de l'entreprise;De concevoir un plan d'analyse de données qui comprend l'identification des besoins d'affaires, la collecte, le traitement et le stockage des données ainsi que le choix de la solution analytique;De définir, développer et choisir les indicateurs de performance pertinents pour atteindre les objectifs identifiés;De savoir choisir les différents outils et plateformes d'analyse de données qualitatives et quantitatives à la disposition des spécialistes du marketing numérique;De savoir analyser des données à l'aide de tableaux de bord (ex. : Google Data Studio, Hootsuite, etc.);De comprendre les différentes approches qualitatives et quantitatives afin de connaître le consommateur en ligne (ex. : exploitation de données massives et de l'intelligence artificielle; la cybermétrie, le neuromarketing, la biométrie, les audits, la netnographie, l'analyse du sentiment et de contenu, les tests A/B, etc.);De savoir créer des rapports de performance et la communication de résultats d'analyse aux professionnels et aux non-professionnels;De développer, suggérer et conseiller des stratégies basées sur les analyses réalisées;D'évaluer de manière critique les enjeux de la gestion du marketing au sein des entreprises, comprendre leur impact probable sur la performance de la marque et de l'entreprise.

Sommaire du contenu
Ce cours couvre les aspects les plus importants de l'analyse de données dans le contexte du marketing numérique. Il présente les techniques d'analyse pour mesurer l'atteinte d'objectifs de performance. Différents types de données seront explorées en mettant de l'avant les plateformes/outils à utiliser pour analyser et optimiser les tactiques numériques. Le cours prévoit l'élaboration de rapports de performance et la communication efficace des résultats d'analyse.

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

MKG3333 Commerce de détail en ligne
Objectifs
Ce cours prépare les étudiantes et étudiants à la nouvelle réalité du monde des affaires qu'est le commerce électronique, plus précisément dans le domaine du détail. Au terme du cours, l'étudiante, l'étudiant sera en mesure : De comprendre l'infrastructure technologique du Web ainsi que les différents outils technologiques qui permettront d'atteindre les objectifs marketing d'une entreprise (création de pixels, optimisation de la page d'accueil, etc.);De comprendre les 5 P du marketing et leur importance stratégique dans un plan de marketing numérique;De maîtriser les stratégies de commerces omnicanales et multicanales;D'être capable de comprendre les avantages et les inconvénients des différentes options de paiement en ligne;De comprendre l'importance de la sécurité des transactions et être capable d'évaluer la sécurité de certains sites Web;De comprendre l'importance de la livraison et du retour des produits;D'être capable de mettre en place un service de clavardage sur un site Web;D'être capable de créer un plan stratégique de marketing numérique.

Sommaire du contenu
Au cours de ce cours, les étudiantes, étudiants seront initiés aux différents enjeux liés aux sites Internet transactionnels des commerces de détail (sécurité, paiement en ligne, livraison, retour, etc.). Ils apprendront les outils technologiques les plus pertinents et stratégiques afin de mettre en marché un produit sur un site Web, de suivre et d'analyser le comportement des consommateurs et consommatrices, de les convertir, de les fidéliser et de les engager. Dans ce contexte, les étudiantes, étudiants devront créer un court plan de marketing numérique et un site Web transactionnel qui leur permettra de mieux comprendre l'utilisation des outils technologiques et des meilleures stratégies marketing pour atteindre les objectifs d'une entreprise.

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

MKG4312 Marketing des produits agroalimentaires
Problèmes de marketing des grands domaines (lait, viande, volailles, légumes, conserves). Analyse de la consommation (mesures, projection, comportement). Facteurs influençant l'achat (facteurs personnels et facteurs du produit; points de vente et «merchandising»; prix et réglementation publique). Transport, stockage et conservation (emballage, conditionnement). Circuits de distribution: collecte (lait, fruits et légumes, oeufs, boucherie); distribution (idem). Gestion des ventes; promotion (publicité et promotion sur le point de vente). Coûts et contrôle de coûts; prévisions de ventes; planification.

Préalables académiques
MKG3300 Marketing ou MKG3305 Marketing de services bancaires ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG4322 Marketing et gestion des commerces de détail
Le cours a pour objectif de présenter les différents modèles de gestion de détail utilisés dans les entreprises en mettant l'emphase sur les avantages et inconvénients de ces derniers. Il est aussi important de mettre l'emphase sur l'impact de ces modèles sur la concurrence dans un contexte national et international. La gestion de détail couvre aussi l'ensemble des outils (gestion des assortiments de produits, agencement et atmosphère du magasin, gestion du personnel) disponibles au détaillant pour lui permettre de construire son image de marque et d'asseoir son positionnement.

Préalables académiques
MKG3300 Marketing

MKG500X Cours hors Québec en marketing (3 à 12 cr.)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine du marketing qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques
Selon le sujet.

MKG5300 Stratégie de marketing
Permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de la planification du marketing et lui permettre de connaître les stratégies de marketing qui peuvent être utilisées dans les organisations privées et publiques avec ou sans but lucratif. De plus, à la fin du cours, l'étudiant devra être capable d'établir un diagnostic des stratégies de marketing et de préparer un plan de marketing. Marketing et société. Comportement et recherche. Organisation du marketing. Planification. Typologie de stratégies. Stratégies de croissance et de concurrence. Stratégies fonctionnelles. Systèmes d'information et de contrôle.

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

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. Prédispositions: motivation, personnalité et attitudes. Le changement d'attitudes: théories régulatoires; 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

MKG5311 Méthodes quantitatives en marketing
Recherche, analyse des données et système d'information en marketing. Analyse descriptive et causale. Plans expérimentaux. Utilisation des logiciels. Introduction aux méthodes d'analyse univariées, bivariées et multivariées en marketing. Applications aux études de comportement du consommateur et aux analyses de marché. Implications sur les stratégies du marketing mix.

Préalables académiques
MKG5301 Recherche en marketing ou EUT4125 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique ET MAT2082 Méthodes statistiques ou POL1800 Éléments de statistiques pour les sciences humaines ou POL1850 Méthodes quantitatives

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

MKG5323 Gestion de la force de vente
Objectifs
Ce cours permettra aux personnes étudiantes d'acquérir les connaissances et les habiletés de base en gestion des ventes. Au terme du cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : Comprendre le rôle du gestionnaire au sein de l'entreprise et auprès de sa clientèleImplanter des objectifs et des quotasRéaliser des analyses des ventes et de la performance de l'équipe de ventesAcquérir des habiletés en dotation et en rétention des membres de l'équipe de ventesDévelopper des outils de gestion de territoires et de prévision de ventesAccomplir des réflexions stratégiques et de développer des plans tactiques pour le développement des affaires.

Sommaire du contenu
Ce cours se divise en trois parties comme autant de fonctions de la gestion des ventes: La première partie consiste à comprendre la conception du plan de vente et la planification des activités de l'équipe de vente qui s'y rattachent soient, entre autres, la définition des marchés, la segmentation et le positionnement, la détermination des prix, la fixation des objectifs et des quotas et l'organisation des territoires.La deuxième partie vise à expliquer le déploiement du plan de vente notamment par le recrutement, la sélection et la formation des membres de l'équipe de vente; par la création d'un plan de rémunération favorisant l'atteinte des objectifs et par la promotion d'un leadership propice à la rétention et à la motivation des membres de l'équipe.Enfin, la troisième partie entend présenter l'évaluation de la performance collective de l'équipe et individuelle de chacun des membres qui la compose à l'aide d'outils qualitatifs comportementaux et quantitatifs tels l'atteinte de quotas et autres.

Modalité d'enseignement
Cours magistral interactifÉtude de casExercices

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

MKG5325 Développement des affaires
Objectifs
Ce cours permettra aux personnes étudiantes d'acquérir les connaissances et les habiletés de base en vente stratégique. Au terme du cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : Comprendre le processus de vente relationnelleIdentifier les opportunités d'affaires permettant de réaliser des ventes profitablesAcquérir les habiletés de base nécessaires à réaliser une analyse des besoins, à présenter un produit ou un service et à conduire une négociation jusqu'à sa conclusionObserver et de reproduire les comportements nécessaires pour connaître du succès en vente stratégique

Sommaire du contenu
Ce cours se déclinera en deux parties : La première partie présentera le processus de vente et ses étapes soit la découverte des besoins, la présentation, la réponse aux préoccupations, la négociation, l'obtention de la commande et le suivi après-vente.La deuxième partie s'attardera à la stratégie de vente et aux activités de vente incluant l'organisation du territoire, la gestion des clients et des prospects, et l'atteinte des objectifs dans un environnement de performance.

Modalité d'enseignement
Cours magistralinteractifJeux de rôlesScénettes En équipe, les personnes étudiantes mettront en pratique les notions apprises en reproduisant une interaction de ventes.

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

MKG5329 Promotion des ventes
Les objectifs du cours sont de développer des compétences en gestion de la promotion des ventes et du marketing direct appropriés au contexte des entreprises québécoises et canadiennes (promotions aux consommateurs, promotions aux distributeurs, marketing direct, télé-achat, etc.). Le cours vise à donner à l'étudiant une connaissance effective de la gestion des promotions et du marketing direct dans l'entreprise. Il intègre les actions de communication qui visent un changement de comportement chez le récepteur à la stratégie de marketing de l'entreprise. Les étudiants apprennent quelles sont les

grandes étapes et les décisions impliquées dans la mise en oeuvre d'une action de promotion des ventes et de marketing direct (gestion des données numérisées, gestion des banques de données clients informatisées, etc.). Les étudiants doivent donc produire une action de promotion des ventes ou de marketing direct pour une entreprise réelle. Les étudiants seront amenés à se familiariser avec les principales composantes des actions de promotion des ventes et de marketing direct: promotions aux consommateurs, aux détaillants, marketing direct, etc. Une partie du cours s'attarde particulièrement sur le choix des techniques et leur évaluation en fonction de la finalité de l'action de communication à entreprendre: augmentation des ventes à court terme, modification de la perception du prix, reconfiguration du produit/service, etc. En fait, il s'agit d'une habileté nécessaire puisque l'une des principales difficultés rencontrées par les entreprises se situe à ce niveau. Enfin, les mesures d'évaluation et de contrôle des activités de communication directe sont aussi abordées. Les étudiants développeront donc des habiletés dans le développement et la mise en oeuvre de campagnes de communication directe de même qu'au niveau du choix des techniques appropriées pour diffuser et rejoindre les consommateurs. Enfin, des cas pratiques sont vus en classe pour permettre à l'étudiant de bien assimiler les concepts et les diverses méthodes de travail préconisés dans ce cours.

Préalables académiques
MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'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

MKG5333 Gestion de la marque
Dans ce cours, l'étudiant sera exposé aux différents concepts de marque et aux principes qui sous-tendent la création et le développement de la marque dans le temps. On abordera les questions de relance, de repositionnement, d'extension de marque, de scénario d'architecture et d'orchestration des marques dans le portefeuille. À travers plusieurs exemples, le cours abordera aussi le concept d'identité et de culture de marques, de internal et external branding. L'étudiant sera familiarisé avec les questions d'évaluation de la valeur de la marque en présentant les forces et faiblesses des divers modèles de mesure utilisés dans l'industrie et dans la littérature. Ce cours vise aussi à présenter les différentes stratégies de marques utilisées dans le cadre de la mondialisation des marchés. Marques mondiales, « glocales » et locales. L'étudiant sera amené à identifier les facteurs qui favorisent l'émergence de marques mondiales.

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

MKG5339 Publicité en ligne par référencement
Objectifs
Ce cours vise à préparer les étudiants à la nouvelle réalité du monde des affaires qu'est le commerce électronique. Les étudiants seront ainsi préparés à compléter une certification professionnelle et acquerront l'expérience pour obtenir un premier poste en agence. Les étudiants participeront à une compétition locale ou internationale, où les meilleures campagnes publicitaires seront reconnues.

Sommaire du contenu
Ce cours permet aux étudiants de créer et exécuter une vraie campagne de publicité sur Internet. Munis d'un budget réel, les étudiants développeront de toutes pièces une campagne publicitaire en référencement payant en utilisant les moteurs de recherche (tel Google Search, Bing, Yahoo, Baidu, etc.) et les réseaux sociaux (tels Facebook, Youtube, LinkedIn, etc.) les plus appropriés pour atteindre les objectifs marketing de leur client. Cet exercice permettra un apprentissage hautement pratique tout en étant basé sur les derniers développements de l'industrie, les meilleures pratiques industrielles et les théories du comportement du consommateur sur Internet.

Compétences professionnelles en enseignement
Cours structuré en 15 séances comprenant des exposés magistraux et des évaluations conventionnelles. Il est à noter que les étudiants auront la responsabilité de solliciter l'entreprise locale qui participera à l'exercice et que le cours requiert la maitrise de l'anglais.

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

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

MKG5422 Expérience utilisateur/client (UX/CX)
Objectifs
Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux notions d'expérience utilisateur (UX) et d'expérience client (CX). Au terme du cours, les étudiants seront aptes à : Comprendre l'importance stratégique du UX/CX et leur imbrication;Évaluer un produit/service centré utilisateur/client selon les meilleures pratiques managériales;Mettre en oeuvre une des stratégies pratiques centrées pour les utilisateurs/clients.

Sommaire du contenu
Les éléments de contenu suivant seront couverts : Les principes fondamentaux du design de systèmes, notamment du design de produits/services numériques.Les principes de design centrés utilisateurs aux critères ergonomiques de conception et d'évaluation de

systèmes interactifs;Les méthodes traditionnelles et avant-gardistes du domaine des IHM (Interactions Humain-Machine);Le comportement du consommateur en interaction avec les systèmes précités;La conception et l'évaluation, sur le plan pratique, de systèmes interactifs dialoguant avec l'humain

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 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 efficientes 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 oeuvre 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'efficience 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

MKG5424 Marketing de contenu
Objectifs
Le marketing de contenu désigne le fait qu'une marque soit éditrice de contenu, occupe l'espace public, voire créer son média. Cette pratique regroupe toutes formes d'expression de la marque, telles que les médias sociaux, les blogues, les sites web et les communautés de marque. L'objectif général de ce cours est de permettre à l'étudiant d'acquérir une compréhension globale et en profondeur du marketing de contenu. Le cours s'intéresse à la création stratégique de contenu dans le cadre du marketing 2.0 et plus spécifiquement comment elle constitue un levier marketing de plus en plus incontournable. L'objectif d'apprentissage principal est de développer les connaissances et habiletés des étudiants quant au développement d'une stratégie de marketing de contenu dans un contexte d'échange entre entreprises et clients. De façon plus spécifique, au terme de ce cours, l'étudiant sera capable de : 1. Comprendre la place qu'occupe le marketing de contenu et les médias sociaux dans la stratégie de marketing des entreprises; 2. Utiliser et appliquer des méthodes et outils propres à la création de contenu et à l'analyse des médias sociaux pour améliorer la relation que les entreprises entretiennent avec les consommateurs en ligne.

Sommaire du contenu
Les éléments de contenu suivants seront couverts : Éléments stratégiques du marketing de contenu sur les médias sociaux;Indicateurs de performance et optimisation/monitorage;Communautés en ligne et contenu généré par les utilisateurs (UGC);Recherche qualitative sur les communautés en ligne et sites web;Marketing viral et l'étude de son influence sociale sur les médias sociaux;Marketing d'influence et influenceurs sociaux;Création de contenu pour le référencement organique (SEO) d'un site web;Bad buzz et gestion de crise via les médias sociaux.

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 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

MKG6190 Stage d'analyse et d'intervention en marketing
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès

Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

MKG6193 Stage d'analyse et d'intervention en marketing II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
MKG6190 Stage d'analyse et d'intervention en marketing

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

MKG630X Séminaire en marketing
À contenu variable, ce séminaire permet, entre autres, de préparer adéquatement l'équipe de l'UQAM pour le concours de la «Relève publicitaire» où l'industrie et les milieux universitaires québécois collaborent étroitement pour faire connaître les compétences des étudiants en marketing. Ce séminaire peut aussi prendre l'allure d'un cours à thèmes, déterminés en collaboration avec l'industrie. Dans ce cas, les équipes formées travailleront le même thème sur le modèle compétitif vécu par toute l'entreprise.

Préalables académiques
MKG5301 Recherche en marketing ou MKG5321 Marketing international

MOS5111 Fondements théoriques du management
Objectifs
Dans un contexte où on assiste à une prolifération de « modes » et « recettes » managériales qui prétendent être la solution aux problèmes d'efficacité des organisations, ce cours propose de revenir aux sources de la discipline du management, d'en présenter l'évolution et d'en examiner les conséquences. En effet, les pratiques de management s'enracinent dans un ensemble de connaissances constituées au sein de théories du management (qu'il s'agisse d'un management par les règles, par les valeurs, par les objectifs, par les compétences, par les processus, etc. Le premier objectif du cours est de passer en revue de manière approfondie l'émergence et l'évolution des grands courants théoriques du management moderne (et ses courants technique et social) au management hypermoderne qui structurent aujourd'hui le champ du management. Dans la continuité, le second objectif du cours est de mettre en évidence de manière critique l'influence de fondements théoriques contemporains sur les pratiques actuelles de management. Ainsi, la personne étudiante sera en mesure : - D'enrichir sa compréhension du management en évoquant l'influence des autres sciences humaines et sociales sur les théories du management. - De mieux comprendre les multiples conséquences de l'idéologie actuellement dominante en management. Au total, la personne étudiante sera apte à aborder l'exercice de la profession de gestionnaire avec une posture à la fois critique et pragmatique, visant à (re)mettre l'être humain au centre des pratiques et théories du management.

Sommaire du contenu
Le cours couvrira les champs suivants : - L'ancrage historique du management dans l'avènement du modèle capitaliste. - Les grandes théories du management, leur évolution et leur contexte d'élaboration. - Les fondements pluridisciplinaires du management. - Le management comme système idéologique. - La place des instruments de gestion, de l'évaluation et de la performance dans le management contemporain. - Les méfaits du management contemporain : souffrance au travail, dévalorisation du travail, etc. - Les nouvelles perspectives théoriques du management.

Modalité d'enseignement
Le cours reposera sur un enseignement magistral, de nombreux débats en classe animés par les enseignants et une série d'exposés co-construits par les personnes étudiantes sur des cas d'actualité illustrant les thèmes inventoriés.

MOS5112 Intervention et conseil en management
Objectifs
Ce cours vise à introduire les personnes étudiantes aux pratiques et aux enjeux de l'intervention et du conseil en management. Que ce soit comme intervenant, intervenante interne ou comme consultant, consultante externe, de nombreuses interventions en organisation reposent sur une démarche d'analyse des situations de gestion complexes, incertaines, difficiles voire problématiques et de recommandations d'action. Le cours vise à doter les personnes étudiantes des compétences requises pour mener à bien un projet d'intervention en organisation. D'une part, le cours couvre les différentes formes que peut prendre cette activité, afin de mettre en relief la variété des approches qui existent. D'autre part, le cours présente les étapes que l'on retrouve communément dans une intervention, de la découverte des enjeux des situations de gestion appelant une intervention à la mise en œuvre de recommandations et de leur évaluation. Le cours met l'accent sur l'importante dimension relationnelle au cœur de toute intervention, ainsi que sur les capacités à analyser des problématiques

managériales sous plusieurs angles et à développer de manière collaborative des solutions qui seront bénéfiques pour les organisations et les personnes. Enfin, le cours reste vigilant sur les limites et alerte sur les critiques formulées à l'encontre du conseil en organisation.

Sommaire du contenu
Dans un premier volet, le cours couvre des aspects de base de cette activité : en quoi consiste le conseil en management, les formes que le conseil peut prendre et les rôles que la personne intervenante peut jouer. Une attention particulière sera portée aux différents milieux dans lesquels ce rôle de conseil peut être joué, afin de donner un aperçu de la diversité des défis, particularités et démarches existantes. Le second volet du cours aborde les différentes phases qui font partie de la démarche d'intervention, en mettant l'accent sur les compétences requises par cette démarche. Enfin, l'ensemble du cours est traversé par une réflexion critique, invitant les personnes étudiantes à affûter leurs capacités à comprendre les enjeux complexes vécus en organisations et à développer des processus d'intervention et des recommandations qui vont au-delà des solutions « à la mode » ou toutes faites. En effet, le cours profite de sa focale sur l'activité de conseil en management pour interroger le rôle que les consultants, consultantes jouent actuellement, dans l'optique de repenser ce rôle pour qu'il soit véritablement au service des besoins des personnes comme des organisations.

Modalité d'enseignement
Ce cours combine des présentations magistrales et des activités appliquées, visant à développer la compréhension du processus d'intervention en organisation, ainsi que les compétences requises pour mener des interventions autour d'enjeux managériaux. Parmi les activités appliquées, le cours mobilise les études de cas et mise sur le partage d'expériences réelles via des rencontres avec des personnes professionnelles du milieu de la consultation en management, œuvrant dans des milieux variés. Enfin, les personnes étudiantes sont invitées à s'engager dans une démarche concrète de conseil, afin de mettre en pratique les connaissances présentées dans le cadre du cours.

Préalables académiques
MGT2150 Management

MOS5113 Pratiques et enjeux contemporains en management
Objectifs
Ce cours vise à sensibiliser les personnes étudiantes à une variété de pratiques et d'enjeux actuels qui marquent le management. En effet, la pratique du management se renouvelle continuellement, ce qui se traduit par le développement de nouvelles approches pour aborder différentes facettes du management, comme la direction, la collaboration, les modes d'organisation du travail et le contrôle. De plus, des phénomènes transversaux, comme les changements sociaux dans le rapport au travail, les changements générationnels, les modes de travail hybride, les transformations numériques portées par l'intelligence artificielle ou encore les défis posés par la crise climatique appellent à des modifications dans les pratiques de management. Dans ce contexte, il devient essentiel de s'interroger sur les manières de pratiquer le management, ce qui se trouve au coeur de ce cours. Enfin, ce cours vise aussi à approfondir l'esprit critique et la réflexivité des personnes étudiantes, en les amenant à considérer de manière critique ce qui tend à être présenté comme de nouvelles pratiques en management.

Sommaire du contenu
Le cours abordera des pratiques et enjeux actuels du management. Le cours sera organisé en deux temps principaux. - Dans un premier temps, les personnes étudiantes découvriront les conceptions nouvelles concernant les différentes facettes du management. En effet, tant la planification, l'organisation, la décision, la direction, la coordination que les modes de contrôle font l'objet de développements théoriques qui inspirent des pratiques différentes des modèles plus traditionnels. Ces innovations managériales invitent à repenser certaines pratiques bien établies. Par exemple, on peut penser aux modes de management participatif, à la variété des modèles de direction partagée, ou encore à de nouveaux modes de contrôle apparaissant avec les outils numériques. Le premier volet du cours vise donc à complémenter les connaissances acquises sur les différents domaines du management et mettant les personnes étudiantes en contact avec des conceptualisations récentes en la matière. Ces conceptualisations seront accompagnées de nombreux exemples et études de cas réels. - Puis, dans un second temps, le cours abordera de manière successive divers enjeux d'actualité qui affectent les pratiques managériales, et qui, conséquemment, suscitent des adaptations et des transformations dans ces pratiques. Ce volet est pensé pour être en prise directe avec la réalité des organisations, et sera, comme le premier, clairement ancré dans des situations et cas concrets. Ces deux volets du cours seront richement illustrés avec une diversité de cas et de situations, dans l'optique d'amener les personnes étudiantes à réfléchir à comment elles réagiraient et intégreraient ces phénomènes dans leur pratique comme manager. Le cours se penchera aussi de manière transversale sur le phénomène des modes en gestion, afin que les personnes étudiantes en comprennent les caractéristiques et les rouages, et également qu'elles aiguisent leur sens critique face aux discours en vogue autour de certains phénomènes managériaux.

Modalité d'enseignement
La pédagogie de ce cours repose sur une combinaison d'approches. Les exposés magistraux seront combinés à des activités interactives en classe comme des débats et des études de cas sur des situations d'actualité. L'esprit d'analyse et le sens critique des personnes étudiantes seront particulièrement sollicités dans le cadre de ce cours.

Préalables académiques
MGT2150 Management

MOS5121 Approches critiques en management
Objectifs
Ce cours vise à développer chez les personnes étudiantes leur sens critique et leur capacité réflexive face aux connaissances en management et à leur pratique. Le développement du sens critique passe par le questionnement et la problématisation des phénomènes managériaux, ce à quoi s'emploient justement les approches critiques. Ces approches cherchent à dénaturaliser les connaissances, théories et méthodes qui tendent à être présentées comme neutres et objectives, et à mettre en lumière les côtés sombres du management. Ce cours introduira donc les personnes étudiantes à ces approches critiques. De plus, à partir de situations de gestion et de cas réels, ce cours permettra aux personnes étudiantes de voir autrement une série d'enjeux de gestion qui sont souvent pris pour acquis. Cela leur permettra de pouvoir analyser plus finement les situations de gestion, de mieux comprendre les effets négatifs de certaines pratiques de management et d'en proposer de nouvelles.

Sommaire du contenu
Le cours sera structuré en deux principaux temps : I. Tour d'horizon des approches critiques en management : - Que sont les approches critiques? - Origines du mouvement critique en management - Présentation de certains courants et approches critiques (entre autres la perspective foucaldienne, les études féministes, les études postcoloniales, l'analyse de discours critique et la déconstruction, telle qu'appliquée à l'étude des organisations) II. Éclairage critique de différents enjeux de management : le cours abordera une série d'enjeux concrets propres à la vie organisationnelle, tels la hiérarchie, le contrôle, l'identité, la subjectivité, la matérialité et le genre. Chacun de ces enjeux sera pour les personnes étudiantes l'occasion de prendre conscience des effets sur les individus des conceptions et des pratiques couramment employées (moment de déconstruction), et de s'engager dans un travail d'imagination d'alternatives en matière de management et d'organisation du travail (moment de reconstruction).

Modalité d'enseignement
L'apprentissage des personnes étudiantes sera soutenu par l'alternance des portions de cours magistrales, où seront présentées et discutées diverses approches critiques, et des portions interactives, visant à mettre à l'épreuve la réflexion critique. Parmi les activités pratiques qui accompagneront le cours, il y aura : - Des débats autour

de problématiques concrètes de management - Des analyses et des observations de situations de gestion - La réalisation d'un travail de réflexion permettant de représenter autrement un point de vue critique sur une thématique choisie par les personnes étudiantes.

Préalables académiques
MGT2150 Management

MOS5130 Management comparé
Objectifs
Les pratiques managériales convergent-elles vers le même modèle ou bien sont-elles différentes selon les pays et leurs systèmes socioéconomiques? Ce cours de management comparé vise à répondre à cette question en deux temps. D'une part, en présentant sommairement les différents modèles économiques et managériaux du monde capitaliste (à travers les variantes du rapport au marché, à l'éducation, de l'accès aux capitaux, des modes de redistribution de la richesse, de protection sociale, etc.). D'autre part, en expliquant pourquoi et comment : 1) certains modèles (et pratiques) managériaux se diffusent au-delà de leur contexte d'origine et deviennent des normes; et 2) certaines organisations résistent à une telle normalisation ou changent les pratiques dominantes pour les adapter à leurs réalités locales. Au terme de ce cours, les étudiant(e)s comprendront et seront en mesure d'expliquer pourquoi il est illusoire de penser qu'un modèle économique et managérial universel régit tous les pays capitalistes. Ils seront mieux outillés pour savoir tenir compte des aspects dynamiques d'un contexte, pour développer leur sens critique et pour maîtriser les aptitudes à l'analyse et à la synthèse dans la profondeur socio-historique.

Sommaire du contenu
Le management n'est ni une idéologie, ni une pratique universelle et homogène à travers le monde. Pour le comprendre, ce cours proposera une analyse du management comparé en s'appuyant sur deux lectures. 1. Une lecture économique : Cette partie sera constituée de deux blocs. Le premier abordera les fondements théoriques et idéologiques du capitalisme actuel. Le deuxième bloc étudiera le cas de quelques pays qui se distinguent par leurs pratiques économiques et managériales. 2. Une lecture sociologique : Cette partie complétera la précédente en expliquant comment les institutions sociales (normes, valeurs, symboles, professions, logiques, etc.), tout comme le contexte économique, influencent les connaissances, les pratiques et les comportements des entreprises et en entreprise. Ensuite, elle exposera, à l'aide de cas d'organisations ou de secteurs particuliers, comment ces mêmes institutions sociales influencent à la fois 1) la diffusion de certaines pratiques et 2) la résistance de certaines organisations à les adopter, induisant dans certains cas, l'émergence d'autres pratiques innovatrices localisées. La pédagogie alternera entre un enseignement magistral, de nombreux débats en classe animés par les enseignants et une série d'exposés co-construits par les étudiants sur des cas emblématiques ou d'actualité illustrant les thèmes inventoriés.

Modalité d'enseignement
Cours magistral

Conditions d'accès
Avoir complété au moins 30 crédits au 1er cycle.

Préalables académiques
DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises ou ETU1072 ou ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ou MET2150 Management ou MGT2150 Management

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 québécois. 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 imager - Une technique de conception de scenarios 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 scenarios 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 scenarios 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

MOS5211 Management et exploration : design, imagination et prospective
Objectifs
Ce cours a pour vocation d'initier les personnes étudiantes à une pensée exploratoire et inventive appliquée aux pratiques de management. Basé sur la pensée du design et de la prospective, il leur permettra d'approcher les situations de gestion complexes, émergentes et teintées d'inconnu d'une manière différente en expérimentant, en pratique, de nouvelles approches et méthodes (par ex. : observation, visualisation, storytelling, maquettes) et d'exercer l'imagination pour penser l'avenir (via, par exemple, la technique des scénarios créatifs). À l'issue du cours, les personnes étudiantes maîtriseront : - Les principaux concepts de la pensée du design - La façon dont le management peut s'en inspirer. Ce cours a donc pour objectif d'éveiller les personnes étudiantes 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'articule autour des contenus suivants : a) Connaître la pensée et l'esprit du design : concepts clés et processus ; 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 de différentes techniques et divers outils du design (par ex., approches ethnographiques et de visualisation, maquettes et prototypes, storytelling) et de la prospective.

Modalité d'enseignement
Ce cours combine des éléments magistraux et diverses activités interactives incluant des échanges avec les milieux de pratique. Il repose sur la collaboration, l'improvisation et la créativité et vise l'apprentissage par l'action. Dans cette optique, les personnes étudiantes devront mettre en pratique les divers apprentissages pour traiter une situation réelle et proposer des pistes de solution issues d'un processus inspiré de la pensée du design.

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
DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises ou ETU1072 ou ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises ORH1163 Comportement organisationnel

MOS5230 Changement social et organisationnel
Objectifs
Comment comprendre finement le changement, tant organisationnel que social? Ce cours fournira aux étudiants une compréhension riche des mécanismes de changement organisationnel, et les préparera à tenir compte de l'aspect dynamique du contexte de l'entreprise. Il abordera les transformations institutionnelles majeures qui bouleversent actuellement les organisations. Il considèrera ensuite les principaux modèles et outils en organisation utilisés par les praticiens pour repérer et interpréter les signaux de changements. La connaissance de tels outils aidera les étudiant(e)s à savoir résoudre avec une vision systémique les problèmes de gestion. Il s'agira donc d'amener les étudiants à réfléchir sur les différentes approches d'intervention en contexte de transformations sociales et organisationnelles, et de

découvrir comment passer d'une logique de « gestion du changement » à une logique de « création de capacité à changer ». Ainsi, leur sens critique et leur capacité d'intervention sur des problématiques managériales diverses s'en trouveront développés.

Sommaire du contenu
Le cours est formé de quatre composantes majeures répondant aux principaux objectifs mentionnés ci-haut, soit: 1- La présentation des fondements théoriques du changement social et du changement organisationnel 2- La familiarisation des étudiant(e)s avec les outils mis à la disposition des managers pour faire la lecture du changement dans le contexte 3- La critique tant des fondements que des outils dominants 4- La présentation d'approches et d'outils alternatifs émergents

Modalité d'enseignement
L'apprentissage dans ce cours se fera sur trois plans où les enseignants et les étudiants agiront comme co-constructeurs de connaissances. Les étudiants demeurent les acteurs principaux de leur apprentissage à l'intérieur et à l'extérieur de la classe. Il s'agit de : 1- Maîtriser les fondements (concepts, théories, etc.) par les lectures et le contenu des cours magistraux. Les étudiants seront ainsi familiarisés avec les grandes lignes des textes fondateurs des principales théories du changement. 2- Appliquer les concepts par la participation aux discussions en plénière, aux jeux de rôle (simulation, mise en situation) dans le cadre d'exercices en équipe, l'analyse de cas, etc. 3- Développer les capacités d'analyse et d'évaluation critiques par des présentations orales et des travaux rédigés incluant le journal réflexif.

Conditions d'accès
Avoir réussi au moins 30 crédits au 1er cycle.

Préalables académiques
DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises ou EUT1172 Développement durable et gestion ou ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises ORH1163 Comportement organisationnel

MOS5310 Connaissance de soi et consolidation du projet professionnel
Objectifs
Ce cours a pour objectifs de consolider le projet professionnel de l'étudiant inscrit à la concentration en management et d'offrir une formation de base sur la connaissance de soi. Ces deux objectifs doivent permettre à l'étudiant de s'engager dans un parcours professionnel en management, et de déterminer en particulier les filières d'insertion professionnelle et/ou d'étude aux cycles supérieurs qui lui conviennent le mieux. À partir d'une approche récit de formation au choix de profession, la première partie du cours offrira à l'étudiant une formation de base devant favoriser l'acquisition d'outils et de méthodes de réflexivité en groupe, et améliorer sa compréhension du concept de soi au moyen d'activités structurées. Dans la seconde partie du cours, il s'agira de réinvestir l'approche biographique par une définition ou une consolidation du projet professionnel, en le confrontant à sa faisabilité. Des exercices précis seront présentés et restitués dans la perspective d'approfondir, de préciser et de questionner son projet professionnel et son évolution. Atteindre ces objectifs amènera l'étudiant à consolider une connaissance de soi et un portefeuille de compétences, à se préparer à des entretiens d'embauche dans les professions du management ou encore accéder à des formations universitaires de cycles supérieurs.

Sommaire du contenu
Le cours est organisé en deux modules : - 1er module : Connaissance de soi et élaboration de son projet professionnel. Ce module est organisé autour de deux thèmes : 1. la connaissance de soi et 2. l'identité au travail et l'élaboration de son projet professionnel - 2e module : Mise en œuvre de son projet professionnel. Ce module couvre également deux thèmes. D'une part, il conduira les étudiants à se confronter avec une réalité à laquelle ils seront confrontés, celle de l'entretien. L'entretien sera abordé en situation, avec un professionnel. Enfin, le cours se conclura par une activité synthèse qui permettra aux étudiants d'intégrer la réflexion sur ses choix et ses préférences, et celle sur sa trajectoire professionnelle.

Modalité d'enseignement
- Le cours se donne sous forme d'ateliers. - Le cours repose sur une approche récit de formation au choix de profession et utilise une démarche « récit d'expérience ».

Conditions d'accès
Avoir complété au moins 60 crédits en gestion au 1er cycle

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

MOS5321 Management, culture et identité
Objectifs
L'objectif de ce cours est de développer les attributs d'une personne compétente sur le plan interculturel. La personne compétente sait vivre heureuse et travailler avec succès au contact d'une autre culture tout en développant trois grands attributs, que ce cours vise à développer. Ce cours permet donc aux personnes étudiantes d'acquérir les compétences suivantes : (1) La capacité de communiquer avec des représentants d'autres cultures d'une façon qui favorise la confiance et la collaboration dans le but de réaliser des objectifs organisationnels (2) La capacité d'adapter ses compétences professionnelles (techniques et managériales) aux conditions et contraintes locales (3) La capacité de s'adapter, sur le plan personnel, pour être à l'aise au contact de la culture de l'autre. Ce cours vise aussi à permettre aux personnes étudiantes de saisir la réalité interculturelle dans les organisations contemporaines en travaillant simultanément sur deux plans. Guidés par la métaphore de « l'entre-deux » que le cours explorera, les personnes étudiantes seront mieux à même de penser la différence culturelle entre les personnes, et seront donc mieux outillés pour en comprendre toutes les nuances dans les situations de gestion. Ce cours se penchera aussi sur la rencontre interculturelle dans les organisations multiculturelles. Ces organisations multiculturelles sont de plus en plus nombreuses aujourd'hui, et les personnes étudiantes doivent savoir y évoluer et y intervenir. Par l'analyse approfondie d'histoires d'organisations (publiques ou privées, grandes ou PME, avec ou sans but lucratif) qui fonctionnent dans des environnements de travail très multiculturels, ce cours permettra aux personnes étudiantes de comprendre comment des individus provenant de cultures ethniques ou professionnelles différentes arrivent à travailler ensemble et à coopérer pour atteindre des objectifs organisationnels. Au terme de ce cours, les personnes étudiantes auront aiguisé leur sensibilité culturelle. Ils pourront donc mieux analyser l'influence et les effets des différences interculturelles dans les milieux de travail.

Sommaire du contenu
Ce cours se concentre sur des contenus situés dans deux dimensions : La pensée de la différence: (1) Malaise du monde moderne, différence culturelle et souffrance de l'identité; (2) Différence culturelle et souffrance de la langue; (3) Rencontre interculturelle au milieu du travail; (4) La peur de la différence culturelle; (5) 125 SSDA-BÉ (Rév. 01-2024) 2/2 Le groupe et la pluri-subjectivité culturelle; (6) L'entre-deux : une métaphore pour penser la différence culturelle; (7) De l'approche transculturelle classique à une anthropologie du lien social. La rencontre interculturelle dans les organisations multiculturelles: (1) Culture nationale et gestion; (2) Obstacles à la coopération multiculturelle (stéréotypes, préjugés, racisme); (3) Les identités culturelles comme obstacles à la coopération; (4) Des attributs que développe un gestionnaire en contexte transculturel : la réalité de l'expatriation; (5) La recherche du lien social dans des équipes multiculturelles; (6) Coopérer dans les entreprises multiculturelles Montréalaises (tensions des sociétés occidentales, tensions de l'utilisation de la langue au travail, tensions de l'identité culturelle).

Modalité d'enseignement
Les méthodes pédagogiques sont fondées sur le cycle de l'apprentissage expérientiel où l'autonomie, la responsabilisation individuelle et le travail d'équipe sont à la base du développement. Les séances de trois heures sont conçues autour de quatre axes d'apprentissage: (1) Expérience initiale : partage des expériences

personnelles du passé et du présent, la classe comme laboratoire d'expérience et exemple d'organisation, mises en situation, simulations, travaux de groupe, études de cas. (2) Réflexion : pensée personnelle, discussions en classe, discussions informelles, lectures, cours magistraux, travaux écrits. (3) Application des théories : théories présentées dans les lectures du cours, ou provenant d'autres sources. Expérimentation : Mise à l'essai de nouveaux comportements en milieu de travail, au sein de la classe, et dans diverses situations quotidiennes des participants.

MOS5331 Manager au quotidien

Objectifs

Le travail du manager au quotidien est essentiellement fait de communication, avec des moyens de base comme: les réunions programmées et non programmées, le téléphone, le courriel, la vidéoconférence, la tournée des installations. Informer, et communiquer étant des vecteurs privilégiés du management pour marquer la considération, la reconnaissance, la volonté, entendre la résistance ou inviter à un changement dans les organisations, l'objectif de ce cours est de permettre à l'étudiant de comprendre là où des dispositifs managériaux s'entrecroisent avec des dispositifs communicationnels au niveau micro de l'organisation et de développer les habiletés de management et de communication requises du manager dans le contexte de ses échanges ordinaires au sein des équipes de travail, et avec des clients, collaborateurs, fournisseurs, ou supérieurs. Les modèles de management comme fondement du travail du manager.Les approches pluridisciplinaires (comportant des textes en sciences du management bien sûr mais aussi en sociologie, psychosociologie, psychodynamique du travail, en sciences de l'information et de la communication,) qui font état de recherches permettent d'éclairer de manière complémentaire le réel et les problématiques complexes du travail du manager au quotidien.Les distinctions entre les outils du management au quotidien (la réunion programmée, la rencontre spontanée, la coordination des individus dans une équipe, l'entretien d'embauche, la rencontre d'évaluation, etc…), les contraintes situationnelles spécifiques à ces contextes et les processus communicationnels en jeu.La compétence à la délibération en contexte managérial : facilitation, réception, transmission, entretien de la relation et réflexivité.

Sommaire du contenu

Les grandes thématiques du cours serviront à donner un vocabulaire commun à l'étudiant au sujet d'un domaine traité par le management : le travail du manager au quotidien. Le manager et les échanges ordinaires : rôles, dynamique des rôles, travail du manager au quotidien, espaces de communication. Le management est essentiellement fait de communication : contexte managérial, contraintes et tensions situationnelles, outils du management, processus communicationnels. Le manager et les compétences d'action : intervenir, informer, communiquer, décider dans l'action, et se corriger dans l'action. La coopération en pratique : savoirs expérientiels. Le manager et la réflexivité : penser, réfléchir, construire du sens autour de son vécu de manager. Plus pertinente pour comprendre et agir sur la dynamique des échanges interpersonnels dans différentes situations de management, dans ce cours, la question du comment occupera une place centrale.

Modalité d'enseignement

La pédagogie de ce cours s'inspire de la méthode des ateliers, c'est-à-dire, un lieu où l'expérience vécue avec soi et les autres constitue la source de l'apprentissage. L'étudiant pourra se trouver en solo, en dyade, en trio ou encore en sous-groupe et sera amené : Par une simulation théâtrale, à intervenir dans un échange au travail et à apprendre à comment détecter ses erreurs et se corriger rapidement dans l'action;Par quelques exercices de réflexion sur l'action, à comment élaborer de meilleures façons de communiquer;Par quelques exercices de réflexion critique, à comment évaluer son agir managérial avec un autre et pour d'autres en situation de travail. Le focus de ces activités pédagogiques ne porte pas sur les phénomènes de groupe mais sur les échanges entre les personnes au travail. Certaines des simulations théâtrales se tiendront en dehors de l'horaire régulier du cours.

Conditions d'accès

Avoir réussi au moins 30 crédits au 1er cycle.

Préalables académiques

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

MOS5332 Manager au quotidien

Objectifs

Ce cours se penche sur les défis quotidiens et relationnels auxquels les gestionnaires peuvent être confronté.es. Le travail du manager au quotidien est essentiellement fait de communication, avec des moyens de base comme les réunions programmées et non programmées, le téléphone, le courriel, les rencontres à distance et la tournée des installations. Informer et communiquer étant au centre de la pratique du management, l'objectif de ce cours est de permettre aux personnes étudiantes de comprendre là où des dispositifs managériaux s'entrecroisent avec des dispositifs communicationnels au niveau micro de l'organisation et de développer les habiletés de management et de communication requises du manager dans le contexte de ses échanges ordinaires au sein des équipes de travail, et avec des clients, clientes, collaborateurs, collaboratrices, fournisseurs, fournisseuses ou supérieurs, supérieures. Le cours se penche donc sur diverses situations managériales vues sous un angle relationnel (comme la direction, la collaboration et la gestion des conflits). Un accent est particulièrement mis sur les défis relationnels vécus par les gestionnaires dans des situations de la vie courante des organisations. Enfin, le cours invite aussi les étudiant.es à comprendre l'importance des facettes verbales, non-verbales, symboliques et socio-culturelles intervenant dans la communication des gestionnaires dans ces situations qui font le quotidien du management.

Sommaire du contenu

Partant des modèles de management comme fondement du travail du manager, le cours s'inspire de différentes approches (du management, mais aussi de la sociologie, de la psychodynamique du travail et des sciences de l'information et de la communication) pour éclairer le réel et les problématiques complexes du travail du manager au quotidien. - Le cours s'amorce en considérant le manager et les échanges ordinaires: rôles, dynamique des rôles, travail du manager au quotidien, espaces de communication. Cela permet de se pencher sur ce qui se joue dans les interactions dans une myriade de situations de management, comme celles accompagnant la collaboration, le travail hybride, l'évaluation de performance, la gestion de la diversité et de l'inclusion, les situations tendues et la gestion du processus de changement organisationnel, entre autres. - Le cours explore aussi les particularités des outils du management au quotidien, comme la réunion programmée, la rencontre spontanée, la coordination des individus dans une équipe et l'entretien d'embauche, considérant les contraintes situationnelles spécifiques à ces contextes. - Ces contenus plus théoriques sont mariés à des apprentissages expérientiels qui visent à « faire vivre » les processus managériaux. Ainsi, sur le plan plus appliqué, le cours permet aux personnes étudiantes, via ses mises en situation managériales (par exemple, des études de cas et exercices théâtralisés) de réfléchir aux compétences d'action du manager (intervenir, informer, communiquer, décider dans l'action, coopérer et se corriger dans l'action), afin d'identifier les zones d'amélioration possibles de leurs compétences. Enfin, le cours invite aussi les personnes étudiantes à développer leur compétence à la délibération en contexte managérial, touchant la facilitation, l'entretien des relations et la réflexivité.

Modalité d'enseignement

L'approche pédagogique est celle de l'atelier : lieu où l'expérience vécue avec soi et les autres constitue la source de l'apprentissage. Le cours repose ainsi sur une pédagogie active et expérientielle, entre autres en privilégiant les exercices appliqués qui permettront de faire vivre diverses situations managériales aux étudiant.es. Cette pédagogie invite les étudiant.es à prendre en main le développement de leurs compétences et à mettre en commun leurs connaissances et expériences. Mettant au premier plan le travail individuel, l'approche

pédagogique du cours repose sur des exposés dialogués, des discussions, des observations, des exercices théâtralisés et réflexifs. La focale de ces activités pédagogiques porte sur les échanges entre les personnes au travail. Du travail hors classe et des travaux variés font aussi partie des modalités d'enseignement.

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.

ORH1630 Fondements en dotation
Ce cours sert à développer chez l'étudiant une compréhension systémique du processus de la dotation, soit le recrutement, la sélection et l'intégration du personnel à la lumière, notamment, du système de planification des ressources humaines, et permettre à l'étudiant de pratiquer l'application de techniques en matière de dotation dans une perspective où seront considérées la portée stratégique de la dotation ainsi que les composantes éthiques des décisions.

Préalables académiques
ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

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.

ORH2101 Organisation, entreprise et société
Objectifs
Ce cours permet aux personnes étudiantes de se familiariser avec les différents types d'organisations et d'entreprises (privées à but lucratif, publiques, sociales et collectives) qui agissent dans le système économique et dans la société. Il leur fournit aussi les connaissances pour comprendre les rôles divers que jouent ces types d'entreprises et leurs effets, positifs et négatifs, sur leurs parties prenantes. Le cours propose également d'outiller les personnes étudiantes pour reconnaître et expliquer les contraintes auxquelles ces diverses formes d'entreprises font face, ainsi que leurs caractéristiques et principes généraux de fonctionnement. Il les invite enfin à développer une réflexion critique sur ces modèles d'entreprises et les initie à différents ancrages disciplinaires (sociologie, économie) permettant d'analyser l'entreprise, ou d'autres désignations proches telles que l'organisation.

Sommaire du contenu
Les entreprises occupent aujourd'hui une place fondamentale dans

l'organisation de nos sociétés. Face aux crises globales – écologique, sociale, économique, démocratique – qui exigent une évolution de nos modes de production et de consommation et une transformation radicale du système économique, il devient important de comprendre le rôle des entreprises dans la production de ces crises et leur potentiel d'action pour la transformation. Ainsi, la première partie du cours revient sur la notion d'entreprise, visant à clarifier ce qu'est une entreprise et à mettre en évidence la diversité des modèles actuels d'entreprises et d'organisations. Cette diversité résulte de contextes d'émergence, de formes juridiques et de tailles variés: entreprises privées à but lucratif (ex. multinationales, PME), entreprises publiques (ex. sociétés d'État, organismes 129 SSDA-BÉ (Rév. 01-2024) 2/2 parapublics), entreprises de l'économie sociale (ex. coopératives, OBNL) et autres organisations sociales et collectives (ex. organismes communautaires). Il s'agit d'identifier les différents types d'entreprises et d'organisations, de distinguer les rôles divers que jouent celles-ci dans nos économies et dans nos sociétés, d'identifier leurs caractéristiques propres et logiques de fonctionnement et les contraintes auxquelles elles font face. La deuxième partie du cours permet d'interroger les impacts des différents types d'entreprises et d'organisations sur les individus, les écosystèmes et la société en général. Adoptant une approche par les parties prenantes, il s'agit d'examiner et de comparer les effets, positifs comme négatifs, de différentes formes sur les propriétaires ou membres, les consommateurs/consommatrices, les fournisseurs/fournisseuses, les travailleurs/travailleuses, l'environnement naturel et la société. Il s'agit de former les personnes étudiantes à l'analyse critique du comportement des entreprises mais aussi de les outiller pour interroger le potentiel et les limites des modèles actuels d'entreprise, qu'ils soient conventionnels ou alternatifs.

Modalité d'enseignement
Le cours se donne en présentiel. Il adopte une pédagogie active, invitant les personnes étudiantes à être acteurs et actrices de leurs apprentissages. Le cours favorise les interactions entre les personnes enseignantes et les personnes étudiantes pour aborder les contenus théoriques et les applications pratiques, mobilisant différentes approches pédagogiques telles que des lectures, des exposés interactifs, des présentations des personnes étudiantes, des interventions extérieures et des documents audiovisuels. Des cas sont également utilisés pour explorer les différentes formes d'entreprises et leurs caractéristiques spécifiques.

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

ORH2163 Développement organisationnel : fondements théoriques et applications pratiques
Objectifs
Comprendre les fondements du développement organisationnel et l'évolution historique de la discipline;Connaitre les champs d'intervention en développement organisationnel;Se familiariser avec les processus d'intervention en développement organisationnel;Être sensibilisé(e) aux dernières tendances en développement organisationnel.

Sommaire du contenu
Le cours permettra de couvrir différents thèmes, par exemple, les démarches d'intervention, le climat organisationnel, le changement, le bien-être au travail, la dynamique des équipes de travail, la performance, le leadership et la structure organisationnelle.

ORH2202 Gestion de la diversité: perspectives nationale et internationale
Ce cours permet d'acquérir des connaissances sur les impacts de la diversité démographique dans les organisations et de l'internationalisation des entreprises sur les pratiques de gestion des ressources humaines et de relations de travail; de comprendre l'implication des diverses théories et modèles en gestion de la diversité et gestion internationale des ressources humaines; de développer des connaissances et habiletés dans la gestion de la diversité locale et internationale qui permettent la résolution de problèmes et prise de décisions qui contribuent au succès de l'organisation et au respect de ses membres. Ce cours étudie les questions relatives à la gestion de la diversité de la main-d'oeuvre et à ses enjeux organisationnels dans les contextes national et international. La diversité est définie à travers les caractéristiques telles que le genre, l'origine ethnique, l'âge, la condition physique, les croyances religieuses, etc. Le cours propose un examen critique des différentes approches et théories sur la gestion de la diversité, la démographie organisationnelle et la gestion internationale des ressources humaines et ce, à travers les politiques et pratiques de gestion des ressources humaines et de relations du travail qui en découlent. Il examine en particulier les méthodes d'analyse diagnostique et d'évaluation des programmes de gestion de la diversité et vise la compréhension de l'impact des cultures sur les pratiques de gestion des ressources humaines dans les entreprises multinationales. Les personnes participant à ce cours apprendront comment gérer dans les entreprises qui font face aux défis de l'intégration internationale et de l'adaptation locale à travers la gestion des expatriés et des employés locaux, de l'apprentissage organisationnel, et des autres politiques et pratiques de gestion des ressources humaines et des relations de travail: - gestion de la diversité, gestion internationale des ressources humaines, programmes d'accès à l'égalité; - évaluation de ces programmes; - impacts de la démographie organisationnelle, cultures et gestion, gestion des expatriés.

ORH2222 Gestion des ressources humaines en OSBL
Importance de la gestion des ressources humaines dans le cadre du bénévolat. Politiques et pratiques globales de gestion des ressources humaines et leur application aux organismes sans but lucratif: sélection des meilleures ressources, méthodes de recrutement, systèmes de formation. Climat de travail et motivation. Analyse organisationnelle. Évaluation des forces et des faiblesses de la gestion des ressources humaines dans le cadre d'un organisme sans but lucratif. Élaboration de stratégies de gestion des ressources humaines. Études de cas pratiques.

ORH2230 Entrepreneuriat social et collectif : simulation
Objectifs
Ce cours a pour objectif d'amener l'étudiant à expérimenter le démarrage et la gestion d'une entreprise à travers un modèle d'affaires alternatif - le modèle coopératif. Cette simulation permettra à l'étudiant de se familiariser avec l'entrepreneuriat social et collectif par la pratique et de découvrir les principales étapes, opérations et défis du cycle de vie d'une coopérative et plus largement d'une petite entreprise. Cette simulation vise également à sensibiliser l'étudiant aux différentes fonctions et domaine de la gestion (stratégie, production, RH, finance, etc.) et à l'importance d'un arrimage cohérent entre eux dans la

performance de l'entreprise.

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

ORH2600 Miser sur une approche de gestion éthique et contextualisée de la SST
Objectifs
Ce cours, scindé en trois volets, porte sur l'interaction entre les contextes institutionnels, organisationnels, environnementaux et sociodémographiques dans lesquels s'inscrit la gestion de la SST. À travers ses apprentissages, l'étudiant sera sensibilisé à l'importance : A) de considérer l'impact de la diversité des contextes et des caractéristiques des travailleuses et travailleurs, autant sur les stratégies de prévention en SST que les processus de réparation des lésions professionnelles et, ultimement la gestion des ressources humaines; B) de mobiliser les acteurs-clés, mettre en place des partenariats et des approches participatives pour gérer la SST; C) d'adopter une posture éthique et responsable dans les décisions qui pourront influencer, de manière durable et équitable, autant les stratégies de prévention en SST que les processus de réparation des lésions professionnelles et, ultimement la gestion des ressources humaines. Au terme du cours les étudiantes et étudiants seront aptes à Décrire les différents contextes organisationnels, les conditions d'emploi et de travail et leurs impacts sur la gestion de la SST;Comprendre les liens entre les différentes composantes de la cohabitation d'une diversité de population et les enjeux de SST;Concevoir une culture de SST qui considère les caractéristiques du contexte organisationnel en fonction des conditions d'emploi /travail et des caractéristiques de la main-d'oeuvre;Identifier le réseau d'actrices et d'acteurs clés internes et externes à l'entreprise;Identifier les stratégies de mobilisation des actrices et acteurs clés en termes d'actions de SST incluant les dimensions politiques et les rapports de pouvoir sous-jacents;Comparer les retombées des approches participatives et non participatives de la SST;Reconnaître les enjeux éthiques soulevés par la gestion de la SST;Identifier des pistes d'action de prévention ou de réparation des lésions professionnelles éthiques et responsables;Appliquer des questionnements éthiques dans une prise de décision face à un enjeu de SST.

Sommaire du contenu
Le cours couvrira les grands thèmes suivants : Enjeux de SST et cohabitation d'une diversité de populations de travailleuses et travailleurs sur la base de caractéristiques/dynamiques liées au sexe/genre, âge, statut migratoire, LGBTQ+, situation d'incapacité au travail, etc.)Particularités de la gestion de la SST dans une diversité de contextes d'entreprises (PME, syndicalisation, sous-traitance, etc.);Particularité de la gestion de la SST en considérant la diversité des conditions d'emploi et de travail (temps partiel/temporaire, agences de location de personnel, horaires atypiques, pénibilité, etc.);Partenariats et acteurs-clés du réseau québécois de la SST (CNESST, réseau de santé publique, association sectorielle paritaire, mutuelle, etc.);Réseau d'actrices et d'acteurs internes, stratégies de mobilisation et mécanismes de participation en SST (comités de SST, comités de suivi, cercles de qualité, etc.);Culture de prévention en SST et concepts-clés associés (vision, valeurs, réelle/prescrite, etc.);Non-discrimination, relations employeur-employé;Respect de la vie privée; intégration éthique de nouvelles technologies;Gouvernance responsable de la SST, impacts sociaux et environnementaux de la SST.

Modalité d'enseignement
Ce cours s'appuiera, en alternance, sur la présentation de contenus magistraux et une approche de pédagogie inversée basée sur des exercices à réaliser seul ou en sous-groupes afin d'amener les étudiants à appliquer les différentes connaissances apprises à des situations fictives ou réelles en entreprise.

ORH3000 Méthodes de recherche appliquées à la gestion des ressources humaines
L'objectif du cours est de permettre à l'étudiant d'acquérir des connaissances de base sur les méthodes de recherche pertinentes au domaine de la gestion des ressources humaines et de les mettre en application dans le cadre d'exercices pratiques. Le cours présente une définition des concepts de recherche scientifique, les principales étapes d'une recherche, les objectifs et les types de recherche pertinents au domaine de la gestion des ressources humaines. On y traite également de l'élaboration d'une problématique de recherche, du développement des théories et des hypothèses de recherche, des types de stratégies et de devis de recherche, de l'échantillonnage, des méthodes de collecte de données, de la codification des données, des méthodes d'analyse et de la présentation d'un protocole de recherche.

ORH3102 Entreprendre et gérer autrement : entreprises, économie et innovations sociales
Objectifs
Ce cours vise à faire découvrir l'univers de l'entrepreneuriat social, des entreprises sociales, de l'économie sociale (coopératives, OBNL, mutuelles) et des innovations sociales aux étudiantes, étudiants. Le premier objectif de ce cours est de connaître, distinguer et comprendre ces différents concepts, leur origine, leur évolution et leurs applications. Le cours vise à cerner la place et les rôles de ces initiatives dans la société québécoise et ailleurs dans le monde. En second lieu, il s'agit de saisir les spécificités de ces types d'entreprises et de leur environnement (ex., entrepreneuriat individuel et collectif, soutien à l'innovation sociale, tensions et synergies entre mission sociale et efficience économique, gouvernance démocratique, implication de parties prenantes multiples, hybridation des ressources financières et non financières, etc.). Enfin, le cours vise à sensibiliser aux enjeux concrets qui se posent pour le management et les différentes fonctions de gestion (GRH, marketing, stratégie, etc.), dans les différentes étapes du développement de ces types d'entreprises.

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

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

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.

ORH3630 Fondements en formation et perfectionnement
Ce cours vise à introduire l'étudiant à la formation stratégique, en le familiarisant avec le rôle de cette fonction dans la gestion stratégique des ressources humaines de l'organisation. Ce cours vise également à développer chez l'étudiant sa connaissance du rôle des acteurs et des institutions de la formation au Canada et au Québec, ainsi qu'une approche diagnostique et critique dans la conception (notamment l'analyse des besoins et des objectifs), l'implantation, la diffusion (notamment les processus d'apprentissage) et l'évaluation qualitative et quantitative des programmes de formation et de développement des ressources humaines.

Préalables académiques
ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH4425 Système québécois de relations du travail
Ce cours a pour objectif de permettre à l'étudiant une intégration des relations du travail à la gestion des ressources humaines, sur les plans théorique et pratique. Enjeux contemporains et tendances en relations du travail au Québec. Caractéristiques du système québécois de relations du travail. Les acteurs du systèmes québécois: les organisations syndicales et patronales, l'État et leurs idéologies. Les caractéristiques des divers processus. Régimes comparés de relations du travail. Modèles théoriques. Importance accordée à l'actualité des relations du travail et à l'intégration de celle-ci dans une approche systémique.

Préalables académiques
ORH5435 Introduction à la convention collective ; ORH5439 Introduction à la négociation collective

ORH4620 Interaction entre les problèmes de santé et sécurité du travail et de la gestion des ressources humaines
Ce cours vise à partir de cas réels construits selon les récits d'entreprises à développer une capacité d'analyse et de résolutions de problèmes à la fois des problématiques de santé et de sécurité au travail et de gestion des ressources humaines. Acquérir une méthodes d'analyse critique et responsable de la gestion de l'interaction des décisions de SST et de la GRH et de leurs effets à court et long terme dans les entreprises en investisguant les problèmes de santé et sécurité au travail (SST) et de gestion des ressources humaines de façon rigoureuse et systématique, effectuer un diagnostic complet, élaborer une méthode d'analyse systématique des solutions, incluant les solutions normalisées et celles non usuelles, critiquer les processus décisionnels face aux interactions entre les problèmes de SST et de GRH, développer une méthode d'évaluation des activités d'implantation des solutions, examiner les rôles et les contributions des différents acteurs agissant sur les problèmes complexes de SST et de GRH, apprendre à construire un diagramme de tâches, activités et événements pour l'évaluation d'un programme de solutions (programmes Evaluation Review technique, PERT).

Préalables académiques
ORH3620 Fondements en gestion de la sécurité/santé

ORH4621 Développement et implantation d'interventions de prévention en SST
Objectifs
Ce cours vise à enrichir la pratique des futurs responsables SST en offrant un mode d'apprentissage expérientiel sur le développement et l'implantation d'interventions de prévention intégrée en SST qui prennent en compte le travail réel. Au terme du cours, l'étudiant sera apte à : Identifier les composantes-clés des démarches, méthodes et outils d'interventions de prévention en SST pour déterminer et corriger les dangers pouvant avoir des conséquences sur la santé physique et mentale;Appliquer différentes démarches, méthodes et outils et plus particulièrement les méthodologies d'intervention en SST centrées sur l'analyse du travail;Identifier, analyser et résoudre des problèmes SST en tenant compte des dimensions socio-politiques propres à l'entreprise et reliées au développement, à l'implantation et à l'évaluation d'intervention de prévention intégrée en SST;Développer des pratiques de prévention tertiaire (assignation temporaire, emploi convenable, limitations fonctionnelles, etc.).

Sommaire du contenu
Le cours couvrira les grands thèmes suivants : Démarches, méthodes et outils d'identification et de correction des problématiques de SST;Modèle de l'humain au travail (travail prescrit / travail réel, dimensions physiques, cognitives et sociales) et des risques professionnels;Démarches, méthodes et outils d'intégration de la SST à des projets de conception;Intégration de la SST à la culture et aux pratiques d'entreprise;Développement, implantation et évaluation d'interventions de prévention intégrée en SST.

Modalité d'enseignement
La pédagogie du cours repose sur des exposés magistraux et des discussions réflexives mais surtout sur une pédagogie active impliquant du travail individuel et en équipe basé sur des exercices, des mises en situation, des simulations, des jeux de rôle ainsi que des études de cas fictifs et réels. Du travail hors classe impliquera des lectures préparatoires, des recherches, des exercices ainsi que des travaux individuels et en équipe.

Conditions d'accès
Avoir complété 15 crédits dans le programme.

Préalables académiques
ORH3620 Fondements en gestion de la sécurité/santé

ORH5006 Diagnostic organisationnel en gestion des ressources humaines
Il s'agit d'un cours-synthèse qui vise à permettre à l'étudiant finissant d'utiliser des connaissances approfondies sur une problématique spécifique à la gestion des ressources humaines identifiée par une entreprise, en relation avec un ou plusieurs champs de spécialisation de la gestion des ressources humaines (dotation, rémunération, organisation du travail, relations du travail, santé et sécurité au travail, évaluation du rendement, etc.). L'utilisation de telles connaissances doit permettre de porter un diagnostic et d'élaborer un projet d'intervention pertinent suite à ce diagnostic. Le cours vise également de permettre à l'étudiant de produire des devis et des rapports de consultation qui

pourront servir de carte de référence lors de la recherche d'un emploi. Le contenu s'appuie sur trois domaines, soit les théories en gestion des ressources humaines, les méthodes de gestion de projet et les approches pertinentes à des activités de consultation en entreprise. La première partie du cours portera sur la définition, les composantes et les processus de gestion de projet utiles à l'activité conseil. La seconde partie met l'accent sur l'analyse des besoins des organisations lors de l'activité conseil, les habiletés à développer pour obtenir un contrat de consultation, et la démarche optimale et éthique pour effectuer des diagnostics préliminaire et en profondeur, et élaborer des recommandations pertinentes et acceptables au plan organisationnel. Les théories qui seront présentées varieront en fonction des diagnostics effectués par les étudiants. Elles seront utilisées afin de faciliter l'élaboration d'hypothèses diagnostiques et la formulation des recommandations par les étudiants. Enfin, le cours portera sur les principes relatifs à la diffusion des résultats de consultation (production de rapports de consultation et présentations orales).

Modalité d'enseignement
L'apprentissage est basé sur une activité de consultation menée dans une organisation. Les étudiants pourront faire appel, de manière ponctuelle, à des professeurs spécialisés dans les domaines pertinents à l'objet de la consultation. À chaque étape du processus, les étudiants devront remettre un rapport. Celui-ci fera l'objet de commentaires permettant d'identifier sa portée et ses limites et ce, de manière à optimiser la qualité du rapport final.

Préalables académiques
ORH3000 Méthodes de recherche appliquées à la gestion des ressources humaines

ORH500X Cours hors Québec en gestion des ressources humaines (3 à 12 cr.)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de la gestion des ressources humaines qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques
Selon le sujet.

ORH510X Cours hors Québec en innovation sociale (3 à 12 crédits)
Objectifs
Ce cours s'adresse aux personnes étudiantes des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de l'innovation sociale qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

ORH5411 Habiletés personnelles de gestion et collaboration
Objectifs
À la fin de ce cours, l'étudiant sera en mesure de : Comprendre comment se positionner avantageusement au sein de son organisation;Connaître et savoir appliquer les stratégies et tactiques d'influence au sein de son organisation;Formuler ses propres recommandations tout en les faisant approuver par les membres influents de l'organisation;Défendre les intérêts de son groupe de travail;Être reconnu comme un membres efficace et intègre au sein de son organisation.

Sommaire du contenu
la connaissance de soi;la gestion de soi (temps, stress, impulsions, etc.);la conscience des autres;les habiletés de communication et de collaboration en contexte organisationnel;les émotions et leurs rôles dans les interactions;la prévention et la gestion des tensions interpersonnelles (gestion des conflits, médiation, etc.).

Modalité d'enseignement
Alternance entre la présentation de contenu magistral et des exercices réalisés seul et en sous-groupes amenant les étudiants à expliciter des problématiques relationnelles les empêchant d'atteindre leurs objectifs personnels et professionnels.

Conditions d'accès
Avoir réussi au moins 15 crédits du programme.

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 prospectives 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.

ORH5621 Planification stratégique des ressources humaines: relève et carrière
Ce cours a pour but d'amener l'étudiant à comprendre le rôle que doit jouer la gestion des ressources humaines dans la formulation et le support des orientations stratégiques de l'organisation. Ce cours a pour but également d'amener l'étudiant à développer ses compétences à l'égard des étapes et techniques permettant de planifier les besoins de main-d'oeuvre aux plans quantitatif et qualitatif et de mettre en place une gestion efficace des carrières de manière à préparer la relève afin de répondre aux menaces et aux opportunités de l'environnement. Intégration de la gestion des ressources humaines à l'analyse stratégique, évaluation des déséquilibres en matière de gestion des ressources humaines, stratégies mises en place pour résorber les déséquilibres, gestion et développement des carrières, plan de relève.

Préalables académiques
ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

ORH6000 Simulation d'une gestion coopérative
Ce cours a pour objectif d'amener l'étudiant à expérimenter la formule de la coopérative de travail comme modèle d'entreprise économique. L'étudiant se familiarisera avec les principes et les règles d'action des organisations coopératives, les différentes étapes conduisant à la création et à l'opération d'une coopérative de travail, la cohabitation d'aspects économiques et associatifs et les principales règles de financement de telles entreprises. Enfin, l'étudiant découvrira l'univers des coopératives de travail au Québec ainsi que les organismes de représentation et d'accompagnement qui, le cas échéant, pourront l'aider dans la fondation d'une telle entreprise.

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits de son programme de baccalauréat.

ORH6191 Stage d'analyse et d'intervention en ressources humaines
Objectifs
Cette activité vise à permettre à l'étudiant de se familiariser avec la réalité des entreprises (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

ORH6193 Stage d'analyse et d'intervention en ressources humaines II
Objectifs
Cette activité vise à permettre à la personne étudiante de se familiariser avec la réalité des organisation (locales ou internationales), au niveau notamment d'activités reliées à la concentration à laquelle il est inscrit dans le cadre du baccalauréat en administration.

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

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du baccalauréat en administration (ou l'équivalent) OU 75 crédits pour les étudiants cheminant au baccalauréat par cumul de certificats, détenir une moyenne académique minimale de 2,5 sur 4,3 et avoir reçu l'approbation de la direction du programme, après recommandation des tuteurs de stages. Compte tenu du fait que l'accomplissement de certaines tâches peut nécessiter une connaissance spécifique de l'anglais (auquel cas, l'offre de stage le stipulera), il est fortement conseillé d'avoir satisfait à l'exigence linguistique de l'anglais avant d'entreprendre le stage.

Préalables académiques
ORH6191 Stage d'analyse et d'intervention en ressources humaines

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

POL4470 Introduction à l'économie politique des relations internationales
Introduction aux théories, concepts, instruments et méthodes d'analyse et de recherche en économie politique des relations internationales. L'objet du cours est de fournir les notions de base essentielles à l'étude des réseaux commerciaux, financiers et autres à l'échelle mondiale, des institutions économiques internationales, des relations d'interdépendance et de puissance au sein de l'économie mondiale, de même que des interrelations entre les politiques publiques et les marchés internationaux aux niveaux domestique et international.

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.

SCO2003 Comptabilité de gestion pour gestionnaire
Objectifs
Ce cours a pour objectif d'initier l'étudiant et l'étudiante aux concepts de base en comptabilité de gestion et de lui permettre de développer des compétences en la matière. C'est une approche axée sur le besoin des gestionnaires qui est au centre de l'approche pédagogique.

Sommaire du contenu
Le cours traite des thèmes suivants : analyse de l'environnement et l'élaboration de la stratégie; la notion de coût et son incidence sur la gestion de l'organisation; la conception d'un système de coûts de revient; le comportement des coûts et la relation coûts-volume-bénéfice; la gestion stratégique des coûts et la fixation des prix; les éléments pertinents à la prise de décision, l'élaboration des budgets, l'analyse des écarts et contrôles budgétaire; les outils d'aide pour la prise de décision et la comptabilité par activité.

Modalité d'enseignement
Présentiel et hybride

Préalables académiques
SCO1002 Comptabilité et financement de la PME ou SCO1250 Introduction aux sciences comptables ou SCO1240 Introduction à la comptabilité financière

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.

Concentration gestion internationale

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) 1 cours parmi: ECO5550 ou FIN5580	22) MKG5321	23) DSR4701	24) Cours de concentration	25) Cours de concentration
6e trimestre	26) DSR6310	27) DSR6720	28) Cours de concentration	29) Cours de concentration	30) Cours de concentration

Concentration finance

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi: DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) FIN5521	22) FIN5523	23) FIN5570	24) FIN5580	25) Cours de concentration
6e trimestre	26) FIN5525	27) FIN5531	28) FIN5550	29) Cours de concentration	30) Cours de concentration

Concentration marketing

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) MKG3330	22) MKG5301	23) MKG5305	24) Cours de concentration	25) Cours de concentration
6e trimestre	26) MKG5300	27) MKG5423	28) Cours de concentration	29) Cours de concentration	30) Cours de concentration

Concentration gestion stratégique

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou EUT1172 ou ORH2010 ou DSR6200	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18 AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) DSR5101	22) DSR5102	23) Cours de concentration au choix	24) Cours de concentration au choix	25) Cours de concentration au choix
6e trimestre	26) DSR6100	27) DSR6101	28) DSR6102	29) Cours de concentration au choix	30) Cours de concentration au choix

Concentration technologie des affaires

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18 AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) INF5111	22) AOT5130	23) Cours de concentration parmi les blocs	24) Cours de concentration parmi les blocs	25) Cours de concentration parmi les blocs
6e trimestre	26) Cours de concentration parmi les blocs	27) Cours de concentration parmi les blocs	28) Cours de concentration parmi les blocs	29) Cours de concentration parmi les blocs	30) Cours de concentration parmi les blocs

Concentration gestion des opérations

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) AOT4410	22) AOT4510	23) AOT4520	24) Cours de concentration	25) Cours de concentration
6e trimestre	26) AOT4530	27) AOT4610	28) AOT4620	29) Cours de concentration	30) Cours de concentration

Concentration management

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) MOS5111	22) MOS5211	23) Cours de concentration	24) Cours de concentration	25) Cours de concentration
6e trimestre	26) MOS5310	27) MOS5220	28) MOS5121	29) Cours de concentration	30) Cours de concentration

Concentration marketing numérique

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) MKG3330	22) MKG3331	23) MKG3332	24) Cours de concentration	25) et 30) Cours de concentration 2 cours parmi : MKG3311, MKG3333, MKG5301, MKG5333 et MKG5422
6e trimestre	26) MKG5339	27) MKG5424	28) Cours de concentration	29) Cours de concentration	

Concentration entrepreneuriat

1er trimestre	1) ORH1600	2) AOT5100	3) SCO1250	4) MAT2082	5) ECO1301
2e trimestre	6) ORH1163	7) MKG3300	8) SCO2003	9) JUR1031	10) AOT4200
3e trimestre	11) FIN3500	12) 1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	13) ECO2401	14) 1 cours parmi : DSR2011 ou DSR6200 ou EUT1172 ou ORH2010	15) MGT2150
4e trimestre	16) DSR5100	17) AOT5120	18) AOT3221	19) Cours libre	20) Cours libre
5e trimestre	21) MGT4125	22) MGT3123	23) MGT5700	24) Cours de concentration	25) Cours de concentration
6e trimestre	26) MGT6201	27) MGT6202	28) Cours de concentration	29) Cours de concentration	30) Cours de concentration

CONCENTRATION INNOVATION SOCIALE

1er trimestre	ORH1600	AOT5100	SCO1250	MAT2082	ECO1301
2e trimestre	ORH1163	MKG3300	SCO2003	JUR1031	AOT4200
3e trimestre	FIN3500	1 cours parmi : DSR3121 ou ECO3550	ECO2401	1 cours parmi : DSR2011 ou EUT1172 ou ORH2010 ou DSR6200	MGT2150
4e trimestre	DSR5100	AOT5120	AOT3221	Cours libre	Cours libre
5e trimestre	ORH2101	ORH2222	MOS5211	Cours de concentration au choix	Cours de concentration au choix
6e trimestre	ORH3102	ORH2230 ou ORH6000	Cours de concentration au choix	Cours de concentration au choix	Cours de concentration au choix

CONCENTRATION GESTION DE PROJET

1er trimestre	ORH1600	AOT5100	SCO1250	MAT2082	ECO1301
2e trimestre	ORH1163	MKG3300	SCO2003	JUR1031	AOT4200
3e trimestre	FIN3500	DSR3121 ou ECO3550	ECO2401	DSR2011 ou EUT1172 ou ORH2010 ou DSR6200	MGT2150
4e trimestre	DSR5100	AOT5120	AOT3221	Cours libre	Cours libre
5e trimestre	MGT3224	MGT3001	MGT3002	Cours de concentration au choix	Cours de concentration au choix
6 trimestre	MGT3003	MGT3004	Cours de concentration au choix	Cours de concentration au choix	Cours de concentration au choix

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 12/12/25, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2026