Programme court de deuxième cycle pour la relève des cadres

0717

Directeur(trice): Diane Gagné
CPCS - Deuxième cycle en gestion
819 376-5011, poste 3107

Bureau du registraire
1 800 365-0922 ou 819 376-5045
www.uqtr.ca

Crédits: 9

Présentation

En bref
Ce programme court est conçu pour préparer le personnel administratif et les professionnels qui souhaitent accéder à des postes cadres ou pour accompagner les gestionnaires et administrateurs qui désirent parfaire leurs connaissances en management.

Pour obtenir de l'information au sujet de ce programme, veuillez contacter Madame Raphaëlle Morin au 819-376-5011 poste 3107.

Atouts UQTR

Particularités
Le programme court comprend 3 activités (totalisant 9 crédits) pouvant être reconnues dans la structure du programme de MBA offert à l'UQTR.

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Automne, hiver.

Le rythme des études (temps complet ou temps partiel) est soumis à l'offre de cours.

Conditions d'admission

Veuillez prendre note que ce programme est également offert au campus de Drummondville et à notre centre universitaire de Vaudreuil.
www.uqtr.ca/sfcfhc

Tous les candidats (base d'admission universitaire et base d'admission expérience) doivent posséder une expérience pertinente en gestion qui doit être récente dans une organisation (entreprise ou autre). Une expérience de gestion pourra être jugée pertinente si elle est acquise par l'exercice de fonctions de responsabilités entre autres à titre de gestionnaire de ressources (physiques, humaines et financières), de cadre, de professionnel, de travailleur autonome, d'entrepreneurs ou tout autre fonction faisant la démonstration de capacités de gestion dans une organisation. Ceci exclut les stages réalisés dans le cadre d'études universitaires.

Le fait de satisfaire aux exigences d'admission n'entraine pas automatiquement l'admission. Le directeur de programme prend en considération l'ensemble du dossier incluant l'expérience en gestion du candidat, les formations antérieures, etc.

Les candidats doivent maîtriser adéquatement la langue française et posséder une compréhension suffisante de l'anglais écrit.

Études au Québec
Base universitaire

Être titulaire d'un baccalauréat en quelque domaine que ce soit et avoir obtenu une moyenne cumulative d'au moins 3,2 (sur 4,3) ou l'équivalent. L'étudiant doit posséder une expérience pertinente, telle que définie à la rubrique précédente, d'une durée minimale de trois années.

Les candidats dont les connaissances en gestion sont jugées insuffisantes se verront imposer un cours d'appoint.

Admission sur la base de l’expérience de gestion

Les candidats non titulaires d’un baccalauréat ou de son équivalent doivent posséder une expérience de gestion jugée pertinente d’au moins cinq années, telle que définie à la rubrique précédente.

Tout candidats non titulaires d’un baccalauréat ou de son équivalent pourraient se voir imposer des cours d’appoint, en fonction de leur niveau de connaissances acquises en gestion, de leur parcours académique (cours, formations, incluant des programmes courts et des certificats de premier cycle, etc.), ainsi que de la durée et de la nature de l’expérience pertinente en gestion.

Études hors Québec
Base études hors Québec

Ëtre détenteur d'un grade de premier cycle universitaire (baccalauréat nord-américain, licence selon le système LMD, un diplôme de master 1 ou avoir l'Équivalent d'au moins Bacc+4) ou avoir réussi une formation jugée équivalente par le comité d'admission, en quelque domaine que ce soit et avoir obtenu une moyenne cumulative équivalente à 12/20 selon le système universitaire français ou l'équivalent dans un autre système universitaire.

L’étudiant doit posséder une expérience pertinente, telle que définie à la rubrique précédente, d'une durée minimale de trois années.

Les candidats dont les connaissances sont jugées insuffisantes se verront imposer un cours d'appoint.

Admission sur la base de l’expérience de gestion

Les candidats non titulaires d’un baccalauréat ou de son équivalent doivent posséder une expérience de gestion jugée pertinente d’au moins cinq années, telle que définie à la rubrique précédente.

Tout candidats non titulaires d’un baccalauréat ou de son équivalent pourraient se voir imposer des cours d’appoint.

Structure du programme et liste des cours
À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours optionnels (9 crédits)

L'étudiant doit réaliser trois activités de trois crédits parmi les suivantes :
MBA6001 Économie de l'entreprise et des marchés
MBA6004 Le leadership mobilisateur
MBA6007 La gestion stratégique des ressources humaines
MBA6008 La gestion stratégique du marketing
MBA6009 Les systèmes d'information pour gestionnaires
MBA6010 La gestion de la chaîne d'approvisionnement

Autres renseignements

Description des activités
MBA6001 Économie de l'entreprise et des marchés

L'objectif du cours est d'approfondir des éléments de l'analyse économique managériale, sur la base notamment de concepts issus de l'économie de l'entreprise et de l'économie industrielle, permettant de mieux saisir les environnements de l'entreprise dans une perspective de gestion. L'étudiant sera en mesure d'identifier, de recueillir et d'interpréter les informations économiques pertinentes et il saura utiliser les outils permettant d'évaluer la position de l'entreprise dans son secteur et sur les marchés.

Les principaux éléments du contenu sont : concepts et théories identifiant et analysant les relations prix-quantités, les déterminants des revenus et des coûts de l'entreprise, le fonctionnement, l'analyse et l'organisation des différents types de

marché, les modèles de fixation des prix et autres stratégies concurrentielles en fonction de ces marchés, les relations verticales et la théorie de l'agence et des coûts de transaction, et les modèles ayant trait aux enjeux en terme d'efficacité et de gestion.

MBA6004 Le leadership mobilisateur

L'objectif de ce cours est d'aider à développer les habiletés personnelles, interpersonnelles et de groupe qui permettent à l'étudiant d'agir efficacement dans les organisations. Le contenu de cette formation s'organise autour de certaines habiletés de gestion fondamentales.

Les principaux éléments du contenu sont : acquisition d'une connaissance de soi, gestion du stress personnel, solution des problèmes de manière analytique et créative, communication de façon aidante, acquisition du pouvoir et de l'influence, motivation des autres, gestion des conflits de manière constructive, direction des entrevues, habilitation d'autrui et délégation de pouvoir, développement et gestion des équipes de travail efficaces, animation des réunions.

MBA6007 La gestion stratégique des ressources humaines

Le cours vise à faire connaître l'influence de la gestion des ressources humaines sur la performance des entreprises. L'étudiant sera en mesure : de formuler et de mettre en œuvre une stratégie de GRH adaptée à la réalité de l'organisation; de penser de manière stratégique avant d'agir sur une question liée aux ressources humaines; de cerner les questions éthiques concernant la GRH; de gérer le changement organisationnel en contexte de profondes mutations économiques, technologiques et sociales.

Les principaux éléments du contenu sont:
importance de la fonction "ressources humaines" dans la formulation des stratégies, - priorités des dirigeants face aux ressources humaines, - impacts des bouleversements économiques, technologiques et sociaux, - pratiques de gestion des ressources humaines dites "stratégiques".

MBA6008 La gestion stratégique du marketing

Le cours veut permettre à l'étudiant d'approfondir les concepts du marketing en se familiarisant avec les nouvelles tendances de cette discipline ainsi qu'en les appliquant à des problèmes concrets des différents types d'organisations. Le cours veut également développer chez le participant la capacité de concevoir une stratégie marketing adaptée à la réalité de l'environnement externe et de bien l'intégrer à la stratégie globale de l'organisation.

Cadre d'analyse, diagnostic d'une situation d'affaires, méthode de résolution des problèmes de marketing, intégration des éléments de marketing dans un plan global et adapté à la réalité des organisations. Applications spécifiques du marketing : marketing international, marketing des services, marketing des organismes sans but lucratif et marketing en contexte industriel. Nouvelles technologies et stratégies marketing.

MBA6009 Les systèmes d'information pour gestionnaires

Le cours veut familiariser l'étudiant aux bénéfices et aux limites de différents types de systèmes d'information à base d'ordinateur couramment utilisés en affaires. Il veut également le sensibiliser à la grande variété et à la richesse des problématiques managériales soulevées par les systèmes d'information. La perspective adoptée dans le cadre du cours est celle du gestionnaire et non celle de l'analyste, du directeur des SI ou d'autres spécialistes du domaine.

Les principaux éléments du contenu sont : caractéristiques des technologies de l'information et de la communication, - systèmes de gestion de bases de données, d'aide à la décision et systèmes d'information pour les dirigeants et systèmes experts, - commerce et affaires électroniques, - SI à avantage concurrentiel, - processus de développement des systèmes d'information.

MBA6010 La gestion de la chaîne d'approvisionnement

L'objectif de ce cours est d'examiner les différents processus à l'œuvre le long de la chaîne d'approvisionnement manufacturière (principalement). Il s'agira également d'aborder le thème de la performance logistique avec les outils qui y sont requis.

Les principaux éléments du contenu sont : de l'aval vers l'amont, la gestion de la demande (notamment le processus de prévisions), la gestion des stocks, la planification des besoins matières et des approvisionnements, les codes à barres, l'utilisation du GPS et le juste-à-temps.