

Directeur(trice): Frédéric Laurin

Bureau du registraire

Comité de programme de cycles supérieurs - MBA

1 800 365-0922 ou 819 376-5045

819 376-5011, poste 3107

www.uqtr.ca

Crédits: 15

Présentation

En bref

Ce programme offre une formation spécialisée en gestion de l'innovation dans les PME. Il vise à former des étudiants capables de stimuler, de provoquer et de concrétiser l'innovation dans ces entreprises et ce, à partir de l'analyse de différentes situations réelles de même que grâce à l'intégration de tous les concepts à partir d'un cas unique.

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

Ce programme est exclusif dans le réseau des universités québécoises.

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

Études au Québec

Base universitaire

Etre titulaire d'un baccalauréat ou l'équivalent, obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3.2 (sur 4.3) ou l'équivalent.

Base expérience

Posséder les connaissances requises, une formation appropriée et une expérience jugée pertinente.

Tous les candidats (base d'admission universitaire et base d'admission expérience) doivent posséder une expérience pratique récente d'une durée minimale de trois années dans une entreprise ou une organisation publique ou parapublique. Les candidats doivent fournir leur curriculum vitae.

Les candidats pourraient se voir imposer des cours d'appoint (un maximum de 9 crédits).

Considérant la nature particulière de certains dossiers, l'exigence d'une moyenne supérieure au premier cycle à 3.2 sur 4.3 ou l'équivalent peut être levée si le comité d'admission juge, à partir des explications données, que la candidature pourrait être admissible.

Études hors Québec

Il est plus difficile d'obtenir un Certificat d'acceptation du Québec (CAQ) et un permis d'études pour ce type de programme.

Base études hors Québec

Être détenteur d'un grade de premier cycle universitaire (baccalauréat nord-américain, licence ou master 1, selon le système d'éducation,) ou avoir réussi une formation jugée équivalente par le comité d'admission avec une moyenne de 12/20. Des cours d'appoint ou une propédeutique pourraient être exigés.

Base expérience

Posséder les connaissances requises, une formation appropriée et une expérience jugée pertinente.

Tous les candidats (base d'admission universitaire et base d'admission expérience) doivent posséder une expérience pratique récente d'une durée minimale de trois années dans une entreprise ou une organisation publique ou parapublique.

Les candidats pourraient se voir imposer des cours d'appoint (un maximum de 9 crédits).

Considérant la nature particulière de certains dossiers, l'exigence d'une moyenne supérieure à 12/20 peut être levée si le comité d'admission juge, à partir des explications données, que la candidature pourrait être admissible.

Structure du programme et liste des cours

A moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours obligatoires (15 crédits)

GIP6002	Gestion de l'incertitude et du risque (1 crédit)
GIP6003	Détection et évaluation des opportunités (1 crédit)
GIP6005	Développement de produits (1 crédit)
GIP6006	Implantation de l'innovation (1 crédit)
GIP6008	Financement de l'innovation (1 crédit)
GIP6009	Changement organisationnel (1 crédit)
GIP6010	Diagnostic de la capacité d'innovation (1 crédit)
GIP6012	La gestion des ressources humaines en contexte d'innovation (1 crédit)
GIP6013	L'éthique et la propriété intellectuelle (1 crédit)
GIP6014	L'innovation comme processus social et interactif (1 crédit)
GIP6015	Mise en marché (1 crédit)
GIP6018	Culture de l'innovation (1 crédit)
MBA6013	Activité de synthèse

Autres renseignements

Description des activités

GIP6002 Gestion de l'incertitude et du risque (1 crédit)

Apprendre à gérer le risque des projets d'innovation, qui se développe toujours dans des situations où l'incertitude existe, mais à des degrés divers. Pour pouvoir le gérer, il faut d'abord l'identifier. On peut ensuite en mesurer l'ampleur et proposer des solutions de mitigation, décider de revoir l'échelonnement des activités d'innovation pour réduire les conséquences néfastes, ou le transférer à une tierce partie.

Définition des notions de risque et d'incertitude; analyse des facteurs d'échec des projets et des entreprises, surtout dans le contexte des PME; mesure des conséquences des risques; développement d'un outil de gestion du risque.

GIP6003 Détection et évaluation des opportunités (1 crédit)

Développer les capacités à détecter les opportunités d'affaires grâce à des activités de veille; évaluer ces opportunités dans le contexte de l'entreprise afin de voir si elle est en mesure de les saisir efficacement.

Analyse et lecture de l'environnement économique, démographique, concurrentiel et culturel; veille technologique, concurrentielle et commerciale. Détection et évaluation des opportunités et des menaces.

GIP6005 Développement de produits (1 crédit)

Objectif :

Se familiariser avec les principes fondamentaux et les cinq piliers de l'ingénierie simultanée. Apprendre à connaître et à utiliser les principaux outils en matière de développement de produit. Comprendre les facteurs de succès de l'implantation des pratiques de développement de produits de classe mondiale.

Contenu :

Innovation et principes fondamentaux de développement de produits. Les cinq piliers de l'ingénierie simultanée. La planification stratégique, la R-D et le développement de produits. La composition et la coordination des équipes de développement de produits. Le processus de développement de produits. Les outils de développement de produits et d'aide à la conception. Développement de produits et technologies. L'implantation des pratiques de développement de produits de classe mondiale dans la stratégie technologique de l'entreprise.

GIP6006 Implantation de l'innovation (1 crédit)

Objectif :

Pouvoir définir, planifier et gérer un projet d'implantation d'une innovation en entreprise manufacturière.

Contenu :

Établir le plan directeur d'un projet d'implantation d'une innovation. Planification de projet, définition des activités et des précédences, fractionnement de travail, estimation des ressources nécessaires, contrôle de l'avancement, ajustement du niveau des ressources, contrôle des coûts.

GIP6008 Financement de l'innovation (1 crédit)

Se familiariser avec les marchés financiers, avec l'offre de financement aux PME et spécifiquement avec le capital de risque. De façon plus spécifique, comprendre comment les bailleurs de fonds évaluent un projet d'innovation pour le financement et comment ils élaborent les conditions du contrat.

Comment financer des activités d'innovation ou le développement d'un nouveau produit. Diagnostic financier de l'entreprise, description des modes de financement de l'innovation et simulations.

GIP6009 Changement organisationnel (1 crédit)

Comprendre que l'innovation entraîne une transformation de toutes les facettes de l'entreprise et qu'elle pose ainsi la question du changement organisationnel.

Changement organisationnel, outils de gestion du changement, outils de gestion de la résistance au changement.

GIP6010 Diagnostic de la capacité d'innovation (1 crédit)

Identifier et mesurer le potentiel d'innovation d'une entreprise manufacturière en « diagnostiquant » sa capacité à produire et intégrer de la nouveauté dans son organisation. Dresser un portrait sommaire de l'entreprise en ce qui concerne sa capacité à utiliser l'innovation comme moteur de développement.

Analyse détaillée de chacune des dimensions critiques de l'innovation selon des barèmes préétablis. Mesurer l'effet des activités innovantes sur la performance des entreprises. Vérifier si les entreprises sont organisées pour mesurer l'impact de l'innovation et prendre les meilleures décisions dans l'intérêt de leur développement à long terme.

GIP6012 La gestion des ressources humaines en contexte d'innovation (1 crédit)

Comprendre que l'innovation implique l'utilisation de pratiques de gestion des ressources humaines adaptées à ce contexte.

Quelles sont les pratiques de gestion des ressources humaines utilisées par les entreprises faisant preuve d'innovation? Ces pratiques ont-elles toutes le même impact dans les différentes organisations? Les pratiques étudiées seront la dotation, la gestion de la relève, la mobilisation du personnel, la gestion de la diversité et la rémunération.

GIP6013 L'éthique et la propriété intellectuelle (1 crédit)

Aborder les questions les plus courantes survenant en entreprise en matière de propriété intellectuelle et amorcer une réflexion

sur l'éthique en regard de la valorisation de l'innovation.

Qu'est-ce que la propriété intellectuelle? Notions générales et plus particulières concernant le droit d'auteur, le brevet, les marques de commerce et le secret. Quels sont les enjeux éthiques en matière de valorisation de l'innovation. Mises en situation étudiées en équipe pour fin de discussion et validation de la compréhension des contenus.

GIP6014 L'innovation comme processus social et interactif (1 crédit)

Comprendre que le processus d'innovation implique toujours plusieurs personnes, groupes ou organisations et qu'il s'agit d'un processus social et interactif.

Quelles sont les ressources humaines qui vont travailler à l'innovation et comment ces ressources vont-elles travailler ensemble? Ces ressources peuvent être internes ou externes à l'entreprise. Aussi, comment établir des collaborations efficaces et avec qui, afin de permettre à l'entreprise d'utiliser efficacement ses ressources et ses réseaux?

GIP6015 Mise en marché (1 crédit)

Se familiariser avec les différentes stratégies marketing pour la mise en marché de l'innovation et développer les capacités à définir une stratégie spécifique en tenant compte des opportunités et des menaces présentées par l'environnement de l'entreprise. Comprendre le rôle et les composantes du marketing opérationnel dans une stratégie de commercialisation de l'innovation et développer les capacités à élaborer un programme de marketing.

Segmentation des marchés, identification des types et des bases de segmentation, positionnement des produits, gestion du portefeuille de produits/marchés, application des cartes perceptuelles, implantation d'un nouveau service à la clientèle, fixation des prix, configuration d'un réseau de distribution, choix d'une stratégie de couverture du marché et intégration des outils de la communication commerciale.

GIP6018 Culture de l'innovation (1 crédit)

Mieux comprendre l'environnement organisationnel propice à l'émergence et au déclenchement de l'innovation et s'initier à un certain nombre de principes et de pratiques de gestion devant supporter les employés innovants. Plus globalement, connaître les caractéristiques d'une culture propice à la créativité et à l'innovation.

La créativité : facteurs d'émergence, pratiques organisationnelles la favorisant et outils pour en supporter le développement. Importance d'un leadership et d'un style de supervision favorables à l'innovation. L'entrepreneuriat : pratiques, défis et enjeux. Partage de la vision au niveau stratégique.

MBA6013 Activité de synthèse

Sous la supervision d'un professeur, le cours Activité de synthèse sera réalisé individuellement par chaque étudiant. Il s'agira principalement de réaliser un projet d'intervention ou d'innovation dans une PME ou encore de diagnostic au sein d'une organisation ou encore d'un plan d'affaires dans lequel l'étudiant devra utiliser tous ou une partie des éléments de la formation reçus pendant toute sa scolarité.

Le projet pourra prendre la forme :

- du diagnostic approfondi d'un projet, d'une fonction de l'entreprise, d'une organisation ou d'un secteur d'activité;
- de la rédaction d'un cas d'envergure;
- de l'élaboration d'un plan stratégique, marketing, RH, financier d'une organisation;
- de l'élaboration d'un plan d'affaires;
- de l'élaboration d'un plan directeur en systèmes d'information;
- de l'analyse d'un projet d'innovation récent selon toutes dimensions vues dans les cours (culture, production, interaction avec l'environnement, financement, risque, mise en marché, etc.);
- de l'élaboration d'une stratégie et plan de projet (planification et contrôle, performance, coût, risque et délais, etc.).

Après discussion et approbation par le professeur-superviseur du projet soumis par l'étudiant dans le cadre de ce cours, le comité de programme devra à son tour valider le projet avant son démarrage. Cette validation vise à s'assurer que le projet s'inscrit dans l'option de MBA ou du programme court rattaché au MBA choisi par l'étudiant (par exemple : un étudiant inscrit dans le MBA Gestion de PME devra faire une activité synthèse dans le contexte des PME. L'étudiant inscrit au programme DIO devra faire une activité de synthèse en lien avec le diagnostic et l'intervention dans une organisation). Un plan de cours sera remis à l'étudiant dans lequel les éléments devront être indiqués (date de remise des travaux, modalités d'encadrement, barème de l'évaluation des travaux, etc.).

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à ce cours, les étudiants de la maîtrise en administration doivent avoir réussi le cours MBA6012 en plus de 30 crédits de leur programme, incluant un cours de concentration.