
Maîtrise en administration des affaires (MBA - avec essai)

3

Directeur(trice): Jamal Ben Mansour

Bureau du registraire

CPCS - Deuxième cycle en gestion

1 800 365-0922 ou 819 376-5045

819 376-5011, poste 3118

www.uqtr.ca

5**5****8**

Grade: Maîtrise en administration des affaires (M.B.A.)**Crédits: 45**

Conditions d'admission

Structure du programme et liste des cours

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

Cours obligatoires (39 crédits)

MBA6001	Economie de l'entreprise et des marchés
MBA6004	Le leadership mobilisateur
MBA6005	Management stratégique
MBA6006	Finance d'entreprise (BF16012)
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
BF16001	Le diagnostic d'entreprise et la création de valeur
ECN6006	Économie des PME
GAE6001	Créativité, innovation et entrepreneuriat
GAE6004	Gestion stratégique des P.M.E.
PLS6008	Psycho-sociologie des P.M.E. et entrepreneuriat

Crédits de recherche (6 crédits)

Pour réussir son programme l'étudiant doit réaliser un travail de recherche comptant pour 6 crédits.

Autres renseignements

Description des activités

BF16001 Le diagnostic d'entreprise et la création de valeur

Au terme de ce cours, l'étudiant devrait être apte à apprécier les éléments pouvant affecter la valeur d'une entreprise, que ceux-ci soient considérés comme des indicateurs de performance ou des facteurs de risque. À partir de divers modèles servant à mesurer la performance d'une entreprise, l'étudiant apprendra à évaluer les différentes fonctions d'une firme pour identifier leur effet sur la création de valeur et sur son niveau de risque. Le cadre traditionnel du diagnostic financier sera élargi à celui de la création de valeur, amenant ainsi à mettre en relation les décisions stratégiques de l'entreprise dans tous ses départements.

Les principaux éléments de contenu sont : l'analyse financière par les ratios (modèle DuPont, VAN), le tableau de bord, l'EVA et d'autres outils de diagnostic de la performance spécifiques aux PME; le diagnostic du risque et ses différentes composantes, soit le risque commercial, le risque technologique, le risque de gestion, le risque financier et, plus particulièrement, le risque entrepreneurial.

ECN6006 Économie des PME

Préciser un ensemble de notions économiques et institutionnelles permettant d'introduire les notions de dimension et d'espace dans l'organisation des activités de production et d'en évaluer les conséquences sur l'économie et sur la gestion des PME.

Définition et caractéristiques de la PME. Mesures et typologies. Les raisons de la concentration ou de la déconcentration : théorie des économies d'échelle; efficacité et efficience sociales; crise ou mutation du système. Nouveau dynamisme de la PME: raisons et limites. Centralisation et décentralisation: le rôle de l'Etat central et de l'Etat territorial. L'avenir de la PME.

GAE6001 Créativité, innovation et entrepreneuriat

Etablir une relation théorique et pratique entre l'entrepreneuriat, le processus de créativité et le processus d'innovation dans la PME et approfondir chacune de ces trois notions dans un contexte de PME. Suite à ce cours, l'étudiant aura développé un cadre théorique de référence qui lui permettra de situer et de comprendre son lieu personnel d'entrepreneuriat, de créativité et d'innovation compte tenu de sa personnalité, de ses aptitudes, de sa formation ainsi que de ses expériences antérieures; il sera aussi en mesure d'appliquer les principes de gestion de l'innovation dans un contexte de PME.

L'entrepreneuriat: approches traditionnelles à l'entrepreneuriat, du rôle économique au rôle managérial de l'entrepreneur, déterminants et caractéristiques du comportement de l'entrepreneur, entrepreneuriat et management. La créativité : la notion de créativité, déterminants, aptitudes, barrières, le processus de créativité en management, le management de la créativité, les techniques de la créativité. L'innovation : cadre théorique, innovation et technologie, l'innovation de projet, l'innovation de procédé, l'innovation de service, le management et les niveaux d'innovation.

GAE6004 Gestion stratégique des P.M.E.

Amener l'étudiant à acquérir les fondements de la pensée et de l'action stratégiques appliqués au contexte de la PME. Il pourra développer un cadre de référence qui lui permettra de concevoir les problèmes et situations de la vie organisationnelle de façon globale, intégrée et anticipatoire. A la suite de ce cours, l'étudiant sera apte à réaliser un diagnostic stratégique ainsi qu'une planification stratégique pour une PME.

Concepts de stratégie et de PME, contenu et processus stratégiques, modèles de décision stratégique. Le diagnostic stratégique : l'environnement; état présent-futur de l'entreprise; forces et faiblesses, mission et objectifs d'entreprise. Les décisions stratégiques : les possibilités stratégiques pour l'entreprise, le choix de stratégies organisationnelles, le choix de stratégies d'affaires, facteurs psychologiques d'explication des choix stratégiques. L'implantation stratégique : implantations structurelle, des stratégies fonctionnelles et implantation culturelle.

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.

MBA6005 Management stratégique

L'objectif du cours consiste à présenter la dynamique et les liens entre les principales composantes de la gestion stratégique d'une organisation et la gestion des activités courantes.

Les principaux éléments du contenu sont : la planification et le management stratégiques, l'organisation, la direction, le contrôle et les fondements conceptuels de la gestion des entreprises et les applications pratiques en réponse à la question «

quels outils ? quels praxis? ».

MBA6006 Finance d'entreprise (BFI6012)

Au terme de ce cours, l'étudiant aura situé la fonction "finance" dans le contexte de l'entreprise moderne, apprécié les modèles d'évaluation, abordé les effets des décisions d'investissement et de financement sur la valeur de l'entreprise, compris l'importance du respect des intérêts des parties prenantes et finalement, aura abordé les aspects de gestion du risque et les conséquences sur la valeur de l'entreprise.

Les principaux éléments de contenu sont : les objectifs de la gestion financière et ses liens avec les décisions stratégiques dans l'entreprise; les concepts fondamentaux de la gestion financière, soit les décisions d'investissement et de financement; l'évaluation d'une entreprise et les notions de risque.

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.

PLS6008 Psycho-sociologie des P.M.E. et entrepreneuriat

Comprendre la réalité et le fonctionnement psychosociologique des PME à travers les comportements des acteurs et les particularités organisationnelles, en se basant sur les fondements théoriques et empiriques des sciences du comportement organisationnel appliqués à l'entrepreneuriat et à la PME. Développer également les compétences nécessaires pour une intervention efficace, assurant par conséquent la satisfaction des acteurs dans le respect de la mission de l'entreprise et dans l'atteinte des objectifs organisationnels.

Psychologie des acteurs en mettant l'accent sur l'acteur principal de la PME, son propriétaire dirigeant. Typologies d'entrepreneurs, les particularités des femmes entrepreneures et des jeunes entrepreneurs. Caractéristiques psychologiques et personnelles des autres acteurs de la PME en relation avec l'entrepreneur et l'entreprise. Particularités organisationnelles des PME. Principaux problèmes et difficultés psychosociologiques que rencontrent les acteurs dans les PME, solutions à ces problèmes.