
Bacc. en admin. des affaires (cheminement DEC-BAC en marketing)

7
1
7
4

Responsable: Christophe Bredillet

Bureau du registraire

Comité de programme de premier cycle - Administration

1 800 365-0922 ou 819 376-5045

819 376-5011, poste 3100

www.uqtr.ca

Grade: Bachelier en administration des affaires (B.A.A.)

Crédits: 90

Présentation

En bref

La formation se situe sur un continuum d'une durée de quatre années. Elle comprend le volet collégial qui donne accès à un DEC en Techniques administratives, option gestion de commerces et le volet universitaire qui donne accès à un Baccalauréat en administration des affaires, cheminement DEC-BAC en marketing. Grâce à une reconnaissance d'acquis de cours collégiaux équivalente à vingt-quatre crédits (8 cours universitaires) intégrant les formations collégiale et universitaire, les étudiants peuvent terminer le DEC et le baccalauréat en quatre ans, soit 10 sessions incluant deux sessions d'été. Ce cheminement permet aux étudiants de se réaliser dans leur champ d'études tout en leur permettant d'accéder au marché du travail plus rapidement. Dans le cadre du baccalauréat en administration des affaires, la spécialisation apparaît sur le diplôme, ce qui permet aux diplômés de se démarquer face aux futurs employeurs.

Objectifs du programme

Les diplômés du programme de baccalauréat en administration des affaires, cheminement marketing ont, à la fois, une formation générale sur toutes les fonctions de l'entreprise et une formation spécialisée dans la concentration marketing. La réalisation de travaux pratiques et de stages permet aux étudiants de se familiariser avec le milieu du travail.

Concentrations, profils, cheminements

Le Baccalauréat en administration des affaires (cheminement DEC-BAC en marketing) offre deux cheminements : Cégep de Trois-Rivières et Collège Edouard-Montpetit. Pour s'inscrire dans le cheminement DEC-BAC Cégep de Trois-Rivières, l'étudiant doit indiquer le code 2508.

Avenir: Carrière et débouchés

Les diplômés du programme de baccalauréat en administration des affaires, cheminement DEC-BAC en marketing peuvent faire carrière dans les domaines du commerce de détail traditionnel ou faisant appel aux nouvelles technologies, des commerces en gros et de plusieurs entreprises de services. Certains peuvent être amenés à effectuer une étude de marché pour un nouveau produit, établir un plan de marketing pour une entreprise, ou encore, gérer un commerce de détail ou agir à titre de représentant des ventes ou d'agent promotionnel. D'autres s'intéresseront davantage au service à la clientèle ou au développement des affaires et intégreront le départe de marketing de leur organisation. Finalement, soulignons que ce programme d'études offre une formation polyvalente en mesure de contribuer au succès de certains étudiants/entrepreneurs voulant démarrer leur propre entreprise ou agir à titre de consultants.

Atouts UQTR

Particularités

Tous les cours du volet universitaire sont offerts au Campus de Longueuil. L'étudiant peut obtenir, sur demande, un certificat en marketing au terme de la 3e année, moyennant la réussite de cours supplémentaires.

Les étudiants ont la possibilité de faire un stage en entreprise équivalent à six crédits et qui est généralement rémunéré.

Stages

Stages rémunérés

Les étudiants ont la possibilité de faire un stage en entreprise équivalent à six crédits et qui est généralement rémunéré.

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Automne, hiver, été.

Ce programme est offert à temps complet et à temps partiel.

Conditions d'admission

Études au Québec

Base DEC

Le volet universitaire du DEC-BAC en marketing s'adresse aux étudiants inscrits au programme d'études collégiales de gestion de commerces (qui constitue le volet collégial du programme), dans l'établissement collégial suivant, partenaire avec l'UQTR du cheminement DEC-BAC en marketing :

Collège Edouard-Montpetit

L'étudiant inscrit au cheminement DEC-BAC intégré en marketing de cet établissement collégial bénéficie, après avoir complété et réussi la deuxième année du DEC en gestion de commerces, d'une admission automatique au baccalauréat en administration des affaires de l'UQTR, cheminement DEC-BAC en marketing.

Le candidat admissible qui n'a pas une cote R égale ou supérieure à 24 au moment de sa demande d'admission est admis conditionnellement à la réussite du cours RSE1001 Réussir ses études : reconnaître et consolider ses compétences (hors programme).

Tous les étudiants doivent se conformer au Règlement relatif à la maîtrise du français dans les programmes d'études.

Études hors Québec

Ce programme n'est pas offert aux candidats de l'international.

Structure du programme et liste des cours

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

Cours obligatoires (45 crédits)

ADM1010 Management des organisations

ADM1016 Gestion stratégique des entreprises (ADM1010; ADM1065 ou BFI1012)

ADM1065 Gestion financière

ADM1069 Gestion des opérations

CTB1064 Comptabilité de management pour gestionnaires (CTB1042 ou CTB1066 ou CTB1069 ou CTB1091 ou GIA1047)

CTB1091 Comptabilité de base pour gestionnaires

DRA1001	Droit des affaires I
ECA1010	Analyse macroéconomique en gestion
ECA1011	Economie managériale (ECA1010)
GPE1004	Gestion renouvelée des ressources humaines
GPE1012	Comportement organisationnel : l'individu
MKA1001	Introduction au marketing
PAF1010	Analyse quantitative de problèmes de gestion
REI1001	Relations industrielles : défis et perspectives
SIF1020	Systèmes d'information pour fins de gestion

Cours optionnels (39 crédits)

L'étudiant choisit trois crédits parmi les cours suivants :

PAF1011	Introduction à la gestion de projet (ADM1010 ou GRL1002)
SIF1040	Nouvelles applications des technologies de l'information (SIF1020 ou SIF1023)

L'étudiant doit suivre les neuf cours suivants (vingt-sept crédits) :

ADM1075	Gestion du marketing (MKA1008)
MKA1002	Comportement du consommateur (MKA1001)
MKA1004	Gestion des ventes de biens et de services (MKA1001)
MKA1005	Le marketing international (MKA1001)
MKA1008	Recherche commerciale (MKA1001)
MKA1010	Gestion de la distribution et commerce de détail (MKA1001)
MKA1011	Communication marketing intégrée (MKA1001)
MKA1012	Marketing des services et gestion de la marque (MKA1001)
MKA1013	Commerce électronique et marketing numérique (MKA1001)

L'étudiant choisit six crédits parmi les activités d'application suivantes :

GAE1033	Stage en marketing (6 crédits)
GAE1034	Projet d'application en marketing I
GAE1035	Projet d'application en marketing II

Cours d'enrichissement de programme - L'étudiant choisit trois crédits parmi les cours optionnels suivants :

ADM1031	Valeurs mobilières (ADM1065 ou CTB1079)
ADM1064	Séminaire de gestion des ressources humaines (GPE1004)
ADM1067	Décisions financières à long terme (ADM1065 ou CTB1079)
BFI1010	Gestion financière appliquée aux PME (ADM1065 ou CTB1079)
BFI1011	Analyse financière (ADM1067 ou CTB1080)
BFI1015	Gestion de portefeuille (ADM1031)
BFI1016	Finance internationale (ADM1067 ou CTB1080)
BFI1017	Marché des capitaux et institutions financières (ADM1065 ou CTB1079)
CTB1018	Fiscalité I : particuliers (CTB1042 ou CTB1066 ou CTB1069 ou CTB1091)
CTB1020	Fiscalité II : entreprises et investisseurs (CTB1018)
CTB1092	Comptabilité avancée pour gestionnaires financiers (CTB1027 ou CTB1042 ou CTB1069 ou CTB1091; ADM1065)
ECA1012	Conjoncture et prévision macroéconomiques (ECA1010)
GAE1002	De la créativité à l'innovation (ADM1010)
GAE1003	Entrepreneuriat et démarrage d'entreprises (ADM1010)
GAE1042	Le managem. en entreprise familiale et la transmission d'entr. (ADM1010; GPE1012)
GAE1043	Gestion stratégique de la technologie et des entreprises technologiques (ADM1016)
GAE1044	Stratégies de croissance et collaborations externes (ADM1010)
GAE1045	Responsabilité sociale et gestion des parties prenantes des entreprises (ADM1010)
GAE1046	Management international (ADM1010)
GPE1003	Comportement organisationnel : groupes et équipes de travail (GPE1012)
GPE1005	Comportement organisationnel : changement et intervention (GPE1003 ou GPE1004)
GPE1006	Gestion des ressources humaines en contexte d'entreprises innovantes (GPE1004)
GPE1007	Gestion de la santé et sécurité au travail (GPE1004)
GPO1002	Gestion de l'approvisionnement
GPO1003	Planification et contrôle des opérations (ADM1069)
GPO1004	Gestion des stocks (ADM1069)
GPO1006	Logistique appliquée (ADM1069)

GPO1007	Gestion de la qualité (ADM1069; PAF1010)
GPO1008	Gestion des opérations dans les entreprises de services (ADM1069)
GPO1009	Gestion du transport et de l'entreposage (ADM1069)
GPO1010	Simulation de processus opérationnels (ADM1069; PAF1010)
GRH1001	Dotation en personnel (GPE1004)
GRH1002	Formation et développement des compétences (GPE1004)
GRH1003	Fondements en gestion stratégique des ressources humaines (GPE1004)
GRH1004	Gestion de la rémunération (GPE1004)
GRH1005	Développement de la fonction ressources humaines (GPE1004)
REI1002	Administrer la convention collective
ROP1021	Optimisation

Cours complémentaires (6 crédits)

L'étudiant choisit deux cours parmi la liste des cours complémentaires suivants. Certains cours sont offerts en ligne. Consulter la liste.

Autres renseignements

Règlements pédagogiques particuliers

Pour s'inscrire à un stage, l'étudiant doit avoir complété au moins 54 crédits du programme.

Description des activités

ADM1010 Management des organisations

Donner à l'étudiant une vue d'ensemble des diverses dimensions du management dans une approche systémique et lui permettre d'intégrer les différents domaines de façon à en faire l'application pratique dans les organisations.

Evolution de la pensée managériale, l'approche systémique, l'entrepreneur ou le manager et leurs rôles, les particularités de la PME, la stratégie, la structure et la culture organisationnelle, la prise de décision, la résolution de problèmes et la communication.

ADM1016 Gestion stratégique des entreprises (ADM1010; ADM1065 ou BFI1012)

Initier l'étudiant aux concepts, modes, méthodes et problématiques de la stratégie des entreprises à l'heure de l'économie du savoir basée sur l'apprentissage organisationnel et les flux informationnels.

La conduite du changement, le design et les formes organisationnelles, les liens entre structures (conventionnelles et en réseau) et stratégies tant internes qu'externes, les alliances stratégiques et modes de croissance, la mise en œuvre de la stratégie et les étapes y menant, les sources d'informations stratégiques, l'innovation et la créativité, les systèmes d'aide à la décision et les technologies utilisées en planification et gestion stratégique des entreprises.

ADM1031 Valeurs mobilières (ADM1065 ou CTB1079)

Familiariser l'étudiant avec les caractéristiques des produits financiers tels les actions ordinaires, les options, les contrats à terme, les produits Indiciels et les fonds communs de placement. Lui permettre d'acquérir les outils nécessaires à l'analyse des titres et l'initier aux stratégies d'investissement possibles.

Description, fonctionnement et réglementation des marchés financiers. Les principaux intervenants sur les marchés. Caractéristiques et évaluations des titres à revenu variable (actualisation des dividendes, méthode du ratio cours-bénéfices, autres méthodes d'évaluation). L'évaluation du marché boursier. L'analyse fondamentale. L'analyse technique et la finance comportementale. Caractéristiques et évaluation des options (modèle de Black et Scholes, approche binomial). Contrats à terme sur les produits de base et les instruments financiers. Fonds communs de placement. Fonds négociables en Bourse (FNB) traditionnels et exotiques.

ADM1064 Séminaire de gestion des ressources humaines (GPE1004)

Ce cours permet d'introduire à la carte, en fonction de l'actualité économique, l'étude de problématiques contemporaines et de

pratiques innovatrices en matière de gestion des ressources humaines. A titre d'exemples, on peut noter : l'individualisation des conditions de travail, la gestion de la présence au travail, l'équilibre travail/famille, les nouvelles formes de travail (travail à distance, travail autonome, équipe virtuelle de travail), l'équité salariale, la gestion de la diversité, le stress et l'épuisement professionnel, l'intégration de la main-d'œuvre féminine, l'adaptation aux nouvelles technologies, la gestion participative, la gestion des travailleurs vieillissants.

Ce séminaire fournit donc la possibilité de réfléchir, de discuter et d'accumuler des dossiers relatifs à des problématiques actuelles et d'avenir tout en concrétisant les concepts assimilés à partir d'observations empiriques dans des organisations, ou d'examen critiques de la documentation scientifique résumant des expériences avant-gardistes en gestion des ressources humaines. Chaque séminaire fait l'objet d'une présentation en classe par les étudiants accompagnés par des personnes-ressources provenant de la pratique.

Règlement pédagogique particulier : Pour les étudiants inscrits au programme 4283 Certificat en gestion des ressources humaines, en plus du préalable GPE1004, les étudiants doivent avoir réussi les cours ADM1010, DRT1003, GPE1003, GPE1012 et REI1001.

ADM1065 Gestion financière

Sensibiliser l'étudiant à l'importance de la valeur temporelle de l'argent et du risque dans la prise de décisions financières. Lui fournir les outils essentiels lui permettant de poser un diagnostic sur la santé financière d'une entreprise et d'un particulier.

Définition et objectif de la finance. Liens entre la gestion financière et les autres fonctions de l'entreprise. Mathématiques financières et applications. Caractéristiques et évaluation des actifs financiers (bons du Trésor, obligations et actions). Description sommaire des marchés financiers. Introduction à la relation risque-rendement. Analyse financière. Principales méthodes de prévision financières.

ADM1067 Décisions financières à long terme (ADM1065 ou CTB1079)

Familiariser l'étudiant avec les décisions financières à long terme auxquelles est confronté le gestionnaire en milieu corporatif, soit la sélection des projets d'investissement et le choix d'une politique de financement.

Analyse de la rentabilité d'un projet d'investissement (démarche à suivre, estimation des flux monétaires, critères d'évaluation, impact fiscal, principales méthodes de traitement du risque, problèmes particuliers). Estimation du coût du capital. Choix d'une structure de capital et d'une politique de dividende. Sujets particuliers concernant le financement corporatif : achat versus location d'un actif, refinancement d'obligations et d'actions privilégiées, émission de dette et de bon de souscription.

ADM1069 Gestion des opérations

Définir et situer la gestion des opérations comme composante importante du processus administratif de toute entreprise. Initier à l'utilisation de différentes techniques de planification, d'organisation et de contrôle généralement appliquées en gestion des opérations. Développer chez l'étudiant une attitude de type « opérationnelle » par le biais de travaux pratiques tirés de situations concrètes. Favoriser une prise de conscience quant à l'importance du facteur humain dans tout système productif.

La place de la gestion des opérations dans l'ensemble administratif d'une entreprise, les principes de la gestion des opérations, la prévision de la demande, l'aménagement d'entreprise, la localisation, les processus et la capacité de production (le calcul des ressources), l'organisation scientifique du travail, les courbes d'apprentissage, la gestion et le contrôle de la qualité (les cartes de contrôle et les plans d'échantillonnage), la planification globale (les stratégies synchrone, de nivellement et mixte), la gestion des stocks (la méthode ABC, la QEC de base, la QEC avec fabrication échelonnée, la QEC avec remise sur quantité et quand commander), la planification des besoins matières, l'ordonnement (la méthode de Johnson) ainsi que la gestion de projets.

ADM1075 Gestion du marketing (MKA1008)

Effectuer la synthèse des connaissances théoriques acquises dans les cours de marketing et les appliquer à une situation concrète. Favoriser un contact étroit entre les étudiants et le milieu des affaires.

Synthèse des composantes de la stratégie de marketing : définition des éléments du plan de marketing (objectifs, ressources, activités, échéances), implantation du plan (acquisition des ressources, diffusion, mise en place), contrôle du plan (mesure de la performance, comparaison avec les normes, corrections).

BFI1010 Gestion financière appliquée aux PME (ADM1065 ou CTB1079)

Le cours vise à familiariser l'étudiant avec l'environnement financier des PME et l'importance du rôle qu jouent les propriétaires-dirigeants dans les décisions financières et les conséquences sur l'entreprise. L'étudiant sera amené à distinguer

les principes de gestion financière qui s'appliquent aux PME et ceux qui conviennent davantage aux grandes entreprises, dans le but d'évaluer de façon appropriée la qualité de leur gestion et leur performance.

La fonction d'utilité de l'entrepreneur et ce qui le distingue du gestionnaire, l'information financière présentée par les PME, les décisions financières dans le contexte des PME, l'influence des stades de développement de l'entreprise sur sa gestion financière, les diverses sources de financement disponibles pour les PME, la préparation des demandes de financement, le diagnostic financier et l'évaluation de l'entreprise, les relations entre l'entrepreneur et ses bailleurs de fonds, la gestion du fonds de roulement et la planification financière.

BFI1011 Analyse financière (ADM1067 ou CTB1080)

Le cours a pour objectif de permettre à l'étudiant d'approfondir ses connaissances en analyse financière. Une emphase particulière est mise sur l'interprétation des états financiers, les étapes de l'analyse financière, les problèmes méthodologiques dans l'élaboration d'un diagnostic financier et l'évaluation des entreprises.

Lecture et interprétation des états financiers, analyse financière et diagnostic financier, définition et mesure de la performance d'une entreprise, création de valeur, évaluation d'entreprise, gestion des risques, détresse financière et application d'une méthode de "scoring".

BFI1015 Gestion de portefeuille (ADM1031)

Familiariser l'étudiant au processus de gestion d'un portefeuille de valeurs mobilières et aux stratégies de gestion. Lui fournir les outils nécessaires pour construire et gérer efficacement un portefeuille de valeurs mobilières.

Calcul du rendement et du risque d'un titre et d'un portefeuille. Construction d'un portefeuille à l'aide du modèle de Markowitz. Modèle de marché. Estimation du rendement requis sur un titre et un portefeuille à partir du modèle d'équilibre des actifs financiers (CAPM), du modèle d'évaluation par arbitrage (APT) et du modèle à trois facteurs de Fama et French. L'efficacité des marchés et ses implications pour la gestion de portefeuille. Cycle de gestion d'un portefeuille (analyse du profil de l'investisseur et des contraintes à respecter, répartition stratégique et tactique des actifs, sélection des titres, évaluation de la performance et révision). Stratégies de gestion d'un portefeuille (diversification nationale et internationale, indexation, immunisation, superposition, etc.).

BFI1016 Finance internationale (ADM1067 ou CTB1080)

Comprendre la finance internationale du point de vue des entreprises et des banques internationales ainsi que des contraintes financières sur les affaires internationales et les différences entre les environnements nationaux et internationaux. Examiner le système monétaire international, les différences entre le commerce extérieur et les investissements étrangers, les conditions de ventes internationales la mesure et la gestion de l'exposition de change, les marchés financiers internationaux et le secteur bancaire, l'importation/l'exportation des moyens de financement, la gestion des actifs immobilisés et la fiscalité internationale.

Les sujets traités comprennent, entre autres : les prix dans le marché des devises et de l'euro monnaie, l'utilisation de change à terme pour la couverture, les rendements à court terme et l'efficacité du marché dans les marchés monétaires internationaux, les options de change, le prix des actifs internationaux de capital, le prix des obligations en devises, les swaps de devises, l'euro monnaie crédits syndiqué, les financements en devises et la gestion de l'exposition.

BFI1017 Marché des capitaux et institutions financières (ADM1065 ou CTB1079)

Ce cours offre aux étudiants un aperçu des contributions de base à la théorie moderne des marchés de capitaux et les institutions financières. Le cours permettra aux étudiants de bien maîtriser les outils techniques nécessaires pour chaque sujet.

Ce cours examine les rôles importants que la monnaie, les banques et les institutions financières jouent dans l'économie et évalue les grands changements institutionnels qui affectent les systèmes bancaires et financiers. Il examine également les changements récents dans les systèmes financiers canadiens et mondiaux et fournit un cadre théorique permettant d'analyser des problèmes tels que les faillites bancaires, la réforme de la réglementation, la crise de la dette et l'internationalisation des transactions financières qui affectent tous les secteurs de l'économie canadienne. Finalement, il traite des méthodes de gestion des risques applicables au secteur financier.

CTB1018 Fiscalité I : particuliers (CTB1042 ou CTB1066 ou CTB1069 ou CTB1091)

Débuter l'étude détaillée des règles de conformité issues de la loi de l'impôt sur le revenu du Canada.

Introduction au contexte fiscal. Assujettissement. Structure du calcul de l'impôt. Calcul du revenu d'emploi, des autres revenus

et des déductions. Calcul du revenu imposable et de l'impôt pour un particulier. Les régimes de revenu différés.

CTB1020 Fiscalité II : entreprises et investisseurs (CTB1018)

Poursuivre l'étude détaillée des règles de conformité issues de la loi de l'impôt sur le revenu du Canada.

Calcul du revenu d'entreprise et de biens, fonctionnement de la déduction pour amortissement des immobilisations et immobilisations admissibles. Les gains en capital imposables et les pertes en capital déductibles. Calcul du revenu imposable et de l'impôt pour une société. Fonctionnement de la TPS et de la TVQ. Obligations et administration de la TPS et TVQ.

CTB1064 Comptabilité de management pour gestionnaires (CTB1042 ou CTB1066 ou CTB1069 ou CTB1091 ou GIA1047)

Définir la comptabilité de management et la situer par rapport à la comptabilité financière. Faire connaître les éléments de base du coût de revient, de la planification et du contrôle. Initier l'étudiant à la prise de décision, ainsi qu'aux structures et processus du contrôle de gestion.

Introduction à la comptabilité de management. Introduction au comportement des coûts et analyse coût-volume-bénéfice. Planification et contrôle des coûts de production. Introduction au prix de revient, à la fabrication par commande, ainsi qu'aux prix de revient en fabrication uniforme et continue. Éléments pertinents à la prise de décision. L'établissement des prix et la combinaison de produits. Budgets pour fins de planification. Budgets pour fins de contrôle. Initiation au contrôle financier, à la décentralisation et aux prix de cession interne.

CTB1091 Comptabilité de base pour gestionnaires

Familiariser l'étudiant à l'utilité de l'information comptable pour la prise de décision en gestion. S'initier aux normes canadiennes pour les entreprises à capital fermé (NCECF) par l'étude des éléments principaux des états financiers. Identifier les principales différences de normalisation entre NCECF et les normes internationales d'information financière (IFRS). Développer l'esprit critique nécessaire au gestionnaire afin d'analyser et interpréter les états financiers de façon appropriée.

Introduction à la comptabilité. Le bilan. Les résultats. La trésorerie et les créances. Les stocks et le coût des ventes. Le passif à court terme et les éventualités. Les immobilisations corporelles et les actifs incorporels. Le passif à long terme. Les capitaux propres. Les placements et les regroupements d'entreprises. L'état des flux de trésorerie. La communication, la certification et l'analyse de l'information financière. Les principales différences entre les NCECF et les IFRS.

CTB1092 Comptabilité avancée pour gestionnaires financiers (CTB1027 ou CTB1042 ou CTB1069 ou CTB1091; ADM1065)

Poursuivre la familiarisation à l'utilité de l'information comptable pour la prise de décision. S'initier aux normes comptables relatives à certains postes particuliers et quelques contextes spécifiques. Développer l'esprit critique nécessaire à l'interprétation appropriée des postes particuliers des états financiers.

L'information comptable relative à des éléments moins fréquents de l'état de la situation financière (actifs, passifs et capitaux propres), de l'état du résultat global (produits, charges et autres éléments du résultat global), de l'état des capitaux propres et du tableau des flux de trésorerie. Quelques contextes particuliers tels que la consolidation et les états financiers personnels. Les différences importantes entre les IFRS et les NCECF sur les sujets approfondis dans ce cours. L'analyse et l'interprétation des postes particuliers des états financiers.

DRA1001 Droit des affaires I

Ce cours a comme objectif principal de permettre à l'étudiant de se familiariser avec la terminologie et les problématiques juridiques qui sont reliées au monde des affaires. Le cours vise également à développer chez l'étudiant sa capacité d'intervention dans les problèmes légaux courants de même que sa capacité de communiquer efficacement avec les professionnels du droit. Enfin, le cours vise à sensibiliser l'étudiant aux approches non judiciaires de règlement des conflits.

Les notions introductives sur le système judiciaire au Canada, l'organisation juridique de l'entreprise, la publicité légale des entreprises, les droits de propriété intellectuelle, les obligations en tant que principes de base, les principaux contrats d'affaires, les aspects juridiques du financement des entreprises (hypothèques, garantie bancaire, crédit-bail, affacturage, etc.), la faillite et l'insolvabilité, les méthodes non judiciaires de règlement des litiges.

ECA1010 Analyse macroéconomique en gestion

Bien cerner les différentes composantes de l'environnement macroéconomique ayant une influence sur l'évolution de l'entreprise et des marchés. Des agents économiques et des politiques économiques ayant une origine régionale, nationale et internationale seront considérés. L'étude de ces divers éléments facilite la compréhension des variables susceptibles d'affecter l'environnement macroéconomique des entreprises, plus particulièrement les PME, et des marchés agrégés.

Identification et portée des principaux indicateurs économiques; influence de l'inflation et du chômage sur l'entreprise;

comptabilité nationale; déterminants de la croissance économique à l'échelon régional, national et international; l'entreprise à l'âge de la mondialisation; l'impact de la consommation, de l'épargne et des investissements sur l'entreprise et sur la conjoncture économique; taux d'intérêt et facteurs ayant une influence sur les investissements et l'épargne; la politique monétaire et budgétaire et leurs conséquences sur les orientations de l'entreprise ainsi que sur les choix de politiques publiques; l'ouverture des marchés, les taux de change et ses conséquences sur les PME; interactions entre marchés des biens et services, marchés des changes, marché monétaire et marché du travail.

ECA1011 Economie managériale (ECA1010)

Exposer l'étudiant aux fondements économiques de la prise de décision en gestion :

- concevoir les revenus et les coûts de l'entreprise comme un ensemble de transactions en contexte d'incertitude,
- concevoir l'entreprise et le marché comme des modes d'organisation des transactions et saisir les implications de l'asymétrie d'information dans la sélection du mode,
- comprendre la relation entre les revenus de l'entreprise et les besoins et préférences,
- comprendre la relation entre les caractéristiques de la technologie, la productivité et les coûts
- saisir le lien entre structures de marché et décisions
- comprendre les limites de l'objectif de rentabilité et introduction à l'économie publique,
- comprendre la portée géographique des échanges et des marchés.
- Transaction, création de valeur, rôle et mécanisme des prix (enchères, ...)
- problèmes de coordination et d'agence, coûts de transaction, contrats incomplets, asymétrie d'information, théorie économique de la propriété et frontières de l'entreprise,
- théorie de la demande, surplus du consommateur et discrimination de prix,
- théorie de la production et limites de l'analyse du point mort,
 - déterminants de la structure de marchés, monopole, concurrence monopolistique, oligopole coopératif et non-coopératif (représentation en théorie des jeux), modèle d'Hotelling, réglementation de la concurrence,
- théorème de Coase, absence de marchés et externalités,
- introduction à l'économie des échanges internationaux et aux politiques commerciales.

ECA1012 Conjoncture et prévision macroéconomiques (ECA1010)

Ce cours présente les principales techniques permettant de bien comprendre les cycles macroéconomiques et financiers, et de mieux prévoir leurs tendances futures.

Le contenu principal de ce cours est axé sur l'analyse des processus autorégressifs univariés et multivariés, ainsi que les modèles de volatilité. Ces différents processus et modèles sont utilisés afin d'expliquer et prévoir des variables macroéconomiques et financières telles que la production (nationale, régionale, sectorielle), le taux d'inflation, les indicateurs du marché du travail, les exportations nettes, les taux d'intérêt, les taux de change et les rendements boursiers.

GAE1002 De la créativité à l'innovation (ADM1010)

Ce cours vise le développement de la compréhension des fondements de la créativité et de l'innovation ainsi que des processus et des outils qui permettent aux individus, aux équipes et aux organisations de maximiser leur potentiel de créativité et d'innovation.

Les fondements de la créativité et de l'innovation, les types d'innovation et les processus d'innovation, la créativité au niveau individuel, les processus et les outils de la créativité, la reconnaissance d'opportunité, le processus de développement de nouveaux produits, l'approche du "design thinking", le contexte organisationnel et les pratiques de gestion pour soutenir la créativité et l'innovation, le leadership en créativité et en innovation.

GAE1003 Entrepreneuriat et démarrage d'entreprises (ADM1010)

Développer chez l'étudiant l'esprit d'entreprise, le sensibiliser à l'entrepreneuriat en tant que possibilité de carrière. Amener l'étudiant à acquérir les connaissances relatives à l'entrepreneuriat et à la problématique du démarrage d'une entreprise et à l'outiller pour la préparation d'un plan d'affaires et pour le processus concret de démarrage d'une entreprise.

Problématique de l'entrepreneuriat : caractéristiques de l'entrepreneur, facteurs déclencheurs de l'activité entrepreneuriale, recherche d'occasions d'affaires, les facteurs de crédibilité, de légitimité et de faisabilité reliés à l'entrepreneuriat. Stratégies et modalités d'implantation de nouvelles entreprises. L'étudiant sera amené, à partir d'une occasion d'affaires qu'il aura identifiée, à développer un plan d'affaires cohérent : le projet, l'entrepreneur, le marché, les plans opérationnels, le plan

de gestion des risques, les prévisions financières, le financement et les exigences du démarrage.

GAE1033 Stage en marketing (6 crédits)

Amener l'étudiant à mettre en application, en milieu réel, les connaissances acquises en marketing et à éprouver ses aptitudes à communiquer efficacement, tant oralement que par écrit, dans un contexte professionnel. Lui permettre également de développer des habiletés et des attitudes favorables à l'intégration dans un milieu de travail.

Réalisation d'un stage d'une durée équivalente à un maximum de seize semaines à plein temps dans une organisation. Supervision dans le milieu par le titulaire du cours. Rédaction d'un rapport bilan du stage validé par l'organisation. Au minimum quatre rencontres (dont une au début et une à la fin du stage) avec le titulaire du cours. Dépôt du rapport de stage.

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à cette activité, l'étudiant doit avoir complété au moins 54 crédits du programme, incluant un cours de concentration.

GAE1034 Projet d'application en marketing I

Favoriser l'intégration et l'approfondissement des connaissances acquises par l'application de celles-ci à des problèmes concrets en marketing. Perfectionner la capacité d'analyse, de synthèse et de prise de décision, les habiletés techniques et la maîtrise de la communication orale.

L'étudiant propose et réalise un projet se rapportant à sa spécialisation, sous la supervision d'un enseignant oeuvrant dans ce domaine.

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à cette activité, l'étudiant doit avoir complété au moins 54 crédits du programme, incluant un cours de concentration.

GAE1035 Projet d'application en marketing II

Favoriser l'intégration et l'approfondissement des connaissances acquises par l'application de celles-ci à des problèmes concrets en marketing. Perfectionner la capacité d'analyse, de synthèse et de prise de décision, les habiletés techniques et la maîtrise de la communication orale.

L'étudiant propose et réalise un projet se rapportant à sa spécialisation, sous la supervision d'un enseignant oeuvrant dans ce domaine.

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à cette activité, l'étudiant doit avoir complété au moins 54 crédits du programme, incluant un cours de concentration.

GAE1042 Le managem. en entreprise familiale et la transmission d'entr. (ADM1010; GPE1012)

Quelle qu'en soit leur provenance, les entreprises familiales comptent pour 70% de toutes les entreprises existantes. L'objectif de ce cours est, par conséquent, de permettre à l'étudiant(e) de développer ses compétences spécifiques en gestion, et ce plus particulièrement dans les cas où il sera appelé à oeuvrer et/ou à intervenir dans une entreprise familiale.

Dans le cadre de ce cours, l'étudiant(e) verra en quoi se distingue une entreprise familiale des autres types d'organisations, quels en sont les particularités de gestion et les réels enjeux liés au transfert générationnel. Pour ce faire, l'étudiant(e) devra (1) se familiariser avec les théories, les principes et les concepts de base en entreprise familiale; (2) développer sa capacité d'analyse et de prise de décision dans un tel contexte; et (3) être en mesure de mettre en pratique les connaissances acquises en classe dans leurs contextes réels d'application.

GAE1043 Gestion stratégique de la technologie et des entreprises technologiques (ADM1016)

Ce cours initie les étudiants au contexte des secteurs à forte intensité technologique, à la gestion stratégique de la technologie et l'innovation technologique ainsi qu'à la gestion des entreprises technologiques telle que dans les industries de la biotechnologie, l'aéronautique et la nanotechnologie. Le cours intègre l'analyse du contexte et des impératifs socio-économiques, les stratégies et la gestion des entreprises dans les industries technologiques ainsi que le rôle de la technologie comme moteur de création de la valeur économique.

Les principaux thèmes abordés sont : les systèmes nationaux et régionaux d'innovation (ex. clusters); les politiques technologiques et scientifiques; les particularités des secteurs à forte intensité technologique ainsi que les stratégies et caractéristiques des entreprises dans ces secteurs; le rôle de la recherche universitaire; le développement et le transfert de la

technologie; la gestion de la recherche et développement; ainsi que les institutions présentes dans l'environnement de l'entreprise technologique et leur incidence sur le financement, le développement et la diffusion des technologies.

GAE1044 Stratégies de croissance et collaborations externes (ADM1010)

Ce cours amène les étudiants à comprendre comment développer et exécuter des stratégies de croissance et de collaborations externes en utilisant les ressources internes et externes de l'organisation dans le but de maximiser son potentiel de développement et d'innovation.

Les leviers de la croissance, le développement de stratégies de croissance, le rôle et les formes de collaboration externes incluant les réseaux d'entreprises, les alliances stratégiques, les fusions et les acquisitions, l'innovation ouverte et démocratique, les négociations, le cycle de vie des partenariats, les méthodes et outils de gestion des partenariats, l'évaluation de la performance des collaborations externes, la propriété intellectuelle et l'appropriation de la valeur en innovation ouverte.

GAE1045 Responsabilité sociale et gestion des parties prenantes des entreprises (ADM1010)

L'objectif général de ce cours est de présenter et de permettre aux étudiants de s'approprier les concepts liés à la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et à la gestion des parties prenantes (stakeholders). Le cours tisse un lien entre les activités des entreprises et les incidences économiques, sociales et environnementales qu'elles génèrent. Il présente également des outils de gestion qui permettent d'intégrer ces dimensions de RSE à la stratégie des entreprises. Ainsi, les étudiants seront en mesure d'identifier les opportunités et les menaces que représentent les enjeux liés à la RSE. Ils pourront ensuite analyser et élaborer des stratégies qui permettent de distinguer les entreprises sous l'angle de la RSE. Puis, ils pourront évaluer les retombées de ces stratégies à partir de modèles qui intègrent les attentes des diverses parties prenantes.

Les thématiques suivantes seront abordées : la gestion des relations entre l'entreprise et ses multiples parties prenantes; la responsabilité sociale des entreprises (RSE); l'acceptabilité sociale; l'entrepreneuriat (social et/ou environnemental) comme un moyen de saisir les opportunités et de les traduire en un modèle d'affaires soutenable; la gouvernance d'une perspective élargie (incluant les parties prenantes); les positions éthiques qui soutiennent les modèles de responsabilité sociale; la pertinence des outils de gestion (ex. grille d'analyse des parties prenantes, code de conduite, communication avec les parties prenantes, mesure de performance, triple bilan) permettant de concilier de multiples attentes de parties prenantes aux intérêts économiques, sociaux et environnementaux, parfois divergents.

GAE1046 Management international (ADM1010)

L'objectif général du cours Management international est d'amener l'étudiant à aller au-delà des théories des sciences de la gestion souvent présentées comme universelles et suffisantes pour la pratique du management autant au niveau national qu'au niveau international. En adoptant une perspective plus critique, ce cours analyse les spécificités de l'environnement mondial et leurs incidences sur les pratiques et l'ordre des échanges internationaux. La diversité des thèmes abordés vise principalement à offrir aux étudiants l'opportunité de développer les habiletés nécessaires afin d'appréhender la complexité de l'ère internationale avec une plus grande ouverture d'esprit et ce, autant dans le cas des multinationales que dans le contexte des PME.

Les principaux thèmes abordés sont : les caractéristiques de l'environnement mondial, les principaux blocs régionaux (ALENA, UE, APEC, CCG, etc.) les modes d'implantation à l'étranger, les entraves à l'internationalisation, l'environnement légal international (normes et règlements), le processus d'expatriation, le manager international, la gestion des équipes multiculturelles et l'éthique à l'international.

GPE1003 Comportement organisationnel : groupes et équipes de travail (GPE1012)

Ce cours développe chez l'étudiant des aptitudes à gérer efficacement des équipes de travail (équipe naturelle de travail, équipe de projet, équipe semi-autonome, etc.) dans divers contextes organisationnels. La personne en formation s'initie, en tant que membre ou gestionnaire, au fonctionnement du groupe de travail tant au plan de la tâche qu'au plan relationnel. Elle se familiarise avec des outils de diagnostic et d'intervention en contexte d'équipe de travail. Elle apprend à se situer par rapport à ce cadre de gestion et à développer les habiletés nécessaires pour œuvrer dans ce type d'environnement.

Diverses problématiques de la vie contemporaine des groupes de travail sont analysées dans la perspective de saisir les nouveaux défis auxquels les gestionnaires d'équipes sont confrontés. Les notions d'équipes s'infèrent des changements et des tendances qui s'opèrent actuellement dans les organisations de toutes tailles, tant au plan national qu'international.

GPE1004 Gestion renouvelée des ressources humaines

Ce cours vise l'acquisition des connaissances de base et le développement de compétences en GRH chez l'ensemble des participants qui feront une carrière dans les diverses fonctions de gestion retrouvées dans les organisations contemporaines (marketing,

finance, systèmes d'information, gestion des opérations, etc.) ainsi que dans d'autres contextes organisationnels (PME, gestion de projets, travailleurs autonomes). La participation au cours devrait donc habiliter les participants à gérer avec efficacité, efficience et équité les situations associées aux diverses étapes du cycle d'emploi.

Les étapes englobent une série de pratiques de GRH associées à : la préparation, la planification, l'organisation et la conception des postes de travail; la sélection des collaborateurs et des employés (recrutement, sélection et accueil); l'identification et la satisfaction opérationnelle de leurs besoins en formation; la gestion et l'évaluation de leur rendement au travail; la reconnaissance financière (individuelle et d'équipe) et non financière de leurs contributions; leur implication et leur participation à la gestion de leur unité administrative, au diagnostic organisationnel et à la gestion des employés problèmes.

GPE1005 Comportement organisationnel : changement et intervention (GPE1003 ou GPE1004)

Le cours vise à former des managers compétents en gestion humaine. À partir des fondements des sciences du comportement organisationnel, l'étudiant apprend les approches, les théories et les modèles principalement utilisés pour l'étude et l'analyse des variables organisationnelles.

Contenu cognitif : introduction au changement et au développement organisationnels (histoire, concepts, valeurs), le changement organisationnel planifié (concepts, modèles, agents et stratégies), l'approche systémique et la recherche/action, les interventions et l'évaluation du changement et du développement organisationnel. Contenu attitudinal : sensibilisation aux valeurs humanistes, démocratiques et d'efficacité organisationnelle. Contenu comportemental : capacité de diagnostiquer et d'intervenir efficacement dans les problèmes de gestion humaine, au plan intégré des individus, des groupes et des organisations.

GPE1006 Gestion des ressources humaines en contexte d'entreprises innovantes (GPE1004)

Ce cours vise à développer chez l'étudiant l'autonomie professionnelle au niveau des pratiques en GRH telles que : comment réaliser une entrevue de sélection et d'évaluation performante, comment développer un plan de communication organisationnelle mobilisant, comment réaliser un plan stratégique de formation qualifiante et continue en entreprise, comment établir un processus de rémunération équitable et mobilisant, comment évaluer un climat de travail et mesurer les indicateurs de performance RH, comment gérer les parcours professionnels et comment rendre une organisation apprenante en contexte de PME publique innovante.

Le cours mise sur une approche active basée sur l'apprentissage de cadres intégrateurs, la mise en situation, la simulation et le jeu de rôle. Ce cours implique également l'introduction des pratiques les plus contemporaines (ex. : le "coaching", l'autoformation) de même que l'utilisation de bases de données informatisées et la navigation sur Internet. L'étudiant sera également familiarisé avec les logiciels RH utilisés en contexte d'affaires.

GPE1007 Gestion de la santé et sécurité au travail (GPE1004)

Développer chez l'étudiant une vision globale, structurée et intégrée de la gestion de la santé et de la sécurité au travail (SST) et le sensibiliser à l'importance de faire de la SST une valeur de société. Connaître le régime québécois de SST, ses obligations légales, les intervenants, les ressources, les structures, les mécanismes et les moyens de participation en SST qui s'appliquent aux organisations du Québec. Réfléchir sur le rôle des personnes-ressources en SST oeuvrant dans les entreprises. Prendre conscience des défis, enjeux et retombées positives associés à la mise en oeuvre d'une gestion efficace et diligente de la SST. Identifier les stratégies gagnantes en matière de SST, les conditions d'efficacité des mesures préventives et l'importance de la promotion d'une forte culture de la SST. Explorer les diverses stratégies et les modes d'intervention en SST.

L'étudiant se familiarisera avec la Loi sur la santé et la sécurité du travail (LSST), la loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles (LATMP) et leurs principaux règlements, notamment, le règlement sur la santé et la sécurité du travail (RSST) ainsi qu'avec les concepts, les programmes et les différentes activités et systèmes de gestion de la SST. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure de participer à la mise en application en milieu de travail des principales activités de la gestion de la SST.

GPE1012 Comportement organisationnel : l'individu

Ce cours vise à développer chez l'étudiant les habiletés personnelles, interpersonnelles et conceptuelles nécessaires pour assumer efficacement un rôle de direction au sein d'une entreprise. Dans le cadre de ce cours, l'étudiant sera tout d'abord appelé à développer certaines habiletés personnelles qui lui permettront d'intégrer les éléments d'une gestion active de soi. L'étudiant développera aussi des habiletés interpersonnelles qui permettent à un dirigeant, quel que soit le niveau qu'il occupe dans l'entreprise, de communiquer de façon aidante avec ses collaborateurs, d'exercer une influence positive dans son milieu de travail, de motiver et de mobiliser les employés, de négocier gagnant/gagnant, de gérer efficacement les conflits interpersonnels et de piloter le changement organisationnel en tenant compte des aspects humains de l'organisation. Enfin, tout au long de sa formation, l'étudiant développera des habiletés conceptuelles qui lui permettront de diagnostiquer divers problèmes associés à la direction des personnes et d'élaborer des interventions pouvant satisfaire à la fois les objectifs de l'organisation et les

besoins de développement des employés.

Le gestionnaire (fonctions et défis; apprentissage du comportement organisationnel; éthique; leadership), la gestion des individus dans l'organisation (caractéristiques de l'individu; motivation; renforcement et récompenses; conception des tâches, fixation des objectifs et aménagement du temps de travail), la gestion des groupes (dynamique du groupe; dynamique intergroupes), la gestion des organisations (caractéristiques et conception de l'organisation; culture organisationnelle), la gestion des processus organisationnels (prise de décision; négociation; communication et conflits; pouvoir et politique), la gestion dans un environnement dynamique (changement planifié et développement organisationnel; gestion du stress; planification de carrière), la gestion des dimensions internationales et multiculturelles du comportement organisationnel (dimensions internationales; culture; diversité culturelle; méthodes comparatives de gestion et de comportement organisationnel).

GPO1002 Gestion de l'approvisionnement

Ce cours a pour but d'amener l'étudiant à connaître et comprendre les différents principes et concepts de base de l'approvisionnement et de situer cette fonction dans l'ensemble des activités de l'entreprise. Au terme de ce cours, l'étudiant devra être en mesure d'opérationnaliser les différents principes de gestion de l'approvisionnement pour en améliorer la performance.

L'historique et la nature de la fonction approvisionnement, le positionnement de la fonction approvisionnement par rapport aux autres fonctions de l'entreprise, les rôles et tâches de l'acheteur, l'organisation de la fonction approvisionnement, le processus d'approvisionnement, les aspects juridiques de l'achat, l'éthique en approvisionnement, la recherche et la sélection des fournisseurs, l'évaluation des fournisseurs, la détermination du prix et des termes de l'entente, la négociation, l'acquisition dans le secteur public, les soumissions et les appels d'offres, la réception des marchandises et les inspections, l'acquisition de services, l'impartition, la gestion responsable des achats et le développement durable, la gestion des rebuts et des matières résiduelles.

GPO1003 Planification et contrôle des opérations (ADM1069)

L'objectif de ce cours est de comprendre le rôle des différentes étapes de la planification et du contrôle des opérations. Il vise également à développer chez l'étudiant les compétences nécessaires pour établir une planification et les horaires de la production, l'ordonnancement des tâches, la planification des routes de distribution compte tenu des multiples contraintes (financières, humaines, technologiques, etc.) de l'entreprise.

Les systèmes de production et la détermination des cellules manufacturières, la cartographies des processus, la planification intégrée, le plan directeur de production, l'ordonnancement, le programme de fabrication, les types de problèmes de distribution physique (un ou plusieurs entrepôts, capacité des camions, demande à satisfaire, etc.), la maintenance, ainsi que la modélisation des problèmes reliés à ces thèmes (objectifs, contraintes, modélisation mathématique et résolution des problèmes, analyse de sensibilité) et la résolution de ceux-ci à l'aide de logiciels tel que LINDO et Excel et autres algorithmes.

GPO1004 Gestion des stocks (ADM1069)

Permettre à l'étudiant de maîtriser un ensemble de concepts et de techniques relatifs à la gestion des stocks. Il vise également à faire connaître à l'étudiant les différentes variables décisionnelles de la détermination du niveau optimal des stocks. Au terme du cours, l'étudiant devra être en mesure de répondre aux trois questions de base en gestion des stocks, à savoir: combien d'unités doit-on détenir en stock? Combien d'unités faut-il commander? Quand est-il nécessaire de commander ces unités?

Les objectifs de la gestion des stocks, la fonction et le rôle des stocks, les prévisions de la demande et les mesures d'écart, le contrôle physique des stocks, les principaux facteurs affectant les coûts, quelques modèles de quantification des lots (les modèles de base, les modèles échelonnés dans le temps, les modèles pour des ensembles d'articles, les modèles à demande stochastique et les facteurs d'influence), les systèmes à demande indépendante, les systèmes à demande dépendante, le Kanban, la gestion des stocks dans un environnement juste-à-temps.

GPO1006 Logistique appliquée (ADM1069)

Acquérir des connaissances avancées dans le domaine de la logistique et développer des habiletés spécifiques concernant diverses techniques et stratégies d'exploitation logistique.

La gestion intégrée de la chaîne logistique et des réseaux d'exploitation logistique, la logistique d'entreprise, les stratégies manufacturières, l'évaluation de la performance logistique (les coûts et la création de valeur), la localisation des installations du réseau logistique, les types de réseau de distribution, la logistique verte, la logistique à rebours et le développement durable, l'internationalisation des opérations, les logiciels utilisés en logistique (autres que les logiciels ERP, de programmation linéaire et de simulation), la production allégée, le futur et les défis de la logistique. Des praticiens de la logistique pourraient intervenir à titre de conférenciers invités venant discuter de leur expérience quant à divers aspects de

l'exploitation logistique.

GPO1007 Gestion de la qualité (ADM1069; PAF1010)

La gestion de la qualité est devenue, au fil des années, une variable importante dans la compétitivité des entreprises. Ce cours aborde la gestion de la qualité sous deux perspectives : les aspects qualitatifs et les aspects quantitatifs. Les normes internationales, nationales ou sectorielles de qualité seront également abordées. Les limites et les conditions d'utilisation des différentes méthodes quantitatives seront explicitées en tenant compte du contexte d'application. Un élément important de la gestion de la qualité est l'identification et le contrôle des paramètres de la qualité les plus pertinents afin de permettre aux entreprises de suivre, d'évaluer et d'améliorer les processus opérationnels de façon continue. Les autres dimensions de la gestion de la qualité (la planification, l'organisation et la direction) seront explicitées dans une approche systémique. Les enjeux économiques et éthiques de la qualité seront pris en compte dans une optique d'amélioration continue.

Certains des éléments qualitatifs de la gestion de la qualité sont abordés en début de cours : la gestion intégrale de la qualité, l'assurance de la qualité, les outils de détection de problèmes, les aspects économiques et éthiques. Par la suite, les deux éléments quantitatifs les plus importants du contrôle de la qualité seront explicités : les plans d'échantillonnage (par attributs et par mesures) et les cartes de contrôle (pour éléments mesurables et pour éléments non mesurables). L'aptitude du procédé à respecter les spécifications du produit et les plans d'expérience Taguchi compléteront les aspects quantitatifs. Des outils mathématiques et statistiques seront utilisés pour ces aspects quantitatifs. Enfin, le concept d'amélioration continue, le Kaizen, les bases du concept Six Sigma et le Poka-Yoke termineront les aspects qualitatifs de la gestion de la qualité.

GPO1008 Gestion des opérations dans les entreprises de services (ADM1069)

Ce cours met l'accent sur les concepts, les techniques et les méthodes de la gestion des opérations pour les entreprises de services. La plupart des outils utilisés en gestion des opérations ont été développés pour le secteur primaire et secondaire de l'économie. L'expansion du secteur tertiaire nous oblige à adapter ces outils à ce secteur de l'économie et favorise également la création de méthodes spécifiques et adaptées aux entreprises de services. Des outils, des techniques et des méthodes seront utilisés afin de résoudre les problématiques propres aux entreprises de ce secteur de l'économie dans leur gestion des opérations.

Ce cours s'amorce par l'analyse et la caractérisation des particularités des services. Une typologie des services est utilisée pour identifier les problématiques propres à ce secteur de l'économie. Les différents éléments du système de conception et d'amélioration des services seront également analysés : la gestion de la capacité, la localisation, l'aménagement et la technologie. Par la suite, les éléments de la gestion opérationnelle des services sont abordés sous un aspect pratique : la planification des opérations, la gestion de l'approvisionnement et la gestion de la qualité. Enfin, la gestion des files d'attente sera analysée sous les aspects qualitatifs et quantitatifs.

GPO1009 Gestion du transport et de l'entreposage (ADM1069)

Ce cours aborde une dimension importante de la gestion d'une chaîne logistique, soit le transport des marchandises. Les différents types de transport seront analysés : routier, ferroviaire, maritime et aérien. Une attention plus particulière sera accordée au transport routier étant généralement celui qui est le plus utilisé par les entreprises. De plus, la libéralisation des marchés nous oblige à aborder plus spécifiquement le transport international. Les concepts de l'intermodalité et de l'utilisation des prestataires de services logistiques (3PL) seront étudiés sous les aspects économiques, opérationnels et stratégiques. Enfin, l'étape précédant l'expédition des marchandises dans une chaîne logistique, soit l'entreposage, sera étudiée. De plus, la problématique particulière et les défis de l'entreposage pour les entreprises utilisant le commerce électronique (B2C) comme stratégie d'affaires seront analysés.

Les rôles des différents intervenants dans la gestion du transport seront définis et étudiés. Les quatre types de transport (routier, ferroviaire, maritime et aérien) seront abordés sous les angles suivants : la description du secteur, les termes utilisés, les équipements et la réglementation. Les avantages et les inconvénients du transport intermodal et multimodal seront étudiés. Sans oublier les particularités et la planification du transport international. Enfin, la gestion de l'entreposage sera abordée en étudiant plus spécifiquement l'aménagement des entrepôts, les opérations et les nouvelles technologies (WMS, RFID...). De plus, les exigences et les particularités de certains modèles d'affaires (comme le commerce électronique) seront considérées dans une optique d'optimisation de la gestion de l'entreposage.

GPO1010 Simulation de processus opérationnels (ADM1069; PAF1010)

Ce cours utilise la simulation comme outil d'aide à la décision pour des problèmes spécifiques à la gestion des opérations et de la logistique. La simulation est un outil très performant utilisé dans la conception et l'amélioration des processus opérationnels. Pour certains problèmes de gestion dans le domaine de la logistique, la simulation est souvent le seul outil permettant de déterminer les paramètres des variables critiques afin d'améliorer la performance logistique d'une entreprise. L'utilisation d'un logiciel de simulation permettra à l'étudiant de concevoir et développer des modèles simples de simulation

applicables à des problématiques rencontrées dans la gestion des opérations des entreprises manufacturières et de services.

Dans un premier temps, les éléments d'une simulation (le temps simulé, les temps inter-arrivés, la notion de nombres aléatoires, les types de variables...) et les différents modèles de simulation (la simulation à événements discrets, la simulation en temps continu, la simulation Monte-Carlo...) sont abordés et présentés. Sans oublier, un élément prérequis à tout modèle de simulation : la cartographie des processus pour laquelle différentes méthodes seront explorées. Dans un deuxième temps, les notions de probabilités et de statistiques utilisées en simulation seront analysées. De plus, les éléments paramétrables d'une simulation seront abordés : les différentes distributions de probabilités, la génération de nombres aléatoires, la génération des temps inter-arrivés et la génération de variables continues ou discrètes. La modélisation de problèmes déterministes ou stochastiques réalistes en gestion des opérations sera effectuée à l'aide d'un logiciel de simulation. Enfin, le processus de validations, l'analyse des résultats et les limites de la simulation seront étudiés.

GRH1001 Dotation en personnel (GPE1004)

Le but de ce cours est de permettre aux étudiants d'acquérir les compétences (savoir, savoir-faire, savoir-être) approfondies propres au processus de dotation, c'est-à-dire le recrutement, la sélection et l'intégration du personnel nouvellement embauché.

En empruntant une approche à la fois théorique et pratique, les activités prévues dans ce cours permettront aux étudiants de comprendre la portée stratégique de la dotation en personnel et les enjeux qui s'y attachent, et de pratiquer l'application de techniques en la matière.

À l'issue de ce cours, les étudiants sauront réaliser, de façon systématique et professionnelle, toutes les étapes préalables et les étapes nécessaires à la dotation en personnel.

GRH1002 Formation et développement des compétences (GPE1004)

Le but de ce cours est de développer chez l'étudiant une compréhension approfondie du rôle stratégique de la formation. Ce cours vise également à familiariser l'étudiant avec le rôle des institutions fédérales et provinciales dans le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'oeuvre.

À l'issue de ce cours, les étudiants sauront réaliser, et de façon systématique, l'identification et l'analyse des besoins en formation (individuels et organisationnels), le design de la formation, la conception de la formation, la diffusion de la formation, le transfert des apprentissages et l'évaluation qualitative et quantitative des programmes de formation et leurs effets sur le développement des compétences, la performance et l'employabilité du personnel.

GRH1003 Fondements en gestion stratégique des ressources humaines (GPE1004)

Le but de ce cours est d'amener l'étudiant à comprendre les enjeux stratégiques liés à la gestion des ressources humaines et ses principaux rôles dans la formulation et le soutien des orientations stratégiques de l'organisation.

Il s'agit d'amener l'étudiant à développer ses compétences dans la gestion des interactions entre toutes les activités de gestion des ressources humaines et la stratégie de l'organisation dans une perspective appliquée et processuelle.

GRH1004 Gestion de la rémunération (GPE1004)

Ce cours sert à sensibiliser l'étudiant à l'évolution de la place occupée par la rémunération dans les organisations contemporaines, aux dimensions stratégiques de la rémunération et à l'importance d'une politique de gestion de la rémunération globale.

Plus spécifiquement, le cours vise à développer chez l'étudiant les compétences en gestion stratégique de la rémunération, en conception de programmes en rémunération cohérents et équitables, en pratiques de la rémunération (directe et indirecte) en configuration de ces pratiques selon les catégories d'emploi et la nature des organisations.

GRH1005 Développement de la fonction ressources humaines (GPE1004)

Le but de ce cours est de préparer l'étudiant finissant aux responsabilités nouvelles et accrues des professionnels en gestion des ressources humaines quel que soit le cheminement de carrière envisagé (spécialiste ou généraliste en gestion des ressources humaines), tout en le sensibilisant au nouveau partenariat entre différents acteurs (employés, gestionnaires, haute direction, syndicats, collectivité, associations, etc.) et professionnels en gestion des ressources humaines.

Ce cours vise également à donner à l'étudiant les connaissances approfondies sur l'ensemble du système de gestion des ressources humaines et ses interactions avec les autres systèmes organisationnels selon une optique intégrée et prévisionnelle. De plus,

l'étudiant saura utiliser les concepts et outils de gestion des ressources humaines dans le cadre de la politique générale des organisations, tant privées que publiques, à l'échelle régionale, nationale ou internationale.

MKA1001 Introduction au marketing

Développer chez l'étudiant une capacité à réagir aux situations conformément à l'esprit marketing. Fournir à l'étudiant un cadre d'analyse et une méthode de résolution des problèmes de marketing des organisations quelles qu'elles soient (avec ou sans but lucratif). L'étudiant aura l'occasion d'appliquer les éléments du marketing dans une situation d'affaires.

Introduction aux différents éléments de marketing, à la prise de décision reliée au produit (marque, emballage, gamme, ligne), à la planification des outils de communication (publicité, promotion, force de vente), à la gestion de la distribution (choix des canaux de distribution, rôle des intermédiaires) et à la prise de décision en matière de prix (changement, fixation des prix).

Ce cours est également offert en anglais au groupe 15

Develop among students the capacity to react to organisational situations from a marketing perspective. Provide the student with an analytic framework and problem-solving method that will enable them to deal with marketing issues in profit or non-profit organisational contexts. Students will be asked to apply these marketing concepts in business situations.

Introduction to the different aspects of marketing; product-related decisions (branding, packaging, product lines and price-range); planning communication strategies (advertising, promotion, sales force); distribution management (choice of distribution channels, role of intermediaries), pricing related decisions (price changes and price setting).

MKA1002 Comportement du consommateur (MKA1001)

Sensibiliser l'étudiant à l'importance de l'"approche client" et développer chez lui une pensée orientée vers la satisfaction des consommateurs, peu importe le domaine de gestion qui l'intéresse. Par l'assimilation des principes de base en comportement du consommateur, l'étudiant sera en mesure de les utiliser efficacement sur le plan pratique. L'étudiant pourra faire l'analyse d'une situation en tenant compte des réactions des consommateurs et développer des stratégies de marketing appropriées afin d'influencer et de satisfaire les consommateurs.

Le contenu du cours incorpore des notions psychologiques appliquées au domaine de la consommation : processus décisionnel du consommateur, effet de la publicité et de la promotion sur les attitudes et sur les perceptions des consommateurs vis-à-vis des marques, l'influence de l'entourage (famille, amis, collègues de travail, etc.) et de la culture sur le choix de produits et de marques.

Règlement pédagogique particulier : Pour les programmes 2501, 2504, 2508, 2515, 2525, 4122, 4227, 6166, 6766, 6866, 7174, 7175, 7264, 7374, 7677, 7699, 7766, 9101, le préalable pour ce cours est MKA1001 Introduction au marketing.

MKA1004 Gestion des ventes de biens et de services (MKA1001)

Comprendre les principes de gestion d'une équipe de vente et l'importance du rôle de l'équipe de vente au sein du réseau de distribution.

Les grandes étapes du processus de vente : rôle de l'équipe de vente, processus de vente, processus de gestion de l'équipe de vente, la gestion des territoires, l'interaction entre les décisions liées à la distribution et à la vente, les aspects qualitatifs et quantitatifs liés aux activités de vente, les particularités des services ainsi que leur implication pour la gestion des ventes.

MKA1005 Le marketing international (MKA1001)

Acquérir et comprendre des concepts essentiels pour une planification rigoureuse lors de l'intervention d'une entreprise dans des marchés étrangers. Au terme de ce cours l'étudiant pourra identifier clairement les grandes étapes du processus décisionnel en marketing international et saura mettre à profit ces connaissances dans une démarche d'internationalisation et saura réaliser un diagnostic export ainsi que de préparer une mission à l'étranger.

Le processus décisionnel en marketing international : les cinq décisions majeures (modèle de Walsh) la décision de se développer à l'international; la décision relative à la sélection du marché; la décision relative aux méthodes de pénétration du marché; les décisions relatives au marketing mixte; les décisions relatives aux structures organisationnelles. Les défis lors d'interventions internationales.

MKA1008 Recherche commerciale (MKA1001)

Sensibiliser l'étudiant à l'importance de l'information dans le processus décisionnel des responsables du marketing. Le familiariser avec les différentes étapes du processus de recherche commerciale, ainsi qu'avec les méthodes, les techniques et les outils de recherche fréquemment utilisés en marketing.

Dans ce cours, l'étudiant aura l'occasion de développer les habiletés de base dans le domaine de la recherche commerciale en réalisant un projet réel dans ce domaine. Il sera appelé à réaliser toutes les étapes d'une recherche commerciale depuis la rencontre avec les gestionnaires jusqu'au stade final de la rédaction d'un rapport.

MKA1010 Gestion de la distribution et commerce de détail (MKA1001)

Habiller l'étudiant à décrire, concevoir et gérer un réseau de distribution adapté à la réalité des entreprises et des marchés. Intégrer les activités liées à la gestion des acteurs en distribution, incluant les acteurs du commerce de détail. Découvrir l'importance stratégique grandissante de la distribution en marketing. Analyser un réseau de distribution existant et proposer les améliorations nécessaires. Comprendre la contribution du commerce de détail à l'atteinte des objectifs de distribution.

Éléments descriptifs d'un réseau de distribution, approche normative de conception d'un réseau, éléments de gestion d'un réseau, service à la clientèle, gestion des conflits à l'intérieur d'un réseau de distribution, flux marketing et particularités du commerce de détail.

MKA1011 Communication marketing intégrée (MKA1001)

Presque tous les individus dans le monde actuel sont touchés chaque jour par la publicité ou une quelconque forme de communication. Les organisations publiques comme privées utilisent les outils de communication pour atteindre leur public cible de façon efficace et efficiente. Dans ce contexte, la notion de communication marketing intégrée s'avère un des fondements de succès des campagnes de communication, en coordonnant les diverses activités autour de valeurs communes aux clients.

Ainsi, l'objectif principal de ce cours s'articule autour des points suivants:

- Sensibiliser l'étudiant à l'importance d'une approche intégrée de communication en marketing - Développer, chez les participants, des connaissances leur permettant de déployer certaines habiletés lorsqu'ils seront confrontés à des problèmes concrets de communication.
- Développer leur autonomie pour aller chercher de l'information nécessaire à la réalisation d'une campagne de communication.

MKA1012 Marketing des services et gestion de la marque (MKA1001)

Ce cours est divisé en trois parties : 1) le marketing des services 2) Le marketing relationnel 2) Gestion de la marque.

Partie 1 : Marketing et services

Comprendre les particularités du marketing des services, être en mesure d'analyser des situations concrètes de la gestion du marketing dans des entreprises de services et développer des habiletés à élaborer des stratégies et des tactiques de marketing spécifiques aux entreprises de services.

Caractéristiques des services, implantation d'un service à la clientèle, gestion de la relation et de l'expérience client, approche transactionnelle vs approche relationnelle, modèle et outils de mesure de la qualité des services (SERVQUAL) m processus d'achat des services, les innovations dans les services.

Partie 2 : Marketing relationnel

Comprendre les particularités du marketing relationnel et les liens entre ses composantes. Être en mesure d'intégrer un programme de service à la clientèle à une stratégie client.

La chaîne du marketing relationnel, la gestion de la relation et de l'expérience client, approche transactionnelle vs approche relationnelle, processus d'implantation d'un programme de service à la clientèle.

Partie 3 : Gestion de la marque

Acquérir et comprendre les concepts essentiels à la gestion de la marque et à l'évaluation de la valeur de la marque. Appliquer les théories, modèles et outils analytiques pertinents dans un contexte de gestion de marques.

Capital de marque, personnalité de la marque, gestion de portefeuille des marques, positionnement, relance et repositionnement de marque, extension de marque, "co-branding".

MKA1013 Commerce électronique et marketing numérique (MKA1001)

Ce cours vise à permettre aux étudiants d'apprendre la manière dont Internet et la technologie de l'information peuvent être utilisés par les organisations, petites et grandes, afin de satisfaire les besoins du consommateur dans l'économie numérique et à approfondir les connaissances et compétences relatives à la stratégie et à la mise en œuvre du commerce électronique (CE).

Plusieurs thèmes liés au marketing numérique seront abordés par l'enseignant comme celui de la publicité Web, de l'ergonomie, du comportement du consommateur en ligne et de la gestion des médias sociaux. De plus, les thèmes liés au commerce électronique seront approfondis comme l'élaboration d'une stratégie du CE, le choix d'une infrastructure, la conception d'une solution technologique et la gestion des activités du CE.

PAF1010 Analyse quantitative de problèmes de gestion

Ce cours vise à présenter aux étudiants divers problèmes de gestion ainsi que les méthodes et les approches permettant de les résoudre. Au terme de ce cours, l'étudiant sera à même de mieux comprendre la nature de différents problèmes de gestion nécessitant une démarche formelle dans le processus d'analyse et de critiquer les approches ainsi que les résultats obtenus.

Des mises en situation concrètes sont proposées afin de situer les étudiants dans des contextes précis. Parmi les problématiques abordées, on retrouve le contrôle de la qualité, la gestion des stocks, la planification de la production, les études de marché, l'évaluation du risque ainsi que le traitement et l'analyse de l'information dans un contexte de prise de décision en gestion. Au niveau de l'analyse statistique, les notions suivantes sont abordées : probabilités, distributions discrètes et continues, variables aléatoires, moyenne, écart-type, intervalles de confiance, comparaison de moyennes, échantillonnage et régression linéaire simple. Modélisation : formulation de modèles linéaires, méthode du simplexe, interprétation des résultats, analyse de sensibilité et problèmes en nombres entiers.

PAF1011 Introduction à la gestion de projet (ADM1010 ou GRL1002)

Initier l'étudiant aux principales dimensions de la gestion de projet, mode de management spécifiquement utilisé pour concevoir, développer, produire et amorcer l'exploitation de biens ou de services dans un contexte institutionnel, commercial, industriel, etc.

Emergence de la gestion de projet. Définition des notions de projet, de gestion de projet, de système projet, de contextes propices à la gestion de projet. Cycle de vie et processus de gestion de projet. Approches, prescriptions, techniques et outils de gestion de projet.

REI1001 Relations industrielles : défis et perspectives

Développer chez l'étudiant des aptitudes à l'analyse et à la pratique des relations industrielles en tenant compte de situations fondamentales inhérentes à ce domaine. Initier l'étudiant aux forces et aux faiblesses du système de relations industrielles en plaçant l'importance sur les instances associatives présentes dans les organisations. Familiariser l'étudiant avec le contexte historique, social et économique propre à la discipline.

Divers modèles de relations industrielles appliqués à l'organisation (modèles systémique, stratégique et relationnel) sont analysés dans la perspective de saisir les nouveaux défis auxquels les organisations sont confrontées. Les notions étudiées s'infèrent des changements et des tendances qui s'opèrent dans ce champ professionnel au niveau national et international.

REI1002 Administrer la convention collective

Ce cours spécifiquement consacré aux innovations en milieu syndiqué, met l'accent sur le développement d'habiletés en lien avec les nouveaux défis que posent l'aménagement des conventions collectives et le renouvellement des processus de négociation.

Le développement de nouveaux partenariats patronal-syndical, l'élaboration d'un contrat social, la mise en place d'un comité conjoint de relations de travail, la conduite d'une négociation collective raisonnée, le développement d'une nouvelle flexibilité dans les conventions collectives. Comparaison des pratiques nationales et internationales.

ROP1021 Optimisation

Connaître les problèmes et les méthodes de la programmation linéaire et de la théorie des graphes et des réseaux. Devenir habile à modéliser. Comprendre le fonctionnement des algorithmes utilisés et être capable de les appliquer.

Programmation linéaire : les problèmes de programmation linéaire et leur modélisation, résolution graphique et matricielle, algorithmes du simplexe, notions de dualité et analyse de sensibilité. Graphes et réseaux : généralités sur les graphes, algorithmes de chemins, problèmes d'ordonnancement, flots de valeur maximale et coût minimum, problèmes d'affectation, autres

applications.

SIF1020 Systèmes d'information pour fins de gestion

Comprendre le rôle et l'impact de l'information, des systèmes d'information (SI) et des technologies de l'information (TI : logiciels, matériels et réseaux informatiques) dans l'organisation, la gestion et la prise de décision. Comprendre les enjeux stratégiques (performance de l'organisation, avantage concurrentiel, veille stratégique, commerce électronique, etc.) des TI, incluant l'inforoute (Internet/World-Wide-Web, intranets, extranets), dans un contexte de mondialisation. Acquérir les habiletés d'analyse permettant de participer activement au processus d'adoption, de développement et d'implantation des TI dans l'organisation.

Concepts fondamentaux : définition et spécifications des notions de SI et de TI. La nature et les composantes des différents types de systèmes (systèmes transactionnels, SI de gestion, systèmes interactifs d'aide à la décision, SI pour dirigeants, systèmes experts, etc.). Planification stratégique des SI dans l'organisation (plan directeur). Développement d'un SI organisationnel (analyse, conception, implantation). Utilisation des SI dans l'optique managériale (pour la planification, le contrôle, la prise de décision), fonctionnelle (pour le marketing, la production, la finance, etc.) et stratégique (logistique, systèmes intégrés, SI inter-organisationnels, SI à base d'Internet) et choix des progiciels d'application.

SIF1040 Nouvelles applications des technologies de l'information (SIF1020 ou SIF1023)

Familiariser l'étudiant aux applications émergentes des nouvelles technologies de l'information (TI) dans une optique d'intégration interne et externe des processus d'opération et de gestion des organisations. Identifier les TI et le commerce électronique en tant que sources de valeur ajoutée et de compétitivité des entreprises, en tant que soutien à la gestion de la qualité, à la réingénierie des processus, à la gestion de la chaîne de valeur, à la gestion du savoir et en tant que soutien aux nouvelles formes d'organisation (entreprise réseau, entreprise virtuelle).

Applications de support individuel : systèmes d'aide à la décision, systèmes d'information pour dirigeants, systèmes experts et système à base de connaissances. Applications de support au travail de groupe : collecticiels, communication à base de technologie WEB. Applications de support intra-organisationnel : progiciels fonctionnels, progiciels intégrés. Applications de support inter/multi/extra organisationnel : EDI, Internet/intranet/extranet, commerce électronique, "consommateur-entreprise", "entreprise-entreprise".