

Crédits: 15

Présentation

En bref

Comment s'y prendre pour effectuer une analyse d'affaires et élaborer des solutions en technologies de l'information ? Comment satisfaire les besoins du consommateur dans l'économie numérique ? Comment réussir la mise en oeuvre des affaires électroniques, en particulier le commerce numérique, en fonction de nos objectifs stratégiques ? Comment gérer ces projets de transformation numérique ? Comment l'intelligence artificielle peut améliorer la performance organisationnelle ?

Le microprogramme de premier cycle en gestion de la transformation numérique offre une formation spécialisée visant à répondre à de telles questions. Il s'agit d'un programme bâti sur les connaissances du monde des affaires et des défis qu'il présente. Son objectif général est d'amener les candidats à acquérir des connaissances théoriques et pratiques dans le domaine de la gestion des technologies d'affaires. Le développement de ces habiletés rendra les candidats aptes à élaborer un processus de gestion de la transformation numérique fondé sur une approche systémique, adapté à leur champ d'intérêt. Pour obtenir de l'information au sujet de ce microprogramme, veuillez communiquer à l'adresse courriel suivante : dir.prem.cycle.adm@uqtr.ca.

Objectifs du programme

Ce microprogramme vise à former des candidats qui, par une meilleure compréhension de l'entreprise, de ses objectifs et de son environnement, sauront analyser et élaborer des solutions basées sur la transformation numérique. Son objectif général est d'amener l'étudiant à acquérir des connaissances théoriques et pratiques dans le domaine des technologies de l'information, et de leur gestion à l'ère numérique. Le développement de ces habiletés rendra les candidats aptes à élaborer un processus de gestion de la transformation numérique fondé sur une approche systémique, adapté à son champ d'intérêt, voire à leur situation professionnelle. La raison d'être de ce microprogramme est de permettre aux étudiants ayant une expérience de travail ou une formation de base dans le domaine des technologies de l'information ou dans un domaine connexe, de se familiariser avec les outils d'analyse et de décision propres à ce champ d'études.

Avenir : Carrière et débouchés

Qu'il s'agisse des tactiques traditionnelles ou des médias sociaux, la gestion de la transformation numérique est pratiquée tant par les individus que par les organisations. Pensons aux comptables, aux avocats ou à d'autres fournisseurs de services professionnels et toutes entreprises confondues qui utilisent les technologies de l'information pour commercialiser leurs services sans oublier le commerce de détail ou le commerce interentreprises qui s'échangent des produits ou services entre eux. La gestion de la transformation numérique se retrouve dans toutes les fonctions de l'organisation. Plusieurs organismes sans but lucratif (OSBL) et de l'Économie sociale utilisent également les technologies de l'information pour communiquer avec leur clientèle ou leurs membres comme c'est le cas des gouvernements, des hôpitaux, des salles de spectacles, des musées ou encore des groupes de protection de l'environnement. Selon les perspectives à long terme 2021-2025 du marché du travail au Québec, le domaine de la gestion de la transformation numérique continuera de connaître une croissance de l'emploi près de la moyenne provinciale. L'émergence constante de nouvelles applications des technologies de l'information, ainsi que l'augmentation de l'utilisation de l'intelligence artificielle permettra également de poursuivre cette croissance.

Atouts UQTR

Ce microprogramme pourra se compléter ensuite avec le certificat en gestion des technologies d'affaires (4077) et le baccalauréat en administration des affaires – Concentration en Gestion des Technologies d'Affaires (7264).

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Été, automne, hiver.

Ce programme est offert à temps partiel seulement.

Conditions d'admission

Études au Québec

Base DEC

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) sanctionnant un programme de formation générale ou professionnelle.

Base universitaire

Avoir réussi vingt et un crédits de cours universitaires.

Base expérience

Occuper ou avoir occupé une fonction permettant l'acquisition d'une expérience jugée pertinente par le Comité de sélection.

Études hors Québec

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

Modalités de sélection des candidatures

Pour le candidat adulte admissible dont on n'aura pu établir à l'aide du dossier qu'il possède des connaissances suffisantes, des cours d'appoint ainsi que le cours RSE1001 Réussir ses études : reconnaître et consolider ses compétences pourront lui être imposés.

Structure du programme et liste des cours

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

Cours obligatoires (15 crédits)

GTA1010 Analyse d'affaires et élaboration de solutions TI (SIF1020)
GTA1025 Gestion de projets SI et développement agile des technologies d'affaires (GTA1010)
MKA1001 Introduction au marketing
MKA1013 Commerce électronique et marketing numérique (MKA1001)
SIF1020 Systèmes d'information pour fins de gestion

Autres renseignements

Description des activités

GTA1010 Analyse d'affaires et élaboration de solutions TI (SIF1020)

Introduction à l'analyse et à la coordination des processus d'affaires d'une organisation. L'analyse et l'évaluation des processus d'affaires existants doivent amener l'étudiant à transformer ces derniers dans le but d'ajouter une valeur à l'entreprise et la rendre plus concurrentielle.

L'étudiant devra identifier les causes d'un problème d'affaires, modéliser les processus et les flux de données, concevoir une solution tout en tenant compte des besoins en information et en TI afin d'assurer une utilisation adéquate de celles-ci. L'acquisition ou le développement, l'implantation et l'exploitation de cette solution seront évalués dans un contexte de laboratoire.

Les aspects suivants seront abordés dans ce cours: Analyse et transformation des processus d'affaires. Gestion des processus d'affaires (Business Process Management, BPM) : normes, méthodes, outils. Méthodes disciplinées et agiles des cycles de vie du développement de solutions technologiques. Activités des projets de transformation : initiation, conception, élaboration, implémentation, entretien.

GTA1025 Gestion de projets SI et développement agile des technologies d'affaires (GTA1010)

Initiation aux différentes méthodes d'élaboration des systèmes d'information dont le développement agile (p. ex. prototypage rapide, programmation extrême, processus unifié rationnel et gestion par sprints). Comprendre l'importance et la valeur commerciale de l'entreprise attribuable à l'architecture de ses technologies d'affaires.

Identifier les bonnes pratiques dans la gestion des projets en technologies d'affaires et en évaluer l'externalisation, le cas échéant.

L'étudiant devra bien connaître les diverses approches d'élaboration des technologies d'affaires afin de garantir que les systèmes d'information qui en découleront puissent satisfaire non seulement les besoins actuels de l'entreprise, mais aussi ses besoins futurs. De plus, il devra également développer les compétences de planification et de contrôle efficace des étapes et des ressources nécessaires à la réalisation d'un projet TI.

Les aspects suivants seront abordés dans ce cours: Introduction à la gestion de projets TI et les méthodes agiles : principes, normes et outils. Equipes agiles : rôles et leadership des projets. Participation des parties prenantes.

Planification, gestion et contrôle agile. Évaluation agile des risques. Plateformes de développement agiles. Développement-opérations (DevOps).

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).

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 organisation, 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 oeuvre du commerce électronique (CÉ).

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 CÉ, le choix d'une infrastructure, la conception d'une solution technologique et la gestion des activités du CÉ.

SIF1020 Systèmes d'information pour fins de gestion

Comprendre le rôle et l'impact des systèmes d'information (SI) et des technologies de l'information (TI) pour une organisation, ses différents processus, sa gestion et sa prise de décision. Saisir les enjeux stratégiques des choix technologiques qui sont à faire dans un cadre de gestion (performance, avantage concurrentiel, alignement stratégique, etc.). Acquérir les connaissances permettant de participer activement au processus de choix, d'adoption, de développement, d'implantation et d'utilisation des SI/TI dans une organisation. Distinguer les rôles complémentaires des SI et des TI. Se familiariser avec leurs différentes applications à l'ère numérique (affaires et commerce électroniques, mobilité et sans fil, données massives, intelligence artificielle, etc.).

Concepts fondamentaux : définition et spécifications des notions de base relatives aux SI/TI (intégration, processus, approche sociotechnique, etc.). Nature et composantes des différents types de systèmes dédiés au traitement de l'information organisationnelle (transactionnels, de gestion, d'aide à la décision, pour dirigeants, etc.). Éléments de planification stratégique des SI/TI pour et dans une organisation (analyse de l'écosystème d'affaires, gouvernance, etc.). Utilisation des SI/TI à des fins de soutien à la gestion opérationnelle, tactique et stratégique par l'intermédiaire de SI fonctionnels, inter-fonctionnels, organisationnels et inter-organisationnels, incluant leurs différentes applications. Principes pour le développement des SI/TI et leur implantation dans une organisation (analyse des besoins, méthodes de conception, gestion de projet, facteurs de succès, etc.).