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

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

Structure du programme et liste des cours

PC 2e cycle gestion innovation PME

(Cheminement: 1)
À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits

Cours obligatoires (15 crédits)
L'étudiant doit réaliser les treize activités suivantes (15 crédits):

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

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

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

GIP6003 - Détection et évaluation des opportunités (1 crédit)

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

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

GIP6005 - Développement de produits (1 crédit)
Objectif :

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

Contenu :

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

de développement de produits de classe mondiale dans la stratégie technologique de l'entreprise.

GIP6006 - Implantation de l'innovation (1 crédit)

Objectif :

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

Contenu :

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

GIP6008 - Financement de l'innovation (1 crédit)

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

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

GIP6009 - Changement organisationnel (1 crédit)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Aborder les questions les plus courantes survenant en entreprise en matière de propriété intellectuelle et amorcer une réflexion sur l'éthique en regard de la valorisation de l'innovation.

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

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

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

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

GIP6015 - Mise en marché (1 crédit)

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

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

GIP6018 - Culture de l'innovation (1 crédit)

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

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

MBA6013 - Activité de synthèse

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

Le projet pourra prendre la forme :

- du diagnostic approfondi d'un projet, d'une fonction de l'entreprise, d'une organisation ou d'un secteur d'activité;

- de la rédaction d'un cas d'envergure;

- de l'élaboration d'un plan stratégique, marketing, RH, financier d'une organisation;

- de l'élaboration d'un plan d'affaires;

- de l'élaboration d'un plan directeur en systèmes d'information;

- de l'analyse d'un projet d'innovation récent selon toutes dimensions vues dans les cours (culture, production, interaction avec l'environnement, financement, risque, mise en marché, etc.);

- de l'élaboration d'une stratégie et plan de projet (planification et contrôle, performance, coût, risque et délais, etc.).

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

de l'évaluation des travaux, etc.).

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