Personne ressource: Raphaëlle Morin

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

Concentration en gestion des PME

(Cheminement: 1)

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

Cours obligatoires (30 crédits)

L'étudiant doit réaliser les activités suivantes (30 crédits) :

BFI6012 - Finance I (2 crédits)

Les informations financières et comptables constituent les sources d'information les plus utilisées en gestion afin d'évaluer la qualité des décisions passées, mais aussi pour aider à prendre des décisions qui auront un impact sur l'avenir d'une entreprise/organisation.

L'objectif du cours est de développer les compétences des étudiants à utiliser ces informations dans le cadre de leur travail. Pour cela, il est nécessaire de comprendre comment sont produites les informations financière et comptable, comment lire et prévoir ces informations pour en extraire l'essentiel et qu'est-ce qu'elles peuvent révéler ou non. Les principaux états financiers seront décortiqués afin de comprendre leur contenu et ce qu'ils représentent. Les techniques de base de l'analyse financière seront mises en pratique à travers des exemples réels qui permettront de mesurer quatre dimensions d'un bon diagnostic financier, soit la liquidité d'une entreprise, sa rentabilité, sa gestion et ses choix de financement. L'élaboration des états financiers prévisionnels sera abordée dans ce cours. Les indicateurs de performance et de risque des entreprises seront discutés dans un contexte de prise de décision.

MBA6001 - Économie de l'entreprise et des marchés

L'objectif du cours est d'approfondir des éléments de l'analyse économique managériale, sur la base notamment de concepts issus de l'économie de l'entreprise et de l'économie industrielle, permettant de mieux saisir les environnements de l'entreprise dans une perspective de gestion. L'étudiant sera en mesure d'identifier, de recueillir et d'interpréter les informations économiques pertinentes et il saura utiliser les outils permettant d'évaluer la position de l'entreprise dans son secteur et sur les marchés.

Les principaux éléments du contenu sont : concepts et théories identifiant et analysant les relations prix-quantités, les déterminants des revenus et des coûts de l'entreprise, le fonctionnement, l'analyse et l'organisation des différents types de marché, les modèles de fixation des prix et autres stratégies concurrentielles en fonction de ces marchés, les relations verticales et la théorie de l'agence et des coûts de transaction, et les modèles ayant trait aux enjeux en terme d'efficacité et de gestion.

MBA6004 - Le leadership mobilisateur

L'objectif de ce cours est d'aider à développer les habiletés personnelles, interpersonnelles et de groupe qui permettent à l'étudiant d'agir efficacement dans les organisations. Le contenu de cette formation s'organise autour de certaines habiletés de gestion fondamentales.

Les principaux éléments du contenu sont : acquisition d'une connaissance de soi, gestion du stress personnel, solution des problèmes de manière analytique et créative, communication de façon aidante, acquisition du pouvoir et de l'influence, motivation des autres, gestion des conflits de manière constructive, direction des entrevues, habilitation d'autrui et délégation de pouvoir, développement et gestion des équipes de travail efficaces, animation des réunions.

MBA6005 - Management stratégique

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

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

MBA6006 - Finance d'entreprise

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

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

MBA6007 - La gestion stratégique des ressources humaines

Le cours vise à faire connaître l'influence de la gestion des ressources humaines sur la performance des entreprises. L'étudiant sera en mesure : de formuler et de mettre en œuvre une stratégie de GRH adaptée à la réalité de l'organisation; de penser de manière stratégique avant d'agir sur une question liée aux ressources humaines; de cerner les questions éthiques concernant la GRH; de gérer le changement organisationnel en contexte de profondes mutations économiques, technologiques et sociales.

Les principaux éléments du contenu sont:

importance de la fonction "ressources humaines" dans la formulation des stratégies, - priorités des dirigeants face aux ressources humaines, - impacts des bouleversements économiques, technologiques et sociaux, - pratiques de gestion des ressources humaines dites "stratégiques".

MBA6008 - La gestion stratégique du marketing

Le cours veut permettre à l'étudiant d'approfondir les concepts du marketing en se familiarisant avec les nouvelles tendances de cette discipline ainsi qu'en les appliquant à des problèmes concrets des différents types d'organisations. Le cours veut également développer chez le participant la capacité de concevoir une stratégie marketing adaptée à la réalité de l'environnement externe et de bien l'intégrer à la stratégie globale de l'organisation.

Cadre d'analyse, diagnostic d'une situation d'affaires, méthode de résolution des problèmes de marketing, intégration des éléments de marketing dans un plan global et adapté à la réalité des organisations. Applications spécifiques du marketing : marketing international, marketing des services, marketing des organismes sans but lucratif et marketing en contexte industriel. Nouvelles technologies et stratégies marketing.

MBA6009 - Les systèmes d'information pour gestionnaires

Le cours veut familiariser l'étudiant aux bénéfices et aux limites de différents types de systèmes d'information à base d'ordinateur couramment utilisés en affaires. Il veut également le sensibiliser à la grande variété et à la richesse des problématiques managériales soulevées par les systèmes d'information. La perspective adoptée dans le cadre du cours est celle du gestionnaire et non celle de l'analyste, du directeur des SI ou d'autres spécialistes du domaine.

Les principaux éléments du contenu sont : caractéristiques des technologies de l'information et de la communication, - systèmes de gestion de bases de données, d'aide à la décision et systèmes d'information pour les dirigeants et systèmes experts, - commerce et affaires électroniques, - SI à avantage concurrentiel, - processus de développement des systèmes d'information.

MBA6010 - La gestion de la chaîne d'approvisionnement

L'objectif de ce cours est d'examiner les différents processus à l'œuvre le long de la chaîne d'approvisionnement manufacturière (principalement). Il s'agira également d'aborder le thème de la performance logistique avec les outils qui y sont requis.

Les principaux éléments du contenu sont : de l'aval vers l'amont, la gestion de la demande (notamment le processus de prévisions), la gestion des stocks, la planification des besoins matières et des approvisionnements, les codes à barres, l'utilisation du GPS et le juste-à-temps.

MBA6012 - Séminaire de rédaction (1 crédit)

Ce cours a comme objectif d'amener les participants à maîtriser la démarche rigoureuse de la rédaction d'un travail universitaire de deuxième cycle en gestion, qu'il s'agisse d'un rapport de recherche, d'une analyse de cas, du travail de session ou de tout autre travail universitaire. Les étudiants y apprendront les étapes et la méthode pour produire un travail de qualité professionnelle.

L'activité est évaluée à l'aide des mentions « S » (succès) et « E » (échec).

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.

Cours optionnels (15 crédits)

L'étudiant doit réaliser cinq cours (quinze crédits) de la

concentration en gestion des PME parmi les cours

suivants :

BFI6001 - Le diagnostic d'entreprise et la création de valeur

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

stratégiques de l'entreprise dans tous ses départements.

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

ECN6006 - Économie des PME

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

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

GAE6001 - Créativité, innovation et entrepreneuriat

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

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

GAE6004 - Gestion stratégique des P.M.E.

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

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

MBA6011 - Responsabilité sociale et développement durable

Ce cours vise la compréhension des concepts liés au développement durable et à la responsabilité sociale des entreprises. Le cours présente des notions de gestion des relations entre l'entreprise et ses multiples parties prenantes. Il donne à l'étudiant de nombreuses occasions de tenir compte des incidences des actions posées par les entreprises sur les divers environnements, soit économiques, sociaux et environnementaux. Puis, il permet d'identifier les pressions qui s'exercent sur l'entreprise pour qu'elle intègre ces dimensions à sa gestion.

L'étudiant acquiert une compréhension de ces enjeux contemporains et de la façon dont leur considération peut être intégrée à la prise de décision sous les angles de menaces, mais surtout d'opportunités stratégiques. Il permet aussi de s'approprier des outils de gestion (ex. écoconception, triple bilan, tableau de bord durable) leur permettant de concilier de multiples objectifs (économiques, sociaux, et environnementaux).

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

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

satisfaction des acteurs dans le respect de la mission de l'entreprise et dans l'atteinte des objectifs organisationnels.

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