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 diagnostic et interv. organisation

(Cheminement: 4)

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 (12 crédits)

L'étudiant doit réaliser les neuf activités de la concentration en diagnostic et intervention dans l'organisation (douze crédits) :

DIO6001 - L'univers organisationnel de l'entreprise (1 crédit)

Dans ce cours, le participant est appelé à mieux comprendre les différents environnements externes de l'entreprise et les effets de ces derniers sur le besoin constant de repositionnement stratégique de celle-ci. L'entreprise, en effet, en plus de ses propres contraintes, évolue dans un monde où les règles du jeu sont déterminées par une multitude d'autres décisions que les siennes. Le cours consistera à identifier et comprendre quelques-unes de ces différentes contraintes : les contraintes d'une économie mondialisée, le rôle des gouvernements, etc.

DIO6002 - L'intervenant et l'organisation et le diagnostic organisationnel (2 crédits)

Ce cours permettra aux différents participants de connaître les exigences personnelles et professionnelles propres aux intervenants internes et externes des organisations. Le participant sera ensuite amené à faire un survol des différents modèles utilisés généralement lors d'analyses organisationnelles (p. ex., PEST, SWOT, etc.) et de voir leur utilité dans la gestion stratégique, tactique et opérationnelle de l'entreprise.

DIO6003 - La gestion des interfaces et travail d'équipe (2 crédits)

Ce cours a comme objectif de préparer les intervenants organisationnels à mieux gérer leurs interactions tout au long de la phase du diagnostic organisationnel. Ce cours, axé sur les fondements du travail en équipe, se veut un élément incontournable dans cet important exercice qu'est le diagnostic d'entreprise.

DIO6004 - L'éthique dans le monde des affaires (1 crédit)

Ce cours permettra de sensibiliser le participant aux nombreux problèmes d'éthique inhérents à la profession de « conseiller à l'entreprise ». Sans négliger complètement les aspects déontologiques, le cours abordera surtout des questions éthiques telles que le transfert des solutions identifiées dans le cadre d'un mandat, la confidentialité des informations recueillies et la protection des participants, la diffusion des meilleures pratiques, le recours à des «cas vécus» dans la réalisation d'un mandat, les conflits d'intérêts qui résultent de «l'attachement» du consultant à certains outils, etc.

DIO6006 - Diagnostic et capital humain (1 crédit)

Dans ce cours, le participant poursuivra un triple objectif. Premièrement, le participant sera amené à mesurer l'importance de la GRH comme avantage compétitif pour la firme. Deuxièmement, il sera appelé à s'initier et à appliquer en milieu organisationnel certains modèles diagnostiques propres à l'évaluation de la gestion des ressources humaines. Finalement, suite au diagnostic, le participant devra proposer des solutions réalistes et applicables dans le but d'améliorer la fonction GRH et ainsi, accroître le niveau d'efficacité de la firme.

DIO6007 - Diagnostic de la performance et du risque (1 crédit)

Dans ce cours, le participant sera amené à analyser une entreprise sous deux dimensions soit celle qui permet de mieux comprendre les déterminants de la performance et celle qui montre où sont les facteurs de risque qui contribuent à sa vulnérabilité et qui expliquent pourquoi elle peut être incapable de réaliser avec succès ses différents projets. Les limites de l'information financière permettant de porter un diagnostic pertinent sur la performance et le risque seront également présentées.

DIO6008 - Diagnostic marketing et commercial (1 crédit)

L'objectif de ce cours est d'amener le participant à examiner de manière systématique et approfondie les orientations marketing de l'entreprise et les moyens mis en œuvre pour les suivre. Les techniques de l'audit marketing et l'approche de la check-list seront privilégiées afin d'identifier les ressources marketing inutilisées et de favoriser la mise en œuvre d'actions profitables. Le participant sera ainsi en mesure de réunir et de diffuser l'information nécessaire à l'établissement d'un diagnostic de la fonction marketing et ventes dans le but d'améliorer la position de l'entreprise et l'utilisation de ses ressources marketing.

DIO6009 - Diagnostic de la capacité à innover (1 crédit)

Après avoir décrit les différentes formes d'innovation, un modèle de «PME innovante» sera présenté, ainsi que les différents facteurs clés qui devraient permettre d'accroître le potentiel d'innovation d'une entreprise. Les participants verront les différentes composantes de l'innovation et apprendront à en vérifier la présence dans les entreprises. Finalement, après avoir mesuré la présence des différents facteurs clés, les participants devront formuler des recommandations et un plan des différentes actions que devrait initier l'entreprise pour accroître son potentiel d'innovation.

DIO6011 - Changement organisationnel et intervention (2 crédits)

Ce cours a comme objectif de permettre aux participants d'expérimenter une démarche complète de diagnostic organisationnel. Plus particulièrement, l'étudiant verra dans cette formation : le diagnostic de l'organisation; les outils d'analyse; les différents types d'interventions; les meilleures pratiques (Best Practices) en développement organisationnel.

Cours complémentaires (3 crédits)

Un ou des cours choisis parmi tous les cours offerts dans l'un ou l'autre des cheminements de MBA.