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 gestion de la communication

(Cheminement: 5)

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 les cinq activités de la

concentration en gestion de la communication

(quinze crédits) :

COM6020 - Culture, communication et publics

Initiation au champ de la communication et analyse de la contribution de l'approche communicationnelle à l'étude de la culture. Exploration des théories et des modèles qui, en sociologie de la culture, ont permis l'étude des publics de la culture. Étude du rôle des textes dans les médiations culturelles par l'analyse des pratiques professionnelles des acteurs, des méthodes qu'ils mobilisent et des effets de celles-ci sur différentes catégories de publics. Analyse des techniques de rédaction de textes destinés à différentes catégories de publics, notamment ceux des monuments, des

musées, des expositions, des centres, et réflexion sur les variables influençant leur réception.

COM6035 - L'interculturel dans la ville, les médias et le numérique

Ce séminaire abordera d'abord la communication telle que théorisée et pensée dans différentes régions du monde et selon différentes cultures. Dans la foulée seront abordées la complexité de la communication dans la rencontre de l'Autre et la nécessité de mettre en relation les différentes visions par la communication (inter)culturelle. Ce séminaire propose en outre de développer des habiletés utiles dans une variété de contextes interculturels, que ce soit dans la vie sociale ou professionnelle, au pays ou à l'étranger. Les participants seront également amenés à se questionner sur des enjeux liés à la diversification humaine dans les villes, tels : la rencontre, les stratégies identitaires, l'intervention et la gestion. Enfin, ce séminaire mettra l'accent sur l'importance des pratiques médiatiques et numériques de personnes appartenant à des horizons culturels différents.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées à partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6036 - Communication politique et analyse des messages médiatisés

Ce séminaire abordera des problématiques relevant de l'analyse des messages médiatisés. Par le biais de l'étude de différents concepts, théories et approches, les étudiants seront en mesure de mieux appréhender les phénomènes rattachés à la médiatisation : de la communication politique à l'analyse des médias socionumériques, en passant par la presse écrite et télévisuelle, de même que la publicité. À la suite de ce séminaire, les étudiants auront développé un regard analytique, critique et pratique leur permettant d'œuvrer dans différentes organisations et d'étudier un ensemble d'enjeux politiques, culturels, sociaux et technologiques associés aux médias.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées à partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6038 - Évaluer pour communiquer

L'objectif de ce séminaire est d'éclairer le rôle que joue l'évaluation dans la planification de la communication. À l'aide de cas concrets où des professionnels tentent d'influencer l'individu par l'entremise de la communication (par exemple, le marketing social), les étudiants seront mieux à même de comprendre la manière dont l'évaluation peut contribuer à la conception ainsi qu'à la mesure de l'impact de la communication.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées à partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6039 - Communication numérique et en réseau

Mieux comprendre l'émergence du web relationnel dans nos sociétés et surtout dans nos interactions quotidiennes constitue l'objectif premier de ce séminaire. Les étudiants auront l'occasion de se familiariser avec les principales théories sociologiques contemporaines s'intéressant à la conception, la diffusion et l'appropriation de différentes plateformes de convivialité et de sociabilité. À titre d'exemple, en vue de de mieux identifier leur pertinence sociale et scientifique, nous étudierons les usages des médias sociaux par les individus, les entreprises et les différents organismes.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées à partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.