Personne ressource: Nathalie Lafontaine

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

Structure du programme et liste des cours

MP en gestion de la transformation numérique

(Cheminement: 1)

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

Cours obligatoires (15 crédits)

L'étudiant doit suivre les cours suivantes (quinze crédits) :

GTA1010 - Analyse d'affaires et élaboration de solutions TI

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

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. Équipes 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

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.).