



## Maîtrise en administration

### RENSEIGNEMENTS

819 821-7333 (téléphone)

819 821-7364 (télécopieur)

[m.sc.adm@USherbrooke.ca](mailto:m.sc.adm@USherbrooke.ca) (adresse électronique)

[madm.adm@USherbrooke.ca](mailto:madm.adm@USherbrooke.ca) (2<sup>e</sup> adresse électronique)

RESPONSABILITÉ : Faculté d'administration

### LIEUX DE FORMATION ET TRIMESTRES D'ADMISSION

- Sherbrooke : admission au trimestre d'automne
- la concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information est offerte à Longueuil au trimestre d'automne

GRADE : Maître en administration<sup>(1)</sup> M. Adm., Maître ès sciences<sup>(1)</sup> M. Sc.

La maîtrise en administration permet un cheminement de type cours offrant onze concentrations :

- concentration en communication marketing;
- concentration en finance;
- concentration en gestion du commerce électronique;
- concentration en gestion du développement durable;
- concentration en gestion internationale;
- concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information;
- concentration en intervention et changement organisationnel;
- concentration en management public;
- concentration en marketing;
- concentration en sciences comptables;
- concentration en stratégie de l'intelligence d'affaires.

ainsi qu'un cheminement de type recherche comportant six domaines de recherche :

- domaine finance;
- domaine gestion du commerce électronique;
- domaine intervention et changement organisationnel;
- domaine marketing;
- domaine sciences comptables;
- domaine stratégie de l'intelligence d'affaires.

### OBJECTIFS

#### Objectifs généraux

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de poursuivre l'acquisition de connaissances liées à sa formation antérieure ou d'acquiescer une formation spécialisée dans l'une des concentrations du programme ou l'un de ses domaines de recherche :
- soit, dans le cheminement de type cours, d'acquiescer des connaissances plus spécifiques, d'apprendre à analyser des situations précises et de développer les habiletés nécessaires à une intervention appropriée;
- soit, dans le cheminement de type recherche, d'apprendre à effectuer une recherche sur un sujet donné, de maîtriser une méthode de recherche et d'être en mesure de communiquer les résultats de ses travaux;
- de devenir apte à contribuer à la résolution de problèmes de gestion au sein d'équipes multidisciplinaires.

#### Objectifs spécifiques

### DANS LA CONCENTRATION EN COMMUNICATION MARKETING

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de mieux saisir les enjeux liés à la communication marketing;
- d'acquiescer une vision intégrée de la communication marketing dans les organisations et d'en maîtriser l'ensemble des éléments;
- d'analyser et de concevoir l'ensemble des éléments d'une stratégie de communication marketing.

### DANS LA CONCENTRATION EN GESTION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de mieux saisir les enjeux techniques, technologiques et marketing d'une application en commerce électronique;
- de comprendre en profondeur les principales étapes du développement d'une application en commerce électronique : analyse, planification, conception, développement et contrôle;
- de concevoir une stratégie efficace et réaliste de développement électronique d'une entreprise.

### DANS LA CONCENTRATION EN GESTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquiescer les connaissances et les compétences de gestion nécessaires au processus d'analyse, de conception, de mise en œuvre et d'évaluation d'une problématique liée au développement durable dans les entreprises;
- d'orienter et d'aider les entreprises dans une démarche de valorisation du développement durable;
- de développer un esprit critique quant aux avenues de développement durable qui s'offrent aux organisations;
- de devenir apte à remplir une fonction conseil de même qu'à effectuer des tâches variées et multifonctionnelles en lien avec la formation reçue.

### DANS LA CONCENTRATION EN GOUVERNANCE, AUDIT ET SÉCURITÉ DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'approfondir les connaissances et les compétences reliées aux aspects techniques et théoriques des technologies de l'information;
- de maîtriser les concepts reliés à la gouvernance, au contrôle et à l'audit de sécurité des technologies de l'information;
- de maîtriser les nouveaux outils d'analyse des risques reliés à l'utilisation des technologies de l'information;
- d'apprendre à analyser des situations précises et à développer les habiletés nécessaires pour mener des mandats en relation avec les technologies de l'information.

### DANS LA CONCENTRATION EN MANAGEMENT PUBLIC

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquiescer des compétences basées sur des approches de gestion nouvelles et innovatrices et sur des notions de développement adaptées lui permettant de mieux comprendre le contexte socioéconomique dans lequel elle ou il évolue;
- de maîtriser les éléments essentiels de la planification stratégique d'organisations en changement dans lesquelles elle ou il assumera des fonctions de gestion et de développement.

### DANS LA CONCENTRATION EN STRATÉGIE DE L'INTELLIGENCE D'AFFAIRES

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de saisir, évaluer et critiquer les enjeux stratégiques et technologiques de la mise en œuvre d'une stratégie d'intelligence d'affaires dans les organisations;
- d'acquiescer et de maîtriser les connaissances et les compétences de gestion nécessaires au processus d'analyse, de conception, de mise en œuvre et d'évaluation d'une stratégie de l'intelligence d'affaires;
- de maîtriser l'utilisation des technologies de l'intelligence d'affaires et leur apport stratégique pour divers contextes décisionnels;
- de maîtriser les bases théoriques et pratiques de l'approche scientifique en intelligence d'affaires.

### ADMISSION

#### Conditions générales

Détenir un grade de 1<sup>er</sup> cycle en administration ou l'équivalent. Avoir obtenu une moyenne cumulative d'au moins 2,7 dans un système où la note maximale est de 4,3 ou avoir obtenu des résultats scolaires jugés équivalents. Une candidate ou un candidat détenant un grade de 1<sup>er</sup> cycle dans un autre champ d'études peut également être admis; une propédeutique pour laquelle elle ou il devra obtenir une moyenne minimale de 3,0 sur 4,3 pourra être exigée pour les activités pédagogiques jugées pertinentes à la concentration dans laquelle elle ou il veut s'inscrire.

Les candidates et candidats qui ne répondent pas à ces conditions peuvent être admis sur la base d'une formation ou d'une expérience jugées équivalentes.

#### Conditions particulières

- La candidate ou le candidat devra avoir obtenu une moyenne cumulative d'au moins 3,0 dans un système où la note maximale est de 4,3 pour les activités pédagogiques jugées pertinentes pour la concentration dans laquelle elle ou il veut s'inscrire.
- Concentration en communication marketing : les études de 1<sup>er</sup> cycle doivent inclure une spécialisation en communication marketing ou l'équivalent.
- Concentration en finance : les études de 1<sup>er</sup> cycle doivent inclure une concentration en finance ou l'équivalent.
- Concentration en gestion du commerce électronique : les études de 1<sup>er</sup> cycle doivent inclure une concentration en gestion de l'information et des systèmes ou en marketing ou l'équivalent.
- Concentration en gestion internationale : la candidate ou le candidat doit avoir une connaissance adéquate de la langue anglaise écrite et parlée.
- Concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information : la candidate ou le candidat doit avoir obtenu le diplôme de 2<sup>e</sup> cycle en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information de l'Université de Sherbrooke.
- Concentration en intervention et changement organisationnel : la candidate ou le candidat dont les études de 1<sup>er</sup> cycle incluent une concentration en management, en gestion des ressources humaines ou en relations industrielles sera privilégié.
- Concentration en management public : la candidate ou le candidat détenant un grade de 1<sup>er</sup> cycle dans un autre champ d'études peut être admis. Cependant, la candidate ou le candidat détenant un grade de 1<sup>er</sup> cycle en économie, en droit, en sciences politiques et ou en sociologie des organisations sera privilégié.
- Concentration en marketing : les études de 1<sup>er</sup> cycle doivent inclure une concentration en marketing ou l'équivalent.
- Concentration en sciences comptables : la candidate ou le candidat doit avoir obtenu le diplôme de 2<sup>e</sup> cycle en comptabilité financière de l'Université de Sherbrooke.

#### Exigence d'admission

Pour les cheminement de type recherche, la candidate ou le candidat s'assure qu'une professeure ou un professeur spécialisé dans le champ de compétence approprié accepte de diriger sa recherche. Dans l'hypothèse où la candidate ou le candidat n'ait pu remplir cette condition au plus tard à la fin du trimestre suivant l'admission, elle ou il devra s'inscrire dans le cheminement de type cours et ce, à partir de la session d'hiver suivant l'année de son admission.

#### Critères de sélection

La sélection des candidates et candidats se fait sur la base de la qualité du dossier scolaire et de la qualité des lettres de référence.

#### RÉGIMES DES ÉTUDES ET D'INSCRIPTION

Régime régulier à temps complet sauf pour la concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information qui est offerte à temps partiel.

#### MODALITÉS DE FORMATION DE LA CONCENTRATION EN COMMUNICATION MARKETING

Pour la concentration en communication marketing, la séquence de la formation est la suivante :

- le trimestre d'automne (15 crédits) a lieu à l'Université de Sherbrooke (Campus principal);
- le trimestre d'hiver (15 crédits) a lieu à l'Université de Sherbrooke (Campus de Longueuil);
- le trimestre d'été (15 crédits) a lieu à l'Université de Sherbrooke (Campus de Longueuil).

#### MODALITÉS DE FORMATION DE LA CONCENTRATION EN GESTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pour la concentration en gestion du développement durable, la séquence de la formation est la suivante :

- le trimestre d'automne (18 crédits) a lieu à l'Université de Sherbrooke;
- le trimestre d'hiver (18 crédits) a lieu à l'École supérieure de commerce et de management (Tours);
- l'intervention-essai (9 crédits) peut être réalisée partout dans le monde sous la supervision d'une professeure ou d'un professeur de l'Université de Sherbrooke ou de l'École supérieure de commerce et de management.

#### MODALITÉS DE FORMATION DE LA CONCENTRATION EN GESTION INTERNATIONALE

Pour la concentration en gestion internationale, la séquence de la formation est la suivante :

- le trimestre d'automne (18 crédits) a lieu à l'Université de Sherbrooke;
- le trimestre d'hiver (18 crédits) a lieu à l'École supérieure de commerce et de management (Poitiers);
- l'intervention-essai (9 crédits) peut être réalisée partout dans le monde sous la supervision d'une professeure ou d'un professeur de l'Université de Sherbrooke ou de l'École supérieure de commerce et de management.

#### MODALITÉS DE FORMATION DE LA CONCENTRATION EN GOUVERNANCE, AUDIT ET SÉCURITÉ DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

Pour la concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information, l'étudiante ou l'étudiant :

- complète l'ensemble de sa formation à l'Université de Sherbrooke (Campus de Longueuil).

#### MODALITÉS DE FORMATION DE LA CONCENTRATION EN MANAGEMENT PUBLIC

Pour la concentration en management public, l'étudiante ou l'étudiant :

- peut choisir de compléter la moitié de son programme d'études à l'étranger (Université d'Aix-Marseille III) : un principe de réciprocité sera appliqué quant au nombre d'étudiantes ou d'étudiants en programme d'échange dans chacune des institutions;
- l'intervention-essai (9 crédits) peut être réalisée partout dans le monde sous la supervision d'une professeure ou d'un professeur de l'Université de Sherbrooke.

**CRÉDITS EXIGÉS : 45**

#### PROFIL DES ÉTUDES

#### CHEMINEMENT DE TYPE COURS

Le cheminement de type cours comporte onze concentrations. L'étudiante ou l'étudiant doit obligatoirement en choisir une parmi les onze suivantes : communication marketing, finance, gestion du commerce électronique, gestion du développement durable, gestion internationale, gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information, intervention et changement organisationnel, management public, marketing, sciences comptables, stratégie de l'intelligence d'affaires.

Quelle que soit la concentration choisie, l'étudiante ou l'étudiant doit respecter les exigences du tronc commun suivant :

#### TRONC COMMUN (6 crédits)

#### Activités pédagogiques à option (6 crédits)

#### BLOC 1

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration :

ADM 741	Gestion de projet	CR
DAT 822	Gestion de projet en gouvernance des TI	3
MAR 801	Gestion de projet en communication marketing	3
MQG 800	Statistiques avancées	3
MQG 810	Traitement statistique des données	3
MQG 811	Analyse statistique des données	3

#### BLOC 2

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration :

CTB 860	Méthodes de recherche appliquée	CR
DAT 824	Méthodes de recherche appliquée	3
DVD 802	Méthodes d'analyse en développement durable	3
FEC 860	Séminaire de recherche appliquée	3
GIS 860	Séminaire de recherche appliquée	3
GIS 861	Méthode de recherche en intelligence d'affaires	3
ICO 817	Méthodes de recherche et de diagnostic	3
INT 814	Méthodes de recherche appliquée	3
MAR 802	Recherche en communication marketing	3
MAR 862	Méthodes de recherche en marketing	3
MMP 808	Atelier de recherche en management public	3

#### ACTIVITÉS DE CONCENTRATION (39 crédits)

#### CONCENTRATION EN COMMUNICATION MARKETING

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

#### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM 810	Intervention dans le milieu	CR
CCM 800	Audit de communication marketing	3
CRM 801	Pratiques avancées en relations publiques	3
CRM 802	Éthique et déontologie	3
CRM 803	Stratégies de création publicitaire	3
ESS 880	Essai	6
MAR 803	Marketing et comportement de consommation	3
MAR 804	Pratiques avancées en gestion de la marque	3
MAR 805	Planification et placement média	3
MAR 806	Promotion des ventes et marketing direct	3
MAR 807	Communication et commerce électronique	3
MAR 808	L'agence et le client	1
MAR 809	Identité visuelle et design de l'emballage	1
MAR 811	Aspects légaux de la communication marketing	1

## CONCENTRATION EN FINANCE

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 18 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration
- 21 crédits d'activités pédagogiques à option de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (18 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu
FEC	810	Fondements théoriques de la finance
FEC	822	Analyse des décisions financières
FEC	830	Marché des capitaux

### Activités pédagogiques à option (21 crédits)

Sept activités choisies parmi les suivantes :

CTB	813	Contrôle et analyse de la performance des entreprises
FEC	800	Analyse économique
FEC	815	Analyse approfondie des états financiers
FEC	816	Analyse, évaluation de la performance des firmes
FEC	830	Marché des capitaux
FEC	844	Pratique professionnelle
FEC	851	Séminaire d'analyse financière
FEC	852	Séminaire de gestion de portefeuille
FEC	855	Instruments financiers dérivés
FEC	856	Gestion des risques d'une entreprise
FEC	870	Lectures dirigées en finance de marché
FEC	873	Lectures dirigées en gestion financière
FEC	874	Évaluation des entreprises
FEC	877	Gestion financière stratégique
FIS	800	Fiscalité et gestion financière
MQG	802	Modèles statistiques multivariés

## CONCENTRATION EN GESTION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu
ESS	880	Essai
GCE	801	Fondements théoriques du commerce électronique
GCE	805	Stratégie et commerce électronique
GCE	810	Aspects légaux du commerce électronique
GCE	815	Diagnostic d'un projet de commerce électronique
GCE	820	Planification d'un projet de commerce électronique
GCE	825	Conception d'un projet de commerce électronique
GCE	830	Développement d'un projet de commerce électronique
GCE	835	Implantation d'un projet de commerce électronique
GIS	821	Technologie du commerce électronique
MAR	824	Marketing et commerce électronique

## CONCENTRATION EN GESTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu
DVD	800	Fondements théoriques du développement durable
DVD	801	Duraconception et écoconception
DVD	804	Gouvernance et éthique en développement durable
DVD	807	Stratégie d'entreprise et développement durable <sup>(3)</sup>
DVD	813	Évaluation extra-financière de l'entreprise <sup>(3)</sup>
DVD	815	Communication et développement durable <sup>(3)</sup>
DVD	816	Développement durable et collectivité publique <sup>(3)</sup>
DVD	818	Nouvelles frontières de la finance responsable <sup>(3)</sup>
DVD	820	Les enjeux du développement durable <sup>(3)</sup>
ESS	880	Essai
ICO	861	Interventions en développement organisationnel

## CONCENTRATION EN GESTION INTERNATIONALE

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	804	Gestion internationale et design d'entreprise
ADM	810	Intervention dans le milieu
ESS	880	Essai
INT	625	Droit des affaires internationales <sup>(2)</sup>
INT	626	Stratégie d'internationalisation <sup>(2)</sup>
INT	627	Environnement et marketing international <sup>(2)</sup>
INT	629	Finance internationale <sup>(2)</sup>
INT	630	Logistique internationale <sup>(2)</sup>

INT	632	Géopolitique <sup>(2)</sup>	3
INT	811	Finance et entreprises mondiales	3
INT	813	Stratégie et information comptable	3
INT	815	Marketing direct international	3

## CONCENTRATION EN GOUVERNANCE, AUDIT ET SÉCURITÉ DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu	3
DAT	802	Infrastructure technologique	3
DAT	808	Protection des actifs informationnels	3
DAT	812	Acquisition et mise en place des applicatifs d'affaires	3
DAT	816	Gestion des risques et processus d'affaires	3
DAT	818	Continuité des affaires et résilience	3
DAT	820	Aspects légaux et éthiques des TI	3
DAT	823	Gouvernance des TI	3
DAT	826	Organisation et gestion des TI	3
DAT	830	Audit des TI	3
DAT	834	Information comptable, gestion de performance	3
ESS	880	Essai	6

## CONCENTRATION EN INTERVENTION ET CHANGEMENT ORGANISATIONNEL

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu	3
ESS	880	Essai	6
ICO	805	Gestion des connaissances dans l'économie du savoir	3
ICO	810	Mesures de performance organisationnelle	3
ICO	811	Fondements en changement organisationnel	3
ICO	812	Habilités d'intervention	3
ICO	813	Analyse de processus et gestion de projet	3
ICO	815	Séminaire de GRH	3
ICO	821	Stratégies de mobilisation	3
ICO	841	Habilités de formation	3
ICO	861	Interventions en développement organisationnel	3
INS	754	Intrapreneuriat et innovation dans les organisations	3

## CONCENTRATION EN MANAGEMENT PUBLIC

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

La concentration en management public permet le choix entre deux profils : le profil en gestion du secteur public ou le profil en gestion du développement local et international.

### Profil en gestion du secteur public

#### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu	3
CTB	820	Gestion budgétaire	3
ECN	852	Économie du secteur public	3
ECN	855	Problèmes économiques du développement international	3
ESS	880	Essai	6
GRH	820	Ressources humaines et gestion du changement	3
INS	803	Intrapreneurship organisationnel	3
MMP	800	Fondements théoriques en management public	3
MMP	801	Modernisation du management public	3
MMP	802	Transfert des connaissances et mondialisation	3
MMP	805	Management par les processus	3
MMP	806	Management stratégique de l'innovation	3

### Profil en gestion du développement local et international

#### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	804	Gestion internationale et design d'entreprise	3
ADM	810	Intervention dans le milieu	3
CTB	820	Gestion budgétaire	3
DVL	831	Analyse stratégique du développement local	3
ESS	880	Essai	6
GRH	820	Ressources humaines et gestion du changement	3
INS	803	Intrapreneurship organisationnel	3
MMP	800	Fondements théoriques en management public	3
MMP	801	Modernisation du management public	3
MMP	802	Transfert des connaissances et mondialisation	3
MMP	806	Management stratégique de l'innovation	3
MMP	807	Gestion du développement local et international	3

## CONCENTRATION EN MARKETING

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu	3
ESS	880	Essai	6
MAR	815	Modèles d'aide à la décision en marketing	3
MAR	823	Gestion de l'innovation de produits	3
MAR	832	Marketing et sciences du comportement	3
MAR	836	Consultation et méthodes qualitatives	3
MAR	837	Marketing stratégique	3
MAR	851	Contrôle d'efficacité en marketing	3
MAR	873	Gestion de la marque	3
MAR	876	Marketing vert	3
MAR	877	Nouvelles tendances en théories marketing	3
MQG	802	Modèles statistiques multivariés	3

## CONCENTRATION EN SCIENCES COMPTABLES

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

CTB	840	Problématiques contemporaines en comptabilité I	3
CTB	841	Problématiques contemporaines en comptabilité II	3
CTB	842	Analyse de situations professionnelles I	3
CTB	843	Thématiques d'affaires de la profession	3
CTB	845	Application des connaissances	3
CTB	846	Analyse de situations professionnelles II	3
CTB	850	Intégration : compétences de la profession I	3
CTB	863	Analyse de situations professionnelles III	3
CTB	864	Intégration : compétences de la profession II	3
CTB	865	Intégration : compétences de la profession III	3

## CONCENTRATION EN STRATÉGIE DE L'INTELLIGENCE D'AFFAIRES

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	810	Intervention dans le milieu	3
ESS	880	Essai	6
GIS	800	Fondements de l'intelligence d'affaires	3
GIS	802	Stratégie de l'intelligence d'affaires	3
GIS	803	Collecte de données en intelligence d'affaires	3
GIS	804	Gestion des connaissances	3
GIS	805	Structuration et analyse multidimensionnelle	3
GIS	806	Création et gestion des entrepôts de données	3
GIS	807	Tableaux de bord et informatique décisionnelle	3
GIS	808	Intelligence compétitive et géospatiale	3
MQG	812	Techniques de forage de données	3
MQG	813	Statistiques décisionnelles avancées	3

## CHEMINEMENT DE TYPE RECHERCHE

Le cheminement de type recherche comporte 6 domaines de recherche. L'étudiante ou l'étudiant doit obligatoirement en choisir un parmi les 6 suivants : comptabilité, finance, gestion du commerce électronique, intervention et changement organisationnel, marketing, stratégie de l'intelligence d'affaires.

## DOMAINE FINANCE

### Activités pédagogiques obligatoires (36 crédits)

ADM	891	Activités de recherche I	3
ADM	892	Activités de recherche II	3
ADM	893	Activités de recherche III	3
FEC	810	Fondements théoriques de la finance	3
FEC	822	Analyse des décisions financières	3
FEC	860	Séminaire de recherche appliquée	3
MEM	800	Mémoire	15
MQG	800	Statistiques avancées	3

### Activités pédagogiques à option (9 crédits)

Trois activités choisies parmi les suivantes :

ADM	894	Activités de recherche IV	3
ADM	895	Activités de recherche V	3
CTB	813	Contrôle et analyse de la performance des entreprises	3
FEC	800	Analyse économique	3
FEC	815	Analyse approfondie des états financiers	3
FEC	816	Analyse, évaluation de la performance des firmes	3
FEC	830	Marché des capitaux	3

FEC	840	Théorie de portefeuille	3
FEC	851	Séminaire d'analyse financière	3
FEC	852	Séminaire de gestion de portefeuille	3
FEC	855	Instruments financiers dérivés	3
FEC	856	Gestion des risques d'une entreprise	3
FEC	870	Lectures dirigées en finance de marché	3
FEC	873	Lectures dirigées en gestion financière	3
FEC	874	Évaluation des entreprises	3
FIS	800	Fiscalité et gestion financière	3
MQG	802	Modèles statistiques multivariés	3

## DOMAINE GESTION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

### Activités pédagogiques obligatoires (27 crédits)

ADM	891	Activités de recherche I	3
ADM	892	Activités de recherche II	3
ADM	893	Activités de recherche III	3
MEM	800	Mémoire	15
MQG	810	Traitement statistique des données	3

### Activités pédagogiques à option (18 crédits)

Une activité choisie parmi les suivantes :

GIS	860	Séminaire de recherche appliquée	3
MAR	862	Méthodes de recherche en marketing	3

Cinq activités choisies parmi les suivantes :

ADM	894	Activités de recherche IV	3
ADM	895	Activités de recherche V	3
GCE	801	Fondements théoriques du commerce électronique	3
GCE	805	Stratégie et commerce électronique	3
GCE	810	Aspects légaux du commerce électronique	3
GIS	821	Technologie du commerce électronique	3
MAR	824	Marketing et commerce électronique	3

## DOMAINE INTERVENTION ET CHANGEMENT ORGANISATIONNEL

### Activités pédagogiques obligatoires (30 crédits)

ADM	891	Activités de recherche I	3
ADM	892	Activités de recherche II	3
ADM	893	Activités de recherche III	3
ICO	817	Méthodes de recherche et de diagnostic	3
MEM	800	Mémoire	15
MQG	810	Traitement statistique des données	3

### Activités pédagogiques à option (15 crédits)

Cinq activités choisies parmi les suivantes :

ADM	805	Management interculturel	3
ADM	894	Activités de recherche IV	3
ADM	895	Activités de recherche V	3
ICO	805	Gestion des connaissances dans l'économie du savoir	3
ICO	810	Mesures de performance organisationnelle	3
ICO	812	Habilités d'intervention	3
ICO	815	Séminaire en GRH	3
ICO	821	Stratégies de mobilisation	3
ICO	841	Habilités de formation	3
ICO	861	Interventions en développement organisationnel	3
MQG	805	Gestion à valeur ajoutée	3

## DOMAINE MARKETING

### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	891	Activités de recherche I	3
ADM	892	Activités de recherche II	3
ADM	893	Activités de recherche III	3
MAR	832	Marketing et sciences du comportement	3
MAR	862	Méthodes de recherche en marketing	3
MAR	871	Séminaire de théorie en marketing	3
MEM	800	Mémoire	15
MQG	800	Statistiques avancées	3
MQG	802	Modèles statistiques multivariés	3

### Activités pédagogiques à option (6 crédits)

Deux activités choisies parmi les suivantes :

ADM	894	Activités de recherche IV	3
ADM	895	Activités de recherche V	3
MAR	814	Modèles quantitatifs en marketing	3

MAR	823	Gestion de l'innovation de produit
MAR	836	Consultation et méthodes qualitatives
MAR	837	Marketing stratégique
MAR	851	Contrôle d'efficacité en marketing
MAR	873	Gestion de la marque
MAR	875	Commerce et marketing international

#### DOMAINE SCIENCES COMPTABLES

##### Activités pédagogiques obligatoires (30 crédits)

ADM	891	Activités de recherche I
ADM	892	Activités de recherche II
ADM	893	Activités de recherche III
CTB	860	Méthodes de recherche appliquée
MEM	800	Mémoire
MQG	810	Traitement statistique des données

##### Activités pédagogiques à option (15 crédits)

Cinq activités choisies parmi les suivantes :

ADM	804	Gestion internationale et design d'entreprise
ADM	894	Activités de recherche IV
ADM	895	Activités de recherche V
CTB	821	Séminaire de comptabilité financière
CTB	822	Séminaire de comptabilité de management
ICO	810	Mesures de performance organisationnelle
ICO	851	Réingénierie des processus

#### DOMAINE STRATÉGIE DE L'INTELLIGENCE D'AFFAIRES

##### Activités pédagogiques obligatoires (39 crédits)

ADM	891	Activités de recherche I	3	CR
ADM	892	Activités de recherche II	3	
ADM	893	Activités de recherche III	3	
GIS	800	Fondements de l'intelligence d'affaires	3	
GIS	802	Stratégie de l'intelligence d'affaires	3	
GIS	803	Collecte de données en intelligence d'affaires	3	
GIS	861	Méthode de recherche en intelligence d'affaires	3	
MEM	800	Mémoire	15	
MQG	811	Analyse statistique des données	3	

##### Activités pédagogiques à option (6 crédits)

Choisies parmi les activités pédagogiques suivantes :

GIS	804	Gestion des connaissances	3	CR
GIS	805	Structuration et analyse multidimensionnelle	3	
GIS	806	Création et gestion des entrepôts de données	3	
GIS	807	Tableaux de bord et informatique décisionnelle	3	
GIS	808	Intelligence compétitive et géospatiale	3	
MQG	812	Techniques de forage de données	3	
MQG	813	Statistiques décisionnelles avancées	3	

- (1) Pour les concentrations en communication marketing, en gestion du développement durable, en gestion internationale, en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information et en management public, le grade est maître en administration et le sigle est M. Adm.
- (2) Ces activités pédagogiques sont offertes à l'École supérieure de commerce et de management (Poitiers).
- (3) Ces activités pédagogiques sont offertes à l'École supérieure de commerce et de management (Tours).

## Description des activités pédagogiques

### ADM

**ADM 741** 3 cr.

#### Gestion par projet

Objectif : entrer en contact avec les concepts, les modèles et les outils de gestion reliés à la gestion par projet.

Contenu : en quatre grandes parties : étude des projets comme phénomène organisationnel. Évaluation et prise de décision. Techniques de planification et contrôle de projet quant aux variables temps, coûts et qualité. Techniques d'avant-garde tels l'intelligence artificielle et les systèmes experts appliqués à la gestion par projet.

**ADM 804** 3 cr.

#### Gestion internationale et design d'entreprise

Objectifs : approfondir la théorie des organisations et revoir les principes de design organisationnel; acquérir les connaissances nécessaires pour concevoir des stratégies d'accès aux marchés internationaux; apprendre à analyser une situation concurrentielle pouvant conduire à l'action.

Contenu : sensibilisation au nouvel environnement concurrentiel. La théorie des organisations. Les variables affectant le design organisationnel. Typologie des structures organisationnelles. Analyse des sources d'information en management international. Élaboration de stratégies d'accès aux marchés internationaux. Organisation des opérations internationales. Culture locale et gestion des ressources humaines. Design de structures organisationnelles propres aux entreprises œuvrant sur le marché mondial.

**ADM 805** 3 cr.

#### Management interculturel

Objectifs : étudier le management interculturel de différentes organisations dans un contexte international. Permettre aux futurs spécialistes en gestion et en ressources humaines d'acquérir les bases nécessaires pour œuvrer dans un milieu interculturel.

Contenu : fondements théoriques de management interculturel. Études des nouvelles approches en management interculturel. Élaboration d'un cadre logique en relation avec les types d'organisations, la culture d'entreprise et l'aspect général de la culture. Sensibilisation aux récentes approches en ce qui concerne la théorie des organisations dans un contexte de mondialisation.

**ADM 810** 3 cr.

#### Intervention dans le milieu

Objectifs : appliquer de façon concrète et pratique certains éléments théoriques; acquérir ou développer certaines habiletés nécessaires pour intervenir efficacement en entreprise, particulièrement au niveau de la communication, de la collecte et de l'analyse de données, etc.; vivre l'expérience d'une relation étroite avec une entreprise et démontrer un comportement professionnel dans l'exercice d'un mandat précis.

Contenu : variable en fonction de la concentration de l'étudiante ou de l'étudiant. L'intervention doit comporter un travail de nature professionnelle et être supervisée par une professeure ou un professeur du département concerné.

**ADM 891** 3 cr.

#### Activités de recherche I

Objectif : traverser toutes les étapes qui conduisent à l'identification d'un sujet de recherche précis et réalisable.

Contenu : thème général et problématique de recherche; consultation de la documentation et des spécialistes du domaine; présentation du projet sous forme d'une question de recherche précise.

**ADM 892** 3 cr.

#### Activités de recherche II

Objectif : élaborer le cadre conceptuel de la recherche.

Contenu : revue de la documentation pertinente; présentation d'un cadre théorique et des hypothèses de recherche, s'il y a lieu, respectant les normes de la discipline.

**ADM 893** 3 cr.

#### Activités de recherche III

Objectif : déterminer tous les aspects méthodologiques de la recherche.

Contenu : les étapes de la méthode de recherche : cadre organisationnel, techniques d'échantillonnage, instruments de mesure, méthodes de collecte de données, techniques d'analyse statistique et également, s'il y a lieu, collecte de données.

**ADM 894** 3 cr.

#### Activités de recherche IV

Objectif : approfondir l'un des aspects théoriques de la recherche.

Contenu : selon le sujet de recherche choisi, revoir, réviser et approfondir l'un des aspects théoriques de la recherche par le biais de recherches documentaires et bibliographiques supplémentaires.

**ADM 895** 3 cr.

#### Activités de recherche V

Objectif : approfondir l'un des aspects méthodologiques de la recherche.

Contenu : selon le sujet choisi, revoir, réviser et approfondir l'un des aspects méthodologiques de la recherche soit par le biais de recherches documentaires ou bibliographiques supplémentaires, soit par l'utilisation d'une méthode de collecte de données complémentaires, soit par la consultation d'experts.

### CCM

**CCM 800** 3 cr.

#### Audit de communication marketing

Objectifs : faire un diagnostic des stratégies et des tactiques de communication marketing utilisées par une organisation. Contenu : activité d'intégration où l'étudiante ou l'étudiant doit, au sein d'une équipe, effectuer une analyse des forces et des faiblesses de l'ensemble des éléments du plan de communication marketing d'une entreprise.

### CRM

**CRM 801** 3 cr.

#### Pratiques avancées en relations publiques

Objectifs : approfondir les modèles théoriques entourant l'utilisation des relations publiques dans la gestion de la communication publique. Analyser l'impact de ces modèles dans le contexte de différentes stratégies de communication publique.

Contenu : présentation des différents modèles théoriques. Analyse de l'impact des relations publiques dans la planification de la communication marketing. Compréhension des contextes d'application des relations publiques (gestion de crise, intervention planifiée du risque, lancement et promotion, gestion de l'opinion publique, etc.) et des rôles et des influences des vecteurs de communication (médias, meneurs d'opinion, cible) dans les relations publiques.

**CRM 802** 3 cr.

#### Éthique et déontologie

Objectifs : comprendre les modes de régulation éthiques et déontologiques qui régissent l'activité professionnelle en communication. S'initier aux principes et au processus guidant l'éthique appliquée en matière de communication publique. Analyser les principales dispositions législatives et réglementaires.

Contenu : présentation du processus de résolution d'un dilemme éthique. Étude et analyse des différents codes de déontologie (relations publiques, publicité, journalisme, télé et radiodiffusion, etc.). Évaluation des principaux problèmes éthiques et déontologiques qui se posent dans différents domaines d'activité de la communication publique.

**CRM 803** 3 cr.

#### Stratégies de création publicitaire

Objectifs : réfléchir au processus et à l'importance stratégique de la créativité dans une double perspective : celle des objectifs visés et des contraintes de production. Analyser son impact dans la mise en œuvre des stratégies de communication professionnelle.

Contenu : évaluation de la place de la créativité dans l'élaboration d'une stratégie de communication. Caractérisation des processus créatifs sollicités dans la recherche de solutions novatrices aux problèmes de communication publique. Examen des contraintes de la créativité et de son applicabilité. Opérationnalisation du passage de l'idée publicitaire à son élaboration. Observation et critique des grilles de jugement de la créativité.

### CTB

**CTB 813** 3 cr.

#### Contrôle et analyse de la performance des entreprises

Objectif : faire l'application des concepts de la vérification intégrée. Contenu : objectifs de l'information. Responsabilité quant à cette information et des systèmes pour la transmettre. Moyens pour favoriser l'optimisation des ressources.

**CTB 820** 3 cr.

#### Gestion budgétaire

Objectif : acquérir les connaissances et les habiletés nécessaires pour utiliser l'information financière afin de suivre et d'améliorer la performance des organisations publiques.

Contenu : comptabilisation des opérations : par poste, par département, par programme et par activité. Coûts pertinents à la prise de décision. Budget comme outil de planification et de suivi. Gestion et évaluation de la performance financière. Indicateurs de performance financière. Tableau de bord de gestion.

**CTB 821** 3 cr.

#### Séminaire de comptabilité financière

Objectifs : comprendre les cadres conceptuels qui ont influencé le développement des normes comptables; acquérir une connaissance des facteurs économiques déterminant de l'acte de production de l'information comptable à travers l'étude de la littérature comptable scientifique.

Contenu : les quatre images de la comptabilité : le registre historique, la représentation de la réalité économique, le système d'information (capacité prédictive, réaction du marché boursier, comportement du gestionnaire), le bien économique (théorie des signaux, théorie contractuelle).

**CTB 822** 3 cr.

#### Séminaire de comptabilité de management

Objectif : prendre contact avec les questions fondamentales reliées à l'information comptable de gestion.

Contenu : analyse des principales facettes de la comptabilité de gestion. Aspects conceptuel, structurel, économique et comportemental.

**CTB 840** 3 cr.

#### Problématiques contemporaines en comptabilité I

Objectifs : approfondir et intégrer des connaissances spécialisées en comptabilité financière et en fiscalité pour apprendre à résoudre les problématiques les plus fréquemment rencontrées; apprendre à discerner les particularités propres aux secteurs d'activités et aux enjeux stratégiques des entreprises; identifier et résoudre des problématiques de comptabilité et de fiscalité dans les cas soumis aux examens professionnels.

Contenu : constatations des produits. Dépréciation d'actifs à long terme. Écarts d'acquisition et autres actifs incorporels. Instruments financiers (comptabilisation et évaluation). Obligations liées à la mise hors service d'immobilisations.

**CTB 841** 3 cr.

#### Problématiques contemporaines en comptabilité II

Objectifs : approfondir et intégrer des connaissances spécialisées en comptabilité de gestion, finance et certification pour apprendre à résoudre les problématiques les plus fréquemment rencontrées; apprendre à discerner les particularités propres aux secteurs d'activités et aux enjeux stratégiques des entreprises; identifier et résoudre des problématiques de comptabilité de gestion, de finance et

de certification dans les cas soumis aux examens professionnels.

Contenu : méthodes d'évaluation d'entreprise et modes de financement. Suivi des coûts et gestion de la performance. Règles d'indépendance. Normes sur le contrôle de la qualité. Fraude. Certification du contrôle interne.

**CTB 842** **3 cr.**

#### **Analyse de situations professionnelles I**

Objectifs : développer un jugement critique pour l'identification et la résolution de problèmes et de cas; comprendre les besoins des parties prenantes impliquées dans des situations réelles; perfectionner les techniques d'une bonne communication écrite; développer des habiletés à répondre aux examens de corporations professionnelles; concevoir et élaborer un cas en lien avec l'exercice de la profession comptable, ses critères d'évaluation et sa solution détaillée. Contenu : techniques et outils d'analyse de cas. Techniques et outils de rédaction de cas. Techniques et outils de correction de cas.

**CTB 843** **3 cr.**

#### **Thématiques d'affaires de la profession**

Objectifs : développer l'esprit d'analyse. Approfondir et intégrer des connaissances avancées en gestion, comptabilité et certification et les appliquer à des situations rencontrées dans la profession comptable.

Contenu : éthique. Évaluation d'entreprise. Gestion des risques et gouvernance. Occasion d'affaires et plan d'affaires. Règlement de litiges et juricomptabilité. Implantation et certification des technologies de l'information.

**CTB 845** **3 cr.**

#### **Application des connaissances**

Objectifs : approfondir et assimiler l'ensemble des connaissances de base acquises antérieurement dans les divers domaines de la grille de compétences des comptables agréés.

Contenu : mesure de la performance. Certification. Efficacité organisationnelle. Fiscalité. Finance. Technologies de l'information.

**CTB 846** **3 cr.**

#### **Analyse de situations professionnelles II**

Objectifs : améliorer son jugement critique pour l'identification et la résolution de problèmes et de cas; comprendre les besoins des parties prenantes impliquées dans des situations réelles; perfectionner les techniques d'une bonne communication écrite; développer des habiletés à répondre aux examens de corporations professionnelles; identifier des réponses types à des questions fréquemment rencontrées aux examens des comptables agréés.

Contenu : techniques et outils d'analyse de cas. Techniques et outils de rédaction de cas. Techniques et outils de correction de cas.

**CTB 850** **3 cr.**

#### **Intégration : compétences de la profession I**

Objectifs : intégrer les concepts propres à la comptabilité, à la certification, à la gestion, à la finance et à la fiscalité; déve-

loper une vision globale et intégrative en lien avec une problématique spécifique d'affaires.

Contenu : stratégie d'affaires. Organismes sans but lucratif. Acquisition d'entreprises. Certification des systèmes de contrôle interne. Entreprises en démarrage. Vérification interne. Fraudes. Gestion des crises.

**CTB 860** **3 cr.**

#### **Méthodes de recherche appliquée**

Objectif : s'initier à la conception et à la réalisation de projet de recherche. Contenu : épistémologie des connaissances. Méthodologie de recherche empirique.

**CTB 863** **3 cr.**

#### **Analyse de situations professionnelles III**

Objectifs : intégrer et renforcer les différentes connaissances et compétences acquises en fiscalité, en technologies de l'information et en certification lors de la formation antérieure par une application à des situations concrètes; prendre connaissance des relations existant entre les différentes sphères d'activités; développer un jugement critique pour l'identification et la résolution de problèmes et de cas; perfectionner les techniques d'une bonne communication écrite; développer une habileté à répondre aux examens de corporations professionnelles.

Contenu : analyse, préparation et rédaction de cas multiples en fiscalité, en technologies de l'information et en certification.

**CTB 864** **3 cr.**

#### **Intégration : compétences de la profession II**

Objectifs : intégrer et renforcer les différentes connaissances et compétences acquises en comptabilité financière et en financement lors de la formation antérieure par une application à des situations concrètes; prendre connaissance des relations existant entre les différentes sphères d'activités; développer un jugement critique pour l'identification et la résolution de la question globale de l'examen des CA; perfectionner les techniques d'une bonne communication écrite.

Contenu : analyse, préparation et rédaction de cas multiples en comptabilité financière et en financement.

**CTB 865** **3 cr.**

#### **Intégration : compétences de la profession III**

Objectifs : maîtriser les différentes connaissances et compétences acquises en comptabilité financière, en certification, en fiscalité, en gestion des risques, en gouvernance et en fraudes lors de la formation antérieure par une application à des situations concrètes et conformément à l'approche par compétences préconisée par la profession comptable; avoir un jugement critique pour l'identification et la résolution de problèmes et de cas; maîtriser les techniques d'une bonne communication écrite.

Contenu : analyse, préparation et rédaction de cas multiples en comptabilité financière, en certification, en fiscalité, en gestion des risques, en gouvernance et en fraudes.

## **DAT**

**DAT 802** **3 cr.**

#### **Infrastructure technologique**

Objectifs : comprendre le fonctionnement d'une architecture technologique. Comprendre le rôle et l'impact de l'infrastructure technologique sur les processus d'affaires. Savoir analyser et évaluer l'efficacité et l'efficience de l'implantation et de la gestion continue des opérations et de l'infrastructure technologique. Maîtriser les méthodes et techniques de contrôle et de vérification de l'infrastructure technologique.

Contenu : introduction aux infrastructures technologiques; infrastructure matérielle des systèmes d'information (SI); architecture des systèmes d'information et logiciel; infrastructure de télécommunication et de réseau de SI; exploitation des systèmes d'information; opérations et infrastructure de vérification.

Concomitante : DAT 823

**DAT 808** **3 cr.**

#### **Protection des actifs informationnels**

Objectif : acquérir les connaissances et les habiletés nécessaires pour maîtriser la problématique de la gestion et de la protection des actifs informationnels.

Contenu : introduction à la sécurité de l'information; processus de design; cadre de gestion de la sécurité de l'information (modèle de gouvernance, politique de sécurité, plan d'action); architecture de sécurité; normes et standards en sécurité de l'information; sécurité des infrastructures technologiques; réseaux internes; réseaux externes; réseaux sans fil; sécurité des serveurs et des plates-formes; sécurité des postes de travail (menaces, vulnérabilités, mesures, contrôle, vérification); sécurité du personnel; gestion des incidents de sécurité, audit de sécurité.

Concomitantes : DAT 802 et DAT 823

**DAT 812** **3 cr.**

#### **Acquisition et mise en place des applicatifs**

Objectifs : comprendre les enjeux, maîtriser les processus et savoir identifier les risques et les opportunités liés au développement, à l'acquisition, à la mise en œuvre et à l'entretien des systèmes d'application d'affaires; maîtriser les techniques de contrôle et de vérification reliées au développement, à l'acquisition, à la mise en œuvre et à l'entretien des systèmes d'application d'affaires.

Contenu : développement d'une application d'affaires; méthodologie de cycle de vie de développement d'un système structuré; méthodologies de développement alternatives; pratiques d'entretien des SI; techniques et outils de gestion de projet; aide à la productivité et outils de développement de systèmes; vérification du développement, de l'acquisition et de l'entretien de systèmes.

Concomitante : DAT 830

**DAT 816** **3 cr.**

#### **Gestion de risques et des processus d'affaires**

Objectif : maîtriser les techniques et méthodes d'identification, d'évaluation et de gestion des risques en fonction des objectifs de l'organisation.

Contenu : gestion des risques : concepts, démarche, ateliers, outils, exemples; application de l'analyse de risques dans les domaines d'affaires; application de l'analyse de risques dans la sécurité des TI; application de l'analyse de risques dans les projets d'entreprise; application de l'analyse de risques dans la continuité des affaires.

Concomitantes : DAT 802 et DAT 823

**DAT 818** **3 cr.**

#### **Continuité d'affaires et résilience**

Objectif : acquérir les connaissances nécessaires à l'évaluation du processus de développement et de maintenance des plans documentés, communiqués et testés pour la continuité des affaires et des opérations de traitement des SI dans le cas d'une interruption.

Contenu : sinistres et incidents majeurs; composantes d'un plan de continuité des affaires; alternatives de recouvrements; mise en place d'un plan de continuité; scénarios de solutions dans un plan de continuité des affaires; test du plan de continuité; vérification du plan de continuité; sujets spécialisés du Disaster Recovery Institute et du Project Management Institute.

Concomitantes : DAT 812 et DAT 826

**DAT 820** **3 cr.**

#### **Aspects légaux et éthiques des TI**

Objectifs : comprendre les enjeux de l'utilisation des TI; maîtriser les questions légales et éthiques reliées aux TI.

Contenu : définition de l'éthique en affaires; réglementation reliée à l'utilisation des TI; problèmes légaux et éthiques pratiques; fraudes et criminalité reliées à l'utilisation des TI; caractéristiques de l'environnement juridique, tant au plan national qu'international, en lien avec les TI; références au droit des affaires, au code criminel, aux dispositions sur les droits d'auteur et la vie privée, au droit d'Internet et aux normes professionnelles.

Concomitantes : DAT 818 et DAT 834

**DAT 822** **3 cr.**

#### **Gestion de projet en gouvernance des TI**

Objectifs : compréhension et maîtrise des enjeux liés au management des projets en technologie de l'information et des méthodes de management de ces projets. Compréhension des rôles et des responsabilités en management des projets TI.

Contenu : les risques et facteurs de succès d'un projet TI; énoncé des travaux SOW (*Statement Of Work*); organigramme des tâches WBS (*Work Breakdown Structures*); diagramme de gestion (GANT, PERT); graphique de cheminement critique (*Critical path*); méthodes d'estimation de budget; plan de surveillance et de gestion des risques; évaluation d'un plan de projet; Microsoft Project comme outil de planification.

**DAT 823** **3 cr.**

#### **Gouvernance des TI**

Objectifs : maîtriser les concepts et les référentiels de gouvernance des technologies de l'information et apprendre comment les mettre en application.

Contenu : gouvernance des TI. Référentiels des meilleures pratiques et référentiels de contrôle (Cobit, Val IT et modèle de

maturité). Normes de gestion des TI (ISO 27000, ITIL, Prince 2, PMBOK).

Concomitante : DAT 802

**DAT 824** **3 cr.**

#### Méthodes de recherche appliquée

Objectif : maîtriser les fondements théoriques et pratiques de la recherche appliquée en gouvernance des technologies de l'information.

Contenu : typologie des dispositifs de recherche en gouvernance des TI, Stratégies d'échantillonnage. Stratégies de recrutement et d'observation. Instruments de mesure et dispositifs d'observation. Phénoménologie, ethnographie et approches psychosociales. Recherche action. Delphi. Devis mixte. Méta analyse et autres approches qualitatives. Aspects et impacts éthiques, légaux et humains de la recherche en gouvernance des TI.

**DAT 826** **3 cr.**

#### Organisation et gestion des TI

Objectifs : maîtriser les modèles et les meilleures pratiques nécessaires pour comprendre et évaluer les stratégies, la politique, les normes, les procédures et les pratiques reliées à la gestion, à la planification et à l'organisation des TI.

Contenu : planification et gestion des TI et des SI; planification stratégique des TI et des SI; enjeux de gestion actuels des TI et des SI; cadres méthodologiques et outils de support; approches et techniques pour l'intervention de l'auditeur dans ces domaines.

Concomitante : DAT 830

**DAT 830** **3 cr.**

#### Audit des TI

Objectif : maîtriser les concepts reliés au contrôle interne et à la vérification informatisés.

Contenu : définition du contrôle interne et de la vérification externe (modèle du risque, importance relative et planification de la vérification); contrôles généraux; contrôles d'applications; techniques de contrôle assisté par ordinateur (TCAO) avec utilisation d'un logiciel d'extraction et d'analyse de données et études de cas.

Concomitantes : DAT 808 et DAT 816

**DAT 834** **3 cr.**

#### Information comptable, gestion de performance

Objectifs : maîtriser le langage comptable utilisé pour la production et la présentation de l'information financière et de gestion. Contenu : structure et postes des états financiers. Principales conventions comptables et effets sur les états financiers. Liquidités. Interprétation des états financiers. Coûts et prise de décision. Budget et suivi budgétaire. Évaluation et suivi de la performance : indicateurs, tableaux de bord.

Concomitantes : DAT 812 et DAT 826

## DVD

**DVD 800** **3 cr.**

#### Fondements théoriques du développement durable

Objectif : acquérir les notions et les grands principes directeurs propres au développement durable appliqué aux entreprises dans un contexte de direction générale.

Contenu : l'évolution du concept du développement durable. Les nouveaux paradigmes de gestion dans un contexte de développement durable. Les principaux éléments réglementaires et juridiques du développement durable. L'approche économique et l'approche managériale du développement durable.

**DVD 801** **3 cr.**

#### Duraconception et écoconception

Objectif : acquérir les connaissances nécessaires afin de comprendre et de maîtriser la dynamique de l'écoconception et, de façon plus globale, de la duraconception. Contenu : les outils d'analyse de l'intégration de la dimension environnementale et de la dimension sociale dans la stratégie d'affaire des entreprises : management environnemental et social, normes ISO 14000, règlement EMAS, imbrications ISO 14000 - ISO 9000, ACV, écoproduits, écolabels. Analyse du cycle de vie du produit.

**DVD 802** **3 cr.**

#### Méthodes d'analyse en développement durable

Objectif : développer la capacité d'utiliser des outils concrets d'analyse et de prise de décision intégrant le cadre conceptuel du développement durable.

Contenu : la grille d'analyse du Natural Step. Les outils d'analyse en comptabilité, en finance et en fiscalité « vertes ».

**DVD 804** **3 cr.**

#### Gouvernance et éthique en développement durable

Objectif : approfondir les notions de gouvernance et d'éthique appliquées aux organisations et en lien avec le développement durable.

Contenu : les concepts d'éthique appliqués à l'entreprise. Les concepts d'éthique appliqués à l'individu. Le concept de gouvernance : liens entre propriétaires et gestionnaires, les parties prenantes. Le contexte mondial.

**DVD 807** **3 cr.**

#### Stratégie d'entreprise et développement durable

Objectifs : maîtriser l'adoption et le déploiement d'une politique de développement durable et acquérir une connaissance précise des outils stratégiques et de leur application dans le cas du développement durable.

Contenu : le développement durable comme enjeu stratégique pour l'entreprise. La méthode de diagnostic environnemental. Les comportements stratégiques face aux questions environnementales. La théorie des ressources et des compétences.

**DVD 813** **3 cr.**

#### Évaluation extra-financière de l'entreprise

Objectif : fournir aux personnes apprenantes l'ensemble des clés nécessaires pour formaliser une politique de développement durable.

Contenu : mise en place d'un système d'information cohérent, permettant une remontée de l'information pertinente. Étude d'un rapport périodique sur les activités et les résultats d'une entreprise, et construction d'indicateurs extra-financiers.

**DVD 815** **3 cr.**

#### Communication et développement durable

Objectifs : décrire les enjeux liés à l'application d'une communication de développement durable et situer le rôle et la mission de communication au sein de l'entreprise qui s'engage dans un tel choix stratégique.

Contenu : proposer un plan de communication - dont la rédaction d'un rapport de développement durable - incluant les problématiques liées à l'application des principes de développement durable de l'entreprise.

**DVD 816** **3 cr.**

#### Développement durable et collectivité publique

Objectif : fournir aux personnes apprenantes l'ensemble des clés nécessaires à la mise en place d'une filière verte.

Contenu : analyse d'enjeux sectoriels, recherche de financement, mise en place d'une appellation, intégration dans un réseau.

**DVD 818** **3 cr.**

#### Nouvelles frontières de la finance responsable

Objectif : comprendre les causes et les conséquences du développement de la finance responsable.

Contenu : enjeux liés aux risques extra-financiers, à la fraude et à la corruption, questions de gouvernance d'entreprise, de micro-finance ou de micro-assurance.

**DVD 820** **3 cr.**

#### Les enjeux du développement durable

Objectif : acquérir les connaissances indispensables à la culture et aux compétences d'une professionnelle ou d'un professionnel de la responsabilité sociale environnementale.

Contenu : interventions de professionnelles et professionnels du développement durable, de responsables de développement durable et d'ONG.

## DVL

**DVL 831** **3 cr.**

#### Analyse stratégique du développement local

Objectif : développer des compétences stratégiques en développement.

Contenu : enjeux et tendances du développement. Les politiques gouvernementales (tourisme, industrie, culture, aménagement, etc.). Modèles de développement et analyse stratégique. Modèles et pratiques de gestion du développement. L'analyse des attraits stratégiques et le développement de projets solidaires. Le plan stratégique, le plan d'action et le plan de communication.

## ECN

**ECN 852** **3 cr.**

#### Économie du secteur public

Objectif : comprendre le rôle et l'impact économique des institutions collectives et publiques aux niveaux national et international. Analyser les modes de financement des différents paliers de gouvernement.

Contenu : mécanismes d'allocation publique et du marché. Biens publics, externalités et monopoles. Mécanismes d'interventions (dépenses publiques et réglementation). Analyse normative de la distribution et de la redistribution des revenus et de la richesse. Formes de taxation. Fédéralisme fiscal. Concurrence fiscale. Efficacité des systèmes de taxation. Tarification des services publics. Rôle des institutions internationales dans le financement d'activités publiques.

**ECN 855** **3 cr.**

#### Problèmes économiques du développement international

Objectif : s'initier aux problèmes du développement international.

Contenu : phénomène du développement. Unité et diversité des pays en développement. Présentation des faits et de l'évolution des modèles de développement. Présentation des politiques et programmes d'aide au développement. Présentation des stratégies de développement.

## ESS

**ESS 880** **6 cr.**

#### Essai

Objectifs : planifier, rédiger et présenter un rapport sur un sujet pertinent au domaine de la concentration d'études.

Contenu : proposition de travail, recherche d'information pertinente, rédaction du rapport et d'un sommaire exécutif, présentation orale. *Sans que cela soit une obligation, cet essai est l'aboutissement de l'activité ADM 810* Intervention dans le milieu.

## FEC

**FEC 810** **3 cr.**

#### Fondements théoriques de la finance

Objectifs : connaître et maîtriser les bases conceptuelles de la finance.

Contenu : théorie microéconomique; conservation, augmentation et évaluation de la richesse des détenteurs d'actifs financiers. Théorie des choix, théorie de l'utilité et développement des modèles d'équilibre partiel : Markowitz, modèle à l'équilibre pour l'évaluation des actifs financiers. *Arbitrage pricing model. Option pricing model.* Nouveaux développements en évaluation; théorie de l'agence, concept de l'efficacité des marchés. Impacts des imperfections de marché, frais de transaction, impôt et asymétrie de l'information.

**FEC 815** **3 cr.**

#### Analyse approfondie des états financiers

Objectifs : comprendre et analyser l'information contenue dans les états financiers tels que produits par les entreprises.

Contenu : l'accent est placé sur les postes où le jugement et les alternatives de traitement permettent différentes interprétations : le traitement comptable de l'impôt sur le revenu, l'évaluation des stocks, l'amortissement, la comptabilisation des baux et des fonds de pension, les politiques de consolidation et les transactions en monnaies étrangères. L'optique privilégiée est l'analyse des divers impacts résultant des choix comptables sur les états financiers et sur les indicateurs de la performance des entreprises.

**FEC 816****3 cr.****Analyse, évaluation de la performance des firmes**

Objectifs : comprendre et analyser l'information nécessaire à une prise de décision éclairée en matière de gestion financière des entreprises.

Contenu : les placements intersociétés à long terme. La répartition des impôts. Les instruments financiers. Les devises étrangères. La consolidation. La conversion et la consolidation des filiales domestiques.

**FEC 822****3 cr.****Analyse des décisions financières**

Objectif : effectuer une synthèse pratique et théorique de la gestion financière moderne dans le contexte d'une économie de type capitaliste.

Contenu : activité orientée vers la maîtrise des différents modèles utiles à la prise de décision en matière de gestion financière. À partir du choix d'une fonction objective, sélection des projets d'investissement, choix d'une structure de financement, établissement d'une politique de dividende, applications de la théorie de portefeuille au domaine de la finance corporative, la gestion du fonds de roulement et la planification financière.

**FEC 830****3 cr.****Marché des capitaux**

Objectifs : comprendre les caractéristiques de base des titres à revenu fixe; comprendre les diverses formes contractuelles; assimiler les concepts de base entourant la détermination du rendement, du prix et du risque des obligations.

Contenu : analyse des titres à revenu fixe selon leurs caractéristiques. Sources de rendement et risques encourus par les investisseurs. Différence entre les titres à revenu fixe et ceux à revenu variable. Méthématiques des obligations. Concept du rendement composé réalisé. Les variables expliquant la volatilité des obligations. Segments de marchés obligataires. Actions privilégiées et obligations convertibles. Fonctionnement du marché monétaire. Marché obligataire international : euro-obligations et obligations étrangères. Obligations municipales et garanties offertes. Choix d'investissement sur le marché des titres hypothécaires.

**FEC 840****3 cr.****Théorie de portefeuille**

Objectif : maîtriser les fondements théoriques des techniques de portefeuille et leurs applications pratiques.

Contenu : application de la théorie de portefeuille dans la décision d'investissement, dans l'évaluation des titres. Recherche d'une diversification efficace d'un portefeuille. Modèles d'équilibre des marchés et critères d'évaluation des performances d'un portefeuille. Utilisation de ces techniques à travers des travaux spécifiques de recherche.

**FEC 844****3 cr.****Pratique professionnelle**

Objectifs : proposer, comme consultant externe, des solutions réalistes et pertinentes à des problèmes d'exploitation, de gestion et de gouvernance rencontrés dans les organisations faisant face à d'importantes contraintes de ressources. Évaluer les risques d'intervention. Choisir des stratégies d'intervention.

Contenu : aspects éthiques et déontologiques de la consultation externe. Nouveautés concernant les PCGR et NVGR. Analyse de cas de la pratique : évaluation des besoins, évaluation des risques de l'intervention, choix de stratégies d'intervention et présentation de rapports.

**FEC 851****3 cr.****Séminaire d'analyse financière**

Objectif : développer un cadre d'analyse permettant l'évaluation de la conjoncture économique, de différents secteurs industriels et de compagnies cotées à la bourse.

Contenu : l'interprétation des états financiers dans le but de l'évaluation des actions et du risque; les relations entre l'analyse des actions et l'analyse des marchés; les techniques d'analyse des actions et du risque. Les étudiantes et étudiants devront acquérir ainsi les connaissances et développer des habiletés leur permettant d'acquérir de l'expertise et de démontrer leur capacité à interpréter et à évaluer les différents facteurs déterminant la valeur d'une action.

**FEC 852****3 cr.****Séminaire de gestion de portefeuille**

Objectif : développer les capacités de gestion nécessaires pour effectuer avec compétence la gestion des fonds de diverses organisations.

Contenu : principes de la gestion des actifs financiers et applications de la théorie de portefeuille incluant les concepts de risque et de rendement, de diversification et d'efficacité de marché. Thèmes privilégiés : l'établissement de la politique de gestion, l'établissement de stratégies et la construction de portefeuilles, l'analyse de la performance d'un portefeuille, les procédures et les méthodes de gestion de portefeuille.

**FEC 855****3 cr.****Instruments financiers dérivés**

Objectifs : approfondir les principes et les procédures de tarification de produits dérivés sur instruments sous-jacents de type physique et financier et familiariser l'étudiante ou l'étudiant à leur utilisation dans un contexte de gestion.

Contenu : contrats à terme, arbre binomial, le lemme d'Ito, modèle de Black et Schales, parité *put-call*, options statistiques comparatives, procédures numériques, swap, gestion à l'aide d'instruments dérivés.

**FEC 856****3 cr.****Gestion des risques d'une entreprise**

Objectifs : appliquer, opérationnaliser et intégrer les principes et les théories utiles à la gestion des risques.

Contenu : les procédures et les techniques de gestion des risques dans une entreprise non financière. La nomenclature des risques. Une politique de gestion des risques. Le risque opérationnel. Les catastrophes historiques. La gouvernance. Les mesures d'exposition aux risques. La simulation. Les stratégies de gestion des risques. Une couverture à l'aide de produits dérivés. Les méthodes alternatives de transfert du risque.

**FEC 860****3 cr.****Séminaire de recherche appliquée**

Objectifs : s'initier aux fondements de la recherche scientifique et à la problématique de la recherche appliquée en finance; approfondir certains outils de la méthode scientifique propres au champ de la finance; être en mesure de rédiger un rapport de synthèse et une proposition de recherche.

Contenu : information et prise de décision. Le raisonnement scientifique. Les différentes démarches de recherche en finance. Application de la démarche scientifique dans la prise de décision managériale. Critiques des paradigmes de la finance. La perception du risque. Information et préférences managériales.

**FEC 870****3 cr.****Lectures dirigées en finance**

Objectifs : approfondir une expertise de premier ordre sur des thèmes précis de la finance de marché ou se familiariser avec les derniers développements de la finance de marché mis en lumière par les travaux de recherche récents.

Contenu : selon les besoins.

Préalable : avoir obtenu 15 crédits

**FEC 873****3 cr.****Lectures dirigées en gestion financière**

Objectifs : acquérir une expertise de premier ordre sur des thèmes précis de la gestion financière des entreprises ou se familiariser avec les derniers développements de la gestion financière des entreprises mis en lumière par les travaux de recherche récents.

Contenu : selon les besoins.

**FEC 874****3 cr.****Évaluation des entreprises**

Objectifs : développer une expertise dans le domaine de l'évaluation qui permettra de mener à bien des mandats d'évaluation d'entreprises privées aussi bien dans des secteurs traditionnels que dans ceux basés sur les connaissances.

Contenu : définitions, notions de base, concepts et théorie de l'évaluation. Les approches, les techniques et les modèles pertinents à l'évaluation de petites et moyennes entreprises. L'obtention de données pertinentes : les flux monétaires et le taux d'actualisation. La détermination de prime ou d'escompte pour des éléments tels le contrôle, la liquidité et l'absence de marché. La méthodologie de préparation et de présentation de rapport d'évaluation.

**FEC 877****3 cr.****Gestion financière stratégique**

Objectif : prendre des décisions visant la meilleure allocation des ressources possible compte tenu des objectifs d'une organisation. Évaluer les besoins en ressources et les conséquences financières, sociales et environnementales de l'accès à des ressources limitées. Proposer des stratégies et faire des recommandations. Proposer un plan d'implantation pour l'affectation des ressources.

Contenu : cas de pratique professionnelle. Établissement de la stratégie de croissance, choix de la structure de financement, gestion des risques liés à l'exploitation et au financement et prise de décisions visant la création de valeur.

**FIS****FIS 800****3 cr.****Fiscalité et gestion financière**

Objectifs : approfondir les techniques de planification fiscale et se familiariser avec certaines règles spécialisées.

Contenu : relations entre les actionnaires et les corporations. Roulement d'actifs à une compagnie. Réorganisation, fusion et liquidation. Achat et vente d'entreprise (actifs ou actions). Planification fiscale personnelle et familiale. Gel successoral. Rémunération de l'actionnaire-dirigeant. Règles particulières relatives aux sociétés de personnes, aux successions et aux fiducies, aux non-résidents et aux transactions avec l'étranger. Planification fiscale et règles anti-évitement. Réorganisations « papillon ».

**GCE****GCE 801****3 cr.****Fondements théoriques du commerce électronique**

Objectif : évaluer l'évolution du commerce électronique et de ses impacts telle qu'identifiée dans la littérature scientifique.

Contenu : adoption et diffusion du commerce électronique. Mondialisation du commerce électronique. Relations inter-entreprises. Gouvernement en ligne. Développement de présence Web. Comportement d'utilisateur. Confiance. Loyauté. Satisfaction sur le Web. Design d'interface.

**GCE 805****3 cr.****Stratégie et commerce électronique**

Objectifs : cerner et comprendre les impacts du commerce électronique sur la stratégie corporative de l'entreprise.

Contenu : impact d'Internet et des technologies sur la performance de l'entreprise. Les modèles d'affaires électroniques. Les nouvelles formes de concurrence. La chaîne de valeur virtuelle. Les implications pour la stratégie d'affaires. La transformation des industries qui en résulte.

**GCE 810****3 cr.****Aspects légaux du commerce électronique**

Objectifs : cerner le rôle des principaux aspects juridiques et éthiques reliés aux environnements virtuels et au commerce électronique. Reconnaître les pratiques déloyales et la néquitude. Évaluer l'impact des différentes lois relatives aux affaires électroniques.

Contenu : droit du commerce électronique. Contrats électroniques. Protection du consommateur. Publicité, concurrence et pratiques déloyales. Paiements électroniques. Sécurité transactionnelle et confidentialité. Certification.

**GCE 815****3 cr.****Diagnostic d'un projet de commerce électronique**

Objectifs : réaliser une analyse critique de sites et d'interfaces selon divers critères de performance reconnus : ergonomie, accessibilité et facilité d'utilisation. Évaluer la contribution de la gestion de contenu. Appliquer les notions de référence et d'indexation.

Contenu : critères reconnus : ergonomie, accessibilité, facilité d'utilisation. Mesures et évaluations. Principes de référencement et d'indexation. Fonctionnement et stratégies des moteurs de recherche. Concepts et solutions de gestion de contenu.

**GCE 820** **3 cr.**

#### Planification d'un projet de commerce électronique

Objectifs : planifier et gérer les étapes d'un projet de commerce électronique. Cerner les nouvelles méthodologies de développement de solutions d'affaires électroniques.

Contenu : rôles et responsabilités des différents acteurs. Facteurs de succès et d'échecs. Livrables essentiels. Stratégies de tests et déploiement. Contrôle de la qualité. Outils de tests. Utilisation d'un logiciel de gestion de projet. Processus de sélection de fournisseurs. Modèles de sous-traitance et d'impartition. Méthode d'estimation des efforts.

**GCE 825** **3 cr.**

#### Conception d'un projet de commerce électronique

Objectifs : conceptualiser un projet à l'aide d'un outil de modélisation reconnu (ex. : Rational). Évaluer l'impact de la solution sur les processus d'affaires. Situer et lire les différents modèles/diagrammes objets (UML). Estimer les efforts et l'envergure du projet.

Contenu : spécifications fonctionnelles et non fonctionnelles. Cas d'utilisation. Modèles et diagrammes objets. Notation UML. Utilisation d'un outil de modélisation. Méthodologies de développement (ex. : Agile, RUP, etc.).

**GCE 830** **3 cr.**

#### Développement d'un projet de commerce électronique

Objectifs : reconnaître et cerner les notions de pointe en affaires et en commerce électronique. Distinguer les concepts et les composantes des thématiques clés en mettant l'accent sur les aspects technologiques du développement et du déploiement. Conceptualiser l'intelligence d'affaires, le eCRM, la *geobusiness* et la *geomarketing*.

Contenu : notions fondamentales de : gestion de la relation client, entrepôt de données, intelligence d'affaires, *geobusiness* et *geomarketing*, technologies portables et sans fil, technologies actuelles et évolutions futures (normes et standards, joueurs clés, enjeux, etc.).

**GCE 835** **3 cr.**

#### Implantation d'un projet de commerce électronique

Objectif : transférer les compétences acquises dans le cadre d'une intervention sur une problématique réelle d'entreprise.

## GIS

**GIS 800** **3 cr.**

#### Fondements de l'intelligence d'affaires

Objectifs : maîtriser les fondements théoriques sous-jacents à l'intelligence d'affaires en entreprise et comprendre les enjeux éthiques du domaine.

Contenu : historique de l'intelligence d'affaires, prise de décision et gestion de

l'information, modèles de présentation de l'information en intelligence d'affaires, intelligence d'affaires et gestion des connaissances, modèles de recherche et de récupération de l'information, gestion de la stratégie d'intelligence d'affaires, éthique en intelligence d'affaires, impacts de l'intelligence d'affaires, histoire d'une réussite en intelligence d'affaires.

**GIS 802** **3 cr.**

#### Stratégie de l'intelligence d'affaires

Objectifs : comprendre l'importance et la valeur de la stratégie de l'intelligence d'affaires pour l'organisation. Maîtriser le processus de création d'une stratégie de l'intelligence d'affaires. Conceptualiser une stratégie d'intelligence d'affaires pour l'organisation.

Contenu : analyse des grands problèmes d'entreprise et stratégie; gouvernance et gestion de la stratégie; cycle de vie de la stratégie d'intelligence d'affaires; architecture d'une solution d'intelligence d'affaires; intelligence concurrentielle et veille stratégique; processus d'analyse documentaire; technologies nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie.

**GIS 803** **3 cr.**

#### Collecte de données en intelligence d'affaires

Objectifs : identifier et évaluer la qualité des sources de données utilisées en intelligence d'affaires. Maîtriser les techniques d'interrogation de bases de données utilisées en intelligence d'affaires. Analyser les modèles de représentation des données d'entreprise.

Contenu : identification et analyse des sources de données organisationnelles (SIG, applications bureautiques, données externes, Web et spatio-temporelles); confidentialité; analyse de modèles de données relationnelles et UML; gestion des bases de données. Manipulation des données avec SQL. Tableaux de bord de gestion.

**GIS 804** **3 cr.**

#### Gestion des connaissances

Objectifs : maîtriser le processus de gestion des connaissances. Maîtriser l'utilisation des principaux systèmes de gestion des connaissances et saisir leur rôle en intelligence d'affaires. Savoir analyser les situations d'affaires et développer une stratégie de gestion des connaissances à valeur ajoutée.

Contenu : rôles et enjeux de la gestion des connaissances dans l'intelligence d'affaires; configuration et utilisation des systèmes de gestion des connaissances; base de connaissances et gestion documentaire; outils de collaboration; codification et réutilisation des connaissances; partage, transfert, intégration et création de connaissances dans une stratégie d'intelligence d'affaires.

**GIS 805** **3 cr.**

#### Structuration et analyse multidimensionnelle

Objectifs : analyser les besoins en information d'une organisation en prévision de l'implantation d'un entrepôt de données. Modéliser ces besoins en information selon une perspective d'intelligence d'affaires. Se familiariser avec l'utilisation des progiciels de référence dans le domaine de la modélisation conceptuelle.

Contenu : modèle multidimensionnel; modélisation des besoins; analyse de données Web; identification des données à valeur stratégique; modélisation d'intelligence d'affaires; modélisation des entrepôts et mini-entrepôts de données; utilisation des principaux progiciels de structuration des données.

Préalable : GIS 802

**GIS 806** **3 cr.**

#### Création et gestion des entrepôts de données

Objectifs : définir et implanter les entrepôts de données et les ancrer dans le cadre d'une stratégie d'intelligence d'affaires; analyser et intégrer l'utilisation de sources informationnelles diverses lors d'analyses stratégiques; connaître les diverses approches d'extraction, de transformation et de chargement de données en vue de supporter un processus décisionnel.

Contenu : concepts clés des entrepôts de données; tâches pour la création des entrepôts de données, ainsi que pour leur gestion; emploi de technologies de création d'entrepôts de données.

Préalable : GIS 803

**GIS 807** **3 cr.**

#### Tableaux de bord et informatique décisionnelle

Objectifs : analyser les problèmes d'entreprise et identifier les indicateurs clés de performance et autres mesures de gestion. Savoir présenter et interpréter judicieusement cette information en tenant compte du niveau décisionnel.

Contenu : rôles des tableaux de bord et des indicateurs comme outils d'aide à la décision; analyse de problématiques d'entreprise et formulation de recommandations; conception de tableaux de bord; détermination des métriques; extraction des données pertinentes; création, analyse et gestion de rapports en fonction du niveau décisionnel; utilisation des principaux outils de création de rapports.

Préalable : GIS 803

**GIS 808** **3 cr.**

#### Intelligence compétitive et géospatiale

Objectifs : découvrir la fine pointe des développements en intelligence d'affaires. Intégrer et compléter les notions vues dans les activités pédagogiques précédentes avec les concepts et les développements les plus récents dans le domaine en vue d'appuyer les orientations stratégiques d'affaires.

Contenu : intégration des concepts de pointe en intelligence géospatiale et en intelligence d'affaires tels la gestion de la relation client, la gestion de la chaîne logistique, la localisation et le suivi en temps réel, l'analyse multidimensionnelle, l'analyse prédictive et l'informatique décisionnelle, la géostatistique et la géostratégie d'affaires.

Préalable : avoir obtenu 15 crédits dans le programme.

**GIS 821** **3 cr.**

#### Technologie du commerce électronique

Objectifs : comprendre l'infrastructure de communication qui supporte le commerce électronique; maîtriser les outils de programmation d'un site transactionnel.

Contenu : introduction aux topologies de réseaux, au matériel, aux protocoles de

transmission, aux conventions régissant les noms de domaines, etc. Les aspects de sécurité et d'authentification. La programmation HTML et Java. Les interfaces avec les banques de données.

**GIS 860** **3 cr.**

#### Séminaire de recherche appliquée

Objectifs : maîtriser les bases théoriques et pratiques nécessaires pour mener des recherches appliquées de qualité en systèmes d'information et de décision; être en mesure de comprendre la démarche et d'évaluer la qualité des recherches et des rapports de consultation produits par d'autres; définir un projet de recherche appliquée en systèmes d'information et de décision, choisir une méthode appropriée de collecte et de traitement des données et appliquer une de ces méthodes.

Contenu : les sources de données secondaires et les ressources documentaires. L'approche scientifique en systèmes d'information et de décision. Le processus et la proposition de recherche ou d'intervention. Les stratégies de recherche appliquée. La mesure des variables. L'échantillonnage et l'enquête. L'enquête par questionnaire. L'entretien non directif, l'entrevue de groupe et la méthode Delphi. L'observation et l'analyse de contenu. L'expérimentation et les études de cas, l'éthique en recherche appliquée. La structure et la présentation d'un rapport de recherche appliquée. La réalisation d'un projet de recherche d'équipe en systèmes d'information.

**GIS 861** **3 cr.**

#### Méthode de recherche en intelligence d'affaires

Objectifs : maîtriser les bases théoriques et pratiques requises pour mener des recherches de qualité appliquées en intelligence d'affaires. Évaluer la qualité des recherches et des rapports de consultation produits par d'autres. Mener à terme un projet de recherche appliquée en stratégie de l'intelligence d'affaires.

Contenu : processus et proposition de recherche ou d'intervention. Ressources documentaires. Sources de données secondaires. Stratégies de recherche appliquée. Éthique. Mesures. Échantillonnage. Enquête (questionnaire, entretien, entrevue, observation, analyse de contenu, expérimentation, cas). Rapport de recherche. Projet de recherche d'équipe en intelligence d'affaires.

## GRH

**GRH 820** **3 cr.**

#### Ressources humaines et gestion du changement

Objectifs : se sensibiliser à l'importance de la GRH en fonction du management public dans le contexte de la mondialisation. Être en mesure de formuler une stratégie fonctionnelle de RH adaptée à la situation de l'organisation et à sa stratégie d'affaires et de planifier des systèmes cohérents de GRH. Comprendre l'impact des rôles stratégiques joués par la nouvelle fonction RH en rapport au management public.

Contenu : gestion des ressources humaines traditionnelle versus renouvelée. Changements survenus dans l'environnement des organisations dans le contexte de la mondialisation. Modèles de gestion stratégique des ressources humaines et

modèles de sous-systèmes de gestion des ressources humaines. Évolution des rôles des professionnels en ressources humaines en management public.

## ICO

**ICO 805** 3 cr.

### Gestion des connaissances dans l'économie du savoir

Objectifs : comprendre et maîtriser les effets de l'émergence d'une économie du savoir et ses conséquences sur la gestion des organisations modernes.

Contenu : concepts associés à la gestion des connaissances. Notion d'« actif intangible ». Concurrence et gestion des connaissances. Structures et mécanismes d'exploitation des connaissances. Meilleures pratiques et gestion des connaissances.

**ICO 810** 3 cr.

### Mesures de performance organisationnelle

Objectif : acquérir les connaissances, les stratégies et les méthodes nécessaires à la mesure de la performance et de la productivité dans les organisations productrices de biens et de services, dans les secteurs publics et privés.

Contenu : diverses visions de la performance. Déterminants et mesures de performance. Critères et indicateurs de mesures. Tableaux de bord en gestion. Éléments constitutifs et utilisation des tableaux de bord. *Benchmarking* et compétitivité. Comparaison concurrentielle et fonctionnelle. Évaluation de la GRH et audit d'entreprises. Divers niveaux d'analyse. Méthodes et approches utilisées pour le développement et la mise en place d'outils de mesure dans les organisations.

**ICO 811** 3 cr.

### Fondements en changement organisationnel

Objectifs : se familiariser avec les diverses théories et stratégies de changement au sein des organisations. Développer la capacité à analyser, comparer et critiquer les stratégies en fonction des types de changement envisagés. Illustrer la place du changement dans la stratégie d'entreprise.

Contenu : les grandes stratégies du changement organisationnel et leur évolution. Le changement comme moyen de résoudre les paradoxes de la stratégie d'entreprise. Aspects politiques et rationnels. Changements prescrits et changements construits. Démarche technique et processus sociaux. Quête du sens et résistance au changement. Stratégies participatives et stratégies directives.

**ICO 812** 3 cr.

### Habilités d'intervention

Objectif : acquérir diverses connaissances pratiques et habiletés d'intervention psychosociales permettant d'agir auprès des individus, des groupes et des organisations.

Contenu : typologie des formes d'intervention en développement organisationnel. Relation d'aide. Éventail des habiletés d'intervention auprès des individus, des groupes et des organisations. Dynamique des groupes, animation et intervention

sur les processus. Approfondissement et pratiques de diverses habiletés interpersonnelles de l'intervenante ou de l'intervenant. Médiation de conflits interpersonnels et intergroupes. Familiarisation avec diverses techniques d'aide à la prise de décision en groupe.

**ICO 813** 3 cr.

### Analyse de processus et gestion de projet

Objectifs : acquérir les compétences de base requises pour établir les diagnostics et intervenir dans les processus opérationnels et administratifs. Se familiariser avec la gestion de projet et avec le rôle de chargé de projet. Appliquer une méthode de diagnostic et d'analyse de processus à un cas réel.

Contenu : principes fondamentaux de la gestion à valeur ajoutée (GVA), de la réingénierie des processus et de la gestion de projet. Identification des gaspillages dans le processus d'une organisation. Élaboration des pistes d'amélioration selon les mesures usuelles de performances en gestion. Outils divers de la réingénierie des processus et outils essentiels en gestion de projet.

**ICO 815** 3 cr.

### Séminaire de GRH

Objectifs : acquérir une vision globale et critique de la GRH dans toute entreprise; mieux comprendre les dimensions de la GRH qui peuvent faire l'objet d'interventions ou de tentatives de changements dans les organisations; mieux comprendre de quelles façons diverses composantes de la GRH doivent être prises en considération lors de changements organisationnels.

Contenu : examen de la nature de la GRH et de son évolution récente qui en fait un champ d'interventions stratégiques; examen des façons d'intervenir en GRH et de tenir compte de la nature des sujets qu'on peut influencer; examen des travaux qui ont été examinés ce qu'il faut faire en GRH pour faciliter le changement organisationnel.

**ICO 817** 3 cr.

### Méthodes de recherche et de diagnostic

Objectifs : acquérir les connaissances théoriques et pratiques nécessaires pour effectuer des recherches scientifiques en productivité humaine et être en mesure d'analyser et d'évaluer correctement les recherches des autres.

Contenu : fondements de la démarche scientifique. Théorie et hypothèses. Méthodes et devis de recherche. Exigences de la relation causale. Conditions d'une bonne mesure opérationnelle des concepts. Techniques d'échantillonnage. Méthodes de collecte de données utiles pour la recherche scientifique et pour le diagnostic organisationnel : l'entrevue individuelle et de groupe, le questionnaire, l'observation, l'analyse de documents.

**ICO 821** 3 cr.

### Stratégies de mobilisation

Objectif : approfondir les différentes stratégies et approches utilisées dans les entreprises pour favoriser l'implication au travail, la responsabilisation et l'engagement organisationnel des cadres et des employés.

Contenu : pour chacune des stratégies, examen approfondi des théories sous-jacentes, des mécanismes d'intervention, des règles de fonctionnement, des conditions de succès, des résultats obtenus et des recherches en cours. Les stratégies étudiées comprendront les différentes formes de gestion participative, d'actionnariat et d'intéressement aux résultats financiers, sans négliger le réaménagement du travail et la transformation de la culture organisationnelle.

**ICO 841** 3 cr.

### Habilités de formation

Objectifs : développer une compétence professionnelle en formation; être capable d'assurer la prestation de la séance de formation élaborée.

Contenu : méthodes pratiques d'établissement des besoins de formation d'une organisation-cliente. Établissement d'une relation de consultation auprès d'une organisation-cliente. Planification du déroulement de l'activité de formation. Suivi, du début à la fin de l'activité, par des rencontres entre les équipes et leur client d'une part et entre les équipes et la professeure ou le professeur d'autre part. Élaboration d'un cahier de formation, ainsi que d'un cahier de l'animateur. Initiation aux méthodes d'enseignement les plus répandues pour des cadres et des employés d'organisation. Prestation de l'activité auprès du client. Évaluation de la prestation par la professeure ou le professeur et le système-client.

**ICO 851** 3 cr.

### Réingénierie des processus

Objectif : acquérir les connaissances et les habiletés requises pour appliquer l'approche et les méthodes de la réingénierie des processus d'une manière efficace en l'adaptant aux entreprises de service comme aux entreprises manufacturières. Contenu : définition des termes et des concepts. Nature, approche, méthodes et étapes de la réingénierie. Approche systématique et réingénierie des organisations. Le diagramme des flux. L'analyse des coûts par activité. Réingénierie et productivité. Les facteurs de succès d'un projet de réingénierie.

**ICO 861** 3 cr.

### Interventions en développement organisationnel

Objectifs : acquérir les connaissances et développer les habiletés nécessaires pour agir comme consultant interne ou externe; être en mesure d'introduire efficacement des changements dans l'entreprise.

Contenu : rôles, qualités et difficultés du consultant dans la conduite et l'accompagnement du changement. Les stratégies, les processus et les étapes de la mise en œuvre du changement organisationnel. Les aspects politiques et éthiques de la consultation. Les approches et les principales problématiques de consultation. L'expertise et la facilitation. Le processus de consultation, du contrat initial à la cessation de la relation. Appel d'offres, offres de services et réalisations de mandats. Les éléments constitutifs du diagnostic organisationnel. Réalisation ou analyse d'une intervention en entreprise.

## INS

**INS 754** 3 cr.

### Intrapreneuriat et innovation dans les organisations

Objectif : donner aux participantes et participants des schèmes de références et des outils pour comprendre comment et pourquoi la créativité, l'innovation et l'intrapreneuriat peuvent exister dans une organisation et pour comprendre ses effets sur l'organisation.

Contenu : la créativité dans les équipes de travail. L'appui à la créativité dans les organisations. Les sortes d'innovations. L'identification des opportunités potentielles. Les habiletés managériales, politiques et communicationnelles de l'intrapreneur. La gestion de l'innovation.

**INS 803** 3 cr.

### Intrapreneurship organisationnel

Objectif : acquérir les principaux fondements de l'intrapreneurship dans les grandes organisations publiques et privées. Maîtriser les instruments de mesure des facteurs incitatifs à l'intrapreneurship. Comprendre les mécanismes à instaurer pour favoriser l'émergence des intrapreneurs.

Contenu : définition des concepts d'intrapreneurship. Processus cognitifs permettant l'atteinte des opportunités d'affaires. Plans d'affaires et formation intrapreneuriale. Composantes d'un environnement intrapreneuriale. Processus organisationnels cognitifs, culturels et structurels de l'intrapreneurship. Outils de diagnostic des facteurs incitatifs à l'intrapreneurship.

## INT

**INT 625** 3 cr.

### Droit des affaires internationales

Objectif : développer des réflexes juridiques dans les décisions de développement et de croissance externe des entreprises.

Contenu : droit international privé. Droit du commerce international. Règlements de litiges en droit du commerce international. Droit commun des contrats internationaux. Contrats de coopération, transferts de technologie et coentreprises.

**INT 626** 3 cr.

### Stratégie d'internationalisation

Objectif : comprendre les éléments de la prise de décision dans la gestion internationale.

Contenu : logique d'ouverture et de conquête de territoire. Concept de mondialisation. Réduction de la complexité par des structures adaptées. Gestion de partenariat.

**INT 627** 3 cr.

### Environnement et marketing international

Objectifs : percevoir et comprendre les spécificités des échanges entre les différents pays; comprendre le fonctionnement des entreprises et leur contexte.

Contenu : caractéristiques culturelles, économiques et structurelles au Moyen-Orient et en Europe centrale et orientale.

**INT 629** **3 cr.**

### Finance internationale

Objectifs : comprendre le développement des marchés des capitaux, la déréglementation; connaître les instruments nouveaux qui ont élargi le champ des décisions en matière financière.

Contenu : environnement monétaire international. Marchés financiers internationaux. Réseaux internationaux. Gestion du risque de change.

**INT 630** **3 cr.**

### Logistique internationale

Objectif : connaître les nouvelles technologies concourant à la maîtrise de la logistique intégrée.

Contenu : importance des concepts logistiques. Logistique de distribution et partenaires logistiques. Gestion des stocks et logistique. Logistique de gestion de production. Qualité logistique.

**INT 632** **3 cr.**

### Géopolitique

Objectifs : définir, comprendre et évaluer l'impact des facteurs d'influence nationaux et supranationaux dont doivent tenir compte les entreprises dans un contexte de mondialisation.

Contenu : découpage des zones économiques (ex. : Union européenne, NAFTA). Organismes supranationaux chargés de réguler l'activité économique (ex. : FMI, Organisation mondiale). Gouvernance.

**INT 811** **3 cr.**

### Finance et entreprises mondiales

Objectif : acquérir un cadre théorique permettant l'analyse des contraintes et des pratiques de la finance internationale.

Contenu : évaluation de l'environnement international. Contraintes socioéconomiques. Stratégies multinationales.

**INT 813** **3 cr.**

### Stratégies et information comptable

Objectifs : comprendre les différences entre les systèmes de comptabilité nord-américain et européen; articuler une réflexion sur le comportement des gestionnaires au regard de l'information financière.

Contenu : présentation des systèmes de comptabilité nord-américain et européen. Harmonisation internationale. Théories quant au choix des objectifs de communication d'information financière et de contrôle de gestion.

**INT 814** **3 cr.**

### Méthodes de recherche appliquée

Objectif : s'initier à la conception et à la réalisation de projets de recherche.

Contenu : épistémologie des connaissances. Méthodologie de recherche empirique.

**INT 815** **3 cr.**

### Marketing direct international

Objectifs : acquérir des connaissances conceptuelles et opérationnelles en marketing direct pour conquérir et fidéliser de nouveaux marchés; concevoir, développer et gérer une politique de marketing direct dans le cadre d'une stratégie marketing locale ou internationale.

Contenu : définition, fondements et spécificités de l'approche marketing

directe et de la gestion de la relation clients; construction et gestion de bases de données; méthodes et outils de pilotage et de suivi des opérations.

## MAR

**MAR 801** **3 cr.**

### Gestion de projet en communication marketing

Objectifs : mieux cerner les enjeux et perspectives de la gestion de projet; comprendre et appliquer les concepts propres à la gestion de projet dans un contexte de communication marketing; développer les habiletés reliées à la gestion d'un projet de communication marketing.

Contenu : la définition du besoin. La définition du concept. L'identification des options. Les études de préféabilité. Le choix du concept. L'analyse des risques. L'identification des stratégies de réalisation et implantation.

**MAR 802** **3 cr.**

### Recherche en communication marketing

Objectifs : se familiariser avec les méthodes de recherche qualitatives et quantitatives pertinentes au domaine de la communication marketing; développer un esprit critique face à la recherche en communication marketing; apprendre à utiliser adéquatement les résultats de recherche.

Contenu : l'étude des données secondaires. Les principales méthodes de recherche qualitatives : l'entrevue individuelle, les entrevues de groupe et les études de cas. Les prétests publicitaires. La mesure de l'efficacité des outils de communication marketing.

**MAR 803** **3 cr.**

### Marketing et comportement de consommation

Objectifs : assimiler les fondements conceptuels de la discipline du comportement des consommateurs; comprendre les facteurs psychologiques et sociaux qui influencent les différents aspects du comportement humain dans le contexte de la communication marketing.

Contenu : valeurs et besoins des consommateurs. La personnalité, le style de vie et la motivation des consommateurs. La recherche, l'acquisition et le traitement de l'information dans un contexte d'achats. Les processus décisionnelle du consommateur. L'influence de la culture sur le comportement d'achat.

**MAR 804** **3 cr.**

### Pratiques avancées en gestion de la marque

Objectifs : acquérir les connaissances conceptuelles liées à la gestion de la marque dans un contexte de communication marketing; se familiariser avec les décisions entourant la gestion de la marque du point de vue de l'entreprise; faire le lien entre la recherche en gestion de la marque et son application en communication marketing.

Contenu : introduction à la gestion des marques. La mesure du capital de marque. La stratégie d'extension de marque. Le portefeuille de marques. Les marques de distributeurs. L'alliance de marques.

**MAR 805** **3 cr.**

### Planification et placement média

Objectifs : acquérir les connaissances conceptuelles liées à la planification média; se familiariser avec les outils de mesure du profil et de l'auditoire des médias et les pratiques en matière de placement média; connaître les particularités des médias et des véhicules de communication marketing traditionnels et émergents.

Contenu : le secteur des médias au Québec et au Canada. Les décisions entourant les tactiques et les stratégies de placement médias. Les caractéristiques des médias et des véhicules de communication marketing. Les outils de mesure du profil et de l'auditoire des médias.

**MAR 806** **3 cr.**

### Promotion des ventes et marketing direct

Objectifs : acquérir les connaissances conceptuelles et opérationnelles liées à la promotion des ventes et au marketing direct; concevoir, développer et gérer le plan de marketing direct dans le cadre d'une stratégie marketing visant à conquérir et à fidéliser de nouveaux marchés.

Contenu : les outils de promotion des ventes. Les fondements et spécificités de l'approche marketing direct. Les différentes technologies de l'information au service de la relation client. La mesure de la rentabilité d'un client. Les méthodes et les outils de pilotage et de suivi des opérations.

**MAR 807** **3 cr.**

### Communication et commerce électronique

Objectifs : se sensibiliser à l'impact du commerce électronique sur le marketing; comprendre la place qu'occupe Internet dans la stratégie de communication marketing des entreprises; identifier les particularités de la communication virtuelle et des médias interactifs.

Contenu : l'importance du commerce électronique dans les organisations et la stratégie marketing. Le développement des stratégies de communication marketing à l'aide d'Internet. Le comportement du cyberconsommateur. Les communications sur Internet. L'évaluation de l'efficacité de la communication sur Internet.

**MAR 808** **1 cr.**

### L'agence et le client

Objectifs : se familiariser avec les méthodes de gestion utilisées dans les agences de communication marketing et avec la nature de la relation entre l'agence et le client.

Contenu : la gestion des agences de communication marketing. L'organisation des communications marketing au sein des entreprises. La relation agence-client. Le *pitch* publicitaire.

**MAR 809** **1 cr.**

### Identité visuelle et design de l'emballage

Objectifs : comprendre le rôle et l'importance de l'identité visuelle pour une marque et pour une organisation; comprendre le rôle de l'emballage dans une stratégie de communication marketing; acquérir les notions essentielles liées à la création d'une identité visuelle et au choix d'un emballage.

Contenu : les éléments de l'identité visuelle d'une marque et d'une organisation. Le rôle du logo dans la stratégie de communication marketing. Les étapes de la création d'un logo. Les fonctions de l'emballage. Les principaux éléments constitutifs d'un emballage. La normalisation et la réglementation liées à l'emballage.

**MAR 811** **1 cr.**

### Aspects légaux de la communication marketing

Objectifs : se familiariser avec les dispositions des lois québécoises et canadiennes relatives à la propriété intellectuelle, à la communication marketing et à la consommation.

Contenu : la marque de commerce. Le droit d'auteur en communication marketing. La réglementation relative à la publicité. La législation en matière de protection du consommateur.

**MAR 814** **3 cr.**

### Modèles quantitatifs en marketing

Objectifs : comprendre les principaux modèles connus et utilisés en marketing; être capable d'adapter ces modèles afin de solutionner différents problèmes concrets.

Contenu : différentes fonctions de réponses. Estimation. Modèles probabilistes. Modèles de lancement de nouveaux produits. Prix et décisions promotionnelles. Budget de publicité. Répartition entre les différents médias. Vente personnelle. Cycle de vie du produit. Portefeuille de produits.

**MAR 815** **3 cr.**

### Modèles d'aide à la décision en marketing

Objectifs : comprendre les principaux modèles d'aide à la décision utilisés en marketing; être capable d'adapter ces modèles afin de solutionner différents problèmes concrets dans le domaine du marketing.

Contenu : outils de gestion des ventes et de la distribution. Développement stratégique. Localisation et géomarketing. Différentes fonctions de réponses et estimation. Budget de publicité. Prix et décisions promotionnelles. Modèles basés sur le jugement d'experts. Indicateurs de performance. Évaluation de l'impact des actions marketing. Analyse conjointe.

**MAR 823** **3 cr.**

### Gestion de l'innovation de produit

Objectifs : comprendre le processus d'innovation suivi par les entreprises qui commercialisent des nouveaux produits; accorder une attention particulière aux produits très innovateurs (innovations technologiques) et aux difficultés reliées à leur commercialisation; se familiariser avec les principaux outils utilisés lors du développement et de la commercialisation de nouveaux produits.

Contenu : le concept d'innovation dans la littérature en diffusion, en adoption et en développement et commercialisation. L'évolution technologique et son impact sur la gestion des produits. La stratégie d'innovation et produits des entreprises et déterminants. Les critères de succès et d'échec des nouveaux produits. L'interface R et D et marketing. Le processus de développement et de commercialisation de nouveaux produits, ses différentes

étapes et ses implications managériales. Différents outils utilisés pour l'élaboration d'un design d'un produit et la détermination du prix.

Préalable : MQG 800

**MAR 824** **3 cr.**

**Marketing et commerce électronique**

Objectifs : distinguer les particularités du cybermarketing. Évaluer les différentes possibilités d'interactions avec l'auditoire. Concevoir une stratégie de cybermarketing.

Contenu : le cyberconsommateur. Segmentation, différenciation et positionnement. Produit numérique et cybermarque. Formes de cyberpublicité. Chaîne de valeur virtuelle. Acquisition, développement et gestion de la relation client (eCRM). Service à la clientèle et support.

**MAR 832** **3 cr.**

**Marketing et sciences du comportement**

Objectif : assimiler les fondements conceptuels de la discipline du comportement des consommateurs à travers l'étude approfondie de la recherche scientifique.

Contenu : personnalité, style de vie et motivation. Attention, perception et imagerie. Recherche et acquisition d'information. Encodage, rétention et recouvrement d'information en mémoire. Catégorisation, processus schématisés et inférence. Processus affectifs et émotionnels. Processus décisionnels. Apprentissage, expertise et développement cognitif. Interaction sociale, socialisation et processus d'influence. Culture et stratification sociale.

**MAR 836** **3 cr.**

**Consultation et méthodes qualitatives**

Objectifs : savoir construire une offre de service avec un client dans le cadre d'une intervention en entreprise, être capable de justifier les options prises et les recommandations formulées et développer des habiletés reliées à la communication écrite et orale de ses résultats; connaître de manière approfondie les approches méthodologiques complémentaires ou distinctes des méthodes quantitatives de recherche, savoir les mettre en œuvre et les utiliser.

Contenu : le processus de consultation. L'offre de service. L'étude des données secondaires. Les méthodes de recherche qualitatives (l'entrevue individuelle, les entrevues de groupe, les études de cas, l'exploitation des données). Le rapport de consultation. La présentation orale des résultats.

**MAR 837** **3 cr.**

**Marketing stratégique**

Objectifs : comprendre le processus de formation de la stratégie corporative et de la stratégie marketing et identifier les principaux éléments qui interviennent et influencent ce processus; faire la présentation et discuter des grandes orientations stratégiques pour lesquelles une entreprise peut opter et préciser leur cadre d'application; détailler les stratégies et tactiques opérationnelles du marketing de même que leurs interrelations.

Contenu : processus de formation de la stratégie et ses déterminants. Analyse de l'environnement interne et de l'environ-

nement externe. Recherche d'avantages concurrentiels. Capacités distinctives en marketing. Stratégies de l'offre. Stratégies de la demande. Stratégies concurrentielles. Stratégies et tactiques de gestion du produit et de la marque. Stratégies et tactiques de gestion du prix. Stratégies et tactiques de gestion de la distribution. Stratégies et tactiques de gestion de la communication commerciale.

**MAR 851** **3 cr.**

**Contrôle d'efficacité en marketing**

Objectifs : explorer les dimensions économiques, financières et organisationnelles du marketing dans la perspective du contrôle de l'action marketing; mettre en évidence l'interdépendance des fonctions marketing, finance, système d'information.

Contenu : positionnement de la fonction contrôle en marketing, planification et contrôle. Systèmes d'information, analyse financière et comptable en marketing. Les contrôles de performance en matière de produits, de distribution, de vente, de stratégie et d'organisation commerciale. Le contrôle de l'utilisation des budgets publi-promotionnels et de recherche en marketing.

**MAR 862** **3 cr.**

**Méthodes de recherche en marketing**

Objectifs : apprendre et mettre en pratique les concepts de la recherche en marketing de façon à pouvoir formuler et mener à terme un projet de recherche.

Contenu : la recherche en marketing sous l'angle de la démarche scientifique traditionnelle : une approche critique. L'examen des connaissances existantes. La mesure des concepts en marketing : techniques de *scaling* unidimensionnel. La fidélité et la validité des mesures. La recherche qualitative. L'observation et l'enquête. La méthode expérimentale. Théorie et pratique de l'échantillonnage. L'analyse statistique des données.

**MAR 871** **3 cr.**

**Séminaire de théorie en marketing**

Objectifs : s'interroger sur des aspects fondamentaux, mais souvent laissés à l'écart dans l'étude et la pratique du marketing; se familiariser avec les écrits des penseurs les plus réputés ou les plus connus de la littérature en marketing.

Contenu : le marketing comme art. L'éthique en marketing. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication. La théorie en marketing. La philosophie des sciences. Le macromarketing et le marketing comparatif. Le marketing tel que conçu par les non-Américains. Le rôle du marketing dans le développement économique d'une société. Le marketing comme reflet du postmodernisme.

**MAR 873** **3 cr.**

**Gestion de la marque**

Objectifs : identifier les différents volets de la gestion de la marque. Se familiariser avec les choix auxquels sont confrontés les praticiens lors de la gestion de leurs marques. Se sensibiliser aux problèmes conceptuels et méthodologiques liés aux différents volets de la gestion de la marque. Faire le lien entre la recherche fondamentale en gestion de la marque et son application commerciale.

Contenu : la définition et la mesure du capital de marque. Les outils de développement du capital de marque. Les stratégies de mise en valeur du capital de marque. La protection du capital de marque. Les stratégies pour assurer la pérennité du capital de marque.

**MAR 875** **3 cr.**

**Commerce et marketing international**

Objectifs : acquérir des connaissances techniques et conceptuelles au regard de la dimension internationale des décisions commerciales. Être capable d'intégrer les concepts propres au marketing dans une perspective de globalisation des marchés.

Contenu : mise en contexte du phénomène de globalisation des marchés (historique; facteurs de renforcement; enjeux politiques, sociaux et commerciaux). Développement de l'entreprise à un niveau international. Examen des décisions relevant de l'activité marketing dans un environnement international (politiques de produit, politiques de distribution, politiques de prix, politiques de communication).

**MAR 876** **3 cr.**

**Marketing vert**

Objectifs : maîtriser les problématiques environnementales auxquelles doivent faire face les gestionnaires marketing par rapport à leurs parties prenantes; développer une réflexion critique sur l'ensemble des théories et processus managériaux du marketing vert; savoir élaborer une stratégie de marketing vert tant au niveau de son contenu que du processus et des facteurs contextuels

Contenu : influence des préoccupations environnementales sur le marketing. Économie verte. Pression verte. Éthique environnementale. Champ du marketing vert. Consommation verte. Écart vert. Écoconception. Législation verte. Certification environnementale. Marchéage vert. Performance verte. Culture verte.

**MAR 877** **3 cr.**

**Nouvelles tendances en théories marketing**

Objectif : s'interroger sur des aspects fondamentaux, mais souvent laissés à l'écart, dans l'étude et la pratique du marketing. Contenu : variable selon les thèmes abordés : médias sociaux, marketing mobile, marketing relationnel, webmarketing, etc.

**MEM**

**MEM 800** **15 cr.**

**Mémoire**

Objectifs : choisir, planifier, effectuer et exposer par écrit le contenu d'une recherche scientifique en suivant le schéma classique de la mise en correspondance d'un cadre théorique et de données empiriques.

Contenu : proposition de recherche, revue de la littérature, choix d'un cadre théorique, définition des hypothèses de recherche, choix d'une méthodologie, collecte des données, analyse des résultats, rédaction et présentation orale. *Cette activité pédagogique s'organise autour des activités pédagogiques ADM 891, ADM 892, ADM 893, activités de recherche I, II, III.*

**MMP**

**MMP 800** **3 cr.**

**Fondements théoriques en management public**

Objectif : se familiariser avec les principes du management public et les différentes fonctions des organisations publiques.

Contenu : activités fondamentales du management public (planification, organisation, direction et contrôle en management public). Fonctions principales de l'organisation publique : production, gestion des ressources humaines, finance et marketing.

**MMP 801** **3 cr.**

**Modernisation du management public**

Objectifs : connaître les nouvelles approches de fonctionnement et d'élaboration des politiques publiques et de l'administration publique centrale et locale. Apprendre à intégrer des modes de gestion alternatifs. Développer des habiletés afin d'utiliser des outils de gestion appropriés.

Contenu : particularités des systèmes de gestion décentralisés et déconcentrés canadiens et internationaux. Présentation d'outils pratiques qui vont permettre aux gestionnaires d'intégrer les nouvelles formes de modernisation de l'administration publique (approches de gestion et modes de gestion alternatifs).

**MMP 802** **3 cr.**

**Transfert des connaissances et mondialisation**

Objectifs : connaître les concepts de gestion des connaissances et leurs avantages concurrentiels. Comprendre les effets de l'émergence d'une économie du savoir et ses conséquences sur la gestion des organisations modernes internationales.

Contenu : explorer les pratiques et actions porteuses en gestion des connaissances. Examiner le transfert des connaissances comme mécanisme de changement et de performance. Analyser les bases de l'environnement interne et externe afin de permettre une exploitation supérieure du capital intellectuel et relationnel de l'organisation.

**MMP 805** **3 cr.**

**Management par les processus**

Objectif : acquérir les connaissances et les habiletés requises pour appliquer l'approche et les méthodes de la réingénierie des processus dans les organisations publiques et parapubliques.

Contenu : définition des termes et des concepts du domaine de la réingénierie des processus. Nature, approche, méthodes et étapes de la réingénierie en management public. Approche systémique et réingénierie des organisations publiques. Diagramme des flux. Analyse des coûts par activité. Réingénierie et productivité. Facteurs de succès d'un projet de réingénierie en management public.

**MMP 806** **3 cr.**

**Management stratégique de l'innovation**

Objectifs : comprendre le processus de management stratégique dans les organisations tant au niveau de sa formulation que de son implantation. Concevoir l'innovation comme un objet du management stratégique. Acquérir une compréhension

approfondie des questions clés de l'innovation. Maîtriser les concepts par l'analyse de cas réels. Pouvoir diagnostiquer des capacités d'innovation.

Contenu : le management stratégique. Les stratégies d'innovation. L'innovation comme processus d'apprentissage interactif et complexe. Un modèle multi-dimensionnel de l'analyse de l'innovation. L'évolution économique. Les systèmes d'innovation et les défis des politiques régionales.

**MMP 807 3 cr.**  
**Gestion et développement local et international**

Objectifs : présenter les notions fondamentales du management et du développement dans les collectivités locales. Approfondir les connaissances sur les structures, la gestion. Développer une compréhension critique des différentes approches. Fournir les outils de gestion de base nécessaires à une planification stratégique innovante.

Contenu : techniques de gestion intégrées conciliant les aspects politiques, administratifs, financiers et sociaux. Processus d'impartition dans le secteur local. Approches innovatrices et créatives dans le développement municipal. Structures et techniques de développement dans un contexte d'analyse comparée.

**MMP 808 3 cr.**  
**Atelier de recherche en management public**

Objectifs : acquérir les compétences de base pour réaliser une démarche de recherche qualitative. Réaliser un travail de terrain sur un des enjeux actuels en management public ou en développement local en mettant à profit une approche de recherche rigoureuse relative à des données qualitatives. Dégager un diagnostic articulé au sujet de la problématique choisie et formuler des pistes de solution ou d'amélioration utiles pour les praticiens.

Contenu : caractéristiques de la recherche qualitative appliquée, formulation et réalisation d'un projet de recherche en management public ou en développement local, méthodes qualitatives, aspects éthiques de la recherche appliquée.

## MQG

**MQG 800 3 cr.**

**Statistiques avancées**

Objectifs : approfondir les concepts de base de l'analyse statistique; les appliquer à l'étude du modèle linéaire général.

Contenu : révision et approfondissement des concepts de base : distribution, espérance mathématique, variance, estimation ponctuelle, inférence. Application au modèle de régression simple et surtout au modèle de régression multiple. Analyse des résidus, moindres carrés pondérés et généralisés. Inclusion de variables qualitatives dans les modèles linéaires : analyse de variance, de covariance, analyse discriminante à deux groupes et régression logistique.

**MQG 802 3 cr.**

**Modèles statistiques multivariés**

Objectifs : se familiariser avec certaines analyses multivariées et maîtriser l'utilisation de logiciels informatiques permettant de les mettre en œuvre.

Contenu : modèles multivariés de nature réductive : analyses factorielle, canonique, discriminante, typologique, multidimensionnelle, conjointe, des correspondances. Quelques extensions du modèle de régression multiple : erreurs dans les variables, variables instrumentales, multicollinéarité, effets retardés. Introduction aux systèmes d'équations : analyse des cheminements de causalité. Analyse des données discrètes et des tableaux de contingence.

Préalable : MQG 800

**MQG 805 3 cr.**

**Gestion à valeur ajoutée**

Objectifs : Résoudre des problèmes de gestion en vue d'améliorer la performance et la flexibilité des processus opérationnels et administratifs d'une entreprise à l'aide de l'approche de gestion à valeur ajoutée.

Contenu : Concepts et techniques du coffre à outils GVA. Sources de gaspillage. Cartographie de la chaîne de valeur (VSM). Indicateurs de performance. Gestion des goulots (approche TOP). Système 5S, poka-yoké, SMED et Kanban. Aménagement cellulaire. Travail collaboratif. Présentation de projets d'amélioration continue. Auto-évaluation avec portfolio.

**MQG 810 3 cr.**

**Traitement statistique des données**

Objectifs : se familiariser avec le traitement et l'analyse statistiques des données et avec l'utilisation d'un logiciel informatique classique.

Contenu : introduction à l'utilisation du logiciel SPSS. Son application aux problèmes de nature univariée : distributions, moyenne, variance, proportions. Situations bivariées : corrélation, régression simple, comparaison de moyennes, tableaux croisés. Problèmes multivariés : régression multiple, analyse de variance à plusieurs facteurs, analyse factorielle, analyse discriminante, analyse de groupement.

**MQG 811 3 cr.**

**Analyse statistique des données**

Objectifs : maîtriser les principales techniques d'analyse statistique des données avec l'utilisation de logiciels statistiques classiques.

Contenu : introduction à l'utilisation des logiciels SAS et SPSS; leur utilisation dans les analyses statistiques univariées et multivariées : analyse descriptive, tableaux de contingence, analyse de la variance à un et à deux facteurs, régression linéaire simple et multiple, analyse des résidus, analyse en composantes principales, analyse discriminante, régression logistique, modèles d'équations structurelles.

**MQG 812 3 cr.**

**Techniques de forage de données**

Objectifs : maîtriser les principales techniques de forage de données avec l'utilisation de logiciels. Application à des cas stratégiques en intelligence d'affaires.

Contenu : introduction à l'utilisation des logiciels SAS Enterprise Miner et Clementine (SPSS). Leur utilisation dans les techniques de forage de données : analyse d'association, analyse séquentielle, arbre de décision, réseaux de neurone, analyse de classification supervisée et non supervisée, combinaisons de plusieurs techniques. Validation et déploiement des modèles. Analyse de cas.

Préalable : MQG 811

**MQG 813 3 cr.**

**Statistiques décisionnelles avancées**

Objectifs : maîtriser les analyses statistiques pour les données temporelles et spatiales avec les logiciels SAS et EvIEWS. Application à des cas d'intelligence d'affaires.

Contenu : utiliser SAS et EvIEWS pour analyser des séries temporelles : modèles linéaires, lissages exponentiels, modèles de décomposition et modèle ARIMA. Techniques statistiques classiques avec données spatiales; mesure de l'autocorrélation spatiale et variogrammes. Analyse de cas.

Préalable : MQG 812