

**ÉCOLE DE GESTION**

## Maîtrise en administration

Les sections *Présentation*, *Structure du programme* et *Admission et exigences* constituent la version officielle de ce programme. La dernière mise à jour a été faite le 5 novembre 2019. L'Université se réserve le droit de modifier ses programmes sans préavis.

**PRÉSENTATION****Sommaire\***

\*IMPORTANT : Certains de ces renseignements peuvent varier selon les cheminements ou concentrations. Consultez les sections *Structure du programme* et *Admission et exigences* pour connaître les spécificités d'admission par cheminements, trimestres d'admission, régimes ou lieux offerts.

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

45 crédit(s)

**GRADE**

M. Adm. ou M. Sc.

**TRIMESTRE(S) D'ADMISSION**

Automne

**RÉGIME DES ÉTUDES**

Régulier

**RÉGIME D'INSCRIPTION**

Temps complet, Temps partiel

**LIEU**

Campus principal de Sherbrooke, Campus de Longueuil

**PARTICULARITÉS\***

Diplôme reconnu par un ordre professionnel

Ouvert aux étudiants internationaux en régime régulier

Ouvert aux étudiants internationaux en échange

Possibilité de stage ou de cours à l'étranger

\* Peuvent varier pour certains cheminements ou concentrations.

**RENSEIGNEMENTS****Campus de Longueuil**

450 463-1835, poste 61588

1 888 463-1835, poste 61588 (numéro sans frais)

450 670-1848 (télécopieur)

[gouvauditsecurti.eg@USherbrooke.ca](mailto:gouvauditsecurti.eg@USherbrooke.ca)

[gi.eg@USherbrooke.ca](mailto:gi.eg@USherbrooke.ca)

**Campus principal**

819 821-8000, poste 67333

1 800 267-8337, poste 67333 (sans frais)

819 821-7364 (télécopieur)

[madm.eg@USherbrooke.ca](mailto:madm.eg@USherbrooke.ca)

[msec.eg@USherbrooke.ca](mailto:msec.eg@USherbrooke.ca)

## Description des cheminements

La maîtrise en administration permet un cheminement général offrant dix concentrations :

- concentration en communication marketing;
- concentration en finance;
- concentration en gestion du commerce électronique;
- 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 et développement local;
- 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.

Pour le cheminement général: quelle que soit la concentration choisie, l'étudiante ou l'étudiant doit respecter les exigences du tronc commun.

NOTE : Pour les concentrations en communication marketing, en gestion internationale, en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information et en management public et développement local, le grade est maître en administration et le sigle est M. Adm.

## Objectif(s) général(aux)

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de poursuivre l'acquisition de connaissances liées à sa formation antérieure ou d'acquérir une formation spécialisée dans l'une des concentrations du programme ou l'un de ses domaines de recherche :
- soit, dans le cheminement général, d'acquérir 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.

## Objectif(s) spécifique(s)

### 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'acquérir une vision intégrée de la communication marketing dans les organisations et d'en maîtriser l'ensemble des éléments;
- de réaliser des projets d'audit et d'élaborer des plans de communication marketing;
- de réaliser des interventions et d'offrir des conseils stratégiques en 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 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 ET DÉVELOPPEMENT LOCAL

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquérir 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 socio-économique 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'acquérir 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.

## STRUCTURE DU PROGRAMME

### Modalités de formation

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).

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

- le trimestre d'automne (18 crédits) a lieu au Campus de Longueuil de l'Université de Sherbrooke;
- le trimestre d'hiver (18 crédits) a lieu à l'ESAM (Paris);
- 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.

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).

Pour la concentration en management public et développement local, 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.

# Concentration en communication marketing

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>CCM811</b>	Audit de communication marketing - 3 crédit(s)
<b>CRM870</b>	Stratégies en relations publiques marketing - 3 crédit(s)
<b>CRM871</b>	Déontologie et communication marketing - 1 crédit(s)
<b>CRM872</b>	Stratégies de création en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>CRM873</b>	Stratégies de communications numériques - 2 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>MAR816</b>	Planification et stratégies médias - 3 crédit(s)
<b>MAR817</b>	Fonction conseil en communication marketing - 1 crédit(s)
<b>MAR819</b>	Pratiques avancées en gestion de la marque - 3 crédit(s)
<b>MAR825</b>	Marketing et comportement de consommation - 3 crédit(s)
<b>MAR826</b>	Communication et commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>MAR827</b>	Marketing relationnel - 3 crédit(s)
<b>MAR829</b>	Identité visuelle et design de l'emballage - 1 crédit(s)
<b>MAR831</b>	Aspects légaux de la communication marketing - 1 crédit(s)

## Activité pédagogique supplémentaire - 0 à 2 crédit(s)

Cette activité est facultative et ne fait pas partie des crédits du programme.

<b>MAR833</b>	Atelier pratique en commerce électronique - 2 crédit(s)
---------------	---

# Concentration en finance

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 18 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration
- 21 crédits d'activités pédagogiques à option de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 18 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>FEC810</b>	Fondements théoriques de la finance - 3 crédit(s)
<b>FEC822</b>	Analyse des décisions financières - 3 crédit(s)
<b>FEC840</b>	Théorie de portefeuille - 3 crédit(s)

## Activités pédagogiques à option - 21 crédit(s)

Sept activités choisies parmi les suivantes:

<b>FEC800</b>	Analyse économique - 3 crédit(s)
<b>FEC818</b>	Analyse, information financière et placement - 3 crédit(s)
<b>FEC830</b>	Marché des capitaux - 3 crédit(s)
<b>FEC851</b>	Séminaire d'analyse financière - 3 crédit(s)
<b>FEC852</b>	Séminaire de gestion de portefeuille - 3 crédit(s)
<b>FEC855</b>	Instruments financiers dérivés - 3 crédit(s)
<b>FEC857</b>	Gouvernance et gestion des risques d'une organisation - 3 crédit(s)
<b>FEC870</b>	Lectures dirigées en finance de marché - 3 crédit(s)
<b>FEC873</b>	Lectures dirigées en gestion financière - 3 crédit(s)
<b>FEC874</b>	Évaluation des entreprises - 3 crédit(s)
<b>FEC876</b>	Gestion financière stratégique - 3 crédit(s)

<b>FEC878</b>	Analyse approfondie de l'information et des décisions financières - 3 crédit(s)
<b>FEC879</b>	Risques opérationnels et contrôle de gestion - 3 crédit(s)
<b>FIS802</b>	Transfert d'entreprise et fiscalité - 3 crédit(s)
<b>MQG802</b>	Modèles statistiques multivariés - 3 crédit(s)

## Concentration en gestion du commerce électronique

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

### Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

#### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

#### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

### Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>GCE801</b>	Fondements théoriques du commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>GCE805</b>	Stratégie et commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>GCE810</b>	Aspects légaux du commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>GCE820</b>	Planification d'un projet de commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>GCE825</b>	Conception d'un projet de commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>GCE830</b>	Développement d'un projet de commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>GCE841</b>	Test d'utilisabilité et plan d'implantation - 3 crédit(s)
<b>GCE845</b>	Web analytique - 3 crédit(s)
<b>GIS821</b>	Technologie du commerce électronique - 3 crédit(s)
<b>MAR824</b>	Marketing et commerce électronique - 3 crédit(s)

# Concentration en gestion internationale

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>INT633</b>	Économie mondiale et développement d'affaires - 3 crédit(s)
<b>INT634</b>	Gestion des opérations et de la logistique à l'international - 3 crédit(s)
<b>INT635</b>	Marketing stratégique et marque à l'international - 2 crédit(s)
<b>INT636</b>	Gestion des ressources humaines à l'international - 2 crédit(s)
<b>INT637</b>	Négociation à l'international - 2 crédit(s)
<b>INT638</b>	Éthique et réglementation en affaires à l'international - 2 crédit(s)
<b>INT639</b>	Simulation d'affaires - 2 crédit(s)
<b>INT640</b>	Gestion de l'innovation à l'international - 2 crédit(s)
<b>INT805</b>	Marketing numérique - 3 crédit(s)
<b>INT811</b>	Finance et entreprises mondiales - 3 crédit(s)
<b>INT813</b>	Stratégies et information comptable - 3 crédit(s)
<b>INT832</b>	Gestion interculturelle - 3 crédit(s)

Les activités INT 633, INT 634, INT 635, INT 636, INT 637, INT 638, INT 639 et INT 640 sont offertes à l'ESAM (Paris). Notez que l'offre de cours peut être sujette à changement.

# Concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours

- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>DAT802</b>	Infrastructure technologique - 3 crédit(s)
<b>DAT807</b>	Gestion de la continuité et des risques - 3 crédit(s)
<b>DAT811</b>	Audit et contrôle informatique - 3 crédit(s)
<b>DAT812</b>	Acquisition et mise en place des applicatifs - 3 crédit(s)
<b>DAT813</b>	Gouvernance de la sécurité des actifs informationnels - 3 crédit(s)
<b>DAT815</b>	Système d'information financière : Audit et contrôle - 3 crédit(s)
<b>DAT820</b>	Aspects légaux et éthiques des TI - 3 crédit(s)
<b>DAT822</b>	Gestion de projet en gouvernance des TI - 3 crédit(s)
<b>DAT823</b>	Gouvernance des TI - 3 crédit(s)
<b>DAT826</b>	Organisation et gestion des TI - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)

## Concentration en intervention et changement organisationnel

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
---------------	---------------------------------



<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

## BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>ICO805</b>	Gestion des connaissances dans l'économie du savoir - 3 crédit(s)
<b>ICO810</b>	Mesures de performance organisationnelle - 3 crédit(s)
<b>ICO811</b>	Fondements en changement organisationnel - 3 crédit(s)
<b>ICO812</b>	Habilités d'intervention - 3 crédit(s)
<b>ICO813</b>	Analyse de processus et gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>ICO815</b>	Séminaire de GRH - 3 crédit(s)
<b>ICO821</b>	Stratégies de mobilisation - 3 crédit(s)
<b>ICO841</b>	Habilités de formation - 3 crédit(s)
<b>ICO861</b>	Interventions en développement organisationnel - 3 crédit(s)
<b>INS754</b>	Intrapreneuriat et innovation dans les organisations - 3 crédit(s)

## Activité pédagogique supplémentaire - 0 à 2 crédit(s)

Cette activité est facultative et ne fait pas partie des crédits du programme.

<b>ICO099</b>	Réussir à la M. Sc. ICO - 2 crédit(s)
---------------	---------------------------------------

## Concentration en management public et développement local

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)

<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

## BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM806</b>	Gouvernance, organisation et crise - 3 crédit(s)
<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>CTB820</b>	Gestion budgétaire - 3 crédit(s)
<b>DVL831</b>	Analyse stratégique du développement local - 3 crédit(s)
<b>ECN855</b>	Problèmes économiques du développement international - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>GRH820</b>	Ressources humaines et gestion du changement - 3 crédit(s)
<b>INS803</b>	Intrapreneurship organisationnel - 3 crédit(s)
<b>MMP800</b>	Fondements théoriques en management public - 3 crédit(s)
<b>MMP802</b>	Transfert des connaissances et mondialisation - 3 crédit(s)
<b>MMP806</b>	Management stratégique de l'innovation - 3 crédit(s)
<b>MMP807</b>	Gestion du développement local et international - 3 crédit(s)

## Concentration en marketing

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)

<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>MAR815</b>	Modèles d'aide à la décision en marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR823</b>	Gestion de l'innovation de produit - 3 crédit(s)
<b>MAR832</b>	Marketing et sciences du comportement - 3 crédit(s)
<b>MAR836</b>	Consultation et méthodes qualitatives - 3 crédit(s)
<b>MAR837</b>	Marketing stratégique - 3 crédit(s)
<b>MAR851</b>	Contrôle d'efficacité en marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR873</b>	Gestion de la marque - 3 crédit(s)
<b>MAR876</b>	Marketing vert - 3 crédit(s)
<b>MAR877</b>	Nouvelles tendances en théorie marketing - 3 crédit(s)
<b>MQG802</b>	Modèles statistiques multivariés - 3 crédit(s)

## Concentration en sciences comptables

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option du tronc commun
- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration
- 6 crédits d'activités pédagogiques à option spécifiques au programme

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)
<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)

<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 33 crédit(s)

<b>CPA831</b>	Expertise comptable - Rapport professionnel I - 3 crédit(s)
<b>CPA832</b>	Expertise comptable - Information financière - 3 crédit(s)
<b>CPA833</b>	Expertise comptable - Comptabilité de gestion - 3 crédit(s)
<b>CPA834</b>	Expertise comptable - Certification, stratégie et gouvernance - 3 crédit(s)
<b>CPA835</b>	Expertise comptable - Aspects financiers et fiscaux - 3 crédit(s)
<b>CPA836</b>	Expertise comptable - Compétences multiples - 3 crédit(s)
<b>CPA838</b>	Intégration globale des compétences en expertise comptable - 3 crédit(s)
<b>CPA839</b>	Expertise comptable - Rapport professionnel II - 3 crédit(s)
<b>ESS890</b>	Essai - 9 crédit(s)

## Activités pédagogiques à option - 6 crédit(s)

À choisir parmi les suivantes :

<b>CPA881</b>	Gestion de la performance I - 1 crédit(s)
<b>CPA882</b>	Gestion de la performance II - 2 crédit(s)
<b>CPA883</b>	Stratégie financière avancée I - 1 crédit(s)
<b>CPA884</b>	Stratégie financière avancée II - 2 crédit(s)
<b>CPA885</b>	Audit et certification avancés I - 1 crédit(s)
<b>CPA886</b>	Audit et certification avancés II - 2 crédit(s)
<b>CPA887</b>	Fiscalité avancée I - 1 crédit(s)
<b>CPA888</b>	Fiscalité avancée II - 2 crédit(s)

## Concentration en stratégie de l'intelligence d'affaires

- 6 crédits d'activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours
- 39 crédits d'activités pédagogiques obligatoires de la concentration

## Activités pédagogiques à option communes aux cheminements de type cours - 6 crédit(s)

### BLOC 1 - 3 crédit(s)

Une activité choisie parmi les suivantes selon la concentration:

<b>ADM741</b>	Gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>DAT825</b>	Séminaire de synthèse - 3 crédit(s)
<b>MAR818</b>	La gestion de la relation agence-client - 3 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### BLOC 2 - 3 crédit(s)

Trois crédits d'activités pédagogiques choisies parmi les suivantes selon la concentration:

<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>DAT824</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>ICO817</b>	Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)

<b>INT831</b>	Méthodes de recherche en gestion internationale - 1 crédit(s)
<b>MAR828</b>	Recherche en communication marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MMP808</b>	Atelier de recherche en management public - 3 crédit(s)
<b>MQG834</b>	Données et statistiques internationales - 2 crédit(s)

## Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM810</b>	Intervention dans le milieu - 3 crédit(s)
<b>ESS880</b>	Essai - 6 crédit(s)
<b>GIS800</b>	Fondements de l'intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>GIS801</b>	Intelligence d'affaires stratégique - 3 crédit(s)
<b>GIS805</b>	Structuration et analyse multidimensionnelle - 3 crédit(s)
<b>GIS806</b>	Création et gestion des entrepôts de données - 3 crédit(s)
<b>GIS807</b>	Tableaux de bord et informatique décisionnelle - 3 crédit(s)
<b>GIS808</b>	Intelligence compétitive et géospatiale - 3 crédit(s)
<b>GIS811</b>	Architectures et gestion de données en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>GIS812</b>	Analytique et science des données - 3 crédit(s)
<b>MQG812</b>	Technique de forage de données - 3 crédit(s)
<b>MQG813</b>	Statistiques décisionnelles avancées - 3 crédit(s)

## Cheminement de type recherche - domaine finance

### Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM891</b>	Activités de recherche I : Définition du sujet - 3 crédit(s)
<b>ADM892</b>	Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel - 3 crédit(s)
<b>ADM893</b>	Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données - 3 crédit(s)
<b>FEC810</b>	Fondements théoriques de la finance - 3 crédit(s)
<b>FEC822</b>	Analyse des décisions financières - 3 crédit(s)
<b>FEC840</b>	Théorie de portefeuille - 3 crédit(s)
<b>FEC860</b>	Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>MEM800</b>	Mémoire - 15 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)

### Activités pédagogiques à option - 6 crédit(s)

Deux activités choisies parmi les suivantes:

<b>ADM894</b>	Activités de recherche IV - 3 crédit(s)
<b>ADM895</b>	Activités de recherche V - 3 crédit(s)
<b>FEC800</b>	Analyse économique - 3 crédit(s)
<b>FEC818</b>	Analyse, information financière et placement - 3 crédit(s)
<b>FEC830</b>	Marché des capitaux - 3 crédit(s)
<b>FEC851</b>	Séminaire d'analyse financière - 3 crédit(s)
<b>FEC852</b>	Séminaire de gestion de portefeuille - 3 crédit(s)
<b>FEC855</b>	Instruments financiers dérivés - 3 crédit(s)
<b>FEC857</b>	Gouvernance et gestion des risques d'une organisation - 3 crédit(s)
<b>FEC870</b>	Lectures dirigées en finance de marché - 3 crédit(s)
<b>FEC873</b>	Lectures dirigées en gestion financière - 3 crédit(s)
<b>FEC874</b>	Évaluation des entreprises - 3 crédit(s)
<b>FEC876</b>	Gestion financière stratégique - 3 crédit(s)
<b>FEC878</b>	Analyse approfondie de l'information et des décisions financières - 3 crédit(s)
<b>FEC879</b>	Risques opérationnels et contrôle de gestion - 3 crédit(s)

**FIS802** Transfert d'entreprise et fiscalité - 3 crédit(s)

**MQG802** Modèles statistiques multivariés - 3 crédit(s)

## Cheminement de type recherche - domaine gestion du commerce électronique

Activités pédagogiques obligatoires - 27 crédit(s)

**ADM891** Activités de recherche I : Définition du sujet - 3 crédit(s)

**ADM892** Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel - 3 crédit(s)

**ADM893** Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données - 3 crédit(s)

**MEM800** Mémoire - 15 crédit(s)

**MQG810** Traitement statistique des données - 3 crédit(s)

Activités pédagogiques à option - 18 crédit(s)

**Une activité choisie parmi les suivantes:**

**GIS860** Séminaire de recherche appliquée - 3 crédit(s)

OU

**MAR862** Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)

**Cinq activités choisies parmi les suivantes:**

**ADM894** Activités de recherche IV - 3 crédit(s)

**ADM895** Activités de recherche V - 3 crédit(s)

**GCE801** Fondements théoriques du commerce électronique - 3 crédit(s)

**GCE805** Stratégie et commerce électronique - 3 crédit(s)

**GCE810** Aspects légaux du commerce électronique - 3 crédit(s)

**GCE820** Planification d'un projet de commerce électronique - 3 crédit(s)

**GCE825** Conception d'un projet de commerce électronique - 3 crédit(s)

**GCE830** Développement d'un projet de commerce électronique - 3 crédit(s)

**GCE841** Test d'utilisabilité et plan d'implantation - 3 crédit(s)

**GCE845** Web analytique - 3 crédit(s)

**GIS821** Technologie du commerce électronique - 3 crédit(s)

**MAR824** Marketing et commerce électronique - 3 crédit(s)

## Cheminement de type recherche - domaine intervention et changement organisationnel

Activités pédagogiques obligatoires - 33 crédit(s)

**ADM891** Activités de recherche I : Définition du sujet - 3 crédit(s)

**ADM892** Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel - 3 crédit(s)

**ADM893** Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données - 3 crédit(s)

**ICO811** Fondements en changement organisationnel - 3 crédit(s)

**ICO817** Méthodes de recherche et de diagnostic - 3 crédit(s)

**MEM800** Mémoire - 15 crédit(s)

**MQG810** Traitement statistique des données - 3 crédit(s)

Activités pédagogiques à option - 12 crédit(s)

Quatre activités choisies parmi les suivantes:

**ADM894** Activités de recherche IV - 3 crédit(s)

**ADM895** Activités de recherche V - 3 crédit(s)

**ICO805** Gestion des connaissances dans l'économie du savoir - 3 crédit(s)

<b>ICO810</b>	Mesures de performance organisationnelle - 3 crédit(s)
<b>ICO812</b>	Habilités d'intervention - 3 crédit(s)
<b>ICO813</b>	Analyse de processus et gestion de projet - 3 crédit(s)
<b>ICO815</b>	Séminaire de GRH - 3 crédit(s)
<b>ICO821</b>	Stratégies de mobilisation - 3 crédit(s)
<b>ICO841</b>	Habilités de formation - 3 crédit(s)
<b>ICO861</b>	Interventions en développement organisationnel - 3 crédit(s)
<b>INS754</b>	Intrapreneuriat et innovation dans les organisations - 3 crédit(s)

## Activité pédagogique supplémentaire - 0 à 2 crédit(s)

Cette activité est facultative et ne fait pas partie des crédits du programme.

<b>ICO099</b>	Réussir à la M. Sc. ICO - 2 crédit(s)
---------------	---------------------------------------

## Cheminement de type recherche - domaine marketing

### Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM891</b>	Activités de recherche I : Définition du sujet - 3 crédit(s)
<b>ADM892</b>	Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel - 3 crédit(s)
<b>ADM893</b>	Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données - 3 crédit(s)
<b>MAR832</b>	Marketing et sciences du comportement - 3 crédit(s)
<b>MAR862</b>	Méthodes de recherche en marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR877</b>	Nouvelles tendances en théorie marketing - 3 crédit(s)
<b>MEM800</b>	Mémoire - 15 crédit(s)
<b>MQG800</b>	Statistiques avancées - 3 crédit(s)
<b>MQG802</b>	Modèles statistiques multivariés - 3 crédit(s)

### Activités pédagogiques à option - 6 crédit(s)

Deux activités choisies parmi les suivantes:

<b>ADM894</b>	Activités de recherche IV - 3 crédit(s)
<b>ADM895</b>	Activités de recherche V - 3 crédit(s)
<b>MAR815</b>	Modèles d'aide à la décision en marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR823</b>	Gestion de l'innovation de produit - 3 crédit(s)
<b>MAR836</b>	Consultation et méthodes qualitatives - 3 crédit(s)
<b>MAR837</b>	Marketing stratégique - 3 crédit(s)
<b>MAR851</b>	Contrôle d'efficacité en marketing - 3 crédit(s)
<b>MAR873</b>	Gestion de la marque - 3 crédit(s)
<b>MAR876</b>	Marketing vert - 3 crédit(s)

## Cheminement de type recherche - domaine sciences comptables

### Activités pédagogiques obligatoires - 30 crédit(s)

<b>ADM891</b>	Activités de recherche I : Définition du sujet - 3 crédit(s)
<b>ADM892</b>	Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel - 3 crédit(s)
<b>ADM893</b>	Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données - 3 crédit(s)
<b>CTB860</b>	Méthodes de recherche appliquée - 3 crédit(s)
<b>MEM800</b>	Mémoire - 15 crédit(s)
<b>MQG810</b>	Traitement statistique des données - 3 crédit(s)

## Activités pédagogiques à option - 15 crédit(s)

Cinq activités choisies parmi les suivantes:

<b>ADM804</b>	Gestion internationale et design d'entreprise - 3 crédit(s)
<b>ADM894</b>	Activités de recherche IV - 3 crédit(s)
<b>ADM895</b>	Activités de recherche V - 3 crédit(s)
<b>CTB822</b>	Séminaire de comptabilité de management - 3 crédit(s)
<b>ICO810</b>	Mesures de performance organisationnelle - 3 crédit(s)
<b>ICO851</b>	Réingénierie des processus - 3 crédit(s)

## Cheminement de type recherche - domaine stratégie de l'intelligence d'affaires

### Activités pédagogiques obligatoires - 39 crédit(s)

<b>ADM891</b>	Activités de recherche I : Définition du sujet - 3 crédit(s)
<b>ADM892</b>	Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel - 3 crédit(s)
<b>ADM893</b>	Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données - 3 crédit(s)
<b>GIS800</b>	Fondements de l'intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>GIS802</b>	Stratégie de l'intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>GIS803</b>	Collecte de données en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>GIS861</b>	Méthode de recherche en intelligence d'affaires - 3 crédit(s)
<b>MEM800</b>	Mémoire - 15 crédit(s)
<b>MQG811</b>	Analyse statistique des données - 3 crédit(s)

### Activités pédagogiques à option - 6 crédit(s)

Deux activités choisies parmi les suivantes:

<b>GIS804</b>	Gestion des connaissances - 3 crédit(s)
<b>GIS805</b>	Structuration et analyse multidimensionnelle - 3 crédit(s)
<b>GIS806</b>	Création et gestion des entrepôts de données - 3 crédit(s)
<b>GIS807</b>	Tableaux de bord et informatique décisionnelle - 3 crédit(s)
<b>GIS808</b>	Intelligence compétitive et géospatiale - 3 crédit(s)
<b>MQG812</b>	Technique de forage de données - 3 crédit(s)
<b>MQG813</b>	Statistiques décisionnelles avancées - 3 crédit(s)

## ADMISSION ET EXIGENCES

### 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.
- la concentration en gestion internationale est offerte à Longueuil au trimestre d'automne. Le trimestre d'hiver se déroulera à l'ESAM (Paris).

### Condition(s) générale(s)

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 pourra être exigée pour les activités pédagogiques jugées pertinentes à la concentration dans laquelle elle ou il veut s'inscrire. Une moyenne minimale sera exigée pour les activités concernées.

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.

## Condition(s) particulière(s)

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<sup>o</sup>: les études de 1<sup>er</sup> cycle doivent inclure une concentration en finance ou l'équivalent.

Concentration en gestion du commerce électronique<sup>o</sup>: 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. Les étudiantes et étudiants en provenance de l'ESAM (Paris) sont admis par l'établissement partenaire.

Concentration en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information : la candidate ou le candidat doit avoir obtenu le diplôme d'études supérieures spécialisées de 2<sup>e</sup> cycle en gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information de l'Université de Sherbrooke avec une moyenne cumulative d'au moins 3,0 dans un système où la note maximale est de 4,3.

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 et développement local : 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 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<sup>o</sup>: la candidate ou le candidat doit avoir obtenu le diplôme de 2<sup>e</sup> cycle en expertise comptable de l'Université de Sherbrooke.

## Exigence(s) d'admission

La candidate ou le candidat doit posséder une bonne compréhension de l'anglais écrit. Le programme se réserve le droit d'exiger une preuve du niveau de la connaissance de la langue.

Pour le 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.

## Document(s) requis pour l'admission

Fournir les documents énumérés et suivre la procédure de candidature détaillée sur le site web de l'École de gestion

<https://www.usherbrooke.ca/ecole-gestion/maitrise-administration/admission/>

## Critères de sélection

Outre les conditions d'admission précitées, le comité de sélection considère l'excellence du dossier scolaire et du dossier de présentation, les lettres de recommandation et l'expérience pertinente.

## 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 en régime régulier à temps partiel.

## POURQUOI CE PROGRAMME

### Ce qui distingue ce programme

La maîtrise en administration, à cheminement de type cours, applique directement les connaissances acquises dans chacune des concentrations, par le truchement de l'intervention en entreprise, propre à l'expérience de la pratique qui fait la réputation de l'École de gestion de l'UdeS.

Pour tout savoir sur ce programme et ses nombreuses possibilités, [consultez les pages de l'École de gestion](#) (FAQ, vidéos, parcours de formation, etc.).

En un an seulement, ce programme fait de vous un gestionnaire recherché dans l'un des domaines suivants : communication marketing, finance, gestion du commerce électronique, gestion internationale, gouvernance, audit et sécurité des technologies de l'information, intervention et changement organisationnel, management public, marketing, sciences comptables et stratégie de l'intelligence d'affaires.

Il est aussi possible de choisir un cheminement de type recherche, où la formation scientifique prend plus d'importance. Elle s'articule autour de la réalisation d'une recherche menant à la rédaction d'un mémoire portant sur un sujet que vous avez choisi dans l'un des domaines de spécialisation suivants : comptabilité, finance, gestion du commerce électronique, intervention et changement organisationnel, marketing, stratégie de l'intelligence d'affaires.

Au terme du programme, offert exclusivement à temps complet, les étudiantes et étudiants qui le souhaitent peuvent entreprendre des

[études doctorales.](#)

### Forces du programme

- Offert à temps complet aux Campus de Sherbrooke et de Longueuil
- Offert à temps partiel au Campus de Longueuil
- Scolarité en 12 mois, selon la concentration ou le cheminement choisi.
- Cheminements de types recherche et cours (selon le cheminement choisi)

### À propos des cheminements

La maîtrise en administration permet deux cheminements :

- un cheminement de type cours dans l'une des dix disciplines de la gestion : communication marketing, finance, gestion du commerce électronique, 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.
- un cheminement de type recherche dans l'un des six domaines de recherche suivants : comptabilité, finance, gestion du commerce électronique, intervention et changement organisationnel, marketing, stratégie de l'intelligence d'affaires.

## LA RECHERCHE

### Environnement de recherche

L'École de gestion compte quatre chaires et près de dix équipes de recherche au sein desquelles œuvrent les professeures et professeurs ainsi que les étudiantes et étudiants des cycles supérieurs, notamment celles et ceux au Doctorat en administration des affaires (D.B.A.) et au Doctorat en économie du développement (Ph. D.).

Utilisant différentes approches méthodologiques reconnues, la recherche à l'École de gestion se démarque par sa pertinence et sa transférabilité dans les milieux de pratique.

### Financement et bourses

À l'École de gestion, les étudiantes et étudiants des cycles supérieurs sont encouragés à profiter de l'existence de nombreuses bourses d'études liées à la recherche.

Plus particulièrement, les étudiantes et étudiants admis à la Maîtrise en administration (M. Sc.) concentration en stratégie de l'intelligence d'affaires peuvent se prévaloir de l'offre de bourses d'études.

De plus, d'autres bourses sont offertes pour faciliter vos études aux cycles supérieurs :

- [Répertoire des bourses de l'UdeS](#)
- [Autres possibilités de financement](#)

### Expertise du corps professoral

- [Répertoire des professeurs de l'UdeS](#)

## Regroupements de recherche

- [Chaire Desjardins en finance responsable](#)
- [Chaire d'étude en organisation du travail \(CÉOT\)](#)
- [Chaire de recherche en fiscalité en en finances publiques](#)
- [Chaire de recherche en intégrité financière CIBC](#)
- [Groupe de recherche en économie du développement international](#)

(GREDI)

- [Autres regroupements de recherche de l'École de gestion](#)

## Mémoires et thèses d'étudiantes et d'étudiants

[Savoir UdeS](#)

# INDEX DES ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

---

## ADM741 - Gestion de projet

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Entrer en contact avec les concepts, les modèles et les outils de gestion reliés à la gestion de 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 de projet.

**Équivalente(s)**

ADM5303

---

## ADM804 - Gestion internationale et design d'entreprise

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

---

## ADM806 - Gouvernance, organisation et crise

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre les systèmes complexes. Étudier la relation entre structure, production, contre-production, ordre, crise, chaos, destruction, désordre et évolution des individus dans la société et les organisations. Analyser les multiples effets des crises sur les organisations, les individus et les sociétés : aspects négatifs, énergie porteuse d'évolution et progrès.

**Contenu**

Modèles théoriques et approches diverses en gestion de crises. Méthodes d'apprentissage axées sur les systèmes, leur complexité, les parties prenantes et les gestionnaires porte-crise. Étude des effets révélateurs et effecteurs des crises sur les changements et les développements organisationnels et sociétaux.

---

## ADM810 - Intervention dans le milieu

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Préalable(s)**

Avoir obtenu 30.00 crédits

## ADM891 - Activités de recherche I : Définition du sujet

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Traverser toutes les étapes qui conduisent à la définition 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.

## ADM892 - Activités de recherche II : Élaboration du cadre conceptuel

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

## ADM893 - Activités de recherche III : Méthodologie et collecte de données

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

## ADM894 - Activités de recherche IV

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

## ADM895 - Activités de recherche V

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

# CCM811 - Audit de communication marketing

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

Réaliser des projets intégrés d'audit de communication marketing en utilisant une démarche diagnostique rigoureuse et stratégique. Utiliser de façon optimale les cadres conceptuels appropriés du domaine de façon à élaborer un plan d'intervention qui soit pertinent et original. Vulgariser des informations souvent complexes en fonction des différents types de lectorats. Se comporter avec aisance lors de présentations stratégiques.

## Contenu

Activité d'intégration réalisée en équipe et consistant en une analyse prescriptive menant à des recommandations stratégiques. Rapport d'audit préparant l'élaboration d'un plan d'intervention en communication marketing pour une entreprise.

# CPA831 - Expertise comptable - Rapport professionnel I

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

Développer les habiletés d'analyse intégrative dans la résolution de cas. Appliquer les compétences et connaissances propres à l'expert-comptable dans des situations non directives. Développer des habiletés de communication des résultats d'une manière logique et cohérente dans un rapport structuré. Formuler des recommandations réalistes.

## Contenu

Apprendre par la méthodologie des cas. Développer des techniques de lecture et de tri de l'information. Identifier les problématiques et poser un diagnostic. Établir les priorités d'actions. Analyser les aspects qualitatifs et quantitatifs. Rédiger un rapport sous contrainte de temps. Appliquer des processus intégrateurs à la démarche.

# CPA832 - Expertise comptable - Information financière

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

Être en mesure d'établir des liens entre la production et l'utilisation de l'information financière des organisations afin de pouvoir cibler et résoudre les problématiques de comptabilité financière les plus fréquemment rencontrées dans les organisations. Appliquer les compétences techniques et habilitantes propres à l'expert-comptable dans divers contextes de divulgation de l'information.

## Contenu

Évaluation des besoins en information financière, du caractère approprié du référentiel comptable et des processus visant à produire une information financière fiable. Élaboration ou évaluation de méthodes et procédures comptables appropriées. Évaluation du traitement des opérations courantes et non courantes. Préparation et évaluation des états financiers. Interprétation de l'information financière produite pour les diverses parties prenantes. Analyse et prédiction de l'incidence des décisions stratégiques et opérationnelles sur les résultats financiers.

# CPA833 - Expertise comptable - Comptabilité de gestion

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

Être en mesure d'établir des liens entre la comptabilité financière et la comptabilité de gestion afin de pouvoir cibler et résoudre les problématiques inhérentes à la détermination des coûts et à la gestion de la performance les plus fréquemment rencontrées dans les organisations. Appliquer les compétences techniques et habilitantes propres à l'expert-comptable à divers contextes de planification et de contrôle.

## Contenu

Identification des besoins en information de gestion et élaboration des systèmes pour y répondre. Établissement de prévisions financières et explication des écarts. Analyse et recommandation des améliorations au niveau de la gestion des produits et des coûts afin d'accroître la rentabilité des organisations. Évaluation de systèmes de mesure de la performance et des incidences sur les régimes d'intéressement.

## CPA834 - Expertise comptable - Certification, stratégie et gouvernance

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Être en mesure d'établir des liens entre la comptabilité, le contrôle interne et la gouvernance des organisations afin de pouvoir cibler et résoudre les problématiques de certification les plus fréquemment rencontrées dans les organisations. Appliquer les compétences techniques et habilitantes propres à l'expert-comptable à divers contextes d'audit.

#### Contenu

Analyse des besoins en certification et recommandation des mandats appropriés. Discussion et décision quant à l'acceptation d'une mission. Élaboration de la planification d'une mission. Détermination des risques et construction des procédures pertinentes. Mise en évidence des conclusions et communication des résultats. Analyse et recommandation des contrôles et systèmes adéquats. Évaluation du cadre de gouvernance des organisations. Application des règles de déontologie à des situations normales pour un expert-comptable.

## CPA835 - Expertise comptable - Aspects financiers et fiscaux

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Être en mesure d'établir des liens entre la comptabilité, la gestion financière et la fiscalité des organisations afin de pouvoir cibler et résoudre les problématiques de politique financière et fiscale les plus fréquemment rencontrées dans les organisations. Appliquer les compétences techniques et habilitantes propres à l'expert-comptable dans divers contextes financiers et fiscaux.

#### Contenu

Utilisation et évaluation de l'information comptable à des fins de diagnostic et conseil financiers. Élaboration ou évaluation des propositions d'investissement et de financement en tenant compte des aspects comptables, fiscaux et stratégiques. Estimation de la valeur d'une organisation. Analyse des questions fiscales générales qui se posent à une organisation. Détermination des impôts et taxes à payer dans des situations courantes. Acquisition d'aptitudes pour conseiller les contribuables en ce qui a trait aux avis de cotisation, aux avis d'opposition et aux appels.

## CPA836 - Expertise comptable - Compétences multiples

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

## CRÉDITS

3 crédits

## DURÉE

1 trimestre

## FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Approfondir les liens entre les différents domaines de compétences techniques et habilitantes propres à l'expert-comptable afin de pouvoir cibler et résoudre les problématiques les plus fréquemment rencontrées dans les organisations selon des contextes variés.

#### Contenu

Identification de l'information financière requise aux fins de certaines obligations de déclaration ou autres. Analyse du traitement des événements ou opérations complexes, incluant les informations fournies par voie de note. Analyse des communications de la direction et contribution à leur préparation. Identification des besoins en information financière dans le secteur public. Explication des incidences des tendances actuelles et des nouvelles problématiques en matière d'information financière. Identification des risques et besoins particuliers des OSBL. Évaluation des questions fiscales générales lors du transfert d'une organisation.

#### Préalable(s)

CPA832

Avoir obtenu 15.00 crédits

#### Concomitante(s)

CPA835

## CPA838 - Intégration globale des compétences en expertise comptable

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences habilitantes tels le travail d'équipe et la communication, en les intégrant aux domaines de compétences techniques dans la résolution de problèmes en contexte professionnel. Développer les habiletés en matière de leadership stratégique et faire en sorte que la prise de décisions reflète une perspective intégrée.

**Contenu**

Partage des acquis par le travail d'équipe, les travaux écrits et les présentations orales. Développement des habiletés de communication orale et écrite en faisant appel à un cas intégrateur. Rédaction d'un rapport de type professionnel.

**Préalable(s)**

CPA836

Avoir obtenu 18.00 crédits

---

## CPA839 - Expertise comptable - Rapport professionnel II

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Accroître les habiletés d'analyse intégrative dans la résolution de cas complexes. Appliquer les compétences acquises dans des situations non directives de nature générale et spécialisée.

[Usherbrooke.ca/admission](http://Usherbrooke.ca/admission)

Perfectionner les habiletés de communication des résultats d'une manière logique et cohérente dans un rapport structuré.

**Contenu**

Approfondissement de la méthodologie des cas. Perfectionnement des techniques de lecture et de tri de l'information. Identification des problématiques générales et spécialisées. Établissement d'un diagnostic en faisant preuve de jugement professionnel et éthique. Établissement des priorités d'actions. Rédaction d'un rapport sous contrainte de temps. Application de processus intégrateurs à la démarche.

**Préalable(s)**

CPA836

Avoir obtenu 18.00 crédits

---

## CPA881 - Gestion de la performance I

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

1 crédit

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Accroître les habiletés d'analyse intégrative dans la résolution de cas complexes. Appliquer les compétences acquises dans des situations non directives de nature générale et spécialisée. Perfectionner les habiletés de communication des résultats d'une manière logique et cohérente dans un rapport structuré.

**Contenu**

Approfondissement de la méthodologie des cas. Perfectionnement des techniques de lecture et de tri de l'information. Identification des problématiques générales et spécialisées. Établissement d'un diagnostic en faisant preuve de jugement professionnel et éthique.

Établissement des priorités d'actions. Rédaction d'un rapport sous contrainte de temps. Application de processus intégrateurs à la démarche.

**Concomitante(s)**

(CPA835)

et

(CPA833)

---

## CPA882 - Gestion de la performance II

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre de contrôleur financier dans le cadre de la mesure et de la gestion de la performance d'une organisation.

**Contenu**

Recommandation d'améliorations à apporter aux systèmes pour répondre aux besoins d'information en s'assurant de l'intégrité des données. Évaluation et application de techniques de gestion des coûts appropriées lors de l'établissement du coût de revient. Évaluation des sources et des inducteurs de croissance des produits. Recommandation d'améliorations dans la gestion des coûts. Évaluation des causes des problèmes de performance et recommandation de solutions réalistes.

**Concomitante(s)**

CPA881



---

## CPA883 - Stratégie financière avancée I

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

1 crédit

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre d'analyste financier, lors de l'élaboration, de l'évaluation et du pilotage des projets de redressement, d'investissement et de financement dans l'organisation.

**Contenu**

Évaluation de la situation financière de l'organisation pour être en mesure de la conseiller en cas de difficulté. Élaboration et évaluation des stratégies de gestion de trésorerie, d'investissement et de financement de l'organisation en fonction de ses objectifs stratégiques.

**Concomitante(s)**

CPA835

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre d'analyste financier en matière de gestion des risques financiers, ainsi que pour l'élaboration, l'évaluation et le pilotage des opérations de marché.

**Contenu**

Prise en compte du stade de développement de l'organisation dans l'élaboration de sa politique et de sa structure financière. Estimation de la valeur des actifs corporels et incorporels et de l'organisation dans son ensemble. Analyse des opérations d'achat ou de vente de l'organisation. Élaboration ou évaluation de la politique de gestion des risques financiers.

**Concomitante(s)**

CPA883

l'exécution du mandat. Détermination des risques d'anomalies significatives afin de construire des procédures appropriées. Mise en évidence des conclusions et communication des résultats. Réalisation de missions d'examen et de mandats spéciaux.

**Concomitante(s)**

(CPA835 et CPA834)

---

## CPA886 - Audit et certification avancés II

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre d'auditeur dans des situations complexes ou dans l'analyse des technologies de l'information.

**Contenu**

Approfondissement de l'analyse des besoins en certification afin de proposer des mandats pertinents. Décision de l'acceptation d'une mission complexe, élaboration de sa planification et adaptation de la stratégie. Application des règles de contrôle de qualité. Approfondissement des règles de déontologie et d'éthique d'un auditeur. Élaboration ou analyse des contrôles dans des environnements informatiques complexes, ainsi que de la gouvernance et de l'audit des technologies de l'information. Conception de techniques d'audit assisté par ordinateur.

**Concomitante(s)**

CPA885

---

## CPA884 - Stratégie financière avancée II

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE****Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre d'auditeur des états financiers et pour des mandats spéciaux.

**Contenu**

Approfondissement de l'analyse des besoins en certification afin de proposer des mandats pertinents. Identification et évaluation des enjeux commerciaux en intégrant les faits dans

---

## CPA887 - Fiscalité avancée I

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

1 crédit

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre de conseiller fiscal auprès d'un particulier.

**Contenu**

Évaluation et détermination des conséquences fiscales dans des situations courantes et dans des situations particulières. Analyse et exploitation des opportunités de planification fiscale ou successorale pour les particuliers. Conseils aux contribuables en ce qui a trait aux avis de cotisation, aux avis d'opposition et aux appels.

**Concomitante(s)**

CPA835

**Cible(s) de formation**

Approfondir les compétences requises à l'expert-comptable pour agir à titre de conseiller fiscal auprès d'une organisation et de ses propriétaires.

**Contenu**

Analyse des conséquences fiscales dans des situations courantes ou particulières et de celles associées à des opérations structurelles complexes. Détection des opportunités de planification fiscale pour les actionnaires et leurs sociétés à actionariat restreint. Conseils aux contribuables en ce qui a trait aux avis de cotisation, aux avis d'opposition et aux appels.

**Concomitante(s)**

CPA887

---

## CRM870 - Stratégies en relations publiques marketing

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

Faculté des lettres et sciences humaines

**Cible(s) de formation**

Réaliser des audits et des plans d'intervention originaux et pertinents de relations publiques marketing afin de résoudre des problématiques de niveau élaboré. Utiliser les méthodes d'analyse et de recherche du domaine, en mobilisant les outils de communication de manière optimale. Reconnaître les intuitions (*insights*) significatives et les dilemmes déontologiques. Démontrer une aisance lors de présentations stratégiques.

**Contenu**

Les modèles théoriques en relations publiques marketing. 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'opinions, cible) dans les relations publiques marketing.

---

## CRM871 - Déontologie et communication marketing

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

1 crédit

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

Faculté des lettres et sciences humaines

**Cible(s) de formation**

Comprendre les principes et les modes de régulation déontologiques qui régissent l'activité professionnelle en communication marketing en lien avec des problématiques managériales de niveau élaboré. Analyser dans une perspective critique les principales dispositions législatives et réglementaires en matière de déontologie professionnelle dans le domaine.

**Contenu**

Processus de résolution d'un dilemme déontologique. Étude et analyse des différents codes de déontologie régissant les principales activités de communication marketing. Élaboration d'une grille d'évaluation des principaux problèmes déontologiques des différents domaines d'activité de la communication marketing.

---

## CPA888 - Fiscalité avancée II

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Réaliser des audits et des plans d'intervention originaux et pertinents de relations publiques marketing afin de résoudre des problématiques de niveau élaboré. Utiliser les méthodes d'analyse et de recherche du domaine, en mobilisant les outils de communication de manière optimale. Reconnaître les intuitions (*insights*) significatives et les dilemmes déontologiques. Démontrer une aisance lors de présentations stratégiques.

**Contenu**

Les modèles théoriques en relations publiques marketing. Analyse de l'impact des relations publiques dans la planification de la

---

## CRM872 - Stratégies de création

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres  
et sciences  
humaines

#### Cible(s) de formation

Réaliser des stratégies de création originales et distinctives dans le cadre de plans d'intervention de niveau avancé en trouvant des intuitions (*insights*) percutantes qui répondent aux problématiques définies dans des audits de communication marketing. Analyser le processus et l'importance de la créativité dans la stratégie de communication marketing en considérant les aspects tactiques et exécutifs. Développer des argumentaires permettant l'analyse de l'impact des stratégies de création en communication marketing.

#### Contenu

Évaluation de la place de la créativité dans l'élaboration d'une stratégie de communication marketing. Caractérisation des processus créatifs sollicités dans la recherche de solutions novatrices aux problèmes de communication marketing. Analyse des contraintes de la créativité et de son applicabilité. Opérationnalisation du passage de l'idée publicitaire à son élaboration (sauf créatif). Élaboration et argumentation des grilles de jugement de la créativité.

## CRM873 - Stratégies de communications numériques

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

2 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres  
et sciences  
humaines

#### Cible(s) de formation

Évaluer, utiliser et intégrer les plateformes numériques de diffusion dans les stratégies de communication marketing de niveau élaboré. Développer une expertise analytique en regard de l'évaluation des stratégies d'élaboration, de scénarisation, de production, de rédaction et de présentation des contenus numériques.

#### Contenu

Analyse des étapes d'une stratégie de contenu (audit et planification, création, diffusion, gestion et mesure). Évaluation des contraintes liées à la production et à la valorisation de contenus numériques. Production de contenus numériques (blogs et billets). Gestion des enjeux associés aux nouvelles plateformes de diffusion (Internet, réseaux sociaux numériques, mobile, applications, etc.). Migration et intégration des plateformes traditionnelles vers les plateformes de diffusion numériques.

## CTB820 - Gestion budgétaire

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## CTB822 - Séminaire de comptabilité de management

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Prendre contact avec les questions fondamentales liées à l'information comptable de gestion.

#### Contenu

Analyse des principales facettes de la comptabilité de gestion. Aspects conceptuel, structurel, économique et comportemental.

## CTB860 - Méthodes de recherche appliquée

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

S'initier à la conception et à la réalisation de projet de recherche.

#### Contenu

Épistémologie des connaissances. Méthodologie de recherche empirique.

## DAT802 - Infrastructure technologique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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'efficacité 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;

[USherbrooke.ca/admission](http://USherbrooke.ca/admission)

exploitation des systèmes d'information; opérations et infrastructure de vérification.

#### Concomitante(s)

DAT823

## DAT807 - Gestion de la continuité et des risques

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Développer les connaissances en gestion de la continuité d'activités et positionner le domaine dans un cadre de gestion des risques. S'initier aux normes et standards en matière de gestion de risques de tout genre et de gestion de la continuité d'activités. Étudier les diverses pratiques professionnelles reconnues dans le domaine et le cycle d'implantation d'un programme de gestion de la continuité.

#### Contenu

Lien entre les pratiques reconnues internationalement en matière de continuité d'activités et en gestion de risques; les normes et standards en matière de gestion de la continuité à l'intérieur d'une organisation et de son système de gouvernance; l'audit d'un programme de gestion de la continuité d'activités. Identification des composantes d'un programme de gestion de la continuité d'activités; processus de mise en œuvre d'un programme de gestion de la continuité et évaluation de l'état d'avancement d'une organisation dans cette mise en œuvre.

#### Préalable(s)

(DAT802)

et

(DAT823)

#### Équivalente(s)

DAT816

## DAT811 - Audit et contrôle informatique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Maîtriser les concepts fondamentaux du contrôle et de l'audit dans un environnement informatique; maîtriser la démarche ou le processus de réalisation d'une mission d'audit informatique.

#### Contenu

Particularités et risques liés à l'environnement informatique; contrôles généraux et contrôles des applications; mise en place des contrôles informatiques; tests des contrôles informatiques; évolution et objectifs de l'audit informatique; audit de l'exploitation technologique; audit du changement (développement et évolution de systèmes d'information et de projets informatiques); audit des fonctions imparties et des services offerts par des tiers; audit de la sécurité; rôle de l'auditeur TI dans les mandats d'audit externe et interne; enquêtes et recherche de preuves légales (*forensics*); planification du mandat d'audit; réalisation de l'audit; rapport et recommandations; méthodes d'analyse; approche du Cobit; audit de la gouvernance des TI et de la sécurité; méthodes spécifiques dans le cadre de l'audit de l'exploitation technologique (ITIL) et de l'audit de sécurité (la famille des normes ISO 27000).

#### Préalable(s)

(DAT802)

et

(DAT823)

**Équivalente(s)**

DAT830

---

## DAT812 - Acquisition et mise en place des applicatifs

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre les enjeux, maîtriser les processus et savoir identifier les risques et les opportunités reliés 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.

**Préalable(s)**

(DAT802)

et

(DAT823)

---

## DAT813 - Gouvernance de la sécurité des actifs informationnels

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Connaître les principes de la sécurité de l'information et de la protection des actifs informationnels tels que les menaces, les risques, les vulnérabilités et les contrôles. Connaître également l'ensemble des activités nécessaires pour assurer une protection suffisante et contrôlée de l'ensemble des actifs informationnels.

**Contenu**

Les éléments clés de la gestion de la sécurité de l'information; les approches de gestion de risques en matière de sécurité de l'information; la sécurité des infrastructures d'une organisation; les meilleures pratiques en sécurité de l'information (ISO 27000).

**Préalable(s)**

(DAT802)

et

(DAT823)

---

## DAT815 - Système d'information financière : Audit et contrôle

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Se familiariser avec le langage et les documents comptables et financiers; maîtriser les concepts fondamentaux et les processus reliés au contrôle et à l'audit financiers; pour les personnes ayant des profils davantage en lien avec le domaine de l'informatique s'outiller pour répondre adéquatement, dans le cadre de leurs pratiques, aux demandes de services en provenance des professionnelles et professionnels de l'audit financier.

**Contenu**

États financiers; analyse financière; contrôle interne; règles de conformité (Sox et C-198); cadre de gouvernance COSO; processus d'audit interne (rôle, responsabilité et démarche); processus d'audit externe (planification de la mission, appréciation des risques, seuil de signification, stratégie d'audit); tests des contrôles et tests de corroboration; rapport de l'auditeur; techniques d'audit assisté par ordinateur à l'aide du logiciel ACL.

**Préalable(s)**

(DAT802)

et

(DAT823)

**Équivalente(s)**

DAT834

---

## DAT820 - Aspects légaux et éthiques des TI

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Préalable(s)**

(DAT802)

et

(DAT823)

## DAT822 - Gestion de projet en gouvernance des TI

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Compréhension et maîtrise des enjeux reliés au management des projets en technologie de l'information et des méthodes de management de

[USherbrooke.ca/admission](http://USherbrooke.ca/admission)

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.

**Préalable(s)**

(DAT802 et DAT823)

## DAT823 - Gouvernance des TI

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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(s)**

DAT802

## DAT824 - Méthodes de recherche appliquée

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Préalable(s)**

Avoir obtenu 30.00 crédits

## DAT825 - Séminaire de synthèse

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Intégrer les différents concepts et techniques vus tout au long des activités pédagogiques précédentes. Établir les liens entre les différents cours et les dépendances entre les concepts, afin de bien comprendre le corpus des connaissances acquises, de même que de maîtriser les limites entre les approches actuelles et les objectifs fondamentaux qui sont recherchés. Par cette réflexion, être en mesure de saisir la portée de sa pratique professionnelle, de se positionner par rapport à l'étendue de ses connaissances, de ce qui est compris et de ce qui est maîtrisé.

**Contenu**

Intégration et liens entre les différents concepts reliés aux domaines du référentiel Cobit 5.

**Préalable(s)**

Avoir obtenu 30.00 crédits

---

## DAT826 - Organisation et gestion des TI

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Préalable(s)**

(DAT802)

et

(DAT823)

---

## DVL831 - Analyse stratégique du développement local

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

---

## ECN855 - Problèmes économiques du développement international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

---

## ESS880 - Essai

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

6 crédits

**DURÉE**

3 trimestres

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.*

**Préalable(s)**

Avoir obtenu 30.00 crédits

---

## ESS890 - Essai

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

9 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Initier et mener à terme une recherche sur une problématique pertinente au domaine de la concentration d'études.

**Contenu**

Identification d'une problématique et des questions de recherche pertinentes au domaine de la concentration d'études, revue de la littérature, élaboration d'un cadre conceptuel d'investigation, conception et mise en œuvre d'une méthodologie de recherche, réalisation des analyses et rédaction d'un rapport, présentation orale des résultats de la recherche.

---

## FEC800 - Analyse économique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Maîtriser les principes fondamentaux de l'analyse

[Usherbrooke.ca/admission](http://Usherbrooke.ca/admission)

économique.

**Contenu**

Mesures de l'activité économique. Principales écoles de pensée économiques. Cycles économiques. Politiques fiscales et monétaires. Relations économiques internationales. Problèmes contemporains.

---

## FEC810 - Fondements théoriques de la finance

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Équivalente(s)**

FEC7103

---

## FEC818 - Analyse, information

## financière et placement

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Acquérir une compréhension approfondie de l'information financière produite sous diverses formes par une firme, inscrite ou non à la cotation d'une bourse de valeurs, aux fins de placements ou de prise de décisions financières.

**Contenu**

Définition des besoins d'information en matière de placements et de décisions financières. Les caractéristiques qualitatives des documents financiers produits par les entreprises, les règles qui régissent leur présentation et la mesure des éléments qu'ils contiennent. Comparaison et opposition des deux référentiels les plus importants au niveau mondial : les IFRS et les US GAAP. Discussion sur les implications de ces deux référentiels pour le gestionnaire financier en entreprise, l'expert en évaluation d'entreprises et l'analyste en placements. Selon la perspective de l'utilisateur de l'information.

**Équivalente(s)**

FEC815

---

## FEC822 - Analyse des décisions financières

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**



1 trimestre

## **FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

### **Cible(s) de formation**

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.

## FEC830 - Marché des capitaux

### **Sommaire**

#### **CYCLE**

2e cycle

#### **CRÉDITS**

3 crédits

#### **DURÉE**

1 trimestre

#### **FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

### **Cible(s) de formation**

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. Mathématiques des obligations. Concept du

**USherbrooke.ca/admission**

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.

### **Équivalente(s)**

FEC7303

## FEC840 - Théorie de portefeuille

### **Sommaire**

#### **CYCLE**

2e cycle

#### **CRÉDITS**

3 crédits

#### **DURÉE**

1 trimestre

#### **FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

### **Cible(s) de formation**

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.

### **Équivalente(s)**

FEC7403

## FEC851 - Séminaire d'analyse

## financière

### **Sommaire**

#### **CYCLE**

2e cycle

#### **CRÉDITS**

3 crédits

#### **DURÉE**

1 trimestre

#### **FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

### **Cible(s) de formation**

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.

## FEC852 - Séminaire de gestion de portefeuille

### **Sommaire**

#### **CYCLE**

2e cycle

#### **CRÉDITS**

3 crédits

#### **DURÉE**

1 trimestre

#### **FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## FEC855 - Instruments financiers dérivés

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## FEC857 - Gouvernance et gestion des risques d'une organisation

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Connaître les fondements de la notion de gouvernance ainsi que les rôles et responsabilités des administrateurs et des dirigeants. Appliquer, opérationnaliser et intégrer les principes et les théories utiles à la gestion des risques.

#### Contenu

Pouvoir, gouvernance et éthique. Dynamique d'un conseil d'administration efficace. Rôles et responsabilités des administrateurs de sociétés. Processus de création de valeur et processus de conformité. Rôles et responsabilités du conseil d'administration en matière de choix stratégiques et de gestion des risques. Objectifs et politique de gestion des risques. Techniques d'identification des risques. Mesures d'exposition aux risques et cartographie des risques. Stratégies de gestion des risques. Processus, contrôle et imputabilité.

## FEC860 - Séminaire de recherche appliquée

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

#### Équivalente(s)

FEC7603

## FEC870 - Lectures dirigées en finance de marché

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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(s)**

Avoir obtenu 15.00 crédits

## FEC873 - Lectures dirigées en gestion financière

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

## FEC874 - Évaluation des entreprises

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

[Usherbrooke.ca/admission](http://Usherbrooke.ca/admission)

**Cible(s) de formation**

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 des 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.

## FEC876 - Gestion financière stratégique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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. Analyse de la conjoncture économique et prévision. Analyse d'une industrie. Croissance interne versus croissance externe. Fusions/acquisitions. Établissement de la stratégie de croissance.

Établissement d'une stratégie de financement. Options réelles dans une organisation et modèles d'évaluation des options réelles. L'analyse stratégique et la théorie des jeux.

## FEC878 - Analyse approfondie de l'information et des décisions financières

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre et analyser l'information nécessaire à une prise de décision éclairée en matière de gestion financière et d'évaluation des entreprises.

**Contenu**

Les différentes sources d'information financière. Processus de constatation des produits selon les différentes façons de conclure une vente; exercice d'un jugement critique sur la performance économique de l'entreprise. Classement et valorisation des postes de l'état de la situation financière afin de dégager une mesure adéquate des ressources et des obligations de l'entreprise. Les instruments financiers et l'analyse de l'information devant être fournie par l'entreprise afin de saisir adéquatement les risques auxquels elle s'expose. L'impact des placements dans des entreprises associées et dans des filiales sur l'information financière de l'investisseur. Le traitement comptable des impôts corporatifs et les ajustements requis aux fins de l'analyse financière. L'état des flux de trésorerie et ses liens avec les autres états comptables. La comptabilisation des opérations en monnaie étrangère et la conversion des états financiers. L'utilisation d'information financière pour apprécier l'exposition au risque de change de l'entreprise.

---

## FEC879 - Risques opérationnels et contrôle de gestion

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre et analyser les risques opérationnels ainsi que les processus internes et l'information financière de l'organisation dans le but de porter un jugement quant à leur fiabilité, ainsi qu'à leur conformité aux lois et règlements et aux instructions et orientations fixées par la direction.

**Contenu**

Fondements du contrôle de gestion. Gouvernance, gestion des risques et contrôle de gestion. Normes professionnelles. Principes fondamentaux. Modèles de contrôle de gestion (COSO, COBIT, etc.). Univers de vérification. Objectifs du dispositif de contrôle interne de l'organisation. Planification d'une mission de contrôle interne. Outils de contrôle interne. Risques opérationnels. Évaluation et cartographie des risques. Rédaction d'un rapport de vérification et suivi des recommandations.

---

## FIS802 - Transfert d'entreprise et fiscalité

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir les techniques de planification fiscale et se familiariser avec certaines règles qui s'appliquent lors de l'achat ou de la vente d'une entreprise et lors d'une opération de fusion/acquisition.

**Contenu**

Relations entre les actionnaires et les corporations. Imposition des compagnies, des sociétés en nom collectif, des sociétés de personnes. Roulement d'actifs à une compagnie. Réorganisation, fusion et liquidation. Concept de contrôle. Acquisition de contrôle. Achat et vente d'entreprise (actifs ou actions). Gel successoral. Rémunération de l'actionnaire-dirigeant. Reports de pertes. Opérations de purification. Clause de *earn-out*, allocation de retraite (*retiring allowance*), *consulting agreement* et entente de non-compétition.

---

## GCE801 - Fondements théoriques du commerce électronique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

---

## GCE805 - Stratégie et commerce électronique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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

**Contenu**

Impact d'Internet et des technologies Web 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.

---

## GCE810 - Aspects légaux du commerce électronique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Cerner le rôle des principaux aspects juridiques et éthiques reliés aux environnements virtuels et au commerce électronique. Reconnaître les pratiques déloyales et la nétiquette. 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.

## GCE820 - Planification d'un projet de commerce électronique

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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 de déploiement. Contrôle de la qualité. Outils de tests. Utilisation d'un logiciel de gestion de projets. Processus de sélection de fournisseurs. Modèles de sous-

traitance et d'impartition. Méthode d'estimation des efforts.

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

## GCE825 - Conception d'un projet de commerce électronique

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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 (exemple : Agile, RUP, etc.).

## GCE830 - Développement d'un projet de commerce électronique

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE****Cible(s) de formation**

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 le *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.).

## GCE841 - Test d'utilisabilité et plan d'implantation

**Sommaire****CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Concevoir et réaliser toutes les étapes d'un test d'utilisabilité d'une interface Web sur un ou plusieurs types de support (ordinateurs, téléphones mobiles, tablettes, etc.). Élaborer un plan d'implantation des recommandations du test d'utilisabilité, incluant un processus d'évaluation continue.

## Contenu

Concept de rigueur méthodologique d'un test d'utilisabilité. Présentation des outils de mesure et de collecte. Plan de test (but, objectifs, tâches, données à recueillir, échantillonnage, présentation des résultats). Étapes d'exécution d'un test. Analyse des données et formulation de recommandations. Principes d'implantation en systèmes d'information et application à un test d'utilisabilité.

---

## GCE845 - Web analytique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser une analyse critique de la présence Web multicanal d'une entreprise selon divers indicateurs de performance afin d'optimiser les processus inhérents au diagnostic et à l'implantation de projets en commerce électronique.

#### Contenu

Analyse de la performance Web dans divers contextes (sites Web informationnels et transactionnels, applications mobiles, réseaux sociaux et multicanal). Analyse des campagnes Web. Tableaux de bord. Optimisation d'une présence Web multicanal.

---

## GIS800 - Fondements de l'intelligence d'affaires

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

## CRÉDITS

3 crédits

## DURÉE

1 trimestre

## FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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

#### Contenu

Introduction à l'intelligence d'affaires (IA); histoire de réussites en intelligence d'affaires; entrepôts et comptoirs de données; exploration de données et analytique; technologies disponibles; IA mobile; IA en libre-service; gouvernance d'IA; implantation d'IA; méthodes de développement en IA; intelligence géospatiale; exploration de données textuelles; maturité; éthique et culture de l'IA; utilisation d'un logiciel d'intelligence d'affaires.

---

## GIS801 - Intelligence d'affaires stratégique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Comprendre l'importance et la valeur de la stratégie de l'intelligence d'affaires (IA) 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

Modèles d'affaires d'entreprise; rôles des tableaux de bord et des indicateurs comme outils d'aide à la décision; approche de développement aux tableaux de bord équilibrés; élaboration de cartes stratégiques d'indicateurs, détermination et définition des mesures et indicateurs d'IA; méthodes et techniques d'analyse des besoins en IA; application pratique des techniques d'analyse des besoins, gestion de projet en IA.

---

## GIS802 - Stratégie de l'intelligence d'affaires

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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 d'affaires sur le Web; intelligence concurrentielle et veille stratégique; processus d'analyse documentaire; technologies nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie.

---

## GIS803 - Collecte de données

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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 internes et externes de données organisationnelles; manipulation des données avec SQL; intégration de données et confidentialité; qualité des données; gestion des données de référence; gouvernance de données; outils de profilage de données; démarche intégrée de profilage de données; carto-volumétrie.

## GIS804 - Gestion des connaissances

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

Maîtriser le processus de gestion des connaissances et d'utilisation des principaux systèmes en contexte d'intelligence d'affaires. Analyser les tendances Web de l'intelligence d'affaires. Mesurer la performance des stratégies d'intelligence Web.

### Contenu

Rôles et enjeux de la gestion des connaissances dans l'intelligence d'affaires; gestion des connaissances au 21<sup>e</sup> siècle; partage des connaissances; externalisation ouverte; mégadonnées; internet des objets; exploration de données Web; intelligence des médias sociaux; analyse de sentiments; analyse de réseaux sociaux; Web analytique; indicateurs de performance de l'intelligence Web.

## GIS805 - Structuration et analyse multidimensionnelle

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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

Design et architecture des entrepôts de données; concepts de base de la modélisation multidimensionnelle; tables de faits; inventaire des besoins et documentation; modélisation avancée et techniques particulières de modélisation des tables de dimensions et de faits;

ateliers de modélisation; couche conceptuelle (univers).

## GIS806 - Création et gestion des entrepôts de données

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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 et leurs variantes; utilisation du langage SQL pour la définition des structures de données; modèles physiques de données; planification du processus d'extraction, de transformation et de chargement (ETC); extraction, transformation et chargement des dimensions et des faits; orchestration de l'intégration des données; optimisation de l'architecture; architectures alternatives.

### Préalable(s)

GIS811

## GIS807 - Tableaux de bord et informatique décisionnelle

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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

#### Contenu

Fondements théoriques de la visualisation en soutien à la décision; approche de conception centrée sur l'utilisateur; évaluation de l'expérience utilisateur; architecture et cascade de l'information; types d'outils de présentation de l'information; représentations graphiques et textuelles des mesures et indicateurs; conception de l'interaction; conception et développement avec un logiciel spécialisé; liens entre tableau de bord et modèle de données.

---

## GIS808 - Intelligence compétitive et géospatiale

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Découvrir la fine pointe des développements en intelligence d'affaires. Intégrer et compléter les notions acquises 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 : aide à la décision géospatiale; système d'information géographique; Internet et données géospatiales. Intégration des concepts de pointe en intelligence concurrentielle : approches de localisation; désinformation tactique; géostratégie et géopolitique; intelligence créative; *speed intelligence*.

#### Préalable(s)

Avoir obtenu 15.00 crédits

---

## GIS811 - Architectures et gestion de données en intelligence d'affaires

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Maîtriser des enjeux techniques et d'affaires liés à une mauvaise qualité de données en intelligence d'affaires. Maîtriser les outils et techniques de diagnostic et de gestion de la qualité de données. Maîtriser les caractéristiques des différentes architectures de données. Savoir associer architectures et besoins d'affaires.

#### Contenu

Architecture transactionnelle comme données

sources. Entrepôt de données et autres modèles OLAP. Système MDM. Voûte de données. Architectures NoSQL. Processus de diagnostic de qualité de données. Traitements de qualité de données en SQL. Résolution de problèmes complexes en qualité de données. Gestion de la qualité de données.

#### Équivalente(s)

GIS803

---

## GIS812 - Analytique et science des données

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Construire une polyvalence analytique appliquée à des problèmes organisationnels réels. Développer une aisance avec les techniques et outils d'analytique propres à la gestion des connaissances et à la science des données. Maîtriser le processus général d'analytique appliquée à des problèmes de gestion (cadre de référence générique en science des données). Être capable de créer de nouvelles connaissances grâce à l'analyse de données organisationnelles. Communiquer la valeur des analyses de données associées à un problème d'affaires.

#### Contenu

Processus de veille informationnelle, outils de veille informationnelle, outils d'analyses des réseaux sociaux, intégration de données des réseaux sociaux, métriques, données non structurées en science des données, outils d'analyse de sentiments, analyses statistiques géospatiales, analytique Web et outils, intégration de données d'analytique Web, visualisation de données en science des données.



**Équivalente(s)**

GIS804

## GIS821 - Technologie du commerce électronique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

## GIS860 - Séminaire de recherche appliquée

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**[Usherbrooke.ca/admission](http://Usherbrooke.ca/admission)**École de gestion****Cible(s) de formation**

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.

**Équivalente(s)**

MQG7603

## GIS861 - Méthode de recherche en intelligence d'affaires

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

## GRH820 - Ressources humaines et gestion du changement

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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 globalisation. 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.

---

## ICO099 - Réussir à la M. Sc. ICO

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

2 crédits

#### DURÉE

2 trimestres

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Favoriser la réussite de ses études de 2<sup>e</sup> cycle de sa carrière en intervention et changement organisationnel. Développer des compétences relationnelles, une connaissance de soi, des méthodes de travail, de la rigueur ainsi qu'une capacité de réseautage qui seront mises à profit lors des travaux d'équipe et en situations professionnelles tant pendant la formation que sur le marché du travail.

#### Contenu

Ateliers pratiques sur le savoir-être relationnel et la connaissance de soi, le travail en équipe, les méthodes de travail, les habiletés politiques, la gestion des priorités, le réseautage, l'employabilité et l'autogestion de carrière dans le domaine de l'intervention et du changement organisationnel.

---

## ICO805 - Gestion des connaissances dans l'économie du savoir

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

---

## ICO810 - Mesures de performance organisationnelle

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

#### Équivalente(s)

GPH810

---

## ICO811 - Fondements en changement organisationnel

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

# IC0812 - Habiletés d'intervention

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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.

### Équivalente(s)

GPH812

# IC0813 - Analyse de processus et gestion de projet

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

USherbrooke.ca/admission

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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.

# IC0815 - Séminaire de GRH

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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 examiné ce qu'il faut faire en GRH pour faciliter le changement organisationnel.

### Équivalente(s)

GPH815

# IC0817 - Méthodes de recherche et de diagnostic

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

### Cible(s) de formation

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 cueillette 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.

### Équivalente(s)

GPH817

---

## IC0821 - Stratégies de mobilisation

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Équivalente(s)**

GPH821

---

## IC0841 - Habiletés de formation

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

USherbrooke.ca/admission

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Équivalente(s)**

GPH841

---

## IC0851 - Réingénierie des processus

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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 systémique 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.

**Équivalente(s)**

GPH851

---

## IC0861 - Interventions en développement organisationnel

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Équivalente(s)**

GPH861

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

divers pays. Implications de problématiques géopolitiques associées aux enjeux énergétiques, à l'accroissement des pouvoirs économiques, aux guerres, au terrorisme et à d'autres facteurs.

## INS754 - Intrapreneuriat et innovation dans les organisations

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Cible(s) de formation**

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 intrapreneurial. Processus organisationnels cognitifs, culturels et structurels de l'intrapreneurship. Outils de diagnostic des facteurs incitatifs à l'intrapreneurship.

## INT634 - Gestion des opérations et de la logistique à l'international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Approfondir ses connaissances sur les aspects de logistique et d'approvisionnement à considérer pour réaliser des affaires à l'international, notamment en Europe.

**Contenu**

Chaîne d'approvisionnement et logistique. Design de la chaîne d'approvisionnement à l'international : conception de la chaîne d'approvisionnement; conception européenne de la distribution; concepts de 3PL, 4PL. Gestion des stocks et des entrepôts : gestion des inventaires; optimisation du niveau d'inventaire; organisation de l'entrepôt et son aménagement; collecte et techniques de gestion des commandes; coût d'entreposage. Gestion du transport et de la distribution internationale : réglementation européenne du transport; documentation associée au transport; coût du transport. Gestion des processus et audit de performance de la logistique; gestion de la performance; indicateurs clés de performance; méthodologie BADSIM; audit de performance de la logistique.

## INT633 - Économie mondiale et développement d'affaires

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Accroître sa compréhension de la dimension géopolitique dans un contexte de mondialisation. Saisir les impacts que les facteurs géographiques, politiques, économiques, sociaux et culturels exercent sur la réalisation d'affaires à l'international.

**Contenu**

Économie mondiale. Réalités économiques de

## INS803 - Intrapreneurship organisationnel

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

## INT635 - Marketing stratégique et marque à l'international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Acquérir les connaissances conceptuelles liées à la gestion de la marque à l'international. Être en mesure d'élaborer une stratégie de développement de marché à l'international.

**Contenu**

Élaboration d'une stratégie de développement de marchés à l'international. Détermination de marchés cibles à l'international. Positionnement de marque dans un contexte international. Image de marque et identité.

## INT636 - Gestion des ressources humaines à l'international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Maîtriser les enjeux associés à la gestion des

ressources humaines dans des environnements internationaux tels que l'organisation et la gestion de la mobilité internationale; la gestion de la diversité dans un environnement multiculturel; les fusions et acquisitions internationales; la gestion des formes virtuelles de coopération internationale.

**Contenu**

Fonctions de la gestion. Mobilité internationale. Stratégies internationales en gestion des ressources humaines.

## INT637 - Négociation à l'international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Accroître ses habiletés de négociation pour être apte à réaliser des affaires dans un environnement international où des aspects culturels complexes sont omniprésents.

**Contenu**

Aspects culturels inhérents à la négociation internationale : dimensions non verbales et verbales. Rôle de la technologie dans le développement des affaires à l'international. Développement de la relation avec un partenaire international : prospection, initiation, développement, engagement, dissolution. Processus de négociation : planification, prospection, rencontre, suivi. Échanges écrits et oraux. Comportement d'achat et processus d'achat à l'international.

## INT638 - Éthique et réglementation en affaires à l'international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Se familiariser avec une diversité de traditions légales mondiales et avec leur incidence sur les affaires internationales. Maîtriser suffisamment les aspects clés des contrats de vente à l'international pour entreprendre de fructueuses négociations à l'international.

**Contenu**

Loi comparative et loi civile. Contrats. Contrats de vente à l'international : conditions internationales de vente, lettres de crédits; mécanismes de financement. Les différends et leur résolution : litige, arbitrage, médiation; coûts légaux, extraterritorialité. Éthique. Responsabilité sociale corporative. Protection de l'environnement. Gouvernance. Corruption. Sanctions.

## INT639 - Simulation d'affaires

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Intégrer les connaissances acquises en gestion internationale par leur mise en application à l'intérieur d'une simulation.

**Contenu**

Simulation.

---

## INT640 - Gestion de l'innovation à l'international

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre le processus d'innovation suivi par les entreprises qui commercialisent de nouveaux produits à l'international.

**Contenu**

Étapes de la recherche et développement au lancement de produit. Étapes de la création d'idée à la résolution de problèmes. Modèles de diffusion. Diffusion de l'innovation et réseaux sociaux. Théories de l'innovation appliquées aux secteurs et marchés internationaux. Gestion de l'acquisition de propriété intellectuelle.

---

## INT805 - Marketing numérique

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre l'impact d'Internet (Web et mobiles) sur le comportement des consommateurs et sur la relation que l'entreprise entretient avec ses clients et ses fournisseurs (consommateurs ou entreprises), notamment dans une perspective de stratégie d'internationalisation et de mondialisation. Apprendre à mesurer la performance Web d'une entreprise selon le canal utilisé à l'aide d'outils de mesure spécifiques. Apprendre à définir des stratégies marketing numériques novatrices aux niveaux local et international en réponse aux objectifs stratégiques des entreprises.

**Contenu**

Impact d'Internet sur les organisations aux niveaux local et international et nouvelles tendances mondiales; Web analytique et culture de la donnée; conception et efficacité des sites Web; définition et élaboration d'une stratégie marketing numérique (personnalisation, référencement organique et payant, le publipostage électronique, la publicité en ligne, les réseaux sociaux, les interfaces mobiles, l'affiliation et le partenariat).

---

## INT811 - Finance et entreprises mondiales

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

---

## INT813 - Stratégies et information comptable

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Comprendre les différences entre les systèmes de comptabilité nord-américain et européen; articuler une réflexion sur le comportement de s 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.

---

## INT831 - Méthodes de recherche en gestion internationale

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

1 crédit

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Acquérir des connaissances méthodologiques de base (théoriques et pratiques) nécessaires pour l'analyse et le diagnostic de problèmes organisationnels dans un contexte de gestion internationale.

#### Contenu

Appropriation du vocabulaire associé au design de la recherche, recherche documentaire sur les bases de données informatisées, conception d'outils de collecte de données qualitatives, analyse de données narratives menant au codage thématique, démarche méthodologique dans le cadre du mandat de consultation ou de l'essai intervention.

## INT832 - Gestion interculturelle

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Comprendre le concept de culture et notamment de culture nationale. S'initier à la gestion dans un contexte interculturel. Comprendre les particularités des grands ensembles culturels.

Comprendre et accepter l'interculturalisme. Être en mesure de gérer des projets dans une équipe multiculturelle. Encourager l'ouverture sur le monde et l'interaction avec d'autres cultures. Être en mesure d'analyser une situation d'interculturalisme et de proposer des recommandations.

#### Contenu

Le concept de culture; le management interculturel et la mondialisation; l'analyse interculturelle; les grands ensembles culturels; la socialisation du gestionnaire international; la gestion des équipes multiculturelles; la stratégie en contexte interculturel; la culture et l'éthique des affaires.

## MAR815 - Modèles d'aide à la décision en marketing

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## MAR816 - Planification et stratégies médias

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser des projets d'audit et des plans de communication marketing afin de résoudre des problématiques de stratégies médias de niveau avancé. Utiliser une démarche diagnostique et de façon optimale les stratégies et tactiques du domaine. Élaborer un plan média créatif qui soit pertinent et original. Démontrer une aisance lors de présentations.

#### Contenu

Les différents modèles théoriques et diagnostiques du domaine. L'importance du secteur des médias au Québec et au Canada. Les décisions entourant 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.

## MAR817 - Fonction conseil en communication marketing

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

1 crédit

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE



École de gestion

#### Cible(s) de formation

Conseiller différents acteurs internes et externes de l'organisation en utilisant une démarche intégrée rigoureuse, pertinente, originale et efficace. Former, encadrer et conseiller les acteurs sur les pratiques d'excellence de la communication marketing. Développer des présentations efficaces pour divers publics internes et externes de l'organisation.

#### Contenu

L'art de conseiller des acteurs internes et externes en matière de communication marketing. La rétroaction efficace et l'encadrement pertinent.

## MAR818 - La gestion de la relation agence-client

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser des interventions avancées de communication marketing. Conseiller les acteurs internes et externes en utilisant une démarche rigoureuse. Utiliser de façon optimale les stratégies de présentation avec aisance lors de présentations stratégiques et spéculatives et lors des activités courantes de la gestion de la relation agence-client.

#### Contenu

La gestion des agences de communication marketing. L'organisation des communications marketing au sein des entreprises. La relation agence-client. Le *brief* client et le *brief* créatif. Le

résumé (*pitch*) publicitaire ou présentation spéculative. Présentations stratégiques internes et externes. Le fil conducteur (*story telling*) et les intuitions (*insights*) ou révélations.

## MAR819 - Pratiques avancées en gestion de la marque

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Contribuer à la réalisation d'audits avancés de communication marketing en utilisant une démarche diagnostique à la fois stratégique et rigoureuse vue lors de l'analyse de cas ou de mises en situation. Utiliser les cadres conceptuels appropriés de la gestion de la marque et du mix de communication marketing; 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.

## MAR823 - Gestion de l'innovation de produit

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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 ses 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 du design d'un produit et la détermination du prix.

#### Préalable(s)

MQG800

## MAR824 - Marketing et commerce électronique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## MAR825 - Marketing et comportement de consommation

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Reconnaître des intuitions stratégiques pertinentes en réalisant des projets d'audits avancés de communication marketing. Appliquer une démarche de recherche et de diagnostic rigoureuse, en utilisant les cadres conceptuels appropriés de l'étude du comportement des consommateurs. Élaborer un rapport qui soit pertinent et original. Démontrer une aisance lors d'une présentation stratégique.

#### Contenu

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

## MAR826 - Communication et commerce électronique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser des projets d'audit et des plans de communication marketing pour résoudre des problématiques de commerce électronique de niveau élaboré en utilisant une démarche diagnostique. Utiliser de façon optimale les stratégies et tactiques du domaine de façon à élaborer un plan qui soit pertinent et original. Démontrer de l'aisance lors de présentations stratégiques et spéculatives.

#### Contenu

Les modèles théoriques et diagnostiques du domaine. L'importance de la planification stratégique dans un contexte Web. Analyse de l'impact du marketing par les moteurs de recherche (SEO et SEM). Les plateformes transactionnelles, l'acquisition et la fidélisation de la clientèle. L'expérience de navigation et les mesures interactives en commerce électronique, du marketing relationnel et du marketing mobile.

## MAR827 - Marketing relationnel

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser des projets d'audit et des plans de communication marketing pour résoudre des problématiques de promotion et de marketing relationnel de niveau élaboré en utilisant une démarche diagnostique, et appliquer de façon optimale les stratégies et tactiques du domaine de façon à élaborer un plan qui soit pertinent et original. Démontrer une aisance lors de présentations spéculatives.

#### Contenu

Les modèles théoriques et diagnostiques du domaine. L'importance des stratégies d'acquisition et de fidélisation de la clientèle. Analyse de l'impact des différents types de promotion, leurs mesures de performance et l'impact promotionnel des commandites. Distinction entre fidélisation, marketing relationnel, gestion des relations avec la clientèle (CRM) et marketing direct.

## MAR828 - Recherche en communication marketing

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser des projets de recherche afin d'objectiver les constats du projet d'audit de communication marketing. Résoudre des problématiques managériales de niveau élaboré en utilisant une démarche rigoureuse reposant sur les méthodes de recherche qualitatives et quantitatives pertinentes au domaine. Synthétiser et vulgariser des informations souvent complexes en fonction

des différents types de lectorats.

#### Contenu

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

---

## MAR829 - Identité visuelle et design de l'emballage

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

1 crédit

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Contribuer à des projets intégrés d'audit de communication marketing en utilisant une démarche diagnostique à la fois stratégique et rigoureuse. Utiliser les cadres conceptuels appropriés de l'identité visuelle et du design de l'emballage. Élaborer un rapport oral ou écrit qui soit pertinent, clair et original.

#### Contenu

Introduction aux éléments de l'identité visuelle de la 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 et ses principaux éléments constitutifs. La normalisation et la réglementation liées à l'emballage.

---

## MAR831 - Aspects légaux de la communication marketing

USherbrooke.ca/admission

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

1 crédit

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Élaborer des plans intégrés de communication marketing en utilisant une démarche rigoureuse, en conformité avec les dispositions juridiques québécoises et canadiennes régissant le domaine de la communication marketing. Synthétiser et vulgariser des informations souvent complexes en fonction des différents types de lectorats dans le respect de l'éthique et de la déontologie.

#### Contenu

Dispositions juridiques québécoises et canadiennes relatives à la propriété intellectuelle et à la consommation. Notions de droits d'auteur, de marques de commerce, de droit des contrats, de réglementation en matière de publicité, de protection du consommateur.

---

## MAR832 - Marketing et sciences du comportement

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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 schématiques et inférence. Processus affectifs et émotionnels. Processus décisionnels. Apprentissage, expertise et développement cognitif. Interaction sociale, socialisation et processus d'influence. Culture et stratification sociale.

---

## MAR833 - Atelier pratique en commerce électronique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

2 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Réaliser une intervention numérique de niveau élaboré en communication marketing par l'entremise d'une stratégie de communication pertinente et adaptée au média. Créer de l'achalandage, engager, animer et retenir les internautes à son blogue de façon à atteindre les objectifs organisationnels.

#### Contenu

Introduction au progiciel WordPress, la création d'un blogue, les pratiques d'excellence, la rédaction de billets percutants et les réseaux socionumériques. Le référencement, les statistiques et la fidélisation de son lectorat.

## MAR836 - Consultation et méthodes qualitatives

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

#### Préalable(s)

MQG800

## MAR837 - Marketing stratégique

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

USherbrooke.ca/admission

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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'environnement 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.

## MAR851 - Contrôle d'efficacité en marketing

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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 publicitaires et de recherche en marketing.

## MAR862 - Méthodes de recherche en marketing

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### DURÉE

1 trimestre

#### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## MAR873 - Gestion de la marque

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## MAR876 - Marketing vert

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

Maîtriser les problématiques environnementales auxquelles doivent faire face les gestionnaires

[USherbrooke.ca/admission](http://USherbrooke.ca/admission)

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.

## MAR877 - Nouvelles tendances en théorie marketing

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## MEM800 - Mémoire

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

15 crédits

### DURÉE

3 trimestres

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

## MMP800 - Fondements théoriques en management public

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

#### Cible(s) de formation

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.

---

# MMP802 - Transfert des connaissances et mondialisation

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

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.

---

# MMP806 - Management stratégique de l'innovation

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

## CRÉDITS

3 crédits

## DURÉE

1 trimestre

## FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

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.

---

# MMP807 - Gestion du développement local et international

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

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'implication dans le secteur local. Approches innovatrices et créatives dans le développement municipal. Structures et techniques de développement dans un contexte d'analyse comparée.

---

# MMP808 - Atelier de recherche en management public

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### DURÉE

1 trimestre

### FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

## Cible(s) de formation

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.

---

## MQG800 - Statistiques avancées

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

**Équivalente(s)**

MQG7003

---

## MQG802 - Modèles statistiques multivariés

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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(s)**

MQG800

---

## MQG810 - Traitement statistique des données

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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 SAS. 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.

---

## MQG811 - Analyse statistique des données

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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.

---

## MQG812 - Technique de forage de données

### Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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(s)**

MQG811

---

## MQG813 - Statistiques décisionnelles avancées

## Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

3 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

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(s)**

MQG811

---

## MQG834 - Données et statistiques internationales

## Sommaire

**CYCLE**

2e cycle

**CRÉDITS**

2 crédits

**DURÉE**

1 trimestre

**FACULTÉ/CENTRE**

École de gestion

**Cible(s) de formation**

Acquérir des connaissances en mathématique statistique descriptive et inférentielle nécessaires pour aborder l'analyse de données de base et intermédiaires dans un contexte de gestion internationale.

**Contenu**

Développement des concepts mathématiques statistiques de base et intermédiaire. Survol des approches d'analyses univariées, bivariées et multivariées. Recherche, encodage et analyse de données dans diverses sources internationales (EuroStat, StatCan, etc.).