

Programme court de 1er cycle en management - 9199

CRÉDITS :

15 crédits, Premier cycle

DIPLÔME :

Programme court de premier cycle en management

OBJECTIFS :

Objectif général : le programme court management vise à permettre aux étudiantes et aux étudiants d'acquérir les connaissances et les compétences de base en management.

Objectif spécifique : apprendre les notions et les concepts de base reliés aux fonctions principales d'une l'entreprise notamment le management, le marketing, la gestion financière, la gestion stratégique et la gestion de projet.

INFORMATION SUR L'ADMISSION :

Lieu d'enseignement	Régime	Trimestres d'admission			Étudiants étrangers		
		Aut.	Hiv.	Été	Aut.	Hiv.	Été
Campus de Rimouski	TP	✓	✓				
Campus de Lévis	TP	✓	✓				
Formation à distance	TP	✓	✓				

TP : Temps partiel

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base collégiale au Québec

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent.

Base expérience

Posséder des connaissances appropriées et une expérience d'au moins deux (2) ans, dont une (1) en continue, dans un domaine connexe à l'administration.

De plus, la personne candidate qui ne peut faire la preuve de ses compétences linguistiques en français selon les critères de la "Politique relative à la maîtrise du français au premier cycle" devra se soumettre à un examen institutionnel de français, après avoir reçu une convocation à cet effet. En cas d'échec à l'examen, la réussite d'un cours de français fonctionnel sera exigée et l'inscription à ce cours est obligatoire dès le trimestre suivant.

PLAN DE FORMATION :

Cours obligatoires

Cinq (5) cours obligatoires suivants :

ADM10014	Management (3 cr.)
MRK10014	Marketing (3 cr.)
FIN10014	Gestion financière I (3 cr.)
ADM35014	Gestion de projet (3 cr.)
ADM38014	Gestion de l'innovation (3 cr.)

Approuvé par le Décanat des études en février 2023.

Modification approuvée par le Décanat des études en mai 2024.

ADM10014

dans une perspective d'application stratégique.

Management

Objectif : Acquérir un cadre de réflexion et des outils d'analyse qui permettent de comprendre les organisations et d'influencer leur développement.

Contenu : Approche classique basée sur le processus de gestion fayolien : planification, organisation, direction et contrôle. Critiques de ce modèle et contributions récentes à la pensée managériale. Mondialisation des marchés, éthique, etc.

Contenu : Définition et enjeux du marketing. Définition et analyse de l'environnement marketing. Apport du système d'information marketing et de la recherche marketing dans cette analyse. Concepts centraux en comportement du consommateur. Segmentation des marchés et positionnement. Gestion stratégique des produits et services. Gestion stratégique des canaux de distribution. Gestion stratégique des prix. Gestion stratégique de la communication marketing intégrée. Éthique et marketing. Processus d'élaboration de la stratégie marketing en entreprise. Plan de marketing.

ADM35014

Gestion de projet

Objectif : Étudier la place occupée par la gestion de projet dans la gestion actuelle des organisations ainsi que les enjeux et problématiques qui y sont liés

Contenu : Structures organisationnelles et gestion de projet (gestion de projet vs gestion des opérations; structures fonctionnelle, matricielle, transversale; gestion de programme; mesures de soutien). Fondamentaux de la gestion de projet (définitions, concepts, typologie, parties prenantes, facteurs de succès). Cycle de vie des projets (définition, planification, exécution, contrôle, clôture). Instrumentation organisationnelle (priorisation, faisabilité, planification, suivi et contrôle). Mesure de performance et suivi des bénéfices (respect des exigences d'affaires; rentabilité financière/rentabilité économique; satisfaction). Exercice de planification.

ADM38014

Gestion de l'innovation

Objectif : Comprendre les enjeux des entreprises face à la compétition internationale ainsi que la place qu'occupe la gestion de l'innovation dans leurs stratégies.

Contenu : Processus d'innovation. Modèle d'innovation ouvert et fermé. Types d'innovation. Indicateurs de mesure de la capacité d'innovation. Types de connaissances. Déterminants de l'innovation. Réseaux d'innovation et moyens de protection de l'innovation.

FIN10014

Gestion financière I

Objectif : Initier l'étudiant aux concepts de base de la gestion financière des entreprises

Contenu : Mathématiques financières; rôle du facteur intérêt dans la décision financière; évaluation des titres financiers; méthodes de choix des investissements en contexte de certitude; analyse de projets dans le contexte fiscal canadien; introduction à la gestion de portefeuille et l'analyse financière

MRK10014

Marketing

Objectif : Comprendre l'environnement marketing de l'entreprise et ses implications sur la prise de décisions