
Mineure en gestion - 8542

RESPONSABLE :

Jean-Charles Marin
819 762-0971 poste 2394
Jean-Charles.Marin@uqat.ca

SCOLARITÉ :

24 crédits, Premier cycle

OBJECTIFS :

La mineure en gestion a pour objectifs de permettre à l'étudiant d'acquérir les notions de base qui l'aideront à assumer des tâches de gestion, d'appliquer les principes comptables et financiers, de comprendre les impacts de l'environnement économique sur les chances de succès d'un projet ainsi que de comprendre les rapports individu/groupe et prendre conscience de la dimension humaine du travail dans un contexte de gestion.

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base études universitaires

Pour compléter la mineure en gestion il faut déjà être admis à un baccalauréat avec majeure.

PLAN DE FORMATION :

ADM1014	Commerce électronique (3 cr.)
ADM1107	Gestion des organisations (3 cr.)
FIN1023	Éléments de comptabilité et de finance (3 cr.)
ou SCO1908	Introduction à la comptabilité (3 cr.)
GPE1128	Gestion des ressources humaines (3 cr.)
MKT1114	Administration marketing (3 cr.)
	9 crédits optionnels

Cours optionnels

Pour compléter sa mineure l'étudiant choisit neuf crédits parmi les suivants :

ADM1205	Comportements humains au travail (3 cr.)
ADM5105	Environnement économique de l'entreprise (3 cr.)
ADM5125	Commerce international (3 cr.) (MKT1114)
ADM7000	Activité dirigée en sciences de l'administration I (3 cr.)
ADM7001	Activité dirigée en sciences de l'administration II (3 cr.)
FIN1113	Administration financière (3 cr.) (SCO1908)
FIN2113	Analyse et planification financière (3 cr.) (FIN1113)
GPE2004	Gestion des effectifs : attraction et rétention (3 cr.) (GPE1128)
JUR1121	Droit des affaires (3 cr.)
MKT2310	Analyse de marchés et consommation (3 cr.) (MKT1114)
MKT5024	Stratégie marketing (3 cr.) (MKT1114)

Et avec l'autorisation de la direction du Module, tout autre cours en sciences de la gestion offert à l'UQAT.

CONDITIONS D'ADMISSION : Pour compléter la mineure en gestion, il faut déjà être admis à un baccalauréat avec majeure.

ADM1014**Commerce électronique (3 cr.)**

Objectifs : Comprendre les principaux enjeux du commerce électronique. Connaître les possibilités et les limites des différents outils de commerce électronique; identifier les éléments qui composent une stratégie de commerce électronique; évaluer les différents types de politiques et de stratégies qui sont appropriées au commerce électronique. Comprendre les comportements des utilisateurs du Web. Proposer des orientations stratégiques de commerce électronique.

Contenu : Introduction au commerce électronique : nature et implication du commerce électronique; principaux développements du commerce électronique; l'évolution de la technologie. Les modèles d'affaires et les concepts associés au commerce électronique. Typologie du commerce électronique, outils, fonctionnalités, facteurs de succès et tendances. Caractéristiques des produits et services numériques. Stratégies en matière d'affaires et de commerce électronique et gestion stratégique de l'information et des connaissances. Réseaux de distribution : les effets de la technologie sur les réseaux de distribution et l'organisation de la logistique. Systèmes de paiement et sécurisation des données. Le développement et les enjeux de l'économie numérique. La révolution du Web 2.0 et ses répercussions sur les entreprises. Mesure de l'efficacité du commerce électronique : rentabilité des opérations de commerce électronique; mesure et outils de performance.

ADM1107**Gestion des organisations (3 cr.)**

Objectifs : Intégrer les modèles et concepts fondamentaux, de même que les outils et les techniques du management utilisés dans l'ensemble des processus de gestion. Connaître les différents rôles et fonctions que doivent remplir les entrepreneurs et les gestionnaires. Formuler, analyser et résoudre des problèmes de gestion à l'aide d'une méthode d'analyse de cas, appuyée d'un cadre théorique.

Contenu : La réalité québécoise et canadienne dans le domaine de la pratique administrative. Présentation et discussion des théories et des techniques de gestion et résultats de recherches récentes. L'approche systémique comme outil de compréhension de la réalité des entreprises et des rôles du gestionnaire; les principaux courants théoriques et leurs contributions à l'évolution des connaissances en gestion. Les environnements interne et externe (économique, technologique et sociopolitique) de l'entreprise, de même que le processus administratif visant à les intégrer dans le développement de la stratégie, du design, et des mécanismes de contrôle que l'organisation doit mettre en place pour être concurrentielle dans un contexte marqué par la mondialisation et l'évolution rapide des technologies.

ADM1205**Comportements humains au travail (3 cr.)**

Objectifs : Connaître et comprendre le rapport individu/groupe/organisation constituant la dynamique du comportement des individus et des groupes en contexte de travail. Prendre conscience de la dimension humaine dans le cadre des environnements de travail modernes. Se familiariser avec des théories et des modèles favorisant la compréhension de ses propres comportements au travail et de ceux des autres. Transposer des notions théoriques à des situations réelles ou fictives en matière d'activités humaines en milieu organisationnel.

Contenu : Introduction aux connaissances fondamentales des sciences du comportement humain appliquées au contexte de travail. Dix thématiques sont abordées dans ce cours : la personnalité, la perception, l'apprentissage, la motivation, l'adaptation (changement, innovation et stress), les groupes de travail, le leadership, l'exercice de l'influence (pouvoir et jeu politique), la communication et la culture organisationnelle.

ADM5105**Environnement économique de l'entreprise (3 cr.)**

Objectifs : Connaître et comprendre le fonctionnement du système économique dans lequel les individus et les organisations prennent leurs décisions. S'initier aux concepts micro-économiques. Comprendre comment les différentes variables macro-économiques peuvent influencer sur la rentabilité et la croissance d'une organisation ainsi que son processus décisionnel.

Contenu : Les systèmes économiques. Le fonctionnement des marchés et les différents modèles de concurrence. Élasticité, offre et demande. Le rôle économique de l'État. Les différents indicateurs de l'activité économique. Taux d'intérêt et taux de change, leurs impacts. Les cycles économiques. Politiques monétaires et budgétaires. Politiques publiques en matière de développement économique régional. Portrait de l'économie de la région incluant le rôle et la place qu'y tiennent les Premières Nations.

ADM5125**Commerce international (3 cr.)**

Objectifs : S'initier aux principales théories économiques du commerce international. Connaître les pratiques du commerce international. Se familiariser aux possibilités de l'entreprise à commercialiser ses produits sur des marchés extérieurs. Le sensibiliser à l'importance du commerce extérieur dans l'économie canadienne. Connaître les outils et les organismes qui peuvent aider une entreprise à faire du commerce international.

Contenu : Les fondements de l'économie internationale et du

commerce international. Les ententes économiques. Les organismes de réglementation. Les principaux marchés pour les produits québécois et régionaux. Les opportunités d'exportation pour une PME. Les aspects financiers, juridiques, culturels et logistiques de l'exportation. Stratégies d'implantation sur les marchés extérieurs et plan d'action. Les risques. Les acteurs régionaux et nationaux du commerce international. Les entreprises exportatrices de l'Abitibi-Témiscamingue.

ADM7000**Activité dirigée en sciences de l'administration I (3 cr.)**

Objectifs : Approfondir ses connaissances dans un sujet ou un domaine d'intervention en gestion et de développer son esprit critique, d'analyse et de synthèse. Favoriser l'implication.

Contenu : Approfondissement de ses connaissances académiques et développement de ses habiletés de gestion dans un sujet ou un domaine d'intervention choisi en sciences de l'administration, mais non couvert par le biais des cours réguliers. Mise à l'épreuve de ses talents de chercheur ou de praticien en gestion et de démontrer son esprit critique et de ses sens d'analyse et de synthèse. Le sujet ou le domaine d'intervention doit être choisi par l'étudiant en collaboration avec un professeur spécialisé dans le champ d'activité concerné qui agit à titre de tuteur. L'étudiant a la responsabilité d'effectuer les démarches pour trouver un professeur assumant le tutorat de l'activité et de préparer son projet de cours; le directeur de module, à la demande de l'étudiant, l'assiste dans ses démarches. Le tuteur décide avec l'étudiant d'un plan de cours et d'un calendrier de travail.

ADM7001**Activité dirigée en sciences de l'administration II (3 cr.)**

Objectifs : Approfondir ses connaissances dans un sujet ou un domaine d'intervention en gestion et développer son esprit critique, d'analyse et de synthèse.

Contenu : Ce cours est un exercice permettant d'approfondir ses connaissances académiques ou de développer ses habiletés de gestion dans un sujet ou un domaine d'intervention choisi en sciences de l'administration, mais non couvert par le biais des cours réguliers. C'est une occasion de mettre à l'épreuve ses talents de chercheur ou de praticien en gestion et de démontrer son esprit critique, d'analyse et de synthèse. Le sujet ou le domaine d'intervention doit être choisi par l'étudiant en collaboration avec un professeur spécialisé dans le champ d'activité concerné. Ledit professeur spécialisé dirigera le cours à titre de tuteur. L'étudiant a la responsabilité d'effectuer les démarches pour trouver un professeur assumant le tutorat de l'activité et de préparer son projet de cours; le directeur de module, à la demande de l'étudiant, l'assiste dans

ses démarches. Le tuteur décide avec l'étudiant d'un plan de cours et d'un calendrier de travail. L'évaluation du travail s'effectuera par le tuteur et un professeur désigné par le directeur de module. Dans le cas d'un stage (ou d'une intervention) dans une organisation, la préparation du plan de cours, du calendrier de travail et le mécanisme d'évaluation devront respecter la politique en vigueur au module. Un rapport d'environ cinquante pages, rédigé selon les règles de l'art, devra être déposé au tuteur en trois copies à la fin du cours. Le directeur de module autorise l'inscription au cours en regard des objectifs du cours et des prérequis exigés (et de la politique de stage, s'il y a lieu). Note: pour s'inscrire à ce cours, l'étudiant doit avoir réussi soixante crédits du programme et avoir une moyenne cumulative d'au moins 3,0 (sur 4,3).

FIN1023**Éléments de comptabilité et de finance (3 cr.)**

Objectifs : Permettre à l'étudiant de s'approprier les connaissances adéquates en comptabilité et en finance pour être en mesure de cheminer dans des états de gestion.

Contenu : Les différents états composant les états financiers, le cadre théorique de la comptabilité, les formes juridiques de l'entreprise, les stocks, les immobilisations corporelles, l'état des flux de trésorerie, la relation coût-volume-bénéfice, l'évaluation de la situation financière d'une entreprise, les états financiers prévisionnels, le budget de caisse, les mathématiques financières.

FIN1113**Administration financière (3 cr.)**

Objectifs : Acquérir les concepts et les techniques d'analyse financière. Se familiariser avec les notions d'évaluation (titres, entreprises, projets). S'initier aux marchés financiers. Être au fait de l'actualité économique et financière.

Contenu : Analyse coût / bénéfice / volume. Analyse de la situation financière. États financiers prévisionnels. Budgets de caisse. Fonds de roulement. Mathématiques financières. Évaluation de titres et d'entreprises. Initiation aux investissements en situation de certitude. Description sommaire des marchés financiers.

FIN2113**Analyse et planification financière (3 cr.)**

Objectifs : Approfondir ses connaissances en analyse financière et en évaluation de projets. Se sensibiliser aux implications relatives aux choix des projets d'investissement et aux modes de financement. Effectuer une synthèse des connaissances acquises en finance à partir d'un cas pratique. Être au fait de l'actualité économique et financière, tant sur la scène nationale qu'internationale.

Contenu : Investissements en contexte de certitude et d'incertitude. Choix relatifs des investissements. Évaluation

de projet dans un contexte national et international. La relation risque / rendement. Coût du capital. Structure du capital. Politiques de dividendes. Programmes d'aide aux PME. Modes de financement des PME et des grandes entreprises.

GPE1128

Gestion des ressources humaines (3 cr.)

Objectifs : Acquérir une vision globale de la gestion des ressources humaines. Situer la fonction gestion des ressources humaines dans le contexte économique, social et culturel de l'organisation. Maîtriser les activités de la gestion des ressources humaines et saisir la responsabilité partagée de la gestion des ressources humaines (professionnels en ressources humaines, cadres, syndicats et état). Miser sur une gestion stratégique des ressources humaines pour la réalisation de la mission et des objectifs organisationnels.

Contenu : L'évolution de la fonction gestion des ressources humaines. Le service des ressources humaines : la planification stratégique, l'organisation du travail, la gestion prévisionnelle des effectifs, le recrutement, la sélection et l'intégration, l'évaluation du rendement, le développement des compétences, la rémunération, le respect des droits des employés, les rapports collectifs de travail, la santé et le bien-être au travail.

GPE2004

Gestion des effectifs : attraction et rétention (3 cr.)

Objectifs : S'approprier les principales pratiques de planification, de dotation, d'évaluation et de mobilisation du personnel. Se familiariser avec les politiques et pratiques contemporaines de gestion des effectifs dans un contexte contemporain de pénurie de main d'œuvre où les entreprises doivent non seulement attirer du personnel compétent, mais aussi savoir comment le retenir.

Contenu : Les enjeux du marché du travail, l'encadrement juridique des activités de dotation, la planification de la dotation, le recrutement, la sélection, l'embauche et l'intégration des nouveaux employés, l'évaluation du personnel, la mobilisation par, entres autres, des activités de gestion des ressources humaines telles que le développement des compétences, la gestion de carrière, l'organisation du travail, la culture organisationnelle.

JUR1121

Droit des affaires (3 cr.)

Objectifs : Se familiariser avec les principales notions de droit applicables aux affaires. Comprendre les notions juridiques véhiculées par les concepts de gestion et étudier les implications légales des activités des entreprises.

Contenu : Introduction au droit des affaires et à l'administration de la justice. Distinction juridique entre personne physique et personne morale. Formes juridiques d'entreprises : l'entreprise

individuelle, les sociétés, la compagnie, la coopérative. Le capital-action, responsabilité du propriétaire et des associés entre eux et envers les tiers (publicité légale des entreprises). Devoirs et obligations des administrateurs. Incidence de certaines dispositions matrimoniales et successorales sur l'entreprise. Responsabilité civile extra-contractuelle. Responsabilité des professionnels et des administrateurs. Sources et formation des obligations, exécution et extinction. Formation et effet des contrats. Les contrats principalement utilisés en affaire : la vente mobilière et immobilière, le prêt, le mandat, le louage, les assurances. Les contrats relatifs aux sociétés et aux services : le contrat de société, la convention d'actionnaires, le contrat d'entreprise et de service, le crédit-bail. La protection des créanciers, gage commun et droits de préférence : hypothèques mobilières et immobilières, priorités, cautionnement. Entreprises, faillite et insolvabilité. La propriété intellectuelle. Le droit dans le commerce électronique. Les nouvelles réalités légales du commerce.

MKT1114

Administration marketing (3 cr.)

Objectifs : Connaître et comprendre les concepts fondamentaux et les théories de marketing. Saisir le sens du rôle et de la nature du marketing en relation avec l'environnement des organisations et plus particulièrement celui des PME. Comprendre l'impact du marketing sur l'individu, les organismes et la société.

Contenu : Concept de marketing. Segmentation de marché. Comportement du consommateur. Système d'information marketing. Stratégie de produit. Politiques de fixation des prix. Canaux de distribution. Communication marketing. Marketing des services. Le processus marketing son suivi et son contrôle.

MKT2310

Analyse de marchés et consommation (3 cr.)

Objectifs : Développer un sens analytique et critique de l'interprétation de données secondaires sur les marchés. Comprendre les mécanismes (intentions, perceptions et préoccupations du client) sous-jacents au processus décisionnel des acheteurs (comportement du consommateur). Analyser et interpréter les données secondaires. Communiquer des résultats de recherche.

Contenu : Recherche documentaire sur les données secondaires, internes et externes. Circonscrire les marchés cibles potentiels Analyse de la dynamique des marchés. L'environnement concurrentiel et ses acteurs. Processus de décision du client. Attitude, personnalité, valeurs et style de vie. Influences situationnelles, sociales et culturelles. Courants sociaux et globalisation.

MKT5024

Stratégie marketing (3 cr.)

Objectifs : Cerner la problématique du

marketing et son influence sur les organisations de toutes formes. Analyser, évaluer et planifier le rôle du marketing dans un contexte compétitif. Développer, évaluer et présenter des stratégies marketing.

Contenu : L'entreprise et l'économie dans une perspective marketing concurrentiel. Stratégie corporative et avantages compétitifs réseautage et coopération commerciale; analyse des besoins (segmentation). Analyse des marchés (compétitivité); analyse de portefeuilles (attractivité). Stratégie de marché, de produits, de communication, de prix, de distribution. Plan stratégique de marketing et contrôle des efforts marketing.

SCO1908

Introduction à la comptabilité (3 cr.)

Objectifs : Connaître les postulats, principes et procédés fondamentaux de la comptabilité. Préparer des états financiers pour entreprise à propriétaire unique. Être sensibilisé au rôle du système comptable à l'intérieur du processus de gestion de l'organisation.

Contenu : La profession comptable. Définition de la comptabilité et principes comptables généralement reconnus. L'équation comptable. Classement des postes de l'état des résultats et du bilan. Les formes juridiques d'entreprises. Comptabilisation des opérations des entreprises commerciales, de services et industrielles incluant les taxes à la consommation. La régularisation des comptes. Le chiffrier. Les journaux auxiliaires. La comptabilité de la paie. La conciliation bancaire et la petite caisse. Normes internationales.