

Certificat en entrepreneuriat - 4934

CRÉDITS :

30 crédits, Premier cycle

DIPLÔME :

Certificat en entrepreneuriat

OBJECTIFS :

Ce programme vise à permettre à l'étudiante et à l'étudiant d'acquérir des connaissances de base en gestion et de développer les compétences nécessaires pour oeuvrer dans divers secteurs du domaine de l'administration et, plus particulièrement, dans des petites et moyennes organisations

INFORMATION SUR L'ADMISSION :

Lieu d'enseignement	Régime	Trimestres d'admission			Étudiants étrangers		
		Aut.	Hiv.	Été	Aut.	Hiv.	Été
Campus de Lévis	TC	✓	✓		✓	✓	
	TP	✓	✓				

TC : Temps complet
TP : Temps partiel

Notes sur l'admission

Le certificat en entrepreneuriat est offert à temps partiel, mais peut être offert à temps complet selon l'offre de cours des différents trimestres. Il est offert dans quelques centres d'enseignement de l'UQAR, selon les besoins exprimés.

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base collégiale au Québec

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

Compétences linguistiques en français :

La candidate ou le candidat qui ne peut faire la preuve de ses compétences linguistiques en français selon les critères de la "Politique relative à la maîtrise du français" 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 sera exigée et l'inscription à ce cours est obligatoire dès le trimestre suivant.

Base études universitaires au Québec

Avoir réussi un minimum de cinq (5) cours universitaires (15 crédits) au moment du dépôt de la demande d'admission.

Compétences linguistiques en français :

La candidate ou le candidat qui ne peut faire la preuve de ses compétences linguistiques en français selon les critères de la "Politique relative à la maîtrise du français" 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 sera exigée et l'inscription à ce cours est obligatoire dès le trimestre suivant.

Base études hors Québec

Être titulaire d'un diplôme équivalent au diplôme d'études collégiales (DEC) québécois.

Compétences linguistiques en français :

La candidate ou le candidat qui ne peut faire la preuve de ses compétences linguistiques en français selon les critères de la "Politique relative à la maîtrise du français" 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 sera exigée et l'inscription à ce cours est obligatoire dès le trimestre suivant.

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.

Compétences linguistiques en français :

La candidate ou le candidat qui ne peut faire la preuve de ses compétences linguistiques en français selon les critères de la "Politique relative à la maîtrise du français" 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 sera exigée et l'inscription à ce cours est obligatoire dès le trimestre suivant.

PLAN DE FORMATION :

Ce plan de formation est constitué de dix (10) cours obligatoires (30 crédits):

Trimestre 1

ADM23114 PME et gestion de sa croissance (3 cr.)
ADM38014 Gestion de l'innovation (3 cr.)
ADM25014 Droit des affaires (3 cr.)
ou MRK10014 Marketing (3 cr.)

Trimestre 2

ADM24119 PME et mondialisation (3 cr.)
CTB15014 Comptabilité financière (3 cr.)
ou CTB30014 Comptabilité de gestion (3 cr.) (CTB15014)

Trimestre 3

ADM31514 Veille stratégique et occasions d'affaires (3 cr.)
ADM37014 Diagnostic et intervention (3 cr.)

Trimestre 4

ADM24714 Entrepreneuriat et réseaux sociaux (3 cr.)
ou GTA20514 Technologies et affaires numériques (3 cr.)
ADM40114 Projet d'entreprise (3 cr.)
FIN20224 Diagnostic financier et gestion du fonds de roulement (3 cr.) (CTB15014 ou FIN20014 ou SCO11110)

Nouvelle version du programme approuvée lors de la Commission des études du 14 janvier 2014 (CE-498-6051).

Dernière approbation: 30 novembre 2015 (CE-517-6379).

ADM23114**PME et gestion de sa croissance**

Objectif : Connaître et analyser les petites et moyennes entreprises (PME) en tant que système organisationnel.

Contenu : Rôle de la PME dans l'économie. Entrepreneurat et innovation. Gestion stratégique d'une PME Profil psychosociologique de l'entrepreneur. Stades de développement d'une entreprise en croissance. Capacités stratégiques et avantage concurrentiel d'une PME. La symbiose des fonctions stratégiques d'une PME : marketing, opérations, finances, technologies numériques et ressources humaines. Entreprise familiale: caractéristiques et problèmes. Transmission d'une entreprise et pérennité d'une PME.

ADM24119**PME et mondialisation**

Objectif : Comprendre les facteurs facilitant ou entravant la mondialisation des PME

Contenu : Facteurs déterminant l'internationalisation des PME. Processus et modes d'internationalisation des PME. Opérations de commerce international : exportation, importation et sous-traitance. Stratégies de développement à l'international des PME : entreposage, transport, assurance transport, système d'information ainsi que les aspects financiers, douaniers et juridiques. Solutions de transport : transport maritime, transport ferroviaire, transport aérien, transport intermodal et incoterms. Mécanismes des marchés financiers internationaux et types de financement offerts aux PME. Moyens de paiements internationaux : chèque, lettre de change, virement, billet à ordre, remise documentaire et crédit documentaire. Sources d'informations, prospection, sélection et pénétration des marchés étrangers. Diagnostic, opportunité et capacité d'une PME à exporter et à gérer des activités à l'étranger.

ADM24714**Entrepreneuriat et réseaux sociaux**

Objectif : Maîtriser les compétences-clés nécessaires pour animer un réseau social et un réseau d'affaires.

Contenu : Connaissances actuelles en matière de réseaux sociaux dans une perspective psychosociale. Définition du concept de réseau social, distinction entre réseau social, réseau d'affaires et réseau personnel. Typologie et structuration des réseaux. Processus de coordination (vision stratégique, identité, culture, configuration structurelle, systèmes d'action). Conditions d'un partenariat réussi au sein du réseau. Liens entre réseaux et pouvoir. Aspects stratégiques des réseaux et du pouvoir. Notions associées au pouvoir (influence, domination, leadership, contrôle d'un marché etc). Réseaux d'affaires et chaîne de valeur. Contribution et intégration des partenaires. Démarche

de mise en place d'un réseau d'entreprises: check-list et canevas. Analyse des conditions critiques et des risques probables encourus. Planification de la démarche de réseautage et ébauche d'un plan d'affaires du réseau de partenaires. Ententes de partenariat et règles de pilotage du réseau.

ADM25014**Droit des affaires**

Objectif : Comprendre les principales notions juridiques applicables aux affaires et comprendre les implications légales des activités dans ce domaine.

Contenu : Sources du droit. Organisation des tribunaux. Personnes physiques et morales. Biens et droit de propriété. Obligations et principaux contrats qui affectent le domaine des affaires. Contrats individuel et collectif de travail. Responsabilité légale. Organisation juridique des entreprises à propriété individuelle, société (code civil), coopérative et société par actions (compagnie). Financement des entreprises, garanties de paiement et insolvabilité.

ADM31514**Veille stratégique et occasions d'affaires**

Objectif : Connaître les outils et les méthodes pour scruter de façon systématique l'environnement interne et externe d'une entreprise : veille stratégique et actions innovatrices.

Contenu : Nature et portée de la veille stratégique. Caractéristiques de la nouvelle économie, de l'économie du savoir et des nouveaux modèles d'affaires. Notion de l'avantage concurrentiel. Importance de l'innovation. Notion d'observatoire. Grands domaines d'activités : veille technologique, concurrentielle, commerciale, interne, législative, géopolitique et sociétale. Nouveaux modèles d'affaires. Nouveaux outils pour scruter les environnements futurs et les occasions d'affaires. Projet de veille stratégique.

ADM37014**Diagnostic et intervention**

Objectif : Développer les aptitudes pour intervenir à titre de consultant (interne ou externe) et réaliser le diagnostic d'une organisation (entreprise, association, organisme public, etc).

Contenu : Diagnostic de l'entreprise : étapes et modalités. Principales grilles d'analyse ou tableaux de bord d'évaluation de la santé d'une entreprise. Principaux problèmes reliés aux entreprises. Principales méthodes et techniques d'amélioration de l'efficacité de l'entreprise. Spécificités du métier de consultant, relations avec le client. Rôles, tâches, compétences et valeurs du consultant; le consultant comme agent de coopération, catalyseur de ressources, promoteur du changement. Professionnalisme et déontologie du consultant. Compréhension et réalisation du mandat dans les règles de la profession. Étapes et extraits de l'intervention selon les termes de

référence. Élaboration d'une offre de service. Particularités de la consultation internationale. Principaux modèles d'intervention et conditions de leur réussite. Conditions d'utilisation des principaux instruments de diagnostic et des démarches d'intervention.

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.

ADM40114**Projet d'entreprise**

Objectif : Introduire les principes constitutifs du plan d'affaires et les concepts de base de la mise en œuvre d'un plan d'affaires d'une PME (démarrage, achat ou redressement).

Contenu : Types d'occasions d'affaires. Formalisation d'une idée à travers un plan d'affaires. Évaluation du marché potentiel pour un produit ou service donné. Diagnostic de l'environnement concurrentiel de l'entreprise. Faisabilité et rentabilité d'un projet d'affaires. Contenu, utilité et rédaction du plan d'affaires. Types de plan d'affaires : démarrage d'entreprise, achat d'une franchise, reprise ou redressement d'entreprise. Étapes de la réalisation d'un plan d'affaires : idéation, profil des ressources et des compétences, validation de l'idée auprès du marché cible. Questions spécifiques : transferts technologiques ; brevets, licences et marques de commerce. Aspects légaux liés à l'industrie (règlements, permis, etc.). Note sectorielle : analyse de l'environnement et prévisions, évaluation du marché, analyse de la concurrence. Plan marketing, plan d'exploitation, plan des ressources humaines, gouvernance, plan financier, facteurs de risques.

CTB15014**Comptabilité financière**

Objectif : Initier l'étudiant aux principes comptables guidant la préparation et la présentation des états financiers d'une entreprise.

Contenu : Concepts fondamentaux de la comptabilité. Enregistrement des opérations relatives aux différents comptes du bilan et de l'état des résultats. Capitaux propres selon les différentes formes juridiques d'entreprises. Comptabilisation des opérations d'une entreprise commerciale. Trésorerie, créances, stocks, immobilisations et autres actifs, passif à court et long terme, capitaux propres, tableau des flux de trésorerie et analyse des états financiers en rapport aux principaux ratios analyse des états financiers à l'usage général selon le référentiel applicable. Notions de

contrôle interne relatif aux principaux postes des états financiers. Méthodes, procédures et contrôles d'un système d'information comptable. Utilisation de l'information financière pour la gestion d'une entité et prise de décision financière.

CTB30014**Comptabilité de gestion**

Objectif : Acquérir les notions essentielles de la comptabilité de gestion.

Contenu : Entreprise industrielle. Coût de revient rationnel. Contrôle des coûts. Budget, instrument de planification et de contrôle. Coût de revient standard. Relation coût - volume - bénéfice. Méthode des coûts proportionnels. Rentabilité divisionnaire. Comptabilité par centres de responsabilité. Coûts et prise de décision. Gestion des investissements et incidence de l'impôt.

FIN20224**Diagnostic financier et gestion du fonds de roulement**

Objectif : Appliquer les principes du diagnostic financier, la prévision financière et la gestion financière à court terme dans l'entreprise.

Contenu : États financiers fondamentaux. États financiers consolidés. Analyse de l'équilibre financier de l'entreprise. États financiers standardisés : analyse verticale, analyse horizontale et analyse combinée. Analyse au moyen des ratios financiers. Système Du Pont. Analyse du point mort et effet de levier. Prévision et planification financière. Mesures de création de valeur. Gestion du fonds de roulement et ses composantes : gestion et contrôle de l'encaisse et titres négociables, gestion et analyse des comptes clients, gestion et analyse des comptes stocks, gestion des comptes fournisseurs et financement à court terme

GTA20514**Technologies et affaires numériques**

Objectif : Acquérir les connaissances, les compétences et les attitudes indispensables à l'intégration des technologies basées sur le web pour mener des affaires numériques, en particulier, le commerce électronique (CE)

Contenu : Stratégies, modèles d'affaires et modèles des revenus du CE. Infrastructure technologique du CE. Commerce mobile. Catalogue en ligne. Techniques de communication, de promotion et de création de trafic. Logistique, systèmes de paiement. Réseaux sociaux. Gestion de la relation clientèle. Métriques associées au CE; sécurité et éthique en CE.

MRK10014**Marketing**

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

dans une perspective d'application stratégique.

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.