

Programme court de 1er cycle en administration - 0976

CRÉDITS :

15 crédits, Premier cycle

DIPLÔME :

Programme court de premier cycle en administration

OBJECTIFS :

Objectif général

Sensibiliser aux principaux domaines de l'administration.

Objectifs spécifiques

S'initier à la gestion des opérations, acquérir des connaissances de base en management, connaître les concepts fondamentaux en marketing, comprendre la fonction gestion des ressources humaines, s'initier aux principes comptables.

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	✓	✓	✓			

TP : Temps partiel

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base collégiale

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

Base études universitaires

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

Base expérience

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

PLAN DE FORMATION :

Les cinq (5) cours suivants :

ADM10014	Management (3 cr.)
CTB15014	Comptabilité financière (3 cr.)
GRH12014	Gestion des ressources humaines (3 cr.)
MRK10014	Marketing (3 cr.)
PRO10014	Introduction à la gestion des opérations (3 cr.)

Programme court approuvé par le BDE en février 2019.

ADM10014

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.

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.

GRH12014

Gestion des ressources humaines

Objectif : Étudier la fonction ressources humaines, ses différentes activités et la dimension opérationnelle de la gestion des ressources humaines.

Contenu : Champ et évolution de la fonction ressources humaines. Dimensions systémique et stratégique de la gestion des personnes en milieu de travail. Définition des concepts et études des activités de la fonction : planification stratégique et opérationnelle des ressources humaines; mouvements de main-d'œuvre (recrutement, sélection, embauche et rétention), évaluation des emplois et des personnes, rémunération, formation et développement des personnes, instauration d'un climat de travail stimulant; santé physique et psychologique des employés; gestion des employés difficiles; prévention et gestion de conflits, gestion des relations de travail.

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.

PRO10014

Introduction à la gestion des opérations

Objectif : Comprendre les principaux concepts de la gestion des opérations pour la création de biens dans les entreprises manufacturières ou la prestation de services.

Contenu : Principes de la gestion des opérations. Activité préparatoire et établissement d'un système opération production. Interprétation des extraits des outils de pilotage du système. Processus de prévision de la demande. Conception des produits et des services. Capacité de production. Localisation et aménagement du système productif. Stratégies de planification de la production. Modèle de la quantité économique à commander. Outils PBM et PRE. Gestion de la qualité et amélioration continue.